

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasal 31 (1) Undang-undang Dasar Negara 1945, disebutkan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib memberikan layanan dan kemudahan, serta menjamin terselenggaranya pendidikan yang bermutu bagi setiap warga Negara tanpa diskriminasi, dan masyarakat berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan pendidikan. Mengacu Undang-Undang di atas, maka sudah seharusnya tidak ada satu warga Negara pun yang tidak bersekolah dan juga putus sekolah. Pemerintah melalui Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) Kementrian Pendidikan Nasional (sekarang Kemdikbud) pada tahun 2010 meluncurkan program bantuan biaya pendidikan Bidikmisi berupa bantuan biaya penyelenggaraan pendidikan dan bantuan biaya hidup kepada 20.000 mahasiswa yang memiliki potensi akademik memadai dan kurang mampu secara ekonomi di 104 perguruan tinggi Negeri (Pedoman Bidikmisi dari Ditjen Dikti).

Pendidikan menjadi hak bagi setiap warga Negara, baik yang kaya maupun yang miskin. Negara memiliki tugas mulia untuk menyediakan pendidikan bagi setiap warganya, khususnya membantu warga Negara yang tidak mampu dan tidak memiliki biaya untuk mendapatkan pendidikan yang layak, Negara memiliki kewajiban untuk membantu mereka mendapatkan pendidikan.

Berbagai cara bisa dilakukan oleh Negara, baik dengan mengadakan sekolah gratis bagi warga miskin, pemberian bantuan bagi anak-anak dari keluarga tidak mampu, seperti bantuan dana Biaya Operasional Siswa (BOS) dan bantuan-bantuan yang lainnya, serta pemberian beasiswa bagi pelajar dan mahasiswa berprestasi dari kalangan orang yang tidak mampu. Pemberian beasiswa bisa dalam bentuk pembebasan biaya sekolah, biaya SPP bagi mereka yang masih sekolah, serta ada BOPTN atau Bantuan Operasional Perguruan Tinggi yang memudahkan mahasiswa untuk menuntut ilmu tanpa biaya yang tinggi. Selain BOPTN, pemerintah juga aktif memberikan beasiswa-beasiswa bagi mahasiswa berprestasi. Namun, saat ini pemerintah juga berfokus pada calon-calon mahasiswa yang berprestasi namun tidak mampu untuk masuk universitas. Beasiswa Bidikmisi hadir menjawab keraguan banyak siswa lulusan SMA-sederajat untuk melanjutkan pendidikan di jenjang Universitas (Pedoman Bidikmisi dari Ditjen Dikti).

Beasiswa Bidikmisi adalah beasiswa dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dikti) yang diberikan kepada mahasiswa-mahasiswa berprestasi dari kalangan tidak mampu. Beasiswa Bidikmisi meliputi pembayaran SPP tiap semester kuliah secara gratis dengan ditambah biaya hidup dan biaya kegiatan ekstrakurikuler selama empat tahun masa kuliah. Biaya hidup sendiri berkisar 600 ribu per bulan per-mahasiswa di Universitas Trunojoyo Madura (BAAK Universitas Trunojoyo Madura) Sekitar 117 PTN di Indonesia mendapatkan dana ini. Pada tahun 2011 kemarin, Dikti akhirnya memberikan Bidikmisi pada beberapa Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia meskipun

kuotanya lebih sedikit dibanding dengan kuota Bidikmisi dari Perguruan Tinggi Negeri. Salah satu tujuan digulirkan Bidikmisi adalah untuk memotong rantai garis kemiskinan dan memberikan kesempatan terhadap para pemuda yang ingin melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi. Artinya tidak ada anak yang terbatas ekonominya yang tidak dapat kuliah.

Peminat Bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura dari tahun ke tahun semakin meningkat, dari angkatan tahun 2010 (93 mahasiswa), angkatan 2011 (300 mahasiswa), angkatan 2012 (760), dan angkatan 2013 (1250 mahasiswa), mengingat beasiswa Bidikmisi adalah beasiswa dari Dikti yang sangat besar. Penerima Bidikmisi tentu sangat beruntung juga memiliki tanggung jawab yang besar pada kemajuan bangsa (BAAKPSI Universitas Trunojoyo Madura).

Gaya hidup merupakan ciri sebuah Negara Modern, atau bisa juga disebut modernitas. Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindaknya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari – hari dunia modern, gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara – cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang hidup dalam masyarakat modern (Kompasiana: 2013).

Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi hanya sekedar kegiatan yang berasal dari produksi. Konsumsi tidak lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Konsumsi telah menjadi budaya, budaya konsumsi. Sistem masyarakat pun telah berubah, dan yang ada

kini adalah masyarakat konsumen, yang mana kebijakan dan aturan-aturan sosial masyarakat sangat dipengaruhi oleh kebijakan pasar.

Beasiswa bidikmisi pada hakikatnya diberikan untuk mahasiswa yang mempunyai kemampuan prestasi tinggi dan tidak mampu dalam ekonominya, tetapi ada sebagian mahasiswa penerima bidikmisi yang tingkat konsumtifnya tinggi. Fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa bidikmisi juga sangat diwarnai dengan kegempitaan kegiatan konsumsi. Bagi mahasiswa bidikmisi saat ini hampir tidak ada ruang dan waktu tersisa untuk menghindari diri dari serbuan berbagai informasi yang berurusan dengan kegiatan konsumsi. Di rumah, di kantor atau di kampus, kita tak henti-henti disodori berbagai informasi yang menstimulasi konsumsi melalui iklan di tv, koran maupun majalah-majalah. Di jalan, selain terus melewati pertokoan dan pusat perbelanjaan, mahasiswa bidikmisi juga terus dihadapkan dengan pemandangan attraktif dari promosi media luar ruang yang menghiasi jalan-jalan dan berbagai sudut strategis kota.

Fenomena mahasiswa bidikmisi tersebut saat ini juga sudah terjadi pada Mahasiswa penerima Dana Bidikmisi, utamanya pada mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura. Fenomena yang menonjol dalam masyarakat Indonesia saat ini, yang menyertai kemajuan ekonomi adalah berkembangnya budaya konsumsi yang ditandai dengan berkembangnya gaya hidup. Berbagai gaya hidup yang terlahir dari kegiatan konsumsi semakin beragam pada masyarakat perkotaan dan Pedesaan Jawa Timur, terutama Surabaya. *Nge-mall, clubbing, fitness, nge-wine, hang out* di cafe adalah beberapa contoh gaya hidup

yang nampak menonjol saat ini. Semua aktifitas tersebut adalah perwujudan dari hingar bingar konsumsi (Yasraf, 2004: 175).

Berkembangnya gaya hidup masyarakat perkotaan tersebut, satu sisi bisa menjadi pertanda positif meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat kota. Yang mana peningkatan kegiatan konsumsi dipandang sebagai efek dari naiknya penghasilan dan taraf hidup masyarakat. Namun disisi lain, fenomena tersebut juga bisa dikatakan sebagai pertanda kemunduran rasionalitas masyarakat, yang mana konsumsi dianggap sebagai penyakit yang menggerogoti jiwa dan pikiran masyarakat. Konsumsi menjadi orientasi hidup bagi sebagian masyarakat, sehingga setiap aktifitas yang dilakukannya didasari karena kebutuhan berkonsumsi. Oleh karena itu, banyak pihak yang menyalahkan rasionalitas konsumsi sebagai faktor yang menyebabkan hilangnya kritisme masyarakat terhadap berbagai hal yang vital bagi kehidupan, kebijakan pemerintah maupun fenomena hidup lainnya.

Banyak hal yang bisa dibahas mengenai konsumsi. Meskipun demikian, ada beberapa fakta yang tetap tak terbantahkan, yaitu bahwa: Pertama, kita selalu terikat dengan kegiatan konsumsi. Kedua, secara fisik kita hanya bisa bertahan melalui konsumsi. Ketiga, dalam semua hal, kita semua adalah konsumen.

Meskipun memang konsumsi adalah aktifitas kita yang tak terelakkan, namun ada beberapa perkembangan luar biasa yang harus kita waspadai berkenaan dengan aktifitas tersebut. Terutama tentang terbentuknya suatu bentuk kehidupan sosial baru yang menjadikan konsumsi sebagai pusatnya, sehingga

kemudian justru muncul banyak masalah yang semakin nyata dan meresahkan bagi kita semua. Perkembangan yang luar biasa ini menekankan perbedaan antara keperluan-keperluan untuk bertahan hidup bagi manusia dan perkembangan suatu ideologi yang berdasar pada konsumerisme.

Fenomena pada mahasiswa bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura menimbulkan tanda tanya kepada peneliti. Maka dari itu peneliti menarik sebuah rumusan masalah untuk dijadikan penelitian.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gaya hidup konsumtif mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dalam rangka mengembangkan ilmu sosiologi khususnya pada kajian perilaku sosial yang berkaitan dengan gaya konsumtif, di samping itu juga diharapkan dapat mendorong peneliti lain untuk melanjutkan sekaligus mengembangkan

penelitian serupa dan dapat digunakan sebagai acuan akademik dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

1.4.2. Praktis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.4.2.1. Bagi Peneliti

Sebagai proses pembelajaran bagi peneliti dan acuan para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian secara lebih lanjut tentang hal – hal yang berkaitan dengan beasiswa bidikmisi dalam kalangan mahasiswa.

1.4.2.2. Bagi Universitas Trunojoyo Madura.

Menjadi referensi dalam memilih dan menerima peserta bidikmisi untuk berikutnya.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Teori Konsumsi Menurut Jean Baudrillard

Ada beberapa konseptualisasi dalam istilah konsumsi. Konsumsi, dapat dimaknai sebagai sebuah proses obyektifikasi, yaitu proses eksternalisasi atau internalisasi diri lewat obyek-obyek sebagai medianya. Maksudnya, bagaimana peneliti memahami dan mengkonseptualisasikan diri maupun realitas di sekitar peneliti melalui objek-objek material. Disini terjadi proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-objek dan kemudian memberikan pengakuan serta penginternalisasian nilai-nilai tersebut (Piliang dan Yasraf, 2004:180).

Definisi tersebut memberi *frame* bagi peneliti dalam memahami alasan mengapa mahasiswa bidikmisi terus menerus berkonsumsi. Objek-objek

konsumsi telah menjadi bagian yang internal pada kedirian seseorang. Sehingga sangat berpengaruh dalam pembentukan dan pemahaman konsep diri. Sebagai ilustrasi misalnya, banyak remaja yang merasa dirinya bisa benar-benar menjadi remaja ‘*gaul*’ jika mereka mengenakan *jeans* dan model *kaos* atau baju, sepeda motor sport atau sepeda motor yang sedang menjadi trend saat itu. Pakaian yang merupakan objek konsumsi, menjadi penanda identitas mereka dibanding karakter psikis, emosional ataupun penanda fisik pada tubuh mereka.

Senada dengan yang memandang konsumsi sebagai objektifikasi, aktifitas konsumsi, dari sudut pandang linguistik, diartikan sebagai proses menggunakan atau mendekonstruksi tanda-tanda yang terkandung di dalam objek-objek. Ketika mahasiswa bidikmisi mengkonsumsi suatu objek, secara internal mahasiswa bidikmisi mendekonstruksi tanda yang ada dibalik objek tersebut. Itulah alasan mengapa mahasiswa bidikmisi memilih baju yang model ini atau itu, sepatu yang model ini atau itu, dan seterusnya. Hal tersebut karena yang kita ingin beli bukan sekedar baju atau sepatu tersebut, tetapi juga nilai *nge-trend*, nilai glamor, atau nilai apapun yang menempel pada objek tersebut.

Tanda-tanda pada objek konsumsi pada kenyataannya justru cenderung digunakan untuk menandai relasi-relasi sosial. Saat ini objek konsumsi mampu menentukan prestise, status dan simbol-simbol sosial tertentu bagi pemakainya. Objek juga mampu membentuk perbedaan-perbedaan sosial dan menaturalisasikannya melalui perbedaan-perbedaan pada tingkat pertandaan. Itulah mengapa orang cenderung menilai dan mengenali orang dari penampilan luarnya, apa yang dikenakannya, asesorisnya mulai dari tas, sepatu, kacamata, dan

sebagainya bermerek apa, dan seterusnya. Barang-barang bermerek menunjukkan nilai sosial yang tinggi. Pada barang –barang tersebut tertempel nilai eksklusifitas.

Memang kenyataan bahwa konsumsi sebagai satu sistem diferensiasi sistem pembentukan perbedaan-perbedaan status, simbol dan prestise sosial telah menandai pola sosial masyarakat konsumen. Dalam masyarakat konsumerisme, masyarakat hidup di suatu bentuk relasi subjek-objek yang baru, yaitu relasi konsumerisme. Dalam masyarakat konsumen, objek-objek konsumsi dipandang sebagai ekspresi diri atau eksternalisasi para konsumen (bukan melalui kegiatan penciptaan), dan sekaligus sebagai internalisasi nilai-nilai sosial budaya yang terkandung didalamnya.

Tidak heran jika saat ini banyak sekali kelompok-kelompok sosial yang terbentuk berdasarkan konsumsi terhadap produk tertentu. Misalnya kelompok arisan "Luis Vuitton", Grup "Harley Davidson", dan sebagainya. Komunitas tersebut terbentuk sebagai upaya pernyataan diferensiasi dan prestise. Komunitas semacam itu mensejajarkan eksklusifitas mereka dengan merek-merek tersebut.

Bentuk-bentuk fanatisme seperti itu pada kenyataannya tidak hanya terjadi pada konsumsi objek-objek yang bernilai eksklusif. Karena tren yang belakangan ini sedang digalakkan oleh para produsen adalah membangun fanatisme konsumen melalui inklusi konsumen dalam komunitas tertentu. Sebagai contoh, setiap grup musik yang populer saat ini pasti memiliki fans club-nya masing-masing. Tidak hanya itu, hampir setiap produk konsumsi yang dipasarkan sekarang juga memiliki komunitas tersendiri misalnya: komunitas Yamaha,

komunitas Esia, dst. Dalam komunitas tersebut, *sense of belonging* terhadap produk yang mereka konsumsi terus ditingkatkan sehingga fanatisme orang terhadap produk yang mereka konsumsi terus bertahan atau bahkan bertambah. Sebagai konsekuensinya, anggota komunitas-komunitas itu akan terus mengkonsumsi produk tersebut secara sukarela sebagai wujud loyalitas terhadap komunitasnya.

Selain sebagai sistem diferensiasi sosial, sebaliknya, konsumsi justru dipandang sebagai sistem yang menyatukan uniformity sosial. Konsumsi dikatakan sebagai pertanda budaya global. Konsumsi menjadi bahasa global yang menyediakan kemampuan bagi semua orang untuk bisa memaknai simbol-simbol komersial. Kegiatan konsumsi bahkan menjadi sarana untuk memasuki pergaulan dunia, juga cara untuk berpartisipasi dalam berbagai hal diluar diri mahasiswa bidikmisi tersebut.

Itu semua adalah suatu hal wajar sekarang mendengar orang-orang berterbangan kesana-kemari, berpindah tempat dari satu benua ke benua yang lainnya hanya untuk berbelanja (shopping). Adalah hal yang wajar pula menyaksikan artis pergi ke luar negeri sekedar untuk membeli baju atau tas. Wajar juga buat kita, dan bahkan kita menyambutnya dengan suka ria ketika supermarket dunia seperti *Carrefour*, *Giant* atau *Hypermart* membuka cabangnya di daerah dekat tempat tinggal yang ada di daerah Surabaya dan Bangkalan.

Bahkan, seseorang seringkali merasa penting untuk mengetahui dan mengikuti dengan seksama melalui media berbagai pertemuan perdagangan tingkat dunia yang silih berganti dilaksanakan, mencari tahu kebijakan-kebijakan

perekonomian global, dan seterusnya. Hal tersebut seolah-olah menjadi sangat penting karena berpengaruh atau bahkan menentukan masa depan seseorang. Rasionalitas kita menerima semua hal tadi sebagai sesuatu yang wajar dan lazim saja.

Mahasiswa bidikmisi menginternalisasi kegiatan konsumsi dan kemudian mengubah pengalaman ini ke dalam semua aktifitas manusia lainnya ke dalam aspek-aspek eksistensi sosial mahasiswa bidikmisi itu sendiri. Semua itu telah membuktikan bahwa konsumsi telah terkonstruksi dalam rasionalitas Mahasiswa Bidikmisi, dan pasti dalam rasionalitas masyarakat global dunia sehingga konseptualisasi mahasiswa bidikmisi mengenai diri dan dunia dipengaruhi atau pada level akutnya dibentuk oleh konsumsi.

1.5.2. Nilai Tanda dan Simbol Baudrillard

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, seperti pementasan mega bintang, kendaraan pribadi, fshion, model rumah, perawatan tubuh, dan semacamnya. Budaya juga memiliki nilai yang membedakan satu budaya dengan budaya lainnya. Budaya yang memiliki nilai tinggi dan dibedakan dengan budaya yang memiliki nilai dibawahnya. Namun dalam budaya populer, perangkat media massa seperti pasar rakyat, film, buku, televisi, dan jurnalistik akan menuntun perkembangan budaya pada erosi nilai budaya (storey, 2003: 15).

Menurut Baudrillard, pola konsumsi masyarakat modern ditandai dengan bergesernya orientasi yang semula ditujukan bagi kebutuhan hidup

menjadi gaya hidup. Kelas menengah merupakan kelas penikmat yang dapat mengkonsumsi produk – produk kapitalis di pasaran. Sehingga masyarakat yang mempunyai uang dapat membeli berbagai kebutuhan konsumtif yang ditawarkan. Serta bukanlah konsumsi objek – objek material, melainkan konsumsi akan nilai – nilai konsumsi atas tanda (Piliang dalam Hidayat, 2011: 146).

Kini seseorang akan lebih memilih produk bermerk ketimbang produk sejenis lain yang berdaya guna sama dan berharga lebih murah. Bagi Baudrillard, hal terkait menunjukan betapa dewasa ini masyarakat lebih terpaku pada konsumsi simbol, hasrat untuk mendapatkan kehormatan, Prestise, status dan identitas ketimbang kegunaan (Baudrillard dalam Hidayat, 2011: 57).

Masyarakat konsumen yang berkembang pada saat ini adalah masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi, dimana kegunaan dan pelayanan bukanlah motif terakhir tindakan konsumsi melainkan lebih kepada produksi dan manipulasi penanda – penanda sosial. Individu menerima identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki dan tampilkan dalam interaksi sosial. Dalam masyarakat konsumen, tanda adalah cerminan aktualisasi diri individu paling meyakinkan (Baudrillard dalam Hidayat, 2011: 49).

Sekarang, menurut Baudrillard adalah era kejayaan nilai tanda dan nilai simbol yang ditopang oleh meledaknya makna serta citra oleh perkembangan teknologi dan media massa (Lecthte, 1994: 234). Baudrillard memanfaatkan semiologi sebagai alat analisa. Menurut Baudrillard, masyarakat primitif ditandai

dengan tidak adanya elemen tanda dalam interaksi seluruh aspek kehidupan masyarakatnya. Objek dipahami secara murni dan alamiah berdasarkan kegunaannya. Selanjutnya dalam masyarakat hierarkis, lahir elemen tanda yang beroperasi masih dalam lingkup yang terbatas. Tanda dipahami sebagai makna yang ditanamkan oleh segolongan kelas kepada kelas yang lain. Tanda juga mulai menggantikan kedudukan objek murni, yang kini memiliki nilai tukar. Akhirnya, pada tahapnya yang tertinggi, terbentuklah masyarakat massa. Dalam masyarakat massa, tanda mendominasi seluruh aspek kehidupan. Tidak ada lagi objek murni, kecuali objek tanda. Individu dalam masyarakat massa berperan sebagai konsumen tanda tanpa memiliki status kelas tertentu.

Sementara kode adalah cara pengkombinasian tanda yang disepakati secara sosial, untuk memungkinkan satu pesan dapat disampaikan dari seseorang kepada orang lain (Piliang, 2004: 13). Dalam dunia simulasi, identitas seseorang misalnya, tidak lagi ditentukan oleh dan dari dalam dirinya sendiri. Identitas kini lebih ditentukan oleh konstruksi tanda, citra dan kode yang membentuk cermin bagaimana seorang individu memahami diri mereka dan hubungannya dengan orang lain. Lebih lanjut, realitas – realitas ekonomi, politik, sosial dan budaya, kesemuanya diatur oleh logika simulasi ini, dimana kode dan model – model menentukan bagaimana seseorang harus bertindak dan memahami lingkungannya.

Pemikiran Baudrillard dapat dipetakan sebagai pelacakan terhadap kehidupan tanda – tanda (*the life of the sign*). Konsumsi kini disadari dilakukan bukan semata – mata karena kebutuhan dan kegiatan diproduksi bukan semata –

mata untuk menghasilkan kebutuhan dasar namun untuk salah satunya untuk meningkatkan kebanggaan simbolik.

Diskusi tentang masyarakat konsumen (*consumer society*) Baudrillard dimulai dengan diagnosisnya akan nilai tanda (*sign value*). Nilai tanda (*sign value*) adalah ideologi yang dihidupi oleh masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi. Dalam *sign value*, motif terakhir tindakan konsumsi bukanlah pelayanan dan nilai guna suatu barang, melainkan produksi dan manipulasi penanda – penanda sosial. Konsumsi menjadi motif utama dan penggerak realitas sosial, budaya bahkan politik (Baudrillard, 2009: 16).

Nilai tanda dan simbol – simbol, yang berupa status, prestise, ekspresi gaya dan gaya hidup, kemewahan dan kehormatan adalah motif utama aktivitas konsumsi masyarakat konsumen. Pergeseran nilai yang terjadi seiring dengan perubahan karakter masyarakat postmodern inilah yang kemudian menarik perhatian Baudrillard untuk mengkajinya secara lebih mendalam. Hampir seluruh dimensi kehidupan masyarakat sekarang dituntun oleh logika ekonomi kapitalis yang menawarkan keterbukaan, kebaruan, perubahan dan kecepatan kosntan. Dalam keadaan demikian, persoalan gaya hidup, mode dan penampilan menjadi nilai baru yang menggantikan nilai kebijaksanaan, kearifan dan kesederhanaan (Baudrillard dalam hidayat, 2011: 51-52).

Baudrillard menjelaskan tentang keberlimpahan tanda –tanda yang menyebar dengan luas. Relasi antara tanda dan konsumsi ini merupakan poin penting memahami teori konsumsi Badrillard. Objek diperlakukan sebagai tanda, konsumsi dan reproduksi dibuat sedemikian rupa melalui iklan, display, kemasan,

fashion agar masyarakat konsumen memperlakukan konsumsi sebagai tanda, citra, dan pesan. Pilihan konsumsi bukan lagi berdasarkan pada komoditas (Baudrillard, 2009: 34-35).

Baudrillard berpandangan bahwa konsumsi masyarakat dewasa ini lebih ditekankan pada nilai tanda (*sign value*) atau kualitas simbolik daripada nilai mengkonsumsi objek berdasarkan nilai guna, melainkan karena nilai tanda/symbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Hal ini disebabkan karena beberapa bagian dari tawaran iklan justru menafikan kebutuhan konsumen akan keunggulan produk melainkan dengan menyerang rasa sombong tersembunyi dalam diri manusia yakni dengan ditawarkannya sebagai simbol prestise dan gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dalam diri pemakainya. Dari sinilah kemudian terjadi percampuran antara kenyataan dengan simulasi dan menciptakan hiperelitas, dimana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas (Baudrillard, 2009: 57).

Menurut Baudrillard adalah dunia yang penuh simbol dan citra. Termasuk dalam konsumsi. Ketika orang mengkonsumsi, maka yang dikonsumsi sebenarnya bukan nilai barang, namun citra atas barang tersebut. Konsumsi dirayakan seiring dengan munculnya pusat perbelanjaan (Super) modern, kapitalisme neoliberal, dan pasar bebas. Cara kita berpakaian, apa yang kita makan, bagaimana kita bersosialisasi juga mengkomunikasikan hal – hal mengenai diri kita dan dengan demikian dapat dipelajari sebagai tanda (Barthes dalam Sardar, 2005: 10-11).

Kajian tentang konsumerisme saat ini menjadi penting. Signifikasinya adalah perubahan masyarakat saat ini cenderung menuju pada budaya konsumerisme seiring menjamurnya pusat perbelanjaan. Kajian ini dimulai dari tokoh klasik sampai dengan tokoh teori postmodern dengan konteks sosial masing – masing zaman mereka. Kajian keilmuan sosiologi dalam masyarakat konsumsi jelas akan senantiasa penting di masa yang akan datang (Baudrillard, 2009: 125).

Tanda adalah cerminan akulturasi dari individu paling meyakinkan. Individu menerima identitas dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka lakukan dalam interaksi sosial, dimana tanda dan citra mengambil peran penting untuk membentuk struktur dalam masyarakat. Aktivitas konsumsi pada dasarnya bukan dilakukan karena alasan kebutuhan, namun lebih pada alasan simbolis: kehormatan, status dan prestise. Lebih mengedepankan tanda, nilai-simbol menjadi motif utama aktivitas konsumsi. Objek komoditi dibeli karena makna simbolik yang ada di dalamnya dan bukan karena harga dan manfaatnya (Baudrillard dalam Hidayat, 2011: 59-65).

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini mempunyai maksud untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh dan utuh mengenai gaya hidup mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana peneliti berusaha memahami dan menafsirkan makna

suatu peristiwa interaksi tingkah laku mahasiswa bidikmisi dalam waktu tertentu (Irawan, 2006: 5).

Bogdan dan Taylor, mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis baik lisan atau ucapan dari orang – orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2005: 3).

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan fenomenologis. Menurut Schutz dalam pendekatan fenomenologis adalah berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan – kaitannya terhadap orang – orang biasa dalam situasi – situasi tertentu, dan tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang – orang yang sedang ditelitinya. Peneliti berusaha memahami gambaran gaya hidup mahasiswa bidikmisi serta memahami bagaimana individu aktor (mahasiswa bidikmisi) memahami makna terhadap tindakan atau perilakunya dalam melakukan interaksi dengan masyarakat (Ritzer, 2004: 94).

1.6.2. Jenis Data

1.6.2.1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Data primer berupa pendapat seseorang secara individual atau kelompok, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Peneliti dengan data

primer dapat mengumpulkan data sesuai yang diinginkan, karena data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian dapat dikurangi. Ada tiga metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer, yaitu dengan metode observasi, metode wawancara dan catatan lapangan.

Metode ini dilakukan dengan cara mewawancarai pihak yang dianggap mengetahui informasi tentang gaya hidup mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura. Mulai dari teman sejawat, teman kos, bahkan tidak menutup kemungkinan juga dilakukan wawancara pada beberapa instansi terkait agar di dapat informasi yang lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

1.6.2.2. Data Skunder

Data skunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh pihak lain). Data skunder umumnya berupa bukti, catatan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumentar) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Peneliti menggunakan data skunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan. Data ini diperoleh dari berbagai refrensi – refrensi data mengenai gaya hidup yang di dapat melalui browsing internet, buku, jurnal, literatur sikripsi yang berhubungan dengan tema skripsi ini.

1.6.3. Metode Pengumpulan Data

1.6.3.1. Observasi (Pengamatan)

Pengumpulan data dengan observasi langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut (Nazir, 2005: 175).

Observasi berlangsung dengan cara peneliti datang ke lokasi untuk silaturahmi dengan mahasiswa bidikmisi. Teknik pengamatan digunakan secara langsung oleh peneliti semenjak tema ini disetujui untuk dibuat proposal skripsi. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui tentang situasi atau kejadian yang senyatanya, termasuk pola gaya hidup mahasiswa bidikmisi, hubungan interaksi antara mahasiswa dan masyarakat di sekitar kos, serta tindakan yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Peneliti mengadakan pengamatan dengan cara pendekatan terhadap mahasiswa bidikmisi agar peneliti mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa bidikmisi tersebut.

Hal mudah dilakukan oleh peneliti, mengingat kedekatan peneliti dengan mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura. Pengamatan tersebut berlangsung relatif lama. Peran teman sejawat hanya sebatas menjadi informan kunci untuk mempermudah mengakses informasi tentang gaya hidup mahasiswa bidikmisi dan tidak terjadi subyek penelitian. Hal ini dilakukan untuk menghindari kemungkinan terjadinya bias dalam penelitian ini dan data tentang tindakan serta gaya hidup ini tidak mungkin diperoleh melalui teknik wawancara.

1.6.3.2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan

informan dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara) (Nazir, 2005: 193-194).

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini melakukan wawancara mendalam dengan informan. Dalam metode wawancara, peneliti menggunakan jenis metode dengan wawancara tidak terstruktur. Wawancara semacam ini digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal (Moleong, 2011: 190).

1.6.3.3. Catatan Lapangan

Bogdan dan Biklen mengemukakan bahwa catatan lapangan merupakan catatan tertulis mengenai apa yang didengar, dilihat, dialami, dan dipikirkan dalam rangka mengumpulkan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2005: 153).

Informan penelitian tidak dibatasi hanya memberikan respon terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti, namun informan penelitian telah diberikan kebebasan untuk mengekspresikan jawabannya. Semua informasi yang didapat di lapangan dicatat ke dalam catatan lapangan secara cermat pada hari yang sama dengan kegiatan wawancara, dengan tujuan untuk menghindarkan kemungkinan terlupakan atau tumpang tindih informasi antara subyek penelitian yang satu dengan yang lain.

1.6.4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan catatan lapangan,

dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, artinya data – data yang diperoleh dikumpulkan kemudian diklasifikasikan dan di analisa secara kualitatif dengan berpedoman pada kerangka pemikiran yang telah disajikan guna memberikan gambaran yang jelas tentang gaya hidup mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura.

Data yang berhasil dikumpulkan akan diolah melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah proses pengklasifikasian untuk mencari persamaan dan perbedaan kategori atau varisi yang ada, guna memperoleh data yang lebih signifikan. Dalam langkah pertama ini akan ditentukan tema – tema dari ide mengenai gambaran gaya hidup mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura. Tahap kedua adalah proses menghubungkan hasil – hasil klasifikasi tersebut dengan refrensi – refrensi atau teori yang berlaku atau berhubungan.

1.6.5. Metode Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Agar diperoleh temuan dan interpretasi yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik – teknik perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, ketekunan observasi, triangulasi, dan pemeriksaan sejawat.

1.6.5.1. Ketekunan Observasi

Metode ini dilakukan secara konsisten untuk mencari data dengan berbagai cara dalam kaitannya dengan proses analisis. Mencari suatu usaha membatasi berbagai pengaruh, mencari apa yang dapat dan tidak dapat diperhitungkan.

Ketekunan observasi bermaksud untuk dapat menemukan ciri – ciri dan unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal tersebut secara detail. Pengamatan dengan teliti dan rinci secara keseimbangan terhadap gambaran yang menonjol, mutlak dilakukan, dan kemudian menelaah gambaran tersebut sampai pada suatu titik sehingga pada tahap pemeriksaan data akan tampak salah satu atau seluruh faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa. Objek yang dievaluasi bisa bersifat nyata (*tangible*) seperti benda – benda, gerakan, perilaku (Irawan, 2006: 71).

1.6.5.2. Pemeriksaan Sejawat

Teknik pemeriksaan sejawat dilakukan melalui diskusi untuk membangun kejujuran dan keterbukaan mengenai apapun yang diperoleh, mulai dari teori substantif, metodologi, etika, dan aturan – aturan yang relevan. Dalam diskusi analitik, diharapkan terhadap kritik demi kesempurnaan hasil penelitian.

Pada dasarnya tidak ada formula yang pasti tentang tata cara penyelenggaraan diskusi semacam ini. Namun ditekankan agar peserta yang turut serta dalam diskusi ini memiliki pengetahuan dan pengalaman terutama tentang isi dan metodologi.

1.6.6. Metode Pemilihan Informan

Informan yang dipilih adalah mahasiswa bidikmisi. Penelitian ini menggunakan teknik purposif sampling, purposif sampling adalah sampel yang secara sengaja dipilih oleh peneliti karena sampel ini dianggap memiliki ciri-ciri tertentu yang dapat memperkaya data penelitian (Irawan, 2006: 17). Untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai masalah penelitian yang sedang dibahas dalam penelitian ini, maka diperlukan kategori informan.

Informan penelitian yang telah tercermin dalam fokus penelitian ditentukan secara sengaja. Informan penelitian ini menjadi informan yang memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Informan penelitian ini meliputi beberapa macam, seperti: informan kunci (*key informan*), informan utama dan informan tambahan (Sugiyono, 2010:171-172).

Informan utama adalah mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura khususnya yang memiliki tingkat konsumtif tinggi diantaranya dari angkatan tahun ajaran 2011-2013 dan disini diambil 4 informan. Melalui rekomendasi itu, peneliti segera menghubungi informan berikutnya sampai mendapatkan informasi yang valid.

1.6.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.7.1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini mengambil lokasi di Universitas Trunojoyo Madura, tepatnya pada mahasiswa bidikmisi. Alasannya karena terdapat pertimbangan dari lokasi ini. Pertama, merujuk pada rumusan masalah mengenai gaya hidup mahasiswa bidikmisi di Universitas Trunojoyo Madura, sehingga

