

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Gaya hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup. (Adlin (Ed.), dalam Bagong Suyanto, 2013:138)

Globalisasi yang menandai berakhirnya abad 20 merupakan sebuah keniscayaan yang membawa dampak serius di berbagai aspek kehidupan. Menurut Baudrillard (dalam Sindung Haryanto, 2011:163-164), misalnya, mengidentifikasi tumbuhnya masyarakat konsumsi sebagai salah satu dampak globalisasi. Dalam masyarakat konsumsi, terdapat kecenderungan orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya, melainkan karena gaya hidup (*life style*), demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh iklan dan mode lewat televisi, tayangan sinetron, acara *infotainment*, dan berbagai media lain. Apa yang ditawarkan dan diiklankan lewat media massa meliputi berbagai barang dan jasa yang memberikan citra sebagai ikon modernitas, kemewahan, dan glamor, terlepas dari nilai kemanfaatannya. Orang sebagai konsumen pun tidak lagi melihat apakah barang yang dikonsumsi tersebut memiliki nilai kemanfaatannya atau tidak, tetapi apakah barang dan jasa tersebut dapat

mencitrakan dirinya sudah memiliki gaya hidup modern. Konsumen pada dasarnya tidak membeli produk, tetapi citra (*image*). Dalam berbelanja, tujuan utamanya bukan untuk memenuhi, melainkan lebih sebagai sarana untuk mengkonsumsi tanda (*sign*), yaitu untuk meraih petanda (*signifiet*) berupa mendapatkan gengsi dan pengakuan sosial. Di sini nilai guna barang telah bergeser menjadi nilai tanda barang, yaitu untuk mendapatkan atau menaikkan citra pribadi agar dianggap “gaul” dan “modern” (Sindung Haryanto, 2011)

Manusia dalam hidupnya pasti mengalami perubahan-perubahan dan perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat memang telah terjadi sejak zaman dahulu. Seiring berjalannya perubahan waktu, sekarang ini perubahan yang terjadi dalam masyarakat berjalan sangat cepat sehingga membingungkan manusia yang menghadapinya. Untuk mempelajari perubahan pada masyarakat, perlu diketahui sebab-sebab yang melatari terjadinya perubahan itu. Apabila diteliti lebih mendalam sebab terjadinya suatu perubahan masyarakat, mungkin karena adanya proses perubahan masyarakat beserta dengan kebudayaannya dari hal-hal yang bersifat tradisional ke modern yang sering disebut dengan istilah Modernisasi. Serta akibat dari Globalisasi yaitu penyeragaman budaya bagi seluruh masyarakat dunia. (Risman Dhany, 2011)

Di era kapitalisme lanjut, diakui atau tidak perkembangan kekuatan industri budaya benar-benar telah mencapai taraf yang nyaris tak terkendali. Menurut Ritzer (dalam Bagong Suyanto, 2013:23-24) mencatat, beberapa perubahan dalam masyarakat post-modernisme yang merusak konsumen antara lain : *pertama*, pertumbuhan kartu kredit yang menyebabkan masyarakat

membelanjakan uang lebih banyak dari pada semestinya dan melebihi uang persediaan yang ada. Sering terjadi, karena difasilitasi kepemilikan kartu kredit mudah, konsumen acap kali membeli sesuatu yang tidak diperlukan, dan bahkan barangkali tidak mereka inginkan. *Kedua*, perkembangan *shopping mall* yang menjamur diberbagai sudut kota, bukan hanya mendemonstrasikan kemunculan tanpa henti produk-produk industri budaya terbaru, tetapi juga menawarkan sekaligus membujuk konsumen untuk membeli sesuatu yang tidak mereka butuhkan. *Ketiga*, perkembangan jaringan TV *shopping* dan *cyber mall* yang memberi kesempatan masyarakat dapat berbelanja setiap waktu, 24 jam sehari, tujuh hari dalam seminggu, yang dengan cara demikian meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membelanjakan uang mereka lebih dari pada yang semestinya. *Keempat*, adanya berbagai catalog yang menawarkan produk-produk industri budaya dengan berbagai variasi memungkinkan masyarakat membeli produk dari mana saja di dunia, dan mereka dibujuk untuk membeli produk yang sebetulnya tidak diperlukan. (Bagong Suyanto, 2013)

Masyarakat Indonesia yang konsumtif membuat modernisasi memiliki peran yang sangat penting apalagi dengan masuknya teknologi canggih yang terus-menerus menekan masyarakat Indonesia untuk membelinya, sifat konsumtif masyarakat Indonesia tidak lagi terjadi dikota-kota besar namun juga di pedesaan bahkan sifat konsumtif juga terjadi pada karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi, yang mengukur kebahagiaan seseorang diukur dari kepuasan seseorang dalam memenuhi apa yang di inginkan

tanpa melihat kebutuhan dasar dengan menumpuk-numpuk barang konsumsi dalam jumlah besar.

Perkembangan teknologi yang canggih dan serba mudah membuat masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang konsumtif dan boros yang rela menghabiskan seluruh uang mereka demi membeli apa yang mereka inginkan apalagi didukung dengan pertumbuhan kartu kredit yang banyak menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja yang banyak ditawarkan kepada orang yang berpenampilan menarik dan memiliki pekerjaan terutama para karyawan dan karyawan, pertumbuhan kartu kredit inilah yang membuat orang banyak berbelanja yang melebihi uang persediaan yang ada, mereka akan terus berbelanja sesuai dengan keinginan mereka dan secara tidak sadar mereka akan memiliki hutang yang sangat besar dengan bunga yang telah ditentukan.

Masyarakat Indonesia yang konsumtif tidak lagi membeli sesuatu dengan fungsinya melainkan karena rasa gengsi dan citra (*image*) dengan tujuan mereka akan mendapatkan pengakuan sosial atau status sosial mereka akan lebih terlihat oleh masyarakat sekitar, walaupun pengeluaran mereka lebih besar dari pada pendapatannya yang banyak terjadi pada para karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan dan hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan ?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

Untuk mengetahui gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

➤ MANFAAT TEORITIS

1. Memberikan kajian ilmiah khususnya di bidang sosiologi dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai gambaran gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas

➤ MANFAAT PRAKTIS

1. Sebagai masukan bagi para karyawan dan sebagai pengendalian diri dalam bertindak dan tidak menjadikan diri mereka sebagai masyarakat konsumtif
2. Bagi Dinas yang bersangkutan sebagai pertimbangan dalam menjaga *reputasi* karyawan yang di pandang sebagai panutan warga untuk tidak menjadikan diri mereka sebagai masyarakat konsumtif

1.3 KERANGKA TEORI

1.3.1 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam sebuah penelitian, tinjauan pustaka merupakan sesuatu yang sangat penting untuk dilakukan, hal ini dilakukan terkait orisinalitas sebuah karya tulis ilmiah dengan melihat referensi baik itu berupa buku-buku, kepastakaan atau peneliti sebelumnya yang mempunyai relevansi terhadap peneliti yang akan dilakukan. Dalam penelitian yang akan dilakukan kali ini penulis menjadikan penelitian sebelumnya sebagai bahan pertimbangan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Alfitri, majalah Empirika, Volume XI, No : 01, 2007 dengan judul “Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan” yang di terbitkan pada tahun 2007.

Dalam jurnal itu penulis telah menjelaskan banyak hal tentang gaya hidup dan konsumerisme yang ada didalam perkotaan serta menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat akan berdampak pada meningkatnya daya beli dan peningkatan daya beli biasanya dipicu oleh tingginya suatu penghasilan atau gaji disebuah keluarga atau kelompok masyarakat. Tingginya daya beli ini secara langsung maupun tidak langsung akan mendorong munculnya tumbuhnya pasar dan pusat perbelanjaan sebagai sarana transaksi langsung antara penjual dan pembeli kehadiran pusat-pusat perbelanjaan modern di kota-kota besar merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi, namun disisi lain akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat terutama pada perilaku sosial masyarakat perkotaan akan tetapi penelitian ini dilakukan antara tahun 2007 maka ada beberapa hal yang tidak ditemukan pada saat itu dan terjadi pada saat

sekarang dan penelitian yang pernah dilakukan kali ini mempunyai konteks yang berbeda yaitu : *pertama*, penelitian yang akan dilakukan kali ini terfokus pada gaya hidup konsumtif karyawan sedangkan penulis menjelaskan tentang Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan. *Kedua*, peneliti juga melakukan penelitian di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan sedangkan penulis menjelaskan tentang masyarakat yang ada di perkotaan. *Ketiga*, penelitian di atas dilakukan pada tahun 2007 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2014, sedikit banyak akan mengalami perubahan dalam gaya hidup masyarakat.

Selain perbedaan dalam penelitian ini juga memiliki kesamaan yaitu sama-sama menjelaskan tentang gaya hidup yang terjadi pada masyarakat dan perubahan-perubahan yang terjadi didalam kehidupan masyarakat modern.

1.3.2 DEFINISI KONSEP

1.3.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup. Adlin (Ed.) (dalam Bagong Suyanto, 2011:138)

Gaya hidup inilah yang sering dijadikan oleh seseorang sebagai citra diri supaya mereka memiliki status yang di pandang lebih oleh masyarakat sekitar, gaya hidup seperti ini yang menjadikan masyarakat memiliki sifat konsumtif.

1.3.2.2 Pengertian Karyawan

Menurut Hasibuan (dalam blog Waskita, 2012) Karyawan adalah setiap orang yang bekerja dengan menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada suatu perusahaan dan memperoleh balas jasa yang sesuai dengan perjanjian. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia karyawan merupakan orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dsb) dengan mendapatkan gaji (upah). Dapat disimpulkan bahwa karyawan merupakan orang yang bekerja pada suatu lembaga atau perusahaan dengan balas jasa berupa uang.

1.3.2.2.1 Karyawan Tetap

Pegawai yang menerima atau memperoleh penghasilan dalam jumlah tertentu secara teratur, termasuk anggota dewan komisaris dan anggota dewan pengawas yang secara teratur terus menerus ikut mengelola kegiatan perusahaan secara langsung, serta pegawai yang bekerja berdasarkan kontrak untuk suatu jangka waktu tertentu sepanjang pegawai yang bersangkutan bekerja penuh (*full time*) dalam pekerjaan tersebut. (Wibowo S, 2013)

1.3.2.2.2 Tenaga Harian Lepas (THL)

Tenaga Harian Lepas berkedudukan sebagai pegawai non PNS pada Satuan Kerja Perangkat Daerah dimana yang bersangkutan melaksanakan tugas. Tenaga Harian Lepas mempunyai tugas membantu kelancaran pelaksanaan tugas pada Satuan Perangkat Daerah dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan pemerintahan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Masa bakti Tenaga Harian Lepas adalah 1 (satu) tahun. Masa bakti dapat diperpanjang apabila dibutuhkan oleh Pemerintah Daerah berdasarkan hasil penilaian pelaksanaan pekerjaan serta kemampuan keuangan daerah.

1.3.3 LANDASAN TEORI

1.3.3.1 Konsumerisme Baudrillard

Jean P. Baudrillard menyatakan bahwa, situasi masyarakat kontemporer dibentuk oleh kenyataan bahwa manusia dimasa sekarang dikelilingi oleh faktor konsumsi yang begitu menyolok dengan ditandai oleh multiplikasi objek, jasa, dan barang-barang material. Dengan tegas, di dalam *selected writing*, konsep

manusia yang berkecukupan tidak lagi dikelilingi oleh manusia-manusia yang lain seperti di masa lampau, melainkan oleh objek-objek. Manusia sekarang hidup di dalam periode objek-objek, yakni bahwa kita hidup di dalam putaran irama mereka yang tidak ada putusnya. (Haryanto Soedjatmiko, 2008:26-27)

Tubuh manusia, yakni seluruh inci demi inci bagian dari tubuh manusia yang semuanya seolah tidak ada yang luput menjadi target sasaran produk-produk budaya. Di mata Baudrillard, tubuh adalah bagian inheren dari masyarakat konsumsi yang sering kali menjadi objek masyarakat menanamkan investasi psikologis, atau yang dalam istilah Marxian masyarakat telah memfetetisasikan tubuh mereka. Boleh dikata, sebagian besar uang yang dimiliki masyarakat dikeluarkan untuk merawat, mempercantik, membentuk tubuh ideal, membuat tubuh lebih halus, termasuk melakukan berbagai diet dan minum obat, vitamin atau bahkan melakukan operasi untuk membentuk tubuh yang dalam konstruksi berfikir masyarakat sebagai tubuh yang didambakan. (Bagong Suyanto, 2013:120)

Sifat konsumtif yang di tunjukkan oleh karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Bangkalan yang mengukur kebahagiaan seseorang dari apa yang mereka miliki serta memilih memiliki barang-barang bermerk dengan harga yang beragam sehingga peneliti membagi dalam beberapa kebutuhan, seperti kebutuhan pokok atau kebutuhan primer yang terdiri dari sandang (baju), papan (Rumah) serta pangan (makanan) di dalam penelitian ini yang disebut dengan kebutuhan primer yaitu kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari yang wajib di penuhi demi kelangsungan hidup manusia namun dalam penelitian yang peneliti lakukan pada karyawan tenaga

harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Bangkalan lebih memilih memiliki kebutuhan pokok dengan berbagai macam merk dengan harga yang beragam, seperti pakaian yang bermerk dengan harga yang sangat mahal, tempat makan favorit dan memiliki rumah sendiri serta kebutuhan sekunder, yaitu kebutuhan kedua setelah kebutuhan primer terpenuhi dan dalam penelitian ini yang di sebut dengan kebutuhan sekunder terdiri dari perawatan wajah dengan biaya hingga jutaan rupiah, rekreasi ke luar kota maupun negeri dengan biaya puluhan juta rupiah, kepemilikan *Handphone*, kepemilikan kendaraan serta kepemilikan perhiasan, bagi masyarakat konsumerisme kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang wajib mereka miliki demi menunjukkan status sosial mereka dan bagi masyarakat konsumerisme kepemilikan kendaraan roda empat tidak lagi menjadi kebutuhan tersier melainkan menjadi kebutuhan sekunder, masyarakat konsumerisme rela membeli barang-barang yang sangat mahal dengan merk-merk tertentu demi dapat menunjukkan status sosial mereka kepada orang lain

Seseorang yang ingin wajahnya tampil halus dan kerut-kerut di wajah tidak muncul hingga mengganggu penampilan maka dengan cepat ia dapat membeli apa yang dibutuhkan dan diinginkan ke *L'Occitane*, *Shiseido*, atau ke yang lain. Seseorang yang ingin tubuhnya terus harum dan tidak minder ketika berdekatan dengan orang lain, maka merk-merk minyak wangi yang berkelas, seperti *Channel*, *Bvlgari*, *Giorgio Armani*, atau yang lain dapat dibeli dengan mudah di berbagai *Mall* atau *Plaza*. Pendek kata, mulai dari ujung rambut hingga kuku jari kaki, semuanya tidak ada yang tidak menjadi target pasar kekuatan

industri budaya. Tubuh, dalam pandangan kekuatan kapitalisme tak ubahnya seperti lahan tempat persemaian hasil panen yang menjanjikan keuntungan dan akumulasi keuntungan yang sebesar-besarnya. (Bagong Suyanto, 2013:120-121)

Globalisasi yang menandai berakhirnya abad 20 merupakan sebuah keniscayaan yang membawa dampak serius di berbagai aspek kehidupan. Menurut Baudrillard (dalam Sindung Haryanto 2011:48). Misalnya, mengidentifikasi tumbuhnya masyarakat konsumsi sebagai salah satu dampak globalisasi. Dalam masyarakat konsumsi, terdapat kecenderungan orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya, melainkan karena gaya hidup (*life style*), demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh iklan dan mode lewat televisi, tayangan sinetron, acara *infotainment*, dan berbagai media lain. Apa yang ditawarkan dan diiklankan lewat media massa meliputi berbagai barang dan jasa yang memberikan citra sebagai ikon modernitas, kemewahan, dan glamor, terlepas dari nilai kemanfaatannya. Orang sebagai konsumen pun tidak lagi melihat apakah barang yang dikonsumsi tersebut memiliki nilai kemanfaatannya atau tidak, tetapi apakah barang dan jasa tersebut dapat mencitrakan dirinya sudah memiliki gaya hidup modern. Konsumen pada dasarnya tidak membeli produk, tetapi citra (*image*). Dalam berbelanja, tujuan utamanya bukan untuk memenuhi, melainkan lebih sebagai sarana untuk mengkonsumsi tanda (*sign*), yaitu untuk meraih petanda (*signifiet*) berupa mendapatkan gengsi dan pengakuan sosial. Disini nilai guna barang telah bergeser menjadi nilai tanda barang, yaitu untuk mendapatkan atau menaikkan citra pribadi agar dianggap “gaul” dan “modern” . (Sindung Haryanto, 2011)

Dalam pandangan Baudrillard, masyarakat modern mengistimewakan bentuk pemborosan primitive. Di jagat primitive. Pemborosan adalah satu ritual suka cita dan aksi karikatur, konsumsi dengan cara boros adalah satu kewajiban. Masyarakat modern ditandai adanya suatu kebutuhan yang tidak terbatas dan tiada henti. Satu logika konstan bahwa orang tidak berkecukupan. Deferensiasi dan kompetisi memberikan kontribusi kepada realitas dan logika bahwa semuanya tidak mungkin pernah cukup. Karena masalahnya terletak pada hubungan sosial (bukan dari totalitas barang-barang yang dimiliki), ini tidak akan dapat dipecahkan dengan peningkatan produksi, dengan inovasi kekuatan produksi, atau dengan apa yang kita pandang sebagai peningkatan daya beli Ritzer, (dalam Sindung Haryanto, 2011:49)

Media massa mempunyai peran sentral pada masyarakat modern dalam mendorong masyarakat konsumsi. Semua informasi diaktualkan. Artinya, dibuat dramatis dengan cara yang spektakuler. Mitologi ini menurut Baudrillard (dalam sindung Haryanto, 2011:49) mendorong tuntutan yang bukan-bukan. Apa yang dikedepankan media massa hanya akan melipat gandakan pemborosan yang lebih mendasar dan sistematis yang disatukan langsung dalam proses ekonomis, suatu pemborosan fungsional dan birokratis. Pandangan ini sejalan dengan para teoretikus kritik yang menyatakan bahwa “industri kultur”, yaitu struktur yang dirasionalisasikan dan dibiokratisasikan (missal jaringan televisi), adalah yang mengendalikan kultur modern. Industri kultur menghasilkan “kultur massa” yang didefinisikan sebagai kultur yang diatur, tidak spontan, dimaterialkan, dan palsu Ritzer dan Goodman (dalam Sindung Hariyanto, 2011:49-50)

Dalam pemikiran Adam Smith, masyarakat yang kapitalistik dan rasional umumnya baru membeli dan mengkonsumsi sesuatu ketika mereka membutuhkan, dan itu pun dengan dasar pertimbangan yang serba rasional, mengakulasi untung rugi dan dibayangkan masyarakat senantiasa mencari komoditas dengan harga yang terendah karena disitulah sifat rasional masyarakat bekerja. Menurut Skousen, (dalam Bagong Suyanto, 2013: 109). Tetapi, apa yang dipikirkan dan dikembangkan Jean P. Baudrillard berbeda dengan apa yang dibayangkan Adam Smith. Dimata Baudrillard, logika sosial konsumsi tidak akan terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang dan jasa oleh individu, namun terfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial. Menurut Ritzer, dalam Baudrillard, (dalam Bagong Suyanto, 2013:109). Konsumsi dalam pandangan Baudrillard (dalam Bagong Suyanto, 2013:109), dilihat bukan sebagai kenikmatan atau kesenangan yang dilakukan masyarakat secara bebas dan rasional, melainkan sebagai sesuatu yang terlembagakan yang dipaksakan kepada masyarakat, dan seolah merupakan suatu tugas yang tidak terhindarkan. Jean Baudrillard, mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat, yaitu bagaimana konsumsi menjadi pemenuhan akan tanda-tanda. Dengan kata lain, orang tidak lagi mengkonsumsi nilai guna produk, tetapi nilai tandanya. Menurut Piliang, dalam Adlin, (dalam Bagong Suyanto, 2013:110)

Dalam pandangan Baudrillard yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan, citra) dari pada komoditas itu sendiri. Artinya, komoditas

tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, melainkan berdasarkan atas apa yang dimaknai masyarakat itu sendiri. Dan, apa yang dimaknai masyarakat bukan dalam pengertian apa yang mereka lakukan, namun lebih pada hubungan masyarakat dengan seluruh sistem komoditas dan tanda. (Bagong Suyanto, 2013)

Apa yang dikonsumsi masyarakat, pada dasarnya bukanlah objek, melainkan tanda. Konsumsi merupakan sebuah sistem aksi dari manipulasi tanda, sehingga mengonsumsi objek tentu menandakan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengonsumsi objek tersebut, dan di saat yang sama kita berbeda dengan orang yang mengonsumsi objek yang lain. Inilah yang disebut Baudrillard sebagai kode, yang kemudian apa yang kita seharusnya konsumsi dan apa yang tidak kita konsumsi. Jadi, ketika masyarakat memiliki penghasilan lebih dan kemudian mengonsumsi sesuatu, sesungguhnya yang terjadi bukanlah sebuah kebebasan, karena yang terjadi adalah masyarakat tidak membeli apa yang mereka butuhkan, tetapi membeli apa yang kode sampaikan kepada kita tentang apa yang seharusnya dibeli. Ketika seseorang memutuskan membeli tas merek Louis Vuitton yang harganya puluhan juta rupiah, misalnya, yang ia beli sebetulnya bukan didorong karena kebutuhan untuk membeli tempat menaruh dompet, lipstik, dan lain-lain diatasnya, melainkan lebih karena didorong kebutuhan pembentukan citra atau gengsi sebagai bagian dari kelas sosial masyarakat yang tinggi. Pencarian status, materialisme dan hedonisme merupakan nilai dominan pada masyarakat konsumen. (Bagong Suyanto, 2013:111-112)

Masyarakat konsumsi, dalam banyak hal tidak akan pernah terpuaskan dan tidak akan mampu memuaskan kebutuhan konsumsi mereka, semata demi satu

perbedaan, sehingga kecenderungan semacam ini pelan namun pasti akan melahirkan masyarakat konsumen yang rakus dan mengidap ketidakpuasan tanpa henti dan tidak akan pernah berakhir. Konsumsi yang dikembangkan masyarakat kapitalis, pada dasarnya bukanlah dengan tujuan untuk mencari kenikmatan dan ketermanfaatannya saja, melainkan lebih untuk tujuan memperoleh perbedaan, karena melalui perbedaan itulah masyarakat memiliki status sosial dan makna sosial. Di era post-modernisme, masyarakat ketika memutuskan membeli dan mengonsumsi sesuatu, yang menjadi pertimbangan bukanlah apakah sesuatu itu berguna atau tidak, tetapi yang penting adalah makna apa yang melekat pada sesuatu itu. Tidak sedikit masyarakat lantas menjadi *pemboros agung*, konsumtif, mengonsumsi tanpa henti, rakus dan serakah, karena kebutuhan seolah tidak pernah terpuaskan akibat pikiran mereka sendiri yang selalu ingin tampil beda. (Bagong Suyanto, 2013:112-113)

1.4 METODE PENELITIAN

1.4.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh dan utuh mengenai gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan penelitian kualitatif, karena penelitian kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk lebih dapat memahami setiap fenomena yang sampai sekarang belum banyak diketahui. (Moleong, 2011:7) misalnya, masih banyak masyarakat yang tidak menyadari bahwa mereka termasuk dalam ciri-ciri masyarakat konsumtif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, Bogdan (dalam Muhammad Idrus, 2007:77) mendefinisikan studi kasus sebagai kajian yang rinci atas satu latar atau suatu peristiwa tertentu. Robson (dalam Muhammad Idrus, 2007:77) lebih memposisikan studi kasus sebagai suatu strategi untuk melakukan penelitian. Ari (dalam Muhammad Idrus, 2007:78) menyatakan bahwa studi kasus adalah suatu penyelidikan intensif tentang seseorang individu, namun demikian studi kasus terkadang dapat juga dipergunakan untuk menyelidiki unit sosial yang kecil seperti keluarga, sekolah, kelompok-kelompok “geng” anak muda.

Dalam pendekatan studi kasus, biasanya seorang peneliti akan meneliti satu individu atau satu unit sosial tertentu secara lebih mendalam. Dengan begitu peneliti berusaha untuk menemukan semua variabel penting yang terkait dengan diri subjek yang diteliti. Selain itu, peneliti juga meneliti bagaimana perkembangan diri subjek, mengapa hal itu terjadi, perilaku subjek dan mengapa

perilaku itu di lakukan serta bagaimana perilaku berubah dan mengapa terjadi perubahan perilaku tersebut. Mencermati banyaknya informasi yang akan digali dalam penelitian dengan menggunakan studi kasus ini, maka dengan sendirinya batas waktu yang dibutuhkan peneliti cukup lama. Hal tersebut karena peneliti harus mengumpulkan data tentang kondisi subjek masa kini, situasi yang lama pada masa lalu, alasan-alasan mengapa situasi ataupun kondisi subjek berubah, pengalaman subjek masa lalu, lingkungan sekitarnya dan yang lebih rumit adalah keterkaitan faktor-faktor tersebut antara satu sama lainnya. (Muhammad Idrus, 2007)

Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu untuk mencari dan memahami secara mendalam tentang subyek penelitian dimana para karyawati tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan termasuk dalam ciri-ciri masyarakat konsumtif, dan alasan untuk memilih karyawati tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan sebagai subyek penelitian dikarenakan : *Pertama*, dilihat dari jumlah karyawan di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan memiliki karyawan Tenaga Harian Lepas sedikit lebih banyak dari pada karyawan tetap (PNS) yang akan menimbulkan persaingan dalam penampilan atau mereka akan meniru apa yang menjadi tren terkini di dalam kantor tersebut. *Kedua*, Dinas Sosial Tenagakerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan berada disebelah barat Bangkalan Plaza dan pasar tradisional sehingga para karyawati lebih leluasa dalam berbelanja sepulang dari kantor. *Ketiga*, banyaknya pedagang yang masuk

ke dalam kantor yang menawarkan berbagai macam tas dengan merk tertentu, makanan atau kue serta macam-macam kosmetik yang ditawarkan di kantor tersebut sehingga sedikit banyak para karyawan akan tertarik untuk membelinya. Alasan inilah yang menjadikan peneliti mengambil penelitian di kantor pemerintahan tersebut yaitu di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan sehingga peneliti memilih karyawan tenaga harian lepas (THL) sebagai informan dalam penelitian. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang masyarakat konsumtif pada karyawan tenaga harian lepas (THL).

1.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara untuk mendapatkan data yang valid. Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1.4.2.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari informan secara langsung melalui pengisian kuisioner dan hasil wawancara. Kuisioner dan wawancara berisi sejumlah pertanyaan dan pertanyaan yang berkaitan dengan karakteristik responden (internal maupun eksternal) yaitu gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Kabupaten Bangkalan. Dimana informan tersebut para karyawan tenaga harian lepas (THL) yang termasuk dalam ciri-ciri masyarakat konsumtif. Ada pun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yaitu :

1.4.2.1.1 Observasi

Pada penelitian ini observasi yang digunakan yaitu observasi terus terang atau tersamar-samar, terhadap karyawan tenaga harian lepas (THL) dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi (Sugiyono, 2011:228)

Penelitian terus terang atau tersamar bertujuan supaya para karyawan tenaga harian lepas (THL) dapat lebih leluasa untuk memberikan informasi maupun dalam menjawab pertanyaan dalam melakukan wawancara sehingga diharapkan supaya karyawan tenaga harian lepas (THL) lebih banyak memberikan keterangan dan jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti

1.4.2.1.2 Wawancara

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilaksanakan secara terencana dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun secara rapi dengan tujuan agar mempermudah dalam melakukan wawancara dengan para karyawan tenaga harian lepas (THL) yang berhubungan dengan gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan

Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Peneliti yang menggunakan jenis wawancara ini bertujuan mencari jawaban terhadap hipotesis kerja. Untuk itu pertanyaan-pertanyaan disusun dengan rapi dan ketat. (Moleong, 2011:190)

1.4.2.2 Data Sekunder

Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi kantor Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan. Hal ini guna memenuhi kebutuhan untuk informasi mengenai gambaran umum lokasi penelitian. Data sekunder nantinya akan menjadi pelengkap atau penunjang terhadap penelitian ini akan diperoleh dari berbagai buku, internet, skripsi dan literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip

1.4.3 Metode Pemilihan *Informan*

Pemilihan *informan* dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive* dimana teknik pemilihan *informan* dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang di anggap paling tahu tentang apa yang kita terapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2011:218-219). Untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL), maka diperlukan kategori informan.

Berdasarkan pendapat tersebut maka peneliti menentukan kategori informan yakni informan kunci (*key informan*), *informan* utama dan *informan* tambahan

Informan utama adalah karyawan tenaga harian lepas (THL) yang tergolong dalam ciri-ciri masyarakat konsumtif, yang memiliki kegemaran berbelanja barang-barang bermerk, membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi karena keinginannya dan gengsi atau *prestise* atas suatu produk sedangkan *informan* tambahan dalam penelitian sangat penting dan perlu untuk dilakukan sebagai pendukung atau kebenaran terhadap jawaban yang informan berikan kepada peneliti, untuk mengetahui apakah jawaban yang informan berikan benar atau tidak maka peneliti perlu melakukan wawancara dengan orang yang paling dekat dengan informan yang mengetahui semua tentang keadaan serta gaya hidup informan, seperti suami, anak, orang tua, saudara, pembantu, tetangga maupun teman informan

1.4.4 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya

sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display* dan *conclusion drawing/verification* (kesimpulan).

Reduksi data adalah analisa yang meliputi identifikasi (menyeleksi kelayakan data), klasifikasi (memilih dan mengelompokkan data) dan kodefikasi (kegiatan memberikan identitas pada penelitian yang dipilih). Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. (Sugiyono, 2011:247)

Setelah proses reduksi data dilanjutkan dengan penyajian data (data *display*) dengan kata lain mengelompokkan data dari hasil reduksi data. Tahapan yang terakhir dalam menganalisis data yaitu penarikan kesimpulan atau *verification*, dengan kegiatan analisis yang lebih baik spesifik pada proses penafsiran data yang sudah disajikan. Semua tahapan dalam analisis dilakukan secara terus menerus. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. (Sugiyono, 2011:252-253). Data yang diamati adalah gaya hidup konsumtif karyawan tenaga harian lepas (THL) di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan.

1.4.5 Metode Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data yang akan dilakukan untuk membangun reabilitas data yang di peroleh dilapangan ataupun dokumen. Dapat dikemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah instrument itu sendiri. Pemeriksaan keabsahan data peneliti ambil dalam penelitian ini yang merupakan bagian dari uji kreabilitas yaitu triangulasi. *Triangulasi* dalam metode pemeriksaan keabsahan data ini merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain. Denzin (dalam Moleong, 2011:330) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan 1. Sumber 2. Metode 3. Penyidik 4. Teori

Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, dengan menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kreadibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan menggunakan triangulasi sumber, peneliti dapat memanfaatkan sumber, dengan sumber dapat di capai dengan jalan (Moleong, 2011:331)

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

Dalam penelitian ini menggunakan cara peneliti membandingkan antara hasil data pengamatan dengan hasil data wawancara, karena dengan data yang diperoleh dengan cara wawancara, lalu dicek dengan *observasi*, dokumentasi ataupun kuesioner bila dengan tiga teknik pengujian data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut terhadap sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk lebih memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda – beda.

Jadi *triangulasi* cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber. (Moleong, 2011:332)

1.5 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan, Lokasi ini dipilih secara sengaja oleh peneliti, dengan maksud dan tujuan untuk menemukan daerah yang relevan dengan fokus

penelitian. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja oleh peneliti dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan. *Pertama*, kota Bangkalan adalah kota yang paling dekat dengan kota Surabaya yang merupakan kota metropolitan. *Kedua*, Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan berada disebelah barat Bangkalan Plaza dan pasar tradisional kota Bangkalan serta akses menuju suramadu lebih dekat sehingga para karyawati tenaga harian lepas (THL) semakin dekat dan leluasa dalam berbelanja. *Ketiga*, banyaknya pedagang yang leluasa masuk kedalam kantor Dinas Sosial Tenagakerja dan Transmigrasi di Kabupaten Bangkalan yang menawarkan berbagai macam tas, dengan merk tertentu, makanan serta barang-barang kosmetik yang ditawarkan di kantor tersebut sehingga sedikit banyak para karyawati akan tertarik untuk membelinya. Waktu penelitian yang dilakukan di mulai dari persiapan sampai pembuatan proposal di mulai pada bulan Oktober hingga bulan Maret