

**KONSUMERISME DALAM BERBUSANA DI KALANGAN
MAHASISWI SOSIOLOGI AGAMA ANGKATAN 2013-2015
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**



Skripsi

**Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

Oleh:

**Pramita Yuda
NIM 13540015**

**PROGAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2018



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen: Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M. Hum., M.A.
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

=====

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Saudari Pramita Yuda
Lamp. : 4 eksemplar

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Pramita Yuda
NIM : 13540015
Jurusan/Prodi : Sosiologi Agama
Judul Skripsi : Konsumerisme dalam Berbusana di Kalangan Mahasiswi
Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 Fakultas Ushuluddin dan
Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Jurusan/Prodi Sosiologi Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 April 2018

Pembimbing

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
(NIP. 19711019 199603 2 001)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pramita Yuda
NIM : 13540015
Jurusan : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Alamat rumah : Jln. Titibumi Timur No.20 RT 09 RW 03, Gadingan,
Banyuraden, Gamping, Sleman, Yogyakarta
Alamat di Yogyakarta : Jln. Titibumi Timur No.20 RT 09 RW 03, Gadingan,
Banyuraden, Gamping, Sleman, Yogyakarta
Telp./Hp. : 087705478526
Judul : Konsumerisme dalam Berbusana di Kalangan
Mahasiswi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Bilamana skripsi telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqasyah. Jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqasyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 11 April 2018

Yang menyatakan,



Pramita Yuda

NIM. 13540015



PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor: B-1010/Un.02/DU/PP.05.3/05/2018

Tugas Akhir dengan judul : KONSUMERISME DALAM BERBUSANA DI KALANGAN
MAHASISWI SOSIOLOGI AGAMA ANGKATAN 2013-2015
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PRAMITA YUDA
Nomor Induk Mahasiswa : 13540015
Telah diujikan pada : Rabu, 15 Mei 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : 90 (A-)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
NIP. 19711019 199603 2 001

Penguji II

Dr. Moh. Soehadha, S.Sos., M.Hum
NIP. 19720417 199903 1 003

Penguji III

Dr. Masroer, S. Ag., M. Si
NIP. 19691029 200501 1 001

Yogyakarta, 15 Mei 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

DEKAN



Dr. Alim Roswanto, M. Ag.
NIP. 19681208 199803 1 002

MOTTO

***Impianku bukanlah untuk menjadi yang terbaik.
Tapi menjadi seseorang yang tidak akan membuat diriku sendiri malu.***

-Key SHINee-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua penulis, bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan banyak dukungandalam segala hal untuk penulis.

Teman-teman Prodi Sosiologi Agama 2013.

Almamaterku tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr, Wb.

Alhamdulillahirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *Konsumerisme dalam Berbusana di Kalangan Mahasiswi Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Shalawat serta salam penulis selalu tcurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat yang telah menuntun umat hingga ke masa yang terang benderang.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa bimbingan, bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, izinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi Asmin, M.A., Ph. D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Alim Roswanto M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum, selaku Ketua Prodi Sosiologi Agama yang telah memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Amin Lc (Alm), selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini telah membimbing dan memberikan motivasi selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M. Hum., M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang penuh kesabaran, keikhlasan dan ketulusanya dalam membimbing penulis, meluangkan waktu dan pikiran untuk mengoreksi tulisan penulis serta memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen Progam Studi Sosiologi Agama yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.
7. Bapak/ Ibu staf dan karyawan Prodi Sosiologi Agama, yang telah membantu dalam kelancaran selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Teguh Raharjo Slamet dan Ibu Sutini, yang telah berjuang dalam segala hal tanpa mengenal lelah, selalu memberikan doa dalam setiap langkah penulis.
9. Teman-teman seperjuangan Novi, Neni, Vivi, Shabrina, Fatma dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Untuk Mas Aryan yang tak henti-hentinya memberikan doa dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman- teman KKN 89 Dusun Sorogenen II Kharisma, Fiki, Toni, Hanafi, Devi, Ilmi, Mei, dan Titin terimakasih sudah menjadi keluarga baru.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak yang telah membantu, semoga amal baik dapat diterima oleh Allah SWT, dan mendapatkan limpahan rahmat dari-Nya. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, penulis menyadari karena keterbatasan pengetahuan penulis dengan segala upaya telah mencurahkan agar memperoleh hasil yang maksimal. Walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan segala kerendahan hati sebagai koreksi. Terimakasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 11 April 2018

Pramita Yuda
13540015

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Kerangka Teori.....	12
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II PROFIL PRODI SOSIOLOGI AGAMA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.....	22
A. Sejarah Fakultas Ushuludin dan Pemikiran Islam.....	22
B. Profil Jurusan Sosiologi Agama	24
1. Sejarah Berdirinya Sosiologi Agama	24

2. Visi, Misi dan Tujuan Sosiologi Agama	26
3. Kode Etik Berbusana Sosiologi Agama	28
C. Gambaran Sosial-Budaya Mahasiswi.....	30
D. Fungsi Busana	32
E. Perkembangan Busana.....	34
BAB III TINDAKAN SOSIAL KONSUMERISME	
MAHASISWI.....	50
1. Tindakan Instrumental Konsumerisme Mahasiswi	52
2. Tindakan Yang Berorientasi Nilai Konsumerisme Mahasiswi ...	56
3. Tindakan Afektif Konsumerisme Mahasiswi	60
4. Tindakan Tradisional Konsumerisme Mahasiswi	68
BAB IV TINDAKAN PASCA PEMBELIAN DALAM KONSUMERISME	
MAHASISWI.....	73
A. Tindakan Kepuasan dalam Konsumerisme	75
1. Kehidupan Keagamaan	76
a. Mengikuti diskusi keagamaan	76
b. Mengikuti pengajian	77
2. Kehidupan Sosial	79
a. Percaya Diri	79
b. Relasi sosial lebih baik	82
B. Perilaku Ketidakpuasan dalam Konsumerisme	84
1. Kehidupan Keagamaan.....	84
a. Riya atau Pamer.....	84
b. Tidak sesuai syariat agama yang diyakininya	85
2. Kehidupan Sosial	87
a. Memunculkan Rasa Iri.....	87
b. Pemborosan	89

c. Mudah terbawa arus mode.....	90
BAB V PENUTUP.....	93
A. KESIMPULAN	93
B. SARAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR INFORMAN	101
DAFTAR PERTANYAAN.....	103
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Busana Wanita dan Pria di UIN SUKA	29
Gambar 2.2 Busana Tahun 60an.....	37
Gambar 2. 3 Busana Tahun 70an.....	38
Gambar 2. 4 Busana Tahun 80an.....	39
Gambar 2. 5 Busana Tahun 90an.....	39
Gambar 2. 6 Busana Tahun 2000an- sekarang	40
Gambar 2. 7 Busana sekarang	40
Gambar 2. 8 Busana sekarang	40
Gambar 2. 9 Busana sekarang	41
Gambar 2. 10 Busana sekarang	41
Gambar 2. 11 Busana sekarang	41
Gambar 2. 12 Busana sekarang	41
Gambar 2. 13 Jilbab Pasmina	42
Gambar 2. 14 Jilbab Motif.....	43
Gambar 2. 15 Jilbab Polos Rawis.....	43
Gambar 2. 16 Busana Cardigan.....	44
Gambar 2. 17 Busana Outer	44
Gambar 2. 18 Busana Blouse	45

Gambar 2. 19 Busana Jumpsuit	45
Gambar 2. 20 Busana Longdress	46
Gambar 2. 21 Busana Turtle Neck	46
Gambar 2. 22 Busana Tunic	47
Gambar 2. 23 Busana Batwing	47
Gambar 2. 24 Busana Celana Kulot	48
Gambar 2. 25 Busana Celana Kain	48
Gambar 2. 26 Celana Jeans Rawis	49
Gambar 2. 27 Celana Jogger Pants	49
Gambar 3. 1 Selebgram @aghniapunjabi	65
Gambar 3. 2 Selebgram @joyagh	66
Gambar 3. 3 Selebgram @nisacookie	67

ABSTRAK

Manusia dan kebutuhan sandang memang tidak bisa dipisahkan. Sekarang ini perkembangan busana banyak diminati masyarakat tidak terkecuali mahasiswa. Ditengah perubahan sosial dan modernisasi busana saat ini tidak hanya berfungsi sebagai penutup aurat saja, namun sudah beralih fungsi menjadi sebuah busana *trend fashion* yang banyak menarik minat mahasiswa. Gaya hidup masyarakat konsumerisme juga dihubungkan dengan status kelas sosial ekonomi menengah keatas, namun hal ini menjadi menarik ketika mahasiswa yang mempunyai latar belakang ekonomi menengah kebawah melakukan pembelian busana secara berkelanjutan. Penelitian ini memfokuskan pada bentuk tindakan sosial mahasiswa dalam pembelian busana dan tindakan pasca pembelian secara kepuasan dan ketidakpuasan yang dapat mempengaruhi tindakan mahasiswa dari segi kehidupan keagamaan dan kehidupan sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif. Sumber data primer berupa hasil wawancara dan sumber data sekunder berupa buku, jurnal dan internet yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode deskriptif dan eksplanasi. Teori yang digunakan adalah teori tindakan sosial Max Weber untuk menjelaskan alasan mereka mengapa melakukan pembelian busana. Kemudian menjelaskan tindakan pasca pembelian dengan menggunakan teori konsumtif Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yaitu tindakan pasca pembelian berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan yang mempengaruhi tindakan mahasiswa dalam kehidupan sosial maupun kehidupan keagamaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan sosial yang dilakukan mahasiswa Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 dapat dibagi kedalam empat tipe tindakan. *Pertama*, tindakan instrumental dapat dilihat dari tindakan mahasiswa yang membeli busana berdasarkan pertimbangan yaitu membeli busana ketika busana yang lama sudah tidak layak pakai dan membeli ketika ada acara tertentu yang harus menyesuaikan kostumnya. *Kedua*, tindakan yang berorientasi pada nilai yaitu mahasiswa membeli busana tertutup dan tidak ketat agar terlihat cantik. *Ketiga*, tindakan afektif yang dilakukan mahasiswa didasarkan pada perasaan atau emosi sesaat yaitu membeli busana hanya karena hobby, bosan dan keinginan untuk mengikuti selebgram (*celebritis instagram*). *Keempat*, tindakan tradisional dapat dilihat dari mahasiswa yang membeli busana karena adanya dukungan dari orang tua dan teman. Tindakan pasca pembelian, *pertama*, kepuasan yang dirasakan mahasiswa dari segi keagamaan bahwa mahasiswa menjadi sering mengikuti kegiatan diskusi keagamaan di kampus dan sering mengikuti pengajian baik dikampus maupun diluar kampus. Dari segi sosial bahwa mahasiswa merasa lebih percaya diri ketika bertemu orang lain dan relasi sosial yang terjalin dengan orang menjadi lebih baik. *Kedua*, Ketidakpuasan yang dirasakan mahasiswa dengan membeli busana dari segi keagamaan menunjukkan bahwa mahasiswa merasa riya' atau pamer dan belum berbusana sesuai syariat agama yang diyakininya. Dari segi sosial bahwa mahasiswa merasa iri ketika temannya sudah mempunyai busana yang tren, pemborosan dan mudah terbawa arus mode.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era saat ini perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong berkembangnya perubahan manusia dalam hal kebutuhan, keinginan dan selera. Hal ini dapat dilihat dari perubahan perilaku manusia, seperti perilaku konsumtif.¹ Seorang yang konsumtif menjadikan konsumtifnya sebagai gaya hidup, maka orang tersebut menganut suatu paham yaitu konsumerisme. Menurut Hawkins, Best dan Coney 2001 konsumerisme merupakan suatu gerakan sosial seseorang atau kelompok yang bertujuan untuk meningkatkan kekuatan pembeli relatif terhadap penjual artinya melakukan dan menjalankan proses pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan, tidak sadar dan berkelanjutan.² Seseorang yang memiliki paham konsumerisme cenderung menggunakan barang atau jasa tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan hanya untuk memenuhi kepuasan dan mengarah pada gaya hidup yang glamor, boros dan lain sebagainya.

Gaya hidup masyarakat konsumerisme juga dihubungkan dengan status kelas sosial ekonomi menengah keatas. Misalnya gaya berpakaian masyarakat saat ini. Pada dasarnya fungsi busana yang utama adalah menutupi

¹ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2013), hlm. 92.

² Tengku Ezni Balqiah dan Hapsari Setyowardhani. *Perilaku Konsumen* (Banten: Universitas Terbuka, 2014). hlm 9. 3.

dan melindungi tubuh. Namun, pakaian tidak lagi dilihat sebagai kebutuhan dasar bagi manusia, tetapi juga sebagai *trend fashion*³ yang menjadi bagian dari kehidupan sosial.⁴

Manusia memiliki naluri untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Begitu juga dengan melakukan konsumsi tiada batas. Manusia mempunyai alasan untuk melakukan konsumsi dengan keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki. Seperti halnya *trend fashion* busana muslimah, yang perkembangannya begitu cepat mulai dari model, motif dan warna yang banyak diminati tidak terkecuali oleh mahasiswa. Mereka rela mengeluarkan banyak biaya untuk membeli busana yang saat ini sedang populer di industri *trend fashion*.⁵ Kebutuhan manusia hampir tersedia di pasar, berbagai komoditas yang dibutuhkan untuk memenuhi keinginan dan selera masyarakat konsumen umumnya telah tersedia dan siapa pun dapat mengonsumsinya asalkan memiliki uang yang cukup sebagai alat pertukaran.⁶

Kemajuan dalam hal teknologi juga memberikan dampak serius bagi kaum hawa. Individu muslimah juga turut dipaksa untuk mengikuti *trend fashion*

³ *Trend fashion* adalah gaya berpakaian yang populer selama waktu tertentu.

⁴ Mutia Nastiti Pawanti, “Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard” (Skripsi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia Depok, 2013), hlm. 2-3.

⁵ Noor Arifah Maziyah, “Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krpyak Yogyakarta” (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), hlm. 1.

⁶ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, hlm. 57.

dalam berbusana yang selalu mengintervensi kehidupan masyarakat. *Trend fashion* dapat diartikan sebagai sesuatu yang diikuti oleh banyak orang dan menjadi panutan kemudian berkembang sesuai zaman.⁷

Masyarakat saat membeli barang dan jasa bukan sekedar karena nilai kemanfaatannya atau karena didesak kebutuhan yang tidak bisa ditunda, melainkan karena dipengaruhi gaya hidup (*life style*) demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh cara berpikir masyarakat consumer yang telah terhegemoni oleh pengaruh iklan, internet, majalah *fashion* dan berbagai bentuk industri budaya populer lain.⁸

UIN Sunan Kalijaga sebagai lembaga pendidikan tidak terlepas dari arus modernitas yang memberikan pengaruh terhadap perilaku mahasiswi. Salah satu prodi yang membuat penulis tertarik yaitu prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. Sosiologi Agama merupakan disiplin keilmuan yang tergolong masih baru di dalam sosiologi maupun keilmuan agama. Sosiologi Agama dikatakan masih baru karena banyaknya ilmu-ilmu modern yang masuk dan dipelajari dalam prodi ini. Sosiologi agama disadari sebagai pembentuk dinamika dan relasi sosial maupun pola relasi dalam agama. Agama tidak hanya

⁷ Selvi Juniarti, "*Implikasi Trend Busana Muslimah dan Perilaku Sosial di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*". (Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016). hlm 1-2.

⁸ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. hlm. 107.

diartikan sebagai institusi, tetapi juga meliputi ajaran, pola pikir, pola relasi dan sebagai ideologi.⁹

Namun mahasiswi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta jika dilihat dari gaya busananya, cenderung mengikuti *trend fashion* dari waktu ke waktu. Mahasiswi Sosiologi Agama selalu *up to date*¹⁰ dengan perkembangan *fashion*. Hal ini terlihat dari model busana yang digunakan saat berada di kampus sangat *fashionable* (mengikuti perkembangan mode) dan *trendi* (busana muslimah yang mengikuti perkembangan mode).¹¹ Dari hasil wawancara penulis dengan beberapa teman mahasiswi, menunjukkan bahwa rata-rata mereka dari golongan tingkat ekonomi menengah kebawah. Hal ini bisa dilihat dari pekerjaan orang tua yang sebagian besar sebagai buruh petani, pedagang dan wiraswasta. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena adanya bentuk kesenjangan bahwa dengan tingkat ekonomi menengah kebawah mahasiswi dapat berperilaku konsumerisme terhadap busana.

Mahasiswi cenderung memiliki budaya “pengikut” terhadap adanya *trend fashion* contohnya busana atau model busana yang dikenakan biasanya mengikuti tren yang sedang marak diminati masyarakat pada umumnya. Disisi

⁹ Munawar Ahmad, *Bunga Rampai Sosiologi Agama Teori, Metode dan Ranah Studi Ilmu Sosiologi Agama* (Yogyakarta: FUSAP UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015). hlm. 133.

¹⁰ *Up to date* adalah mengikuti hal-hal yang terkini, terbaru.

¹¹ Husnul Khotimah, “*Busana Muslimah dan Pola Interaksi Sosial Mahasiswi Asrama Hasanah Sapen Yogyakarta*”. (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2013). hlm 3.

lain mahasiswi juga menghendaki adanya produk tersebut yang mencerminkan kebutuhan, kepribadian dan gaya hidup yang khas.¹²

Melihat fenomena tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “*Konsumerisme dalam Berbusana di Kalangan Mahasiswi Prodi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta*”, dan mengetahui sejauh mana tindakan sosial mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam berperilaku konsumerisme terhadap busana.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis membatasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tindakan sosial konsumerisme berbusana mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta?
2. Bagaimana tindakan pasca pembelian mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dari segi kehidupan keagamaan dan kehidupan sosial terhadap perilaku konsumerisme?

¹² Tengku Ezni Balqiah dan Hapsari Setyowardhani. *Perilaku Konsumen*, hlm 1.15.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini mempunyai tujuan dan kegunaan sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui tindakan sosial mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam perilaku konsumerisme.
 - b. Untuk mengetahui tindakan pasca pembelian mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dari segi kehidupan keagamaan dan kehidupan sosial terhadap perilaku konsumerisme.
2. Kegunaan penelitian
 - a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan dan dapat dijadikan referensi penelitian berikutnya.
 - b. Secara praktis, menambah khasanah ilmu pengetahuan dan pengembangan nilai-nilai sosial-agama khususnya yang berkaitan dengan bidang Sosiologi Agama, terutama dalam hal perilaku konsumerisme.

D. Tinjauan Pustaka

Dari judul penelitian yang diangkat penulis, sudah banyak penelitian-penelitian yang dilakukan oleh para peneliti berkaitan dengan perilaku konsumerisme. Adapun hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti mengenai kegiatan yang bersifat konsumerisme, yang berkorelasi dengan penelitian ini antara lain:

Muhammad Abdul Aziz (2016) mahasiswa Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya menunjukkan budaya konsumtif menyebar begitu cepat seiring perkembangan informasi dan teknologi kelapisan masyarakat khususnya para santri. Hasil penelitian bahwa pertama, jika terkait dengan hal-hal yang bersifat fungsi dari barang, para santri memilih untuk membeli barang atau produk dengan harga mahal asalkan kualitas produk tersebut menjamin. Kedua, santri Pabelan membeli produk dengan kemasan yang bagus. Sebab, bagus dan tidaknya kemasan menjadi indikator kualitas isi dan profesional suatu perusahaan. Ketiga, santri Pabelan membeli produk tidak mendasarkan pada yang melekat pada produk itu. Dari tiga temuan diatas, santri Pabelan belum bisa dikatakan konsumtif, akan tetapi potensi untuk mengarah ke konsumtif ada. Hal tersebut dapat dilihat dari pola hidup santri Pabelan yang ada sebelum masuk ke pondok. Faktor keluarga juga dapat

memicu terjadinya perilaku konsumtif jika santri Pabelan banyak yang berasal dari keluarga yang terbiasa hidup konsumtif.¹³

Tofik Hidayah (2015) mahasiswa Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya menunjukkan bahwa budaya konsumerisme merupakan imbas dari globalisasi yang mempengaruhi gaya hidup seseorang. Hasil penelitian menunjukkan faktor paling besar yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswi migrant Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta adalah lingkungan. Pengaruh terhadap lingkungan di sekitar sangatlah besar dan juga arus modernisasi yang begitu berkembang pesat sehingga tidak menutup kemungkinan seseorang akan terbawa arus modernisasi terutama dalam media komunikasi. Tingkat konsumerisme mahasiswa berdasarkan data yang diperoleh bahwa tidak semua barang dan jasa tidak dikonsumsi, tetapi hanya barang-barang tertentu saja, karena mahasiswa lebih memperhitungkan keuangan pribadi masing-masing. Mereka tidak menutup diri dengan arus informasi dan globalisasi, namun tetap membentengi diri dengan keimanan. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta termasuk dalam gaya hidup yang hedonis, namun dalam hal ini mahasiswa mempunyai filter yaitu

¹³ Muhammad Abdul Aziz, *Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah* (Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

Agama, sehingga mahasiswa tidak mudah terbawa arus untuk masuk ke dalam budaya konsumerisme.¹⁴

Noor Arifah Maziyah (2015) mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya menunjukkan era modernisasi busana tidak lagi hanya sebatas nilai fungsionalnya saja, melainkan telah bergeser menjadi sebuah seni, sebagai penunjuk identitas sosial, untuk mencari kepuasan dan pencitraan diri serta penyalur hobby bagi pelaku konsumtif busana yaitu santriwati Al-Munawir Komplek Q Krapyak Yogyakarta yang dapat dilihat dari style busana yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa munculnya perilaku konsumtif dilatar belakangi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor budaya yang meliputi kebudayaan dan kelas sosial, faktor sosial yang meliputi kelompok, keluarga, peran dan status, faktor pribadi yang meliputi kondisi ekonomi keluarga, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, serta faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Adapun dampak yang muncul dari perilaku konsumtif dalam membelanjakan busana tersebut adalah munculnya sifat pemborosan, adanya santriwati yang

¹⁴ Tofik Hidayah, *Gaya Hidup Mahasiswa Migrant Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di Tengah Budaya Konsumerisme* (Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

melanggar peraturan-peraturan pondok, serta munculnya rasa bangga dan percaya diri ketika santriwati berada ditengah-tengah kelompoknya.¹⁵

Sari Fatonah (2007) mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya menunjukkan bahwa kecanggihan sistem produk teknologi informasi yang di desain melalui berbagai media telah melahirkan identitas baru. Melalui kekuatan dan kecanggihan media, masyarakat komoditas telah menyeret para remaja perempuan menjadi objek yang dapat dijadikan sebagai sasaran konsumen loyal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa majalah adalah salah satu media yang digemari oleh remaja perempuan untuk menjadi salah satu dasar atau bekal remaja perempuan untuk menuju pendewasaan diri. Media berperan menjadi *bridgehead* yang mempromosikan gagasan konsumerisme kepada khalayaknya, media juga menciptakan sebuah gaya hidup yang pada akhirnya mempengaruhi para remaja. Kekhawatiran yang muncul dari gaya hidup yang diciptakan media kepada remaja ini adalah perilaku konsumtif dan menganggap bahwa penampilan adalah segala-galanya tanpa memikirkan keadaan, mungkin kekhawatiran itu tidak akan perlu ada bila remaja perempuan memiliki kesadaran yang kuat atas pilihan-pilihannya. Remaja putri di SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta

¹⁵ Noor Arifah Maziyah, *Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta* (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

mempunyai sikap tersendiri akan gaya hidup, tetapi mereka tidak ada pilihan untuk tidak mengikuti tawaran yang selama ini disosialisasikan oleh media.¹⁶

Sukma Astrina (2015) mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji dalam skripsinya menunjukkan bahwa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji (Fisip Umrah) Tanjungpinang sebelumnya tidak banyak mahasiswa yang mengutamakan penampilan. Penampilan mahasiswa yang *fashionable* diikuti dengan berkembangnya media massa yang menjual berbagai macam barang untuk menunjang penampilan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang lebih mendominasi adalah konsumsi melibatkan hasrat yaitu keinginan mahasiswa untuk tampil cantik dan menarik dengan menggunakan barang-barang yang bagus untuk memenuhi hasrat dan rasa tidak puas dalam diri mahasiswa serta adanya pengaruh dari teman sebaya yang membuat mahasiswa semakin konsumtif. Dilihat dari Tanjungpinang banyak terdapat tempat-tempat yang menjual berbagai macam model baju, sepatu serta tas yang menarik sehingga membuat mahasiswa semakin puas untuk membeli barang yang dianggap penting untuk penampilannya.¹⁷

¹⁶ Sari Fatonah, *Media Dan Pembentukan Konsumerisme di Kalangan Remaja Putri (Konstruksi Gya Hidup Remaja Putri SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta oleh Majalah Kawanku)*, (Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007).

¹⁷ Sukma Astrina, *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji*, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2015)

Adapun skripsi ini membahas tentang “*Konsumerisme dalam Berbusana di Kalangan Mahasiswi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta*”. Sesuai dengan bidang Sosiologi Agama maka penulis dalam penelitian ini mempunyai perbedaan dengan peneliti-peneliti sebelumnya yaitu terletak pada tindakan pasca pembelian busana yang mempengaruhi tindakan mahasiswi dari segi keagamaan yang belum dibahas pada penelitian sebelumnya.

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian tentu sangat membutuhkan kerangka teori untuk dijadikan pisau analisis dari penelitian tersebut. Teori digunakan untuk mempertajam proses berpikir, menggelar kerangka analisa, membantu merumuskan hipotesa, dan menentukan agenda penelitian, menguji data, menarik kesimpulan, dan merumuskan tindak lanjut kebijaksanaan.¹⁸ Penulis berpijak pada teori tindakan sosial Max Weber dan teori tindakan pasca pembelian Philip Kotler dan Kevin Lane Keller untuk melihat masalah sosial dalam penelitian ini.

¹⁸ Suwarsono Alvin Y. So, *Perubahan Sosial dan Pembangunan di Indonesia* (Jakarta: LP3ES, 1991), hlm. 1.

1. Weber menekankan tindakan sosial dapat dilihat dengan pemahaman interpretatif atau dikenal dengan pendekatan *verstehen* (*understanding*).¹⁹ Pendekatan *verstehen* mampu membongkar motif atau alasan mengapa tindakan tersebut dilakukan oleh individu (aktor).²⁰ Tindakan yang dimaksud mencakup seluruh perilaku manusia, sejauh dan pada saat tindakan individual tersebut terkait dengan pemaknaan subyektif. Hal ini juga untuk mengetahui kenyataan sosial yang terjadi pada mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 UIN Sunan Kalijaga sebagai aktor dalam tindakannya berperilaku konsumerisme, apa yang menjadi motif mahasiswi melakukan pembelian busana secara berlebihan.

Weber menggolongkan empat tipe tindakan sosial. *Pertama*, tindakan instrumental merupakan tindakan sosial yang dilakukan berdasarkan pertimbangan sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. *Kedua*, tindakan yang berorientasi nilai merupakan tindakan sosial yang dilakukan dengan alat-alat yang hanya sekedar pertimbangan dan perhitungan yang sadar, sebab tujuan yang terkait dengan nilai-nilai sudah ditentukan. Tindakan berorientasi nilai merupakan tindakan yang bersifat rasional yaitu aktor melakukan tindakan dengan mempertimbangan alat untuk mencapai nilai-nilai tertentu. *Ketiga*, tindakan

¹⁹ Zainuddin Maliki, *Rekonstruksi Teori Sosial Modern* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), hlm 262.

²⁰ Max Weber, *Sosiologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 67.

afektif merupakan tindakan sosial yang dilakukan berdasarkan pada perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan sadar. *Keempat*, tindakan tradisional merupakan tindakan sosial yang dilakukan berdasarkan kebiasaan atau tradisi yang sudah diajarkan secara turun temurun tanpa refleksi atau perencanaan sadar.²¹ Begitu juga dengan mahasiswi, tindakan sosial yang mereka lakukan dalam pembelian busana berdasarkan motif yang mendorong suatu tindakan guna mencapai sebuah tujuan tertentu.

2. Adapun tindakan pasca pembelian menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika konsumen puas akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali membeli produk tersebut. Jika konsumen tidak puas mungkin mereka akan mengajukan keluhan atau mengadu ke kelompok-kelompok lain. Perilaku ini merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli, dimana pembeli mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli suatu produk berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.²² Dalam hal ini peneliti akan membahas tindakan pasca pembelian yang dapat mempengaruhi

²¹ George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013). hlm. 137

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 243-244.

tindakan mahasiswi dalam kehidupan keagamaan maupun kehidupan sosial yang dialami mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

F. Metode Penelitian

Metode pada dasarnya adalah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Tujuan umum penelitian adalah untuk memecahkan masalah, maka langkah yang akan ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan.²³ Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk mencari data untuk memecahkan masalah diantaranya:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat deskriptif kualitatif.²⁴ Penelitian ini berusaha mengungkapkan mengenai fenomena sosial yang terjadi di lingkungan sosial yang kemudian menganalisis dari informasi yang didapat dimana dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*.²⁵ Penggunaan metode kualitatif ini dipandang sebagai prosedur penelitian yang dapat diharapkan akan menghasilkan data

²³ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995), hlm. 61.

²⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 157.

²⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm .2.

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sejumlah orang dan perilaku yang diamati.²⁶ Dengan demikian penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah mengenai tindakan sosial dan tindakan pasca pembelian busana dari segi keagamaan dan segi sosial mahasiswa Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Sumber data

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan sumber data untuk mengklasifikasi sumber-sumber ke dalam dua bagian yakni sumber data primer (data utama) dan sumber data sekunder (data pendukung).

Sumber data penelitian ini meliputi:

a. Data Primer

Sumber data primer diperoleh dari sumber data yang sebenarnya yang memuat informasi-informasi mengenai penelitian ini.²⁷

Sumber data utama dalam penelitian ini, hasil wawancara mahasiswa Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai informasi kunci yang berjumlah 8 informan dengan latar belakang keadaan

²⁶ Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 97.

²⁷ Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: Rajawali Press, 1986), hlm. 132.

ekonomi menengah kebawah dan menengah keatas yang sering melakukan pembelian busana.

b. Data Sekunder

Selain mendapatkan data dari sumber data primer juga diperoleh dari sumber data sekunder. Data sekunder diperoleh dari tulisan-tulisan seperti budaya konsumerisme, konsumsi masyarakat, perilaku konsumen dari penelitian sebelumnya yang berupa skripsi, buku-buku, internet, dan semua pustaka yang mendukung yang dapat di jadikan sebagai sumber data khususnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini.²⁸

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian kualitatif karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.²⁹ Agar mendapatkan data yang lengkap, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain:

a. Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara mengajukan butir-butir pertanyaan kepada setiap informan untuk menggali data dan

²⁸ Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, hlm. 133.

²⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hlm. 62.

informasi. Hal ini hanya untuk memudahkan dalam melakukan wawancara dan selanjutnya tergantung improvisasi peneliti di lapangan.³⁰ Sumber informan adalah mahasiswi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan menggunakan metode wawancara diharapkan mampu memperoleh data yang seakurat mungkin. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 6 November 2017-18 Desember 2017 di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengamatan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.³¹ Teknik observasi ini penting dalam proses penelitian untuk validasi data agar sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara sistematis terhadap fenomena perilaku konsumerisme mahasiswi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 dari segi gaya busana yang *trendy*.

³⁰ Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm. 68.

³¹ Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Edisi ke- 1 Cetakan ke-IV (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). hlm 143.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi digunakan untuk mencari data yang berupa buku, catatan, internet dan sebagainya terkait tema penelitian.³² Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu mengenai perilaku konsumerisme.

2. Teknik Analisis Data

Setelah data yang di dapat di lapangan terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data. Data yang terkumpul kemudian di analisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan eksplanasi. Teknik analisis deskriptif yaitu memahami data dengan cara memisahkan setiap bagian dari keseluruhan fokus yang dikaji atau memotong proses dari kejadian sosial yang sedang diteliti, sehingga dapat menggambarkan secara detail dalam bagian-bagian kejadian sosial yang lebih kecil. Analisis eksplanasi bertujuan untuk menyediakan penjelasan mengapa sesuatu bisa terjadi. Dengan demikian sebuah analisis penjelasan tidak hanya menjelaskan tentang aspek sejarah yang melatarbelakangi suatu peristiwa sosial namun juga dapat memberikan tentang gambaran konteks sosial yang melatarbelakangi adanya kejadian sosial yang diteliti.³³

³² Susanto, *Metode Penelitian Sosial* (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2006). hlm. 136.

³³ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN SUKA, 2008), hlm. 115- 116.

G. Sistematika Pembahasan

Supaya pembahasan ini tersusun secara sistematis dan tidak keluar dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka penulis menetapkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama, berisi uraian pendahuluan sebagai pengantar secara umum. Bab ini berisi latar belakang yang menjadi alasan penulis mengkaji topik penelitian ini. Pada bab ini juga terdapat tujuan dan kegunaan penelitian serta metode yang digunakan dalam penelitian ini. Sementara tinjauan pustaka bertujuan untuk meneguhkan posisi peneliti diantara peneliti yang lain, kemudian dikemukakan pula kerangka teori yang digunakan untuk menganalisis subjek permasalahan dalam penelitian ini.

Bab kedua, menjelaskan gambaran umum dari lokasi penelitian dengan fokus pembahasan yang meliputi sejarah Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, profil jurusan Sosiologi Agama yang meliputi sejarah dan visi misi tujuan, kode etik berbusana Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, gambaran sosial-budaya mahasiswi Sosiologi Agama, fungsi busana dan perkembangan busana. Hal ini diperlukan karena Jurusan Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta merupakan latar penelitian penulis sehingga perlu untuk disampaikan.

Bab ketiga, menjelaskan tindakan sosial dari aktor konsumerisme yaitu mahasiswi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 yang berada di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta dan apa yang

menjadi alasan mahasiswi dalam melakukan pembelian busana yang dianalisa dengan menggunakan teori tindakan sosial Max Weber.

Bab keempat, menjelaskan tindakan pasca pembelian mahasiswi antara kepuasan dan ketidakpuasan dalam pembelian busana yang mempengaruhi tindakan mahasiswi Sosiologi Agama Angkatan 2013-2015 dari segi kehidupan keagamaan maupun kehidupan sosial mahasiswi. Bab ini menguraikan bagaimana tindakan pasca pembelian yang dialami dengan menggunakan teori konsumtif Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari pembahasan yang didalamnya berisi jawaban-jawaban dari rumusan masalah. Pada bab ini juga berisi saran dan kritik yang bisa membangun untuk kebaikan penelitian-penelitian kedepannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tindakan sosial yang dilakukan oleh mahasiswi untuk membeli busana dapat dikelompokkan menjadi empat tipe tindakan yaitu sebagai berikut:
Pertama, tindakan instrumental dapat dilihat dari tindakan mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 yang membeli busana dengan pertimbangan sesuai kebutuhannya. Mereka mengaku membeli busana ketika busana yang lama sudah tidak layak pakai dan membeli ketika ada acara tertentu yang harus menyesuaikan dengan kostum, untuk menunjang penampilan. *Kedua*, tindakan yang berorientasi pada nilai dapat dilihat dari mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 yang mengaku lebih membeli busana yang tertutup dan tidak memperlihatkan lekuk tubuh dengan tujuan agar terlihat cantik. *Ketiga*, tindakan afektif dapat dilihat dari tindakan mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 yang mengaku membeli busana hanya dengan perasaan atau emosi sesaat yaitu membeli karena hobby, bosan dan adanya keinginan untuk mengikuti selebgram yang disukai agar penampilannya tetap terlihat *trendy*. *Keempat*, tindakan tradisional dapat dilihat dari tindakan

mahasiswi Sosiologi Agama angkatan 2013-2015 yang mengaku membeli busana karena mendapat dukungan dari orang tua terutama ibu yang selalu menjaga penampilan anaknya agar tetap terlihat menarik. Mereka juga mengaku mendapat pengaruh dari teman kampus, teman pondok, teman kost dalam memilih gaya busana.

2. Tindakan pasca konsumerisme yang dilakukan mahasiswi dalam pembelian busana memunculkan kepuasan ketidakpuasan yang berpengaruh terhadap tindakan mahasiswi di kehidupan keagamaan maupun kehidupan sosial yaitu sebagai berikut: *Pertama*, tindakan kepuasan yang dirasakan mahasiswi dalam pembelian busana dari segi keagamaan menunjukkan bahwa mahasiswi menjadi sering mengikuti kegiatan diskusi keagamaan di kampus yang dibentuk dengan kelompok belajarnya dan sering mengikuti pengajian seperti Cak Nun, Habib Syech dan Fazrul Rahman baik di kampus maupun diluar kampus. Selanjutnya dari segi sosial menunjukkan bahwa mahasiswi merasa lebih percaya diri ketika bertemu orang lain dan relasi sosial yang terjalin dengan orang menjadi lebih baik. *Kedua*, tindakan tidak puas yang dirasakan mahasiswi dalam pembelian busana dari segi keagamaan menunjukkan mahasiswi merasa riya' yaitu merasa dirinya pamer bahwa mereka juga bisa tampil *trendy* dan belum berbusana sesuai syariat agama yang mereka yakini. Selanjutnya dari segi sosial menunjukkan bahwa memunculkan rasa iri

ketika temannya sudah mempunyai busana yang *trendy* sedangkan dirinya belum, pemborosan dan mudah terbawa arus mode.

B. Saran

1. Mahasiswi hendaknya berbelanja busana dengan bijak sesuai dengan kebutuhan, tidak hanya menuruti keinginan saja. Selain berhemat, biaya yang anda keluarkan tersebut bisa digunakan untuk keperluan yang lainnya.
2. Bagi mahasiswa yang ingin meneliti hal serupa, disarankan untuk melakukan penelitian serupa pada mahasiswi kampus lainnya, sehingga dapat menambah data mengenai perilaku konsumerisme yang terjadi pada mahasiswi di tengah masyarakat yang sangat beragam sebagai dampak dari modernisasi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmad, Munawar. *Bunga Rampai Sosiologi Agama Teori, Metode dan Ranah Studi Ilmu Sosiologi Agama*. Yogyakarta: FUSAP UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- Alvi, Suwarsono Y. So. *Perubahan Sosial dan Pembangunan di Indonesia*. Jakarta: LP3ES, 1991.
- Amirin, Tatang. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 1986.
- Balqiah, Tengku Ezni dan Hapsari Setyowardhani. *Perilaku Konsumen*. Banten: Universitas Terbuka, 2014.
- Guindi, Fadwa El. *Jilbab Antara Kesalehan, Kesopanan dan Perlawanan*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Hanani, Silfia. *Menggali Interelasi Sosiologi dan Agama*. Bandung: Humaniora, 2011.
- Kahmad, Dadang. *Sosiologi Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Kahmad, Dadang. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Kushendrawati, Selu Margaretha. *Hiperrealitas dan Ruang Publik Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta: Penaku, 2011.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2007.
- Maliki, Zainuddin. *Rekonstruksi Teori Sosial Modern*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012.
- Martono, Nanang *Menggali Interrelasi Sosiologi dan Agama*. Bandung: Humaniora, 2011.

- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Mubaraq, Zulfi. *Sosiologi Agama*. Malang: UIN Malang PRESS, 2010.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995.
- Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Poerwadarminto, WJS. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1984.
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013.
- Scott, John. *Sosiologi The Key Concepts*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Shihab, M. Quraish. *“Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan ulama masa lalu dan Cendekiawan Kontemporer”*. Jakarta: Lentera Hati, 2004.
- Soehadha, Moh. *Metode Penelitian Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN SUKA, 2008.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Susanto. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2006.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2013.
- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Buku Panduan Pembinaan dan Pengembangan Kegiatan Kemahasiswaan*.
- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *“Pedoman Akademik Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam (FUSPI)” 2013*.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, *Tata Tertib Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.

Weber, Max. *Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Zaidan, Abdul Karim. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Media Dakwah, 1980.

Skripsi:

Astriana, Sukma. “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2015.

Aziz, Muhammad Abdul. “Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah.”. Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Fatonah, Sari. “*Media Dan Pembentukan Konsumerisme di Kalangan Remaja Putri (Konstruksi Gaya Hidup Remaja Putri SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta oleh Majalah Kawanku)*”. Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.

Hidayah, Tofik. “Gaya Hidup Mahasiswa Migrant Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di Tengah Budaya Konsumerisme”. Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Juniarti, Selvi. “Implikasi Trend Busana Muslimah dan Perilaku Sosial di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Khotimah, Husnul. “Busana Muslimah dan Pola Interaksi Sosial Mahasiswi Asrama Hasanah Sapeh Yogyakarta”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2013.

Maziyah, Noor Arifah. “Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Pawanti, Mutia Nastiti. "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard". Skripsi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia Depok, 2013.

Website:

Adib, AM. "Pola-pola Hubungan Sosial" dalam digilib.uinsby.ac.id/310/5/Bab%202.pdf, diakses tanggal 5 Maret 2018.

Indonesia, Kamus Besar Bahasa (KBBI), "Boros" dalam <https://kbbi.web.id/boros>, diakses tanggal 19 Februari 2018.

Indonesia, Kamus Besar Bahasa. "Mode" dalam <https://kbbi.web.id/mode>, diakses tanggal 6 Maret 2018.

Indonesia, Kamus Besar Bahasa (KBBI), "Tindakan" dalam <https://kbbi.kata.web.id/tindakan/> diakses tanggal 20 Mei 2018.

Komunikasi, Ilmu/ Ilmu Sosial Poltik, "Relasi Sosial", dalam <https://karyatulisilmiah.com/relasi-sosial/>, diakses tanggal 4 Maret 2018.

Makkah, Kabar. "Ini 4 Tanda Riya Dalam Beramal Menurut Ali bin Abi Thalib". dalam <http://www.kabarmakkah.com/2016/12/ini-4-tanda-riya-dalam-beramal-menurut.html>, diakses tanggal 6 Maret 2018.

Maqassary, Ardi Al-. "Pengertian Rasa Percaya Diri". dalam <http://www.e-jurnal.com/2014/03/pengertian-rasa-percaya-diri.html> , diakses tanggal 6 Februari 2018.

Mufarohah,M. "Kajian Teori Percaya Diri". dalam http://etheses.uin-malang.ac.id/1781/5/09410125_Bab_2.pdf diakses tanggal 5 Maret 2018.

Puji, Risky. "Diskusi: Pengertian, Unsur, Fungsi dan Jenis". dalam www.softilmu.com/2016/12/diskusi-pengertian-unsur-fungsi-jenis-diskusi-adalah.html,diakses tanggal 6 Februari 2018.

Usman,Mochamad."Pemborosan"dalamhttps://www.kompasiana.com/musman/pemborosan_54ff6ce1a333114e4a51029a. diakses tanggal 6 Maret 2018.

Jurnal:

Faturochman, “ Iri dalam Relasi Sosial”, Jurnal Psikologi, Volume 33, No. 1. Hlm 1-2.

Lainnya:

Brosur Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.

Dokumen Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



DAFTAR INFORMAN

1. Nama : Lu'lu'atul Izzatir Rohmaniyah
Tempat, tanggal lahir : Batang, 12 April 1996
Alamat : Pondok Pesantren Al-Luqmaniyah Yogyakarta
2. Nama : Novita Wunny Syarwindah
Tempat, tanggal lahir : Yogyakarta, 1 November 1994
Alamat : Jln. Magelang, Bangunrejo Yogyakarta
3. Nama : Fitri Sutriman
Tempat, tanggal lahir : 14 Februari 1997
Alamat : Ngresep, Balong, Boja, Limbangan Kendal
4. Nama : Alif Nuur Kholifah
Tempat, tanggal lahir : Kediri, 27 Maret 1997
Alamat : Desa Tengger Kidul, Pagu, Kediri
5. Nama : Dwi Yulianingsih
Tempat, tanggal lahir : Purbalingga, 12 Juli 1995
Alamat : Dusun Lamuk Purbalingga

6. Nama : Shabrina Puspa Ramadhani
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 1 Maret 1994
Alamat : Jagalan, Cebongan, Argomulyo, Salatiga

7. Nama : Aulia Dwi Anitasari
Tempat, tanggal lahir : Sleman, 8 September 1995
Alamat : Godean, Sunten, Sendangrejo, Minggir

8. Nama : Raine Syifa Aulia
Tempat, tanggal lahir : Subang, 29 Januari 1997
Alamat : Sopen Gondokusuman Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PERTANYAAN

1. Nama lengkap, tempat tanggal lahir, alamat dan angkatan?
2. Pendidikan terakhir anda?
3. Apa pekerjaan orang tua anda?
4. Menurut anda membeli busana itu penting atau tidak?
5. Apakah anda termasuk orang yang sering membeli busana?
6. Apa yang mendorong anda sering melakukan pembelian busana?
7. Apakah dengan tampil *trendy* harus membeli busana?
8. Berapa budget yang anda keluarkan dalam satu bulan untuk membeli busana?
9. Apakah anda membeli busana berdasarkan keinginan atau kebutuhan?
10. Apakah dengan membeli busana berpengaruh pada pola interaksi anda?
11. Apakah lingkungan sekitar anda berpengaruh dalam pembelian busana?
12. Apakah setelah membeli busana dapat mempengaruhi rasa kepuasan anda dalam kehidupan sosial dan kehidupan keagamaan?
13. Apakah setelah membeli busana dapat mempengaruhi rasa ketidakpuasan anda dalam kehidupan sosial dan kehidupan keagamaan?

CURRICULUM VITAE

Nama lengkap : Pramita Yuda

Tempat, tanggal lahir : Yogyakarta, 20 Oktober 1994

Jurusan/ Fakultas : Sosiologi Agama/ Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

No. Hp : 087705478526

Email : pramitayuda93@gmail.com

Alamat asal : Gadingan RT 09/ RW 03, Banyuraden, Gamping, Sleman,
Yogyakarta.

Alamat saat ini : Gadingan RT 09/ RW 03, Banyuraden, Gamping, Sleman,
Yogyakarta.

Riwayat Pendidikan : TK Among Siwi Tahun 1999- 2001
SD N Patran Tahun 2001- 2007
SMP N 2 Gamping Tahun 2007- 2010
MAN Yogyakarta II Tahun 2010-2013
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2013- sekarang