

HYPEBEAST: KONSTRUKSI KELAS SOSIAL

(Studi Fenomena *Hypebeast* Mahasiswa Santri

Banyuwanyar di 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:

Ali Masykur

16540045

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA

FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1016/Un.02/DU/PP.00.9006/2022

Tugas Akhir dengan judul : HYPEBEAST: KONSTRUKSI KELAS SOSIAL (Studi Fenomena Hypebeast Mahasiswa Santri Banyuanyar di Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALI MASYKUR
Nomor Induk Mahasiswa : 16540045
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Juni 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Dr. Munawar Ahmad, S.S. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62e9e1e7862ed



Penguji II
Ratna Istriyani, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6288b69c3819



Penguji III
Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 62d46c756e9f6



Yogyakarta, 24 Juni 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 62eb26412408f

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ali Masykur

NIM :16540045

Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Jurusan/Prodi : Sosiologi Agama

Alamat Asal :Dsn Mandala, Ds Bujur Tengah, Kec Batumarmar, Kab Pemakasan.

Alamat di Yogyakarta :Sorowajan Baru, Jl. Merbabu No 15, Kel, Banguntapan. Kec,
Banguntapan. Kab, Bantul.

Telp/Hp :0823 5819 4742

Judul Skripsi :Hypebeast: Konsstruksi Kelas Sosial (Studi Fenomena Hypebeast
Mahasiswa Santri Banyuwangi di Yogyakarta)

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Mei 2022

menyatakan

: Masykur

NIM 16540045

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Dosen Pembimbing Dr. Munawar Ahmad, S. S. M. Si.

Program Studi Sosiologi Agama

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudara Ali Masykur

Lamp. : -

Kepada Yth.

Dr. Inayah Rohmaniyah, S. Ag., M. Hum., M. A.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, mengatasi, mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ali Masykur

NIM : 16540045

Judul skripsi : Hypebeast: Konstruksi Kelas Sosial (Studi Fenomena Hypebeast Mahasiswa Santri Bnyuanyar di Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S. Sos) di Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Mei 2022

Pembimbing



Dr. Munawar Ahmad, S. S. M. Si

NIP 19691017 200212 1 001

ABSTRAK

Penelitian ini didasari perkembangan informasi dan teknologi yang semakin canggih dan telah memasuki hampir semua lapisan masyarakat, termasuk kalangan alumni santri Banyuwangi di Yogyakarta. Keberadaannya memudahkan seseorang melakukan aktivitas, seperti aktivitas konsumsi. Budaya konsumsi santri melahirkan fenomena baru yang dikenal dengan istilah *hypebeast*. *Hypebeast* adalah seseorang yang menggilai merek pakaian terkenal. Santri yang diharapkan memberikan contoh religius seperti nilai *Qana'ah* yang diajarkan dipesantren, ikut terjerumus dalam gaya hidup konsumtif dan *hypebeast*. Penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan tujuan mengetahui intensitas koneksi dengan *hypebeast* santri. Selain itu konstruksi *Qana'ah* dan *hypebeast* santri alumni Banyuwangi di Yogyakarta.

Penulis menganalisis fenomena *hypebeast* ini melalui pendekatan teori dari Manuel castells bahwa perkembangan masyarakat modern saat ini dipengaruhi oleh perkembangan informasi dan teknologi. Ia membaginya kedalam enam bagian; yaitu konsep informasionalisme, masyarakat jejaring (*network society*), perekonomian global. Transformasi angkatan kerja, *global city*, *cyberculture*. Penelitian lapangan ini menggunakan metode deskriptif. Jenisnya adalah kualitatif dengan dua cara pengumpulan data. *Pertama*, metode observasi, wawancara, dokumentasi sebagai data primer yang didapat dari narasumber terkait. *Kedua*, data skunder di antaranya adalah dokumen atau referensi berupa buku, jurnal yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa perilaku *hypebeast* santri dipengaruhi oleh lingkungan sekitar mereka termasuk iklan-iklan di media sosial maupun di media lainnya. Penggunaan *e-commers*, keterhubungan dengan internet yang tidak terbatas ruang dan waktu. Selain itu, imajinasi hedonisme dan strata sosial menjadikannya sosok *hypebeast*. Hal itu menggeser gaya hidup dan pemahamannya terhadap *Qana'ah*.

Kata kunci: *Hypebeast*, alumni santri Banyuwangi, masyarakat informasi, *Qana'ah*

MOTTO

Tetap dan Terus Berusaha Berbuat Baik dan Bersyukur, Sebagaimana Fitrah Manusia adalah untuk Ibadah dan Memperbaiki Akhlaknya. Sebab Karunia Allah Tidak Pernah Berkurang untuk Umatnya.



LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas izin Allah karya sederhana ini selesai meskipun masih banyak kekurangan dan kesalahan. Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, yang dengan sabar dan penuh kasih sayang memberikan doa dan dukungannya tanpa henti, serta adik-adik saya yang terus memberi motivasi kepada saya. dan semangat untuk menyelesaikan tugas ini. Harapan dan keyakinan mereka kepada saya juga doanya yang mendorong saya untuk segera menyelesaikan semua ini. Tiada hal lain yang dapat saya lakukan sebagai bentuk terima kasih kepada mereka selain ucapan *jazakumullah khairan*, semoga Allah membalas semua kebagiannya dengan kebaikan yang lebih baik lagi, *Aamiin*.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik dan lancar. Salawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada nabi agung Muhammad saw, yang membawa manusia dari lembah kebodohan menuju kehidupan berilmu melalui iman dan Islam. Ia sosok yang dirindukan syafaatnya kelak di hari akhir *aamiin ya rabbal'alamiin*.

Penulis menyadari dengan sepenuh hati dalam penulisan penelitian ini tentunya bukan sepenuhnya hasil dari diri sendiri, melainkan atas karunia Allah dan bantuan dari berbagai banyak pihak yang mendukung dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Phil Al Makin, S. Ag., M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Inayah Rohmaniyah, S. Ag. M. Hum., M. A selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam serta sebagai dosen di program studi Sosiologi Agama.
3. Dr. Rr. Siti Kurnia Wwidiastuti, S. Ag, M. Pd., M.A selaku ketua program studi Sosiologi Agama.
4. Dr. Munawar ahmad, S. S, M. Si. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan lancar.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam yang telah memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis.
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral dan materil kepada penulis. Sehingga penelitian ini selesai dengan baik. Tanpa dukungan dari mereka penulisan ini mungkin tidak akan berjalan dengan lancar.
7. Keluarga besar terkasih atas doa dan dukungannya kepada penulis.
8. Adik-adiku dan keponakan tercinta Zahratul Mukarromah dan Muhammad Habibi Tamam.
9. Teman-teman seperjuangan Sosiologi Agama angkatan 2016 yang terus memberikan semangat berbagi rasa dan asa yang tidak dapat saya sebut satu persatu.
10. Teman-teman FKMSB yang selalu direpotkan dan selalu membantu sepenuh hati.
11. Semua pihak yang ikut membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna ini disebabkan karena ketidak tahuan dan keterbatasan ilmu dan pengalaman penulis. Untuk itu penulis berharap saran dan masukan yang membangun kepada semua pihak untuk perbikan kedepannya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya penulisan skripsi ini baik secara langsung atau tidak, semoga Allah membalasnya dengan kebaikan yang lebih baik dan banyak lagi. Harapan dari saya semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat dan menjadi amal baik serta mendapat ridha Allah SWT, *aaminn yarabbal'alamiin*.

Yogyakarta 19 Mei 2022
Penulis

Ali MASYKUR
16540045



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
SURAT PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II GAMBARAN UMUM FORUM KOMUNIKASI MAHASISWA SANTRI BANYUANYAR.....	23
A. Forum Komunikasi Mahasiswa Santri Banyuanyar (FKMSB)	23
B. Konteks Dasar Kelahiran dan Sejarah FKMSB	24
C. FKMSB Wilayah Yogyakarta	27
D. Program Kerja FKMSB Wilayah Yogyakarta	29
1. Kajian Ilmiah	30
2. Yasinan dan Tahlil.....	31
3. Bakti Sosial.....	31
4. <i>One Man One Book</i>	32
5. <i>Weekend Education</i>	33
E. Struktur Kepengurusan FKMSB Wilayah Yogyakarta.....	35

BAB III INTENSITAS KONEKSI DENGAN <i>HYPEBEAST</i> SANTRI ALUMNI BANYUANYAR	38
A. Makna Ciri Hypebeast.....	38
1. Pengertian <i>Hypebeast</i>	38
2. Ciri-ciri <i>Hypebeast</i>	40
B. Awal Mula Lahirnya Perilaku <i>Hypebeast</i>	42
1. <i>Brand-Brand</i> Pilihan Dan Awal Mula Kecintaan	42
2. Pengaruh media	44
C. Intensitas Koneksi <i>Hypebeast</i> pada Santri Alumni Banyuanyar.....	49
1. Aktivitas di Internet.....	49
2. Aktivitas Konsumsi	51
BAB IV KONSTRUKSI SOSIAL: <i>QANA'AH</i> VS <i>HYPEBEAST</i> SANTRI ALUMNI BANYUANYAR	55
A. Praktik <i>Qana'ah</i> Para Santri.....	55
1. Arti <i>Qana'ah</i> Menurut Tokoh	55
2. <i>Qana'ah</i> Menurut Santri Alumni Banyuanyar.....	58
B. Awal Lunturnya <i>Qana'ah</i> Menjadi <i>Hypebeast</i>	62
C. Konstruksi sosial: Perubahan <i>Hypebeast</i> Para santri	67
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78
A. Pedoman Wawancara	78
B. Daftar Nama-nama Informan	78
D. Transkrip Wawancara.....	80
Curriculum vitae	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun, konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekadar kegiatan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat tidak cukup hanya mengkonsumsi “sandang, pangan, papan” saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun kebutuhan biologis seperti makanan, pakaian telah terpenuhi, tetapi dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih dari itu.

Dengan kata lain, masyarakat modern sekarang hidup dalam budaya konsumsi. Sebagai suatu budaya, konsumsi mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan menstruktur praktik keseharian masyarakat. Nilai-nilai, pemaknaan dan harga dari segala sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Konsumsi telah terinternalisasi dalam rasionalitas berpikir masyarakat dan teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari¹. Ketika menjadi pola pikir dan perilaku, budaya seperti itu sulit untuk dihentikan.

Jika kita perhatikan, belanja bukan lagi upaya untuk memenuhi kebutuhan saja. Namun, ada pergeseran menjadi kegiatan mengisi waktu

¹ Nurist Surayya Ulfa, “Konsumsi Sebagai Penanda Kesejahteraan dan Stratifikasi Sosial” dalam *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 2012. Hlm. 34.

luang bahkan sekadar mengikuti tren. Keputusan untuk melakukan pembelian merupakan bagian dari sebuah kebutuhan dan sebagian lagi merupakan gaya hidup bahkan mengarah pada budaya konsumerisme. Budaya konsumerisme kontemporer yang bercirikan adanya peningkatan gaya hidup yang seakan-akan menekankan bahwa keberadaan penampilan seseorang justru telah mengalami estetisasi dalam realitas kehidupan sehari-hari senantiasa akan menjadi sebuah proyek peningkatan gaya hidup.²

Salah satu fenomena gaya hidup yang sedang banyak dianut oleh remaja saat ini adalah *hypebeast*. *Hypebeast* merupakan obsesi seseorang terhadap barang-barang mahal dan bermerek terkenal, sedang populer, produk baru dan kekinian. Orang yang ingin tampil dengan gaya *hypebeast* dituntut banyak untuk mengeluarkan uang. Biasanya kegandrungan para pelaku gaya hidup *hypebeast* ini ditampilkan dengan kegilaannya pada pakaian mulai dari baju hingga sepatu atau yang lainnya, dalam istilah remaja sekarang yaitu OOTD (*Outfit Of The Day*)³. Penampilan seolah menjadi hal paling penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Menjadi tolok ukur nilai kehidupan seseorang maupun masyarakat.

² David Chaney, *Lifesyyles*. Sebuah Pengantar Komprehensif, terj. Nuraeni, Yogyakarta: Jalasutra, 2003 hlm. 15-16

³ Laudia Tysara, “Arti OOTD adalah Gaya yang Dikenakan Hari Ini, simak Macam-macamnya”, dalam <https://m.Liputan6.com>, diakses tanggal 12 Mei 2022.

Hypebeast adalah gabungan dari dua buah kata yang diambil dari bahasa Inggris yaitu *hype* dan *beast*, *hype* yang berarti sedang populer dan *beast* yang berarti hewan buas atau menggilai. Dengan kata lain, *hypebeast* adalah perilaku seseorang yang menggilai sesuatu yang populer. Gaya hidup *hypebeast* menciptakan perilaku negatif, yaitu mendoktrin para penganutnya untuk menjadi seorang yang konsumtif.⁴ Dalam dunia *fashion*, *hypebeast* merupakan budaya baru yang sedang digemari banyak kalangan khususnya kalangan para remaja. *Hypebeast* adalah bahasa gaul yang telah menjadi tren kalangan anak muda yang tergila-gila dengan tren mode pakaian akhir-akhir ini. Namun seiring dengan perkembangannya istilah *hypebeast* telah mengalami pemaknaan yang lebih luas lagi.

Orang yang telah menggandrungi gaya hidup *hypebeast* akan merelakan banyak hal mulai dari uang, waktu, kesempatan dan lain-lain. Seperti mengantri depan toko berjam-jam atau berlama-lama berselancar di media jual beli *online*. Menghambur-hamburkan uang dengan membeli barang dengan harga yang tidak rasional. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan barang-barang yang dianggap keren, terbaru, terlangka atau termahal.

Gaya hidup yang *hypebeast*, *fashionable*, *branded*, tidak hanya dilakukan oleh orang-orang kota yang berpenghasilan tinggi, setrata sosial kelas atas atau artis yang sering tampil di publik, tetapi telah merambah keseluruhan lapisan masyarakat bahkan ke pelosok daerah. Semua mempunyai

⁴ Alfa Fuji Wahyono dkk, "Penyutradaraan Film Mockumentary Tentang Fenomena *Hypebeast*". Dalam *e-proceeding of Art & Design*: Vol.7, No.1 April 2020. Hlm. 19.

kesempatan yang sama untuk menaiki tangga sosial meski secara simbolis. Dalam istilah A.B. Susanto, terjadi universalitas simbol-simbol status yang bukan hanya berdasarkan jenis benda yang dimiliki, tetapi lebih spesifik adalah merek.⁵

Di Yogyakarta, sebagai kota pelajar yang memiliki banyak sekali jumlah mahasiswa yang datang dari luar daerah seperti dari Jawa Timur, Kalimantan, Sulawesi, Sumatera bahkan Papua. Umumnya mereka membentuk sebuah forum atau organisasi daerah (alumni) setelah menyelesaikan pendidikan mereka di daerah masing-masing. Hal tersebut menjadi wadah bagi mereka dalam membentuk ruang belajar selain diperkuliahan serta menjadi ruang pergaulan, bersosialisasi diantara mereka yang tentunya membawa pengaruh diantara satu dan yang lainnya yang akan membawa mereka pada cara hidup.

Selain organisasi daerah, dapat kita temukan berbagai organisasi alumni suatu pesantren dari banyak wilayah di Indonesia. Tidak terkecuali para mahasiswa dari Madura yang memiliki latar belakang sama pun terdapat organisasi alumni pesantren, seperti halnya IAA (Ikatan Alumni An-Nuqayah), IMABA (Ikatan Mahasiswa Alumni Bata-bata), FKMSB (Forum Komunikasi Mahasiswa Santri Banyuanyar). Dan masih banyak lagi organisasi pesantren lainnya yang tidak dapat penulis sebut semuanya disini. Karna keterbatasan penulis dan lainnya.

⁵ A.B. Susanto, *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*, cet. I, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2001), hlm. 10.

FKMSB merupakan organisasi alumni pesantren Banyuwangi Pamekasan Madura yang telah tersebar secara nasional di berbagai wilayah di Indonesia dan setiap anggotanya mayoritas merupakan alumni pesantren khususnya Banyuwangi yang telah menyelesaikan pendidikannya di pondok pesantren tersebut dan melanjutkannya dengan masuk perguruan tinggi sesuai dengan minat masing-masing, termasuk memilih program studi dan kampus. Bagi anggota di luar itu berstatus sebagai anggota istimewa⁶. Sebagaimana organisasi pada umumnya FKMSB juga memiliki aturan yang mengatur jalannya organisasi tersebut. Organisasi ini yang akan menjadi subjek dari penelitian ini.

Penulis menemukan realitas yang cukup menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam diri anggota FKMSB wilayah Yogyakarta, di saat pesantren dipandang sebagai lembaga yang mampu membentuk masyarakat yang memiliki kesadaran tinggi bahwa ajaran Islam merupakan ajaran yang bersifat menyeluruh. Berpakaian pun menjadi perhatian yang sangat tinggi dalam pesantren bahkan menjadi aturan wajib sesuai standar yang telah ditentukan. Selain itu alumni pesantren ini diharapkan memiliki kemampuan tinggi untuk mengadakan respon terhadap tantangan-tantangan dan tuntutan hidup dalam konteks ruang dan waktu yang ada. Namun penulis menemukan perubahan dalam banyak hal khususnya cara berpenampilan serta cara pandang terhadap pakaian.

⁶ AD/ART FLMSB 2020

Alfred Adler berpandangan bahwa manusia adalah makhluk sadar, mereka biasanya sadar akan alasan-alasan tingkah laku mereka. Mereka sadar akan inferioritas mereka dan sadar akan tujuan yang mereka perjuangkan. Lebih dari itu, manusia adalah individu yang sadar akan dirinya sendiri dan mampu merencanakan serta membimbing perbuatannya dan menyadari sepenuhnya arti dari perbuatan itu bagi aktualisasi dirinya sendiri.⁷

Misalnya cara berpakaian seseorang, mereka memiliki ketertarikan menggunakan suatu barang untuk mengikuti mode berpakaian yang sedang beredar untuk mengikuti tren atau meningkatkan status sosial dan diterima oleh lingkungannya. Menjadi pribadi yang *stylish* merupakan bentuk kompensasi terhadap kelemahan, perasaan tidak berharga dan rasa rendah diri seseorang (inferior). Hal seperti ini yang penulis dapat asumsikan dan temukan di FKMSB wilayah Yogyakarta dimana para anggotanya begitu dekat bahkan bersentuhan dengan segala macam produk yang sebelumnya tidak ia temukan di pesantren.

Berdasarkan uraian diatas penulis kemudian tertarik untuk melakukan pemetaan kajian ini kedalam beberapa topik pembahasan sebagaimana yang terdapat pada rumusan masalah dan uraian yang akan dipaparkan pada bab-bab selanjutnya. Untuk itu penulis memberi judul penelitian ini: *Hypebeast: Konstruksi Kelas Sosial Studi Fenomena Hypebeast Mahasiswa Santri Banyuwangi di Yogyakarta.*

⁷ Calvin S. Hall dan Gard Lindzey. *Teori-teori Psikodinamik (Klinis)*. A. Supratiknya, penerjemah. Yogyakarta: PT Kanisius. Terjemahan dari: *Theoris of Personality*.1993 hlm. 243.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang di atas, maka untuk memudahkan dan menghindari pembahasan yang terlalu meluas diperlukan adanya perumusan masalah. Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Bagaimana intensitas koneksi dengan *hypebeast* santri alumni Banyuwangi?
2. Bagaimana konstruksi *Qana'ah* vs *Hypebeast* santri alumni Banyuwangi?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan usaha untuk membatasi tujuan penelitian maka peneliti menuliskan beberapa tujuan dan kegunaan penelitian. Tujuan ini merupakan satu tahap awal untuk merealisasikan yang diharapkan baik secara akademis maupun sosial. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mengetahui intensitas koneksi dengan *hypebeasy* santri alumni Banyuwangi.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran konstruksi sosial *qana'ah* vs *hypebeast* santri alumni Banyuwangi.

Selain tujuan penelitian, penting juga seorang penulis memaparkan beberapa kegunaan dalam suatu penelitian. Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan, memperkaya khazanah keilmuan dan mampu memberikan sumbangan ilmiah khususnya dalam bidang ilmu sosiologi agama. Lebih dari itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang sosiologi *post-modernisme*, dimana karna perkembangan ilmu pengetahuan juga kemajuan teknologi lahir sebuah budaya baru seperti budaya konsumsi. Sebagai contoh adalah perubahan budaya gaya hidup yang terjadi pada alumni santri yang dikenal dengan ajaran-ajaran kesederhanaan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Karya sederhana ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru, serta pengalaman tentang perubahan gaya hidup. Wawasan dan pengalaman baru ini dapat diperoleh oleh masyarakat terlebih bagi alumni santri Banyuwangi. Serta diharapkan mampu mengaplikasikan teori masyarakat informasi yang terjadi pada alumni santri.
- b. Hasil dari penelitian ini, diharapkan juga mampu membangun kesadaran alumni santri untuk lebih memperhatikan ajaran pesantren tentang kesederhanaan tanpa harus tertinggal oleh perkembangan zaman. Serta mampu memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan yang lebih sesuai dengan apa yang ia butuhkan dan miliki.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk mengetahui keaslian akan hasil penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang fokus kajiannya ada relevansi dengan penelitian ini sebagai pelengkap metodologis dalam penelitian ilmiah. Dengan harapan penelitian sebelumnya dapat mengarahkan penulis dalam metod penelitian dan hasil penelitian serta dapat membantu mengambil objek penelitian yang tepat.

Pertama, skripsi oleh Alfiyah dengan judul “Hubungan antara Persepsi Tentang Busana Muslimah dengan Gaya Berpakaian.”⁸ Skripsi ini merupakan kajian sosiologi agama yang dilakukan pada salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta dengan kesimpulan akhir, menunjukkan bahwa mahasiswi muslimah secara umum memandang busana muslimah sebagai munculnya model mutakhir busana yang diminati oleh mahasiswi yaitu yang menutupi seluruh bagian tubuh dengan setelan yang syar’i atau dalam persepsi mereka, semakin tinggi pemahaman mereka terhadap busana muslimah, semakin tinggi pula dengan aturan syariat. Kajian ini membahas tentang hubungan persepsi mahasiswa dengan pakaian muslimah letak perbedaan dengan skripsi penulis adalah objek material serta objek formal yang tidak ada kesamaan.

⁸ Alfiyah, *Hubungan antara Persepsi Tentang Busana Muslimah dengan Gaya Berpakaian*, Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2008.

Kedua, skripsi oleh Endah Febrianingsih dengan judul “Kepribadian Ihsan Perilaku Komsumtif.”⁹ Skripsi ini membahas tentang hubungan antara *ihsan* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Keuangan Islam (KUI) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Garis besar yang dapat ditemukan dalam kajian ini adalah relasi antara kepribadian seseorang dengan budaya konsumsi. Semakin tinggi tingkat kepribadian *ihsan* seseorang maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. atau sebaliknya, saat tingkat kepribadiannya rendah maka budaya konsumsi mereka akan tinggi. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan yaitu mengenai perilaku konsumtif namun yang membedakan diantaranya keduanya adalah objek penelitiannya.

Ketiga, skripsi dari Tofik Hidayah dengan judul “Gaya Hidup Mahasiswa Imigran Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di Tengah Budaya Konsumerisme.”¹⁰ Skripsi ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa imigran juga menggambar gaya hidup mereka dalam keseharian. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi gaya hidup mereka adalah lingkungan sekitar. Selain itu, arus modernisasi yang berkembang pesat tidak luput menjadikan mereka terbawa arus modernisasi salah satunya adalah media komunikasi.

⁹ Endah Febrianingsih, *Kepribadian Ihsan dan Perilaku Konsumtif*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2017.

¹⁰ Tofik Hidayah, *Gaya Hidup Mahasiswa Imigran Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga di Tengah Budaya konsumerisme*, Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2015.

Yang membedakan penelitian ini dengan skripsi saudara Tofik Hidayah adalah objek kajian, jika penelitian yang telah dilakukan oleh Tofik berdasarkan gaya hidup secara umum maka penelitian ini lebih terfokus pada mereka yang gaya hidupnya *hypebeast*, gandrung terhadap suatu *brand* terkenal. Dan perbedaan lainnya adalah aplikasi teori yang digunakan.

E. Kerangka Teori

Untuk memperoleh kajian yang terstruktur dan terarah sesuai sasaran penelitian. Perlu untuk menggunakan analisis dari salah satu teori tokoh yang dianggap sesuai dengan objek kajian yang akan dilakukan. Hal itu guna memberikan pemahaman yang mudah dan sesuai harapan. Disini penulis menggunakan teori masyarakat informasi dari Manuel Castells sebagai alat analisis pada penelitian ini.

Ia mengatakan bahwa perkembangan masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan informasi dan teknologi. Kehadiran *network* memungkinkan arus komunikasi berjalan kearah mana saja dan pada level struktur dimanapun tanpa perlu dimediasi atau diwakilkan.¹¹ Tanpa dipungkiri kemajuan teknologi menjadi bagian dasar hidup seseorang saat ini. dapat ditemukan banyaknya teknologi komunikasi sudah menjadikan bagian tak terpisahkan oleh sebagian pengguna. Dari situ seseorang dihadapkan terhadap banyak pilihan untuk menggunakan baik mengkonsumsi atau membagikan informasi.

¹¹Jauhari, "Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman *Now* dalam Pemikiran Jean Baudrillard", *al- 'Adalah*, Volume 20 nomer 1 Mei 2017.

Di era post-industrial, hampir semua aspek kehidupan masyarakat kini tidak dapat lepas dari teknologi informasi. Yang paling awal televisi, *handphone*, komputer dan internet merupakan prangkat teknologi informasi yang dengan cepat mengubah pola kehidupan dan gaya masyarakat. Semua itu memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Saat ini, telah banyak masyarakat mulai bergerak dan berkecimpung dalam dunia jasa. Mengolah informasi untuk kepentingan ekonomi, sosial, bahkan politik. Sebut saja memesan makan misalnya, seseorang saat ini cukup memesannya lewat aplikasi di *handphone* masing-masing. Kampanye politik juga melalui media online dan masih banyak lagi yang lain.

Jika diperhatikan, ada banyak pandangan dari Manuel Castells mengenai perkembangan masyarakat informasi atau disebut juga masyarakat jejaring. Ada enam hal yang menjadi gambaran masyarakat informasi menurutnya yakni mengenai konsep informasionalisme, masyarakat jaringan (*network society*), perekonomian global atau ekonomi informasional, transformasi angkatan kerja, global *city* dan *cyberculture*.¹²

Hal paling dasar yang perlu dipahami dari teori masyarakat informasi atau masyarakat jejaring yang dimaksud Manuel Castells adalah informasi yang tersebar luas dan dapat diakses oleh siapa saja. Konsep ini menonjolkan peran yang dimainkan oleh teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana realitas sosial yang ada, saat ini

¹² Donny Prasetyo, Irwansyah, "Memahami Masyarakat Dan Persepektifnya" *JIMPIS*, I, Januari 2020, hlm. 165-166.

kemajuan teknologi banyak ditemukan dengan berbagai macam baik teknologi informasi dan komunikasi. Mulai dari jasa makanan, kesehatan, transportasi, jual beli dan berbagai macam lainnya. Sederhanya, masyarakat modern kini hampir tidak dapat lepas dari keterhubungan dengan media dan teknologi.

Dalam kajiannya, Castells meyakini bahwa informasi memainkan peran penting dalam pengorganisasian ekonomi dan masyarakat kontemporer. Penerapan pengetahuan dan informasi menghasilkan suatu proses inovasi teknik yang sifatnya akumulatif serta berpengaruh signifikan terhadap organisasi sosial.¹³ Perkembangan sesungguhnya yang ditekankan oleh Manuel Castells dalam masyarakat informasi bukan sekadar luasnya konsumsi informasi, melainkan informasional. Menurut Manuel Castells, dalam masyarakat informasional terdapat dua yang paling memadai yaitu, terdapat perluasan global bisnis melalui pembangunan hubungan transnasional yang kompleks, peleburan jaringan ekonomi dengan jaringan informasi.¹⁴

Contoh sederhana yang dengan mudah kita temukan ditengah-tengah masyarakat seperti aplikasi Youtube, media sosial (facebook, instagram, whatsApp, website, dll). Media tersebut menghubungkan banyak orang secara global. Dan kini telah bergeser dari tujuan dan fungsi utamanya sebagai alat komunikasi, melebur menjadi media transaksi jual beli online

¹³ Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014), hlm. 61.

¹⁴ Donny Prasetyo, Irwansyah, "Memahami Masyarakat dan Persepektifnya" *JIMPIS*, I, Januari 2020, hlm. 166.

dan lain-lain. Dan banyak media lainnya yang mulai memiliki fungsi yang sangat beragam. Castells menggambarkan bahwa di era post-industrial telah mengubah kebudayaan massa dari industri maju menuju kebudayaan yang terpecah-pecah. Mereka hanya mengikuti ketertarikannya dan kepentingan masing-masing.

Manuel Castells mengembangkan pemikirannya tentang masyarakat informasional dengan mengacu pada lima karakteristik dasar teknologi informasi, yaitu, informasi merupakan bahan baku ekonomi, teknologi informasi memiliki efek luas pada masyarakat dan individu, teknologi informasi memberikan kemampuan pengolahan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan pada organisasi dan proses ekonomi, teknologi informasi dan logika jaringan memungkinkan fleksibilitas yang jauh lebih besar, dengan konsekuensi bahwa proses organisasi dan lembaga dengan mudah dapat diubah dan bentuk-bentuk baru terus menerus diciptakan, teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu.¹⁵

Konsekuensi yang ditimbulkan dari bangkitnya ekonomi informasional global antara lain adalah munculnya bentuk organisasional baru yang disebut perusahaan jaringan (network enterprise). Ia merupakan bentuk spesifikasi perusahaan yang sistem sarananya dibangun dari titik temu sejumlah segmen sistem tujuan otonom perusahaan jaringan ini merupakan perwujudan dari kultur ekonomi informasional global yang memungkinkan

¹⁵ Donny Prasetyo, Irwansyah, "Memahami Masyarakat dan", hlm. 166.

transformasi tanda-tanda ke komoditas. Selain itu, muncul juga perkembangan kebudayaan virtual riil, yaitu satu sistem di mana realitas itu sendiri sepenuhnya tercakup dan sepenuhnya masuk kedalam setting citra maya, di dunia fantasi, yang di dalamnya tampilan tidak hanya ada di tempat dikomunikasikannya pengalaman, tetapi juga ada dalam dunia maya. Jika sudah seperti itu, maka dunia boleh dikata telah memasuki era masa tanpa waktu.¹⁶

Selain itu, keterhubungan pelaku *hypebeast* dengan teknologi informasi yang melahirkan budaya konsumtif memiliki tujuan yang tersembunyi dalam barang yang mereka konsumsi. Dalam pandangan Jean Baudrillard mengatakan bahwa komoditas memiliki dua aspek yaitu *symbolic-value* dan *sign value*, bahwasanya seseorang mengkonsumsi sesuatu tidak hanya dari nilai guna dan nilai tukar, tetapi terdapat nilai simbol dan nilai tanda.¹⁷ Dari barang yang dikonsumsi seseorang nilai simbol dan nilai tanda yang dicari. Seseorang akan memiliki rasa sama kedudukannya dengan orang lain yang mengkonsumsi produk yang sama dengannya. Dalam mengkonsumsi barang tidak ada kebutuhan yang benar-benar nyata. Kebutuhan diciptakan secara sosial bukan dari nilai guna. Masyarakat sekarang lebih memperhatikan logika signifikan daripada logika produksi.¹⁸

¹⁶ Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi*, hlm. 63.

¹⁷ Mutia Astiti Pawanti, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard", FIB UI, 2013, hlm. 2.

¹⁸ Celia Lury, *Budaya Konsumen*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998), hlm. 97.

F. Metode Penelitian

Tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan dan analisis. Pendekatan ini lebih menekankan pada proses makna yang tidak dikaji secara ketat dan belum diukur kualitas, jumlah, dan intensitasnya. Sedangkan penelitian deskriptif yaitu dengan memberikan gambaran melalui narasi-narasi dari penelitian yang dilakukan, baik dari objek penelitian, maupun fokus penelitian. Dengan metode deskriptif penulis dapat melakukan analisis data dengan baik dan mendapatkan data yang real. Metode penelitian secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu kegiatan ilmiah yang dapat terencana, terstruktur, sistematis.¹⁹

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian fenomenologis. Definisi metode ini adalah metode yang digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang akan diamati.²⁰ Metode ini dimaksudkan untuk mengkaji, menguraikan serta menggambarkan dalam bentuk narasi sesuai apa adanya. Meminjam bahasa dari Emzir, penelitian ini melihat lebih dekat interpretasi individu tentang pengalaman-pengalamannya, berusaha memahami makna pengalaman dari

¹⁹ J. R. Rako. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2010), hlm. 5.

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT, Remaja Rosdakarya, 2010) hlm. 5-6.

perspektif partisipan. Penelitian ini lebih memfokuskan pada esensi pengalaman manusia dan lebih bertumpu pada wawancara yang dimungkinkan tidak terjadi bias dalam memahami makna pengalaman partisipan.²¹

1. Metode Penentuan Subyek/Sumber Data

Metode penentuan subyek sering pula disebut dengan metode penemuan sumber data yaitu dari mana sumber data itu diperoleh.²² Data yang diperoleh dalam penelitian ini terdapat dua sumber data primer dan sekunder. Data primernya adalah hasil dari wawancara kepada informan yang terdapat di lokasi penelitian. Sedangkan data sekundernya berasal dari rujukan, berupa data-data yang berkaitan dengan pokok pembahasan meliputi dokumen, artikel, buku, jurnal serta penelitian lain yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Data sekunder diharapkan mampu memperkuat dan mendukung data primer.

Adapun yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah ketertarikan alumni santri terhadap *brand* ternama hingga mereka masuk pada bagian yang disebut sebagai pelaku *hypebeast*. Sumber data penelitian ini diperoleh dari beberapa anggota Forum Komunikasi Mahasiswa Santri Banyuwangi wilayah Yogyakarta sebagai subjek yang berdasarkan penilaian penulis sesuai dengan kriteria. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang sesuai sebagaimana tujuan dari penelitian.

²¹ Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2012), hlm. 22-23.

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineksa Cipta, 1992), hlm. 102.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Interview

Interview adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak untuk memperoleh informasi dan tujuan tertentu. Penulis melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian dan dilakukan dengan terstruktur, kemudian menggali secara mendalam satu persatu untuk mendapatkan jawaban dan keterangan lebih lanjut.²³ dalam penelitian ini interview menjadi sumber data utama.

Penulis melaksanakan wawancara dengan beberapa anggota FKMSB wilayah Yogyakarta sebagai bentuk memperoleh sumber data yang dapat memberikan jawaban sesuai fokus penelitian. Wawancara ini lakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan perilaku *hypebeast* dan dilakukan selama penelitian ini berlangsung dengan menyesuaikan waktu informan.

Adapun nama-nama informan yang berkenan memberi informasi antara lain NK, ia sebagai mantan kordinator FKMSB Yogyakarta pada periode 2020-2021. KA mahasiswa Industri Peternakan Universitas Mercu Buana Yogyakarta, W mahasiswa Perbandingan Madzhab, MR mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga, ketiganya merupakan anggota FKMSB tahun angkatan 2017. Selanjutnya IB dan HW, mereka adalah anggota FKMSB Angkatan tahun 2016.

²³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010) hlm. 186.

b. Metode Observasi

Observasi berarti juga pengamatan secara langsung dengan melakukan pengamatan yang mendetail terhadap objek observasi tanpa memisahkan dengan lingkungannya. Metode ini memungkinkan melihat, merekam dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagai mana yang terjadi pada keadaan sebenarnya tidak hanya mengukur sikap responden. Teknik ini juga digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

Observasi ini dilakukan pada Lembaga Forum Komunikasi Mahasiswa Santri Banyuanyar wilayah Yogyakarta. Observasi ini dilakukan melalui partisipasi langsung dilembaga tersebut. Hal ini dilakukan guna melihat, mengamati dan memahami mulai dari kegiatan, gaya hidup juga perilaku konsumtif mereka. observasi ini dapat membantu memperkuat hasil dari penelitian ini dan dapat memperkaya data, tidak hanya didapat dari satu cara saja. Hal ini memperkaya pemahaman dan lebih komprehensif pembahasan

c. Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi kesatuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan

menemukan pola, menemukan yang penting yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²⁴

Metode analisis data pada penelitian ini sesuai dengan metode kualitatif, berupa narasi deskriptif melalui analisis hasil wawancara dengan anggota FKMSB, observasi dan data yang didapat. Dari hasil wawancara yang mendalam ini ditulis berupa kutipan langsung, catatan atau tulisan yang diperoleh dari hasil pengamatan. Analisis data ini bertujuan dapat disimpulkan secara sistematis sesuai fakta yang ada. Data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi serta data yang berkaitan dianalisis dengan menggunakan teori yang telah ditentukan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan kepenulisan pada penelitian ini, maka penyajian data dan ulasan akan disistematisasikan sesuai dengan rasionalisasi piramida dengan maksud agar pembahasan mudah dipahami dan terstruktur linierisasi mengerucut sebagaimana aturan yang berlaku pada tata cara penulisan penelitian skripsi yang berlaku. Pembahasan nanti akan diurut dari bab pertama sampai dengan bab yang terakhir. Penulis perlu menuliskan sistematika pembahasan dari masing-masing bab sebagaimana berikut ini.

²⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 248.

Bab *pertama*, merupakan bab pendahuluan paling utama yang bermaksud untuk menguraikan signifikansi penelitian ini, dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, tinjauan pustaka, kajian teori dan sistematika pembahasan. Dengan ini, bab satu merupakan landasan utama yang menjadi tolak berlanjutnya pembahasan di bab-bab selanjutnya.

Bab *kedua*, peneliti akan mendeskripsikan dengan menyajikan rangkaian data yang berisi gambaran umum FKMSB dan anggotanya. Bab ini meliputi profil FKMSB, konteks dasar dan sejarah kelahirannya FKMSB dan FKMSB wilayah Yogyakarta sendiri. Dan hal-hal yang berkaitan dengan lembaga tepat penelitian ini dilakukan. Seperti program kerja yang dilajankan baik yang berbentuk harian atau bulanan dan lain-lain. Dengan ini supaya pembaca dapat melihat lebih jelas ruang lingkup penelitian, subjek penelitian dan tempat penelitian ini berlangsung sampai akhirnya dapat dilanjutkan pada bab seterusnya.

Bab *ketiga*, berisi tentang pembahasan intensitas keterhubungan dengan *hypebeast* yang dilakukan oleh santri alumni Banyuwangi. Dan memberikan penjelasan faktor lahirnya *hypebeast* santri alumni Banyuwangi serta bentuk perubahan gaya hidup mereka. Hal ini dilakukan sebagai jembatan teoritis dan korelasi dengan data-data yang didapat dari hasil temuan penulis dilapangan. Hal ini dilakukan sebelum masuk pada penyajian hasil penelitian berikutnya.

Bab *keempat*, merupakan puncak dari penelitian ini berisi tentang konstruksi sosial *qana'ah* dengan *hypebeast* santri alumni Banyuwangi. praktik *qona'ah* para santri. Awal lunturnya *qana'ah* menjadi *hypebeast*. Konstruksi sosial, perubahan *hypebeast* para santri. Dari beberapa narasumber yang peneliti serap keterangannya akan dipaparkan pada bab ini.

Terakhir Bab *lima*, yang merupakan bagian akhir dari penelitian. Bab ini sebagai kesimpulan akhir dari hasil penelitian ini yang telah di ulas dari awal. Selain itu, bab ini juga berisikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini dengan tujuan dan harapan penelitian ini tidak menjadi sesuatu yang final, akan ada banyak penelitian yang lebih mendalam dan semakin lengkap tersaji secara komprehensif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dianalisis penjelasan bab-perbab dari hasil penelitian ini maka penulis dapat menyimpulkan sekaligus memberikan jawaban dari rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Fenomena *hypebeast* alumni santri Banyuwangi dipengaruhi dari beberapa faktor yang menggeser perilaku santri yang sederhana menjadi pelaku konsumtif. Pergaulan dengan teman dekat dan iklan-iklan yang ditemukan mereka di media sosial, penggunaan *e-commers* serta seringnya melakukan akses internet menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumtif santri alumni Banyuwangi di Yogyakarta. Teknologi informasi seperti media sosial, *e-commers* dan internet yang menggeser pemahaman mereka tentang nilai kesederhanaan hidup seperti *qana'ah*.

Perilaku *hypebeast* yang mereka lakukan sebagai bentuk eksistensi diri mereka dalam bersosialisasi. Mereka memilih merek pakaian yang memiliki nilai yang ada pada barang tersebut dan juga nilai tersirat di dalamnya. Seperti nilai status sosial, menjadi menarik dan terlihat keren dihadapan orang lain. Dengan menggunakan pakaian produk terkenal mereka menandai dirinya agar berbeda dari orang lain. Imajinasi hedonisme mereka dan konstruksi strata sosial yang mereka impikan menjadikannya *hypebeasy* serta menggeser pemahaman tentang *qana'ah*. Hingga dengan itu perilaku *hypebeast* yang mereka geluti masih termasuk

sebagai perilaku *qana'ah*. Sebab menurutnya, kegandrungan terhadap barang bermerek masih berada dalam tahap yang wajar, tidak berlebihan dan juga sebagai bentuk syukur serta hadiah untuk diri mereka yang bekerja. Kegandrungan pada meek tertentu dan konsumsi barang bermerek adalah sebagian dari *qana'ah*.

B. Saran

1. Bagi Alumni Santri Banyuwang

Para informan diharapkan dapat mengurangi konsumsi barang yang berlebihan. Mampu membedakan antara kebutuhan prioritas dan yang bukan. Bijak mengatur keuangan, manajemen pengeluaran dan pemasukan. Tidak mudah terpengaruh godaan yang menggiurkan di lingkungan sosial mereka. Dan mampu menjadikan ajaran pesanten sebagai kontrol untuk tidak melakukan konsumsi berlebih sebagai mana yang terkandung dalam nilai ajaran *qana'ah*.

2. Bagi Peneliti Lain

Dari hasil penelitian sederhana ini diharapkan mampu menambahkan informasi bagi penelitian selanjutnya. Menjadi rujukan atau data pendukung yang berkaitan dengan penelitian yang sama tentang gaya hidup *hypebeast* dan kajian post-modern. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang belum terpenuhi secara baik dan benar. Untuk itu kritik dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan untuk menjadi pelajaran dan

perbaikan kedepannya. Penelitian ini merupakan langkah dan karya awal dari penulis oleh karnanya arahan dari pembimbing dan pembaca sangat diharapkan.



DAFTAR PUSTAKA

AD/ART FKMSB 2020

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineksa Cipta, 1992.

Alfiyah, *Hubungan antara Persepsi Tentang Busana Muslimah dengan Gaya Berpakaian*, Yogyakarta: Dalam skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2008.

Astuti, Rika Pristian Fitri. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”, *Jurnal Edutana*. III. 2016.

Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin Jilid VII* “terj”. Ismail Yaqub Jakarta: Faizan 1985.

As-Sadr, Sayyid Mahdi. *Mengobati Penyakit Hati Meningkatkan Kualitas Diri* “terj”. Ali Bin Yahya, Jakarta: Pustaka Zahra, 2003.

Al-Makki, As-Syyid Bakri. *Merambah Jalan Sufi Menuju Syurga Ilahi* “terj”. Bandung: Pustaka, 1995.

Anandita, Devi. “Konsumsi Tanda pada Fashion Hijab Deskripsi Konsumsi Fashion Hijab pada Anggota Hijab Beauty Community Malang”, *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, III, 2014.

Baudrillard, Jean. *Masyarakat Konsumeris* “terj”. Wahyunto Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.

Chaney, David. *Lifestyle*, Sebuah Pengantar Komprehensif, terj. Nuraeni, Yogyakarta: Jalasutra, 2003.

Doni, Fahlepi Roma. “Perilaku Pengguna Media Sosial Pada Kalangan Remaja,” dalam *IJSE*, II, 2017.

Dieter, Evers Hans. “Globalisasi dan Kebudayaan Ekonomi Pasar” dalam *Perisma*, 5 Mei-Juni 1997.

- Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Rajawali Pres, 2012
- Febrianingsing, Endah. *Kepribadian Ihsan dan Perilaku Konsumtif*, Yogyakarta: Dalam skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Faiz, Abd Aziz (dkk). *Modul Pengaderan Anggota Baru FKMSB*.
- Fuji Wahyono, Alfa dkk, “Penyutradaraan Film Mockumentary Tentang Fenomena Hypebeast”. Dalam e-proceeding of Art & Design: 2020.
- Fatah, Abdul. *Kehidupan Manusia di Tenga-tengah Alam Materi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995.
- Hall, Calvin S dan Gard Lindzey. *Teori-teori Psikodinamik (Klinis)*, ter. A. Supratiknya, Yogyakarta: PT Kanisius, 1993.
- Hidayah, Tofik. *Gaya Hidup Mahasiswa Imigran Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga di Tengah budaya konsumerisme*, Yogyakarta: Dalam skripsi UINSunan Kalijaga, 2015.
- Hasil wawancara dengan HW, anggota FKMSB Yogyakarta, 01 Februari 2022.
- Hasil wawancara dengan NK, mantan kordinator FKMSB Yogyakarta, 02 Februari 2022.
- Hasil wawancara dengan RM, anggota FKMSB Yogyakarta, 02 Februari 2022.
- Hasil wawancara dengan IB, anggota FKMSB Yogyakarta, 14 Februari 2022.
- Hasil wawancara dengan W, anggota FKMSB Yogyakarta, 03 Februari 2022.
- Hasil Wawancara dengan KA, anggota FKMSB Yogyakarta, 01 Maret 2022.
- Hajjad, Muhammad Fauki. *Tasawuf Islam dan Akhlak “terj”*. As-ad Irsyady dan Fakhrin Ghozali, Jakarta: Amhaz, 2011.
- Hamka, *Tasawuf Modern*, Jakarta: Republika Penerbit, 2015.
- Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepalsuan*, Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius, 2016.
- Jauhari, “Media Sosial: hiperrealitas dan simulacra perkembangan masyarakat zaman now dalam pemikiran jean baudrillard”. Jurnal, *al-‘adalah*, 2017.

- Kurniawan, Made Ferry. "Jeans Sebagai Gejala Syndrome Post-Colonial Negara Dunia Ketiga Analisis Konstruksi dan Konsumsi dalam Persepektif Teori Postmodern dan Postkolonial" *Edusocius*, IV. 2020.
- Lury, Celia *Budaya Konsumen*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2010.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia* Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Mubarok, Muhammad Husni. *Qana'ah Sebagai Cara Mencegah Perilaku Hedonis Persepektif Hamka*, Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo, Semarang 2018.
- Pawanti, Mutia Astiti "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard", FIB UI, 2013.
- Prasetyo, Donny. Irwansyah. "Memahami Masyarakat Dan Persepektifnya". dalam *JIMPIS*, I, Januari 2020.
- Rako, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo, 2010.
- Rahmadani, Arief (dkk). "Tren Hypebeast Menurut Pandangan QS. An-Nisa (4):9 dan QS. Al-An'am (6): 141". Dalam *Ishlah*. II. 2019.
- Rustam, Muhammad "Network Society, Internet, dan Aktivitas komunikasi Masyarakat", *Jurnal Studi Konomikasi dan Media*, XXI, Juli-Desember 2017.
- Susanto, A.B. *potret-potret gaya hidup metropolis*, cet. I, Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2001.
- Surayya Ulfa, Nurist. "Konsumsi Sebagai Penanda Kesejahteraan dan Stratifikasisosial" dalam *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 2012.
- Sholahudin, Umar. "selebrasi pernikahan artis dalam persepektif teori masyarakat konsumsi baudrillard" *jurnal of urban sociology*. II. 2019.

Sastrawati, Nila. “Konsumtivisme dan Status Ekonomi Masyarakat”, *El-Iqtishady*. II. 2020.

Syukri, Amin. *Tasawuf Kontekstual: Solusi Problem Manusia Modern*. Yogyakarta: Pusat Pelajar, 2003.

Wahyono, Alfa Fuji dkk, “Penyutradaraan Film Mockumentary Tentang Fenomena Hypebeast”. *Dalam e-proceeding of Art & Design*. VII. 2020.

