

**REPRESENTASI MASYARAKAT KONSUMSI MELALUI GAYA HIDUP
PENGUNAAN KAIN TRADISIONAL “BERKAIN” PADA GEN Z**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Valsauza Hazna Yollanda

NIM: 19107030096

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
YOGYAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Valsauza Hazna Yollanda
Nomor Induk : 19107030096
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 22 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Valsauza Hazna Yollanda

NIM: 19107030096

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Valsauza Hazna Yollanda
NIM : 19107030096
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

REPRESENTASI MASYARAKAT KONSUMSI MELALUI GAYA HIDUP PENGGUNAAN KAIN TRADISIONAL PADA GEN Z

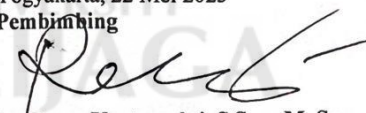
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 22 Mei 2023
Pembimbing


Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M. Sn.
NIP. 19721026 2011 01 1 001

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-556/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2023

Tugas Akhir dengan judul : Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional Pada Gen Z

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : VALSAUZA HAZNA YOLLANDA
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030096
Telah diujikan pada : Senin, 29 Mei 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 64771086018



Penguji I

Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 648290861398



Penguji II

Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 648187708541



Yogyakarta, 29 Mei 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sudik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64834541398

MOTTO

اللَّهُمَّ يَسِّرْ وَلَا تُعَسِّرْ

“Ya Allah mudahkanlah urusanku, jangan Engkau persulit.”

“Di balik kesulitan pasti ada kemudahan”

“Learn to rest, not to quit”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Almamater

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta 2023



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **REPRESENTASI MASYARAKAT KONSUMSI MELALUI GAYA HIDUP PENGGUNAAN KAIN TRADISIONAL “BERKAIN” PADA GEN Z.**

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, doa, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan selama masa penyusunan skripsi hingga selesai.
3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos. M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Penguji Satu Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk menguji Seminar Proposal dan Sidang Munaqosyah.
5. Bapak Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si. selaku Dosen Penguji Dua Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk menguji Sidang Munaqosyah.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua penulis, Papa (Wahyu Hidayat) dan Mama (Andi Prilianti) yang memberikan doa, motivasi dan dukungannya hingga dapat membawa penulis sampai di titik hari ini. Terima kasih sudah memberikan

kepercayaan dan perhatian yang tak terhingga untuk penulis. Skripsi ini penulis berikan untuk Papa dan Mama sebagai tanda bukti penulis untuk menyelesaikan Pendidikan.

8. Kedua kakak penulis, Redo Anya Rizkiansyah dan Aliffa Vilda Zasmi yang sudah menjadi *support system* terbaik. Terima kasih sudah memberikan doa, perhatian, dukungan, dan harapan untuk jalan terbaik pada setiap langkah kehidupan penulis.
9. Kucing-kucing tersayang Lulu, Milo, dan Moli yang telah memberikan *mood booster* yang baik kepada penulis selama pengerjaan skripsi.
10. Keluarga besar Kasirah *Family* dan Banyuwangi *Squad Family* yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
11. Dhany Ramadhio Erlangga, yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, motivasi, waktu dan perhatiannya kepada penulis. Terima kasih sudah memberikan yang terbaik dan selalu ada untuk penulis.
12. Teman seperjuangan penulis, Nabila Putri, Majidah, Yahra, Chacha, Rizkiana Nabila, Febina, Shafa, Dea, Bitu, Anisa, Rika, Isabella, Ghea, Kifi, Salsa, Mita dan Vio. Terima kasih atas kebersamaannya dan sudah mendengarkan keluh kesah penulis selama masa perkuliahan.
13. Teman-teman KKN 108 Besole Tulungagung, Jawa Timur tahun 2022 yang pernah berproses dan berkembang bersama dalam kehidupan penulis.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, Aamiin Yaa Rabbal'alaamiin.

Yogyakarta, 3 Mei 2023

Penyusun,

Valsauza Hazna Yollanda

NIM: 19107030096

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Tinjauan Pustaka	13
F. Landasan Teori	18
G. Kerangka Pemikiran	31
H. Metodologi Penelitian	32
I. Jadwal Penelitian	40
BAB II	42
GAMBARAN UMUM	42
A. Gen Z	42
B. Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional	46
BAB III	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional Pada Gen Z	50

1. Masyarakat Konsumsi: Fungsi Kenikmatan.....	53
2. Masyarakat Konsumsi: Fungsi Individual.....	57
3. Masyarakat Konsumsi: Pembebasan Kebutuhan.....	59
4. Masyarakat Konsumsi: Pemuasan Diri	62
5. Masyarakat Konsumsi: Kekayaan	64
6. Masyarakat Konsumsi: Konsumsi Objek	66
7. Gaya Hidup: Kelas Sosial.....	69
8. Gaya Hidup: Status Ekonomi	71
9. Gaya Hidup: Kehormatan.....	72
B. Makna dan Dampak Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Dalam Penggunaan Kain Tradisional Pada Gen Z	72
1. Makna Penggunaan Kain Tradisional Bagi Gen Z.....	72
2. Dampak Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional Dalam Kehidupan Gen Z.....	74
BAB IV	77
PENUTUP.....	77
A. KESIMPULAN.....	77
B. SARAN.....	79
1. Saran Bagi Anak Muda Yang Mengonsumsi dan Pengguna Kain Tradisional	79
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tinjauan Pustaka.....	16
Tabel 2 : Jadwal Penelitian	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Unggahan Foto Penggunaan Kain Tradisional “Berkain”	4
Gambar 2 : Profil Instagram dari @swaragembira dan @remajanusantara_.....	6
Gambar 3 : Unggahan Public Figure Berkain Gen Z di Instagram.....	45
Gambar 4 : Pertemuan Workshop Berkain di Jogja (Kafe @_jagongan)	46
Gambar 5 : Reposting Unggahan Anak Muda Gen Z di Instagram @remajanusantara_.....	50
Gambar 6 : Genderless: Laki-laki dan Perempuan Berpenampilan Menggunakan Kain Tradisional “Berkain”.....	56
Gambar 7 : Kain Ulos Batak Lambang Duka Cita.....	60
Gambar 8 : Inspirasi Kain Tradisional Modifikasi di Pasar Wastra	60
Gambar 9 : Workshop Berkain Kudil (Dilla Aulia Dina) Di Jogja.....	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Kerangka Pemikiran	32
------------------------------------	----



ABSTRACT

Representation can be seen and described from how humans communicate through appearance, conversation, or writing. The use of traditional cloth as a fulfillment of needs and desires for self-interest. This study examines the representation of consumption society through the lifestyle of young generation Z I the use of traditional cloth fashion that exists in the “Berkain” phenomenon in Indonesia.

The purpose of this study is to identify and analyze the representation of consumption society through the lifestyle of using traditional cloth in generation Z. This study uses the theory of Consumption Society from Jean Baudrillard. The informant selection technique used Purposive Sampling Technique, where sampling was based on certain considerations and the technical objectives of the sample respondents were taken according to certain criteria, namely five young people of generation Z aged 11-26 years. The research method in this study is descriptive qualitative using data collection methods, namely interviews, observation, and documentation.

The results of this study indicate that the consumption society represents the attitude of young generation Z in the lifestyle of using traditional cloth in everyday life and at certain events. There are several functions of consumption not only as satisfying the desire to buy but having many commodities that function as a function of enjoyment, individual function, liberation of needs, self-gratification, wealth, or consumption of objects. In addition, it is analyzed with lifestyle in the behavior patterns of consumption society that shape a person's behavior and activities in life related to social class, economic status, and honor.

Keywords: Representation, Lifestyle, Consumption Society, Traditional Cloth, Gen Z

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dengan sesuatu yang melekat pada tubuhnya yakni kain. Barang ini menjadi suatu kebutuhan yang penting bagi manusia di berbagai aktivitas sehari-hari (Lestari, 2014). Benda kain tersebut dikatakan sebagai pakaian atau busana, yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pakaian merupakan suatu barang yang dikenakan sebagai penutup pada tubuh bagian atas maupun bawah yang berupa baju, kemeja, celana, rok, dan berbagai macam bentuk pakaian (Ahmad, 2017). Sejak bayi, kain diperlukan sebagai jarik gendong, sunat, bermain, hingga menikah atau berbagai acara adat yang memerlukan kain sebagai kebutuhannya (Zulfia & Rahmawati, 2018). Di Indonesia yang memiliki cuaca tropis sangat memerlukan kain yang nyaman sebagai pelindung tubuh yang disesuaikan pada musim panas maupun hujan. Sebagian kain yang menutupi tubuh menjadi hal yang penting dalam penampilan fisik seseorang.

Beragamnya identitas masyarakat Indonesia yang menyimpan ragam kisah kehidupan dan budayanya mulai dari ras, warna kulit, suku, agama, hingga politik (Darmaputri, 2015). Salah satu seni dan budaya peninggalan nenek moyang adalah kain tradisional. Di Indonesia kain memiliki berbagai corak dan daerah asalnya sendiri seperti batik, songket, tenun, lurik, dan sebagainya (Indra, 2017). Dahulu kain yang bergambar dengan motif

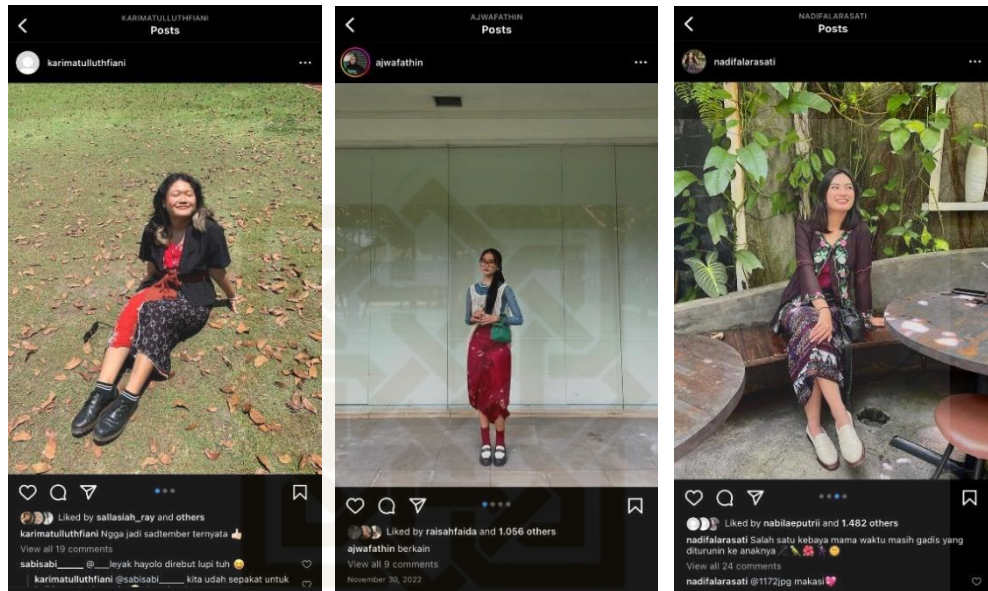
merupakan hasil karya khas daerah menjadi salah satu peninggalan budaya nenek moyang yang hanya digunakan oleh masyarakat terdahulu yang berasal dari wilayahnya sendiri. Misalnya seperti kain tradisional batik berasal dari daerah di Pulau Jawa. Penggunaan kain batik yang hanya boleh dikenakan oleh masyarakat yang berasal dari Pulau Jawa saja dan kain batik hanya dipakai berpasangan dengan kebaya dengan dandanan Jawa (Darmaputri, 2015). Karakteristik dandanan Jawa tersebut seperti memakai aksesoris rambut yang digelung atau “konde”, selop sebagai alas kaki pada laki-laki maupun perempuan, dan sebagainya.

Kain menjadi *fashion* anak muda yang digunakan bukan hanya sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai gaya hidup dalam berpakaian sehari-hari. Berbagai kain tradisional maupun yang sudah dimodifikasi dengan berbagai desain modern saat ini, divisualisasikan dalam bentuk kain yang dapat dikenakan sesuai dengan apa yang mereka inginkan (Syifa, 2021). Salah satunya seperti fenomena “**Berkain**” yang dapat kita temui pada 3 tahun terakhir. Fenomena ini diikuti oleh anak muda generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012 yang berumur 11 hingga 26 tahun (Abdillah, 2022). Antusias mereka dalam penggunaan *trend fashion* tersebut untuk pakaian mereka yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari maupun acara tertentu. Dengan adanya fenomena berkain, membuat fashion menjadi berkembang sehingga dapat menjadi wadah anak muda generasi Z untuk bebas berekspresi dan membentuk identitasnya sendiri dari penggunaan kain tradisional yang mereka kenakan (Allensyah, 2022).

Kain menjadi *fashion* atau *outfit* anak muda generasi Z yang dipakai dalam berbagai macam aktivitas mereka. Kain tradisional kini tidak lagi menjadi pakaian dengan label atau identitas yang hanya dipakai untuk orang zaman dahulu dan acara daerah tertentu. Akan tetapi, bergeser dalam hal penggunaan atau cara dalam berpakaianya (Darmaputri, 2015). Yang mana orang-orang generasi Z menggunakan kain sebagai *fashion* mereka yang dikenakan sehari-hari dan dapat di *styling* dan memodifikasi dengan gaya modern masa kini. Misalnya kain batik tidak lagi menjadi pakaian dengan label atau identitas yang hanya dipakai berpasangan dengan kebaya saja, namun dapat digunakan sebagai pakaian untuk kegiatan sehari-hari (*daily activity*) (Darmaputri, 2015). Anak muda bebas berekspresi untuk memberikan identitas mereka sebagai pecinta kain batik. Hal ini sudah menjadi fenomena *fashion trend* baru di Indonesia yang bisa disebut dengan “Berkain”.

Gambar 1

Unggahan Foto Penggunaan Kain Tradisional “Berkain”



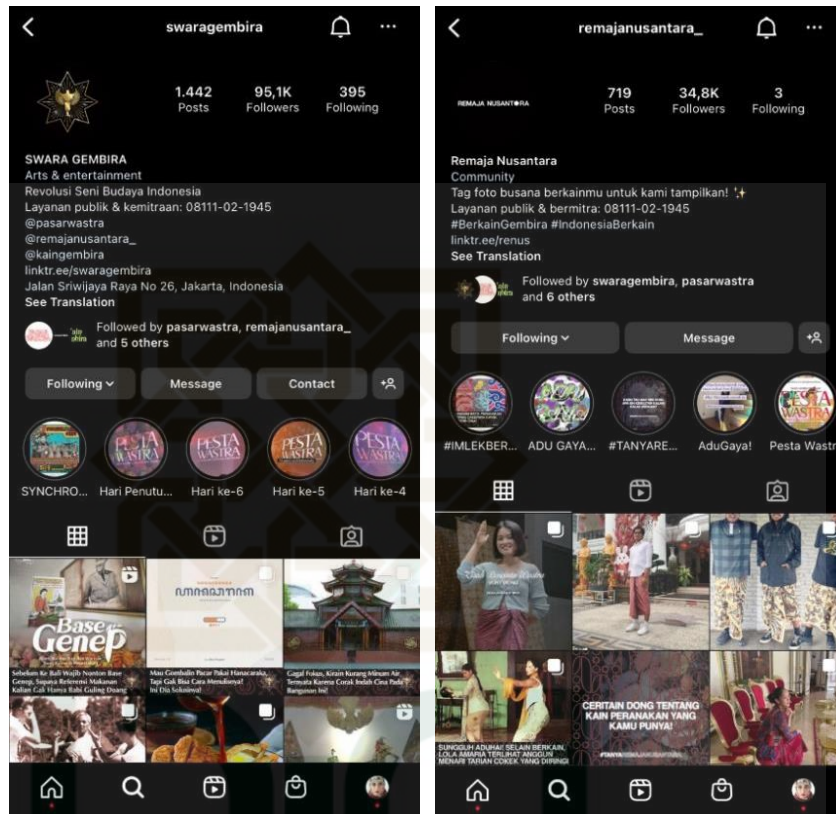
Sumber: Instagram @karimatulluthfiani, @ajwafathin, dan @nadifalarasati
(<https://www.instagram.com/karimatulluthfiani/>, <https://www.instagram.com/ajwafathin/>, <https://www.instagram.com/nadifalarasati/>)

Fenomena ini menjadi hal yang menarik untuk penelitian ini yang mengkaji mengenai representasi dari masyarakat konsumsi melalui gaya hidup dalam penggunaan kain tradisional dalam fenomena berkain yang dipakai oleh anak muda generasi Z. Fenomena “Berkain” berawal dari *founder* dari Swara Gembira yang bernama Oi dan Rifan Rahman, mereka sedang mengkhawatirkan kemajuan industri kreatif Indonesia yang sangat pesat hingga peninggalan budaya Indonesia mulai terlupakan oleh mayoritas generasi anak mudanya (Allensyah, 2022). Swara Gembira menjadi wadah untuk melestarikan seni dan budaya tradisional Indonesia di kalangan

millennial generation dan ingin mengkampanyekan dengan menyampaikan pesan yang mengajak seluruh anak muda untuk menjadikan kain tradisional itu sebagai fashion mereka. Selain itu, Swara Gembira memiliki komunitas khusus pada akun instagram @remajanusantara_ untuk *me-repost* atau membagikan kembali unggahan foto anak muda generasi Z yang menambahkan tag akun tersebut pada foto busana berkain. Hal ini memberikan ruang kepada mereka bagi perempuan maupun laki-laki untuk merepresentasikan dalam penggunaan kain tradisional dengan gaya hidup mereka di kehidupan sehari-hari atau di acara tertentu. Swara Gembira membuat gerakan “Berkain Bersama”, yang bertujuan sebagai media untuk mengkampanyekan penggunaan kain sebagai pakaian keseharian dan ditujukan kepada seluruh anak muda di Indonesia (Syifa, 2021). Sehingga dapat membawa kain tradisional dari batik, songket, tenun, dan lain-lain menjadi *hype* dan semakin dikenal kembali oleh masyarakat muda Indonesia.

Gambar 2

Profil Instagram dari @swaragembira dan @remajanusantara_



Sumber: Profil Akun Instagram Swara Gembira dan Remaja Nusantara

(<https://www.instagram.com/swaragembira/> dan <https://www.instagram.com/remajanusantara/>)

Mulai dari adanya kampanye dalam penggunaan kain tradisional pada fenomena “berkain”, dapat memberikan ruang untuk anak muda dalam berekspresi. Karena sebelum adanya tren berkain ini, masyarakat anak muda cenderung malu dan tidak bebas dalam berpenampilan sesuai apa yang mereka inginkan khususnya dalam penggunaan kain tradisional. Berbagai macam respon yang keluar dari lingkungan sekitar yang memberikan dampak bagi

mereka. Kain tradisional kini mulai dikenal kembali oleh masyarakat muda dan dijadikan sebagai tren fashion saat ini dengan memodifikasi gaya masa kini. Sehingga muncul perubahan dalam hal cara berpakaian atau penggunaan kain tradisional.

Fashion atau mode menjadi sebuah ruang komunikasi dan gaya hidup seseorang untuk menyampaikan makna pesan pada diri seseorang (Lestari, 2014). *Fashion* sebagai media komunikasi untuk mengekspresikan siapa diri kita dan hal ini sangat mempengaruhi persepsi seseorang sesuai apa yang terlihat. Penggunaan kain tradisional dapat dikatakan sebagai ruang ekspresi identitas diri, dan dapat dibenarkan mengenai pernyataan Malcolm Barnard bahwa seseorang dapat mengirim pesan tentang dirinya melalui pakaian yang dikenakannya. (Darmaputri, 2015). Mulai dari cara bagaimana seseorang menyalurkan suasana hati tentang siapa dirinya dari sikap, berbicara, dan penampilan sehingga dapat memberikan kesan kepada seseorang (Lestari, 2014). Selain itu, *fashion* juga digunakan pada setiap individu sebagai bentuk dari ekspresi individualistik untuk membedakan dirinya sendiri sebagai individu dan menyatakan beberapa nilai yang berbeda dari orang lain yang ada di dalam dirinya.

Makna pesan yang diinterpretasikan tersebut dapat disampaikan melalui visual yang memiliki keunikan tersendiri tergantung pada nilai identitas pada setiap individu (Hapsa & Priyo Purnomo, 2016). Penampilan seseorang dapat mempengaruhi gaya hidup yang terbentuk dari status sosial, ekonomi, kepribadian, maupun budaya seseorang (Muhammad Misbahuddin,

2018). Bukan hanya itu, kini anak muda mengikuti tren gaya hidup dalam berpakaian yang berbandan sesuai dengan zaman yang kekinian (Lindawati, 2019). Dengan ini seseorang mulai sadar dalam berpenampilan, mengenakan pakaian atau aksesoris tubuh dapat memberikan perhatian tertentu terhadap orang lain.

Cara pandang seseorang juga mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang saat mengenakan pakaian (Ramadhan, 2019). Sikap dan perilaku yang dipengaruhi dalam berpakaian kini didukung karena adanya teknologi digital yang memberikan informasi dan peluang kepada manusia untuk *explore* dalam mengkomunikasikan gaya berpakaian yang sesuai dengan zamannya. Seseorang bebas dalam berkreasi dengan apa yang mereka kenakan sesuai kenyamanan dan keinginan memakai gaya busana yang berkembang seperti masa sekarang ini dengan bantuan teknologi digital (Dwiyantoro & Harianto, 2014). Masa dimana seseorang dapat dengan mudah mencari berbagai referensi dalam berpakaian dari media sosial.

. Masyarakat anak muda yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai bahan referensi mereka untuk berpenampilan menarik (Laksana & Aisjah, 2016). Sebuah aplikasi yang memberikan informasi mengenai gerai jualan hingga inspirasi dalam berpakaian yang ditampilkan melalui *lifestyle*. Aplikasi yang digunakan oleh informan dalam penelitian ini berupa Instagram dan Tiktok, karena kedua aplikasi tersebut yang menyajikan beberapa foto dan video yang dapat mereka unggah. Hal ini membuat masyarakat khususnya

anak muda generasi Z yang tertarik dan minat dalam mengonsumsi melalui tren yang berkembang (Wahyuni, 2014).

Kain sebagai *fashion* dapat menciptakan sebuah identitas atau representasi tertentu (Berek, 2014). Seseorang dapat mendukung kehidupannya dengan apapun yang ia kenakan sehingga hal tersebut juga dapat mendukung dan mencerminkan citra dalam status sosial hingga kepribadiannya (Muhammad Misbahuddin, 2018). Selain itu, representasi dalam penggunaan *fashion* kain tradisional menjadi alat untuk mengekspresikan citra mengenai siapa diri kita dan apa yang ingin seseorang tunjukkan dari gaya hidupnya (Zulfia & Rahmawati, 2018). Akan tetapi, dari gaya hidup seseorang yang membentuk identitas sosial juga berbeda dengan orang lain. Perbedaan tersebut terlihat dari masyarakat yang mengonsumsinya (Sahrub, 2020).

Bagi Baudrillard, konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, dan konsumsi objek (Baudrillard, 2004). Pernyataan tersebut, Baudrillard berpendapat saat ini manusia tidak lagi mengonsumsi berdasarkan pada kegunaan pada suatu barang dan jasa, namun sudah beralih untuk lebih mengutamakan tanda maupun simbol yang ada di dalamnya. Fenomena sosial masyarakat konsumtif sekarang ini dibantu dengan dunia digital yang serba modern, memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya melalui *platform* internet (Dwiyantoro & Harianto, 2014). Sehingga muncul budaya konsumsi yang

berlebihan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Fashion pada kain tradisional sebagai upaya anak muda *gen-Z* untuk membentuk identitas dirinya.

Fenomena tersebut dalam agama islam Allah telah memberikan firman-Nya mengenai hal yang berkaitan dengan perilaku manusia. Allah memerintahkan kepada umat manusia untuk berperilaku sesuai dengan batas wajar karena Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebihan. Sebagaimana dengan firman Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* dalam kitab-Nya QS Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi :

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya :

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al A'raf: 31, n.d.).

Referensi : <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html>

Tafsir dari Kementerian Agama Republik Indonesia, ayat tersebut memerintahkan bahwa menghias diri sendiri dengan memakai dan mempercantik penampilan melalui pakaian yang dikenakan dengan bersih dan baik dipakai untuk beribadah dan beraktivitas, makan dan minum yang telah diharamkan oleh Allah (Rahman, 2022). Akan tetapi, jangan melampaui batas wajar tidak membelanjakan harta hingga membuat orang-orang menjadi rakus dan Allah membenci orang-orang yang berlebihan. *Fashion* menjadi

representasi gaya hidup bagi orang muslim. Dalam konteks representasi pakaian dalam islam yang wajib itu adalah menutup aurat, setelahnya manusia berhias dengan batas wajar.

Dalam penelitian ini, diperlukan untuk mengambil beberapa data informan yang sejumlah 5 orang yang berusia 11 – 26 tahun untuk dianalisis dengan teori Masyarakat Konsumsi (Jean Baudrillard). Informan yang diperlukan memiliki kriteria tertentu dalam pengambilan data dan informasi secara mendalam. Pengambilan data melalui wawancara secara langsung maupun via media sosial Instagram dan Whatsapp dengan para informan yang terkait.

Berdasarkan pernyataan yang telah diuraikan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional “Berkain” Pada Gen Z, dengan meneliti tentang representasi masyarakat konsumsi melalui gaya hidup pada anak muda generasi Z dalam penggunaan fashion kain tradisional yang ada pada fenomena “berkain” di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian skripsi ini yaitu “Bagaimana Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional “Berkain” Pada *Gen Z*?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis representasi masyarakat konsumsi melalui gaya hidup penggunaan kain tradisional dalam fenomena “Berkain” pada *Gen Z*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan dalam pengembangan ilmu komunikasi pada konteks representasi masyarakat konsumsi melalui gaya hidup pada anak muda generasi Z dalam penggunaan fashion kain tradisional yang ada pada fenomena cara berpakaian “berkain” di Indonesia.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam penelitian maupun pengembangan penelitian dengan konteks atau tema yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para praktisi komunikasi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman baru kepada yang membacanya mengenai representasi masyarakat konsumsi melalui gaya hidup penggunaan kain tradisional berkain pada generasi Z.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan adanya tinjauan pustaka untuk meninjau penelitian yang sudah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang relevan sesuai pada topik penelitian ini. Sehingga penulis menggunakan beberapa penelitian sebagai referensi, bahan informasi, dan bahan acuan serta pembanding dari hasil penelitian yang telah ditemukan. Adapun tinjauan pustaka yang peneliti gunakan sebagai berikut:

1. Jurnal Penelitian (Jurnal Ilmiah Sosiologi, *Volume 1, Issue 2*, Tahun 2018) yang ditulis oleh Dessy Monica Pane, I Nengah Punia, dan Wahyu Budi Nugroho, dengan judul "*Fashion* Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja Di Kota Denpasar". Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif eksplanatif. Hasil penelitian dari judul penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *fashion* dijadikan sebagai sarana dalam mengekspresikan diri agar terlihat berbeda dan memiliki sebuah ciri khas melalui apa yang mereka gunakan khususnya ditujukan kepada remaja. Dapat dikatakan memiliki ciri khas jika seseorang dapat memberikan kesan yang sesuai dengan identitas dirinya. Dengan adanya perkembangan *fashion trend* yang berubah, identitas para penggunaannya juga akan berubah. Persamaan penelitian Dessy Monica Pane, dkk dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah *fashion* sebagai identitas remaja atau anak muda, dimana *fashion* sebagai alat untuk mengkomunikasikan dirinya sesuai dengan apa yang mereka ingin tunjukkan melalui yang mereka kenakan. Selain itu,

persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu menggunakan teori penelitian dari Jean P. Baudrillard pada teori masyarakat konsumsi dan metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Sedangkan perbedaannya adalah dari subjek penelitian dan tempat melakukan penelitian (Pane et al., 2018).

2. Jurnal penelitian (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, *Volume 3*, Nomor 2, Tahun 2018) yang ditulis oleh Rizka Zulfia dan Dr Rahmawati, M.SP., dengan judul “Representasi Gaya Hidup Perempuan Berpenampilan Maskulin di Kota Banda Aceh”. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Hasil penelitian dari judul penelitian tersebut menyimpulkan bahwa karakteristik gaya hidup menjadi komunikasi dalam merepresentasikan penampilan sebagai kepercayaan. Perempuan-perempuan di kota Banda Aceh yang merubah gaya hidup berpenampilan maskulin berpengaruh karena adanya faktor individual, keluarga dan lingkungan. Persamaan penelitian Rizka Zulfia dan Rahmawati dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif, menganalisis representasi karakteristik gaya hidup pada penampilan fisik yang mempengaruhi kehidupan seseorang, Sedangkan perbedaannya adalah dari subjek penelitian, tempat melakukan penelitian, dan teori penelitian (Zulfia & Rahmawati, 2018).

3. Jurnal penelitian (Jurnal Unair, *Volume 3, Issue 2*, Tahun 2014) yang ditulis oleh Patrisia Amanda Pascarina, dengan judul “Representasi Identitas Remaja Laki-Laki Melalui Penggunaan Fashion”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif-eksploratif dengan menggunakan metode Semiotik Barthes. Hasil penelitian dari judul penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *fashion* bagi anak remaja laki-laki menjadi sebuah gaya berbusana yang dapat membedakan mereka dengan suatu golongan lain dan dapat mencitrakan dirinya sebagai seorang maskulin namun tetap nyaman ketika menggunakan pakaian metroseksual dan masih terlihat dirinya modis. Identitas karakter remaja laki-laki dalam berpakaian modis dan berdandan tidak dalam karakter laki-laki maskulin melainkan disebut sebagai laki-laki metroseksual karena terlihat dari pergeseran *fashion item* bagaimana seorang remaja laki-laki memakai celana denim berwarna yang awalnya hanya digunakan oleh kaum hawa. Persamaan penelitian Patrisia Amanda Pascarina dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah cara kerja *fashion item* yang berpengaruh dalam pembentukan identitas pada seseorang sesuai dengan perkembangan zaman. Sedangkan perbedaannya adalah dari subjek penelitian, tempat melakukan penelitian, dan teori penelitian. (Pascarina, 2014).

Tabel 1
Tinjauan Pustaka

NO	NAMA	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1.	Dessy Monica Pane,I Nengah Punia, dan Wahyu Budi Nugroho	<i>Fashion</i> Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja Di Kota Denpasar https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/33390/	<i>Fashion</i> dijadikan sebagai sarana dalam mengekspresikan diri agar terlihat berbeda dan memiliki sebuah ciri khas melalui apa yang mereka gunakan khususnya ditujukan kepada remaja.	<ul style="list-style-type: none"> ● Subjek penelitian pada anak remaja berusia 18-24 tahun. ● Tempat melakukan penelitian di kota Denpasar. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meneliti tentang komunikasi pada <i>fashion</i> sebagai identitas remaja atau anak muda. ● Teori penelitian Jean P. Baudrillard pada teori masyarakat konsumsi. ● Menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. ● Metode pengumpulan data menggunakan observasi. ● Metode analisis data (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.verifikasi data).
2.	Rizka Zulfia	Representasi Gaya Hidup Perempuan Berpenampilan Maskulin di Kota Banda Aceh	Karakteristik gaya hidup menjadi komunikasi dalam merepresentasikan penampilan sebagai	<ul style="list-style-type: none"> ● Subjek penelitian pada seorang perempuan atau 	<ul style="list-style-type: none"> ● Menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif.

		https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/7563/34	<p>kepercayaannya.</p> <p>Perempuan-perempuan di kota Banda Aceh yang merubah gaya hidup berpenampilan maskulin berpengaruh karena adanya faktor individual, keluarga dan lingkungan.</p>	<p>mahasiswi usia 20-25 tahun.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objek penelitian pada perempuan maskulin di Banda Aceh. ● Teori penelitian dengan Teknik <i>Snow Ball Sampling</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meneliti tentang representasi gaya hidup dalam penampilan fisik. ● Menganalisis gaya hidup berpakaian pada penampilan seseorang yang memiliki karakteristik sangat berpengaruh pada kehidupannya.
3.	Patrisia Amanda Pascarina	<p>Representasi Identitas Remaja Laki-Laki Melalui Penggunaan Fashion</p> <p>https://repository.unair.ac.id/15766/</p>	<p><i>Fashion</i> bagi anak remaja laki-laki menjadi sebuah gaya berbusana yang dapat membedakan mereka dengan suatu golongan lain dan dapat mencitrakan dirinya sebagai seorang maskulin namun tetap nyaman ketika menggunakan pakaian metroseksual dan masih terlihat dirinya modis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Subjek penelitian remaja laki-laki pengunjung mall. ● Tempat melakukan penelitian di Mall Tunjungan Plaza Surabaya. ● Teori penelitian pendekatan Semiotika Barthes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meneliti tentang cara berpakaian pada <i>fashion item</i> yang berpengaruh dalam pembentukan identitas pada seseorang sesuai dengan perkembangan zaman. ● Menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. ● Metode pengumpulan data observasi.

Sumber: Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Ilmu Komunikasi

Pengertian komunikasi adalah proses suatu pesan atau informasi yang dikomunikasikan atau disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikannya kemudian terjadi adanya umpan balik. Komunikasi berfungsi sebagai sebuah pernyataan untuk mengekspresikan diri. Fungsi komunikasi menurut Thomas M. Scheidel dalam (Mulyana, 2017) yaitu untuk membangun kontak sosial dengan orang yang ada di sekitar lingkungan sosial, media untuk pernyataan dan mendukung dalam pembentukan identitas diri, dan untuk mempengaruhi orang lain, baik dalam berpikir, berperilaku, perasaan yang diinginkan oleh komunikator. Setelah itu akan memunculkan sebuah persepsi yang dirangsang oleh setiap individu dari lingkungan sekitar. Selain itu, persepsi menurut Brian Fellows adalah sebuah proses yang memungkinkan suatu organisme untuk menerima dan menganalisis informasi (Lindawati, 2019).

Komunikasi yang disampaikan dapat digambarkan sebagai pembentukan makna oleh komunikan karena ada yang menafsirkan sebuah pesan atau perilaku seseorang yang telah disampaikan. Komunikasi berbentuk dipengaruhi dengan konsep diri (*self*), diri yang lain (*other*), simbol atau tanda, makna, penafsiran, dan tindakan. Dalam perspektif ilmu komunikasi, pakaian adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang disampaikan melalui penampilan seseorang atau apa yang dikenakannya. Komunikasi ini sering dikatakan sebagai komunikasi tanpa

kata yang dalam penyampaiannya dapat menggunakan perilaku atau tindakan seseorang yang memiliki makna tertentu. Komunikasi nonverbal yang terbentuk karena adanya sikap, ekspresi muka, atau objek pakaian yang bersifat simbolik, gestur tubuh, serta lambang yang mengandung makna dasar tubuh yang tersirat (Darmaputri, 2015).

2. Representasi

Representasi merupakan sebuah gambaran dari suatu objek, kata, gambar atau yang dapat mewakili simbol, makna, ide, dan sebagainya dalam pemaknaannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi diartikan sebagai tindakan, peristiwa, atau keadaan yang bersifat mewakili. Representasi memiliki arti yang beragam tergantung dengan konteks citra atau tanda yang dipahami. Konsep representasi pakaian itu bagaimana makna yang tersirat pada diri seseorang yang dapat mendukung kehidupan dan kepribadiannya melalui apa yang mereka kenakan. Merepresentasikan apa yang ingin diidentitaskan seseorang dalam kehidupannya. Sebagai upaya seseorang dapat mendukung kehidupannya dengan apapun yang ia kenakan sehingga mendukung kepribadiannya.

Gaya hidup kini direpresentasikan oleh sesuatu yang dikonsumsi melalui pakaian yang digunakan sebagai komunikasi dan meracuni masyarakat untuk tampil sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Gaya pakaian, tatanan rambut, riasan, hingga aksesoris merupakan bagian dari

identifikasi pada *public figure* yang mereka kenali di sekitarnya sebagai pertunjukan identitas dan kepribadian mereka (Lindawati, 2019). Representasi pada fashion menjadi alat untuk mengekspresikan citra atau identitas mengenai siapa diri kita dan apa yang ingin seseorang tunjukkan dari gaya hidupnya. Pakaian menjadi alat representasi yang ingin individu komunikasikan sebagai gaya hidup

Berikut pengertian mengenai representasi sebagai suatu gambaran dari suatu objek, kata, gambar atau yang dapat mewakili simbol, makna, ide.

a. Objek

Representasi menjadi sebuah cara dalam pemaknaan objek yang diberikan pada benda yang telah digambarkan. Representasi objek adalah suatu istilah yang memberikan pandangan dari objek berupa fenomena, wujud, topik atau bahan tertentu yang telah tertanam dan masuk ke dalam pikiran seseorang.

b. Kata

Representasi bersifat mewakili, yang mana setiap kata yang digambarkan memiliki pemaknaannya masing-masing. Salah satu kata dapat mewakili berbagai makna atau arti tertentu yang dapat direpresentasikan tergantung dengan keadaan atau kondisi yang ditunjukkan.

c. Gambar

Representasi gambar merupakan pandangan yang diberikan secara mendetail dalam bentuk gambar yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih kuat kepada orang lain.

d. Simbol

Simbol yang merujuk pada tanda sebuah objek dapat berbentuk gambar maupun tulisan. Representasi yang diartikan dapat berkaitan dengan simbol pada objek yang digambarkan. Sehingga dapat memberikan pengertian dan penggambaran secara jelas mengenai arti yang terkandung di dalam suatu objek yang direpresentasikan.

e. Makna

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), makna merupakan arti atau pengertian yang diberikan kepada bentuk kebahasaan. Makna atau arti yang berhubungan dengan kata yang memberikan maksud tertentu. Representasi memberikan makna atau arti khusus dalam setiap pengamatan seseorang.

f. Ide

Ide atau gagasan yang telah tersusun di dalam pikiran yang mewakili keadaan tertentu. Ide yang direpresentasikan dapat berupa bahasa tertulis, pertunjukan, bentuk visual, maupun lisan.

3. Teori Masyarakat Konsumsi (Jean Baudrillard)

Pada masa ini masyarakat konsumsi tidak berdasarkan dari kelas sosialnya melainkan dari kemampuan konsumsi setiap individu dalam pola konsumsinya. Setiap hari masyarakat menjadi konsumtif setelah adanya perkembangan zaman yang dapat mempengaruhi kebutuhan hidup. Menurut teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, fungsi dari konsumsi bukan hanya pemuas nafsu untuk membeli tetapi memiliki banyak komoditas yang berfungsi sebagai satu fungsi kenikmatan, individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek (Baudrillard, 2004). Asumsi pada teori tersebut, tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan keunggulan produk atau jasa namun sebagai pemuas hasrat untuk kepentingan diri sendiri terhadap suatu objek yang diinginkan. Dengan hal itu, masyarakat khususnya pada anak muda merasa mendapatkan kenikmatan, kebahagiaan, dan kepuasan dari yang apa mereka konsumsi pada pemaknaan suatu sistem atau kode tanda, komunikasi, serta sistem pertukaran.

Terdapat beberapa paparan mengenai fungsi konsumsi dari teori Masyarakat Konsumsi, Jean Baudrillard (Baudrillard, 2004) antara lain :

a. Fungsi Kenikmatan

Pemaknaan kenikmatan menurut Jean Baudrillard, yaitu dari objek yang dikonsumsi masyarakat dijadikan sebagai simbol *prestige* dan simbol gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dari dalam diri pemakainya.

b. Fungsi Individual

Individual bersifat perseorangan, fungsi individual ini dijelaskan dimana masing-masing orang menerima identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain, bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya. Melainkan dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki, dan tampilkan dalam interaksi sosial. Dalam *Consumer Society* (1970), tanda merupakan sebuah cerminan aktualisasi diri individu yang paling meyakinkan.

c. Pembebasan Kebutuhan

Baudrillard menegaskan bahwa dalam dunia yang dikontrol oleh kode, konsumsi dapat berhenti ketika apa yang disebut dengan “kebutuhan” dapat terpuaskan. Orang-orang bekerja keras demi bebas dalam mengonsumsi kebutuhannya, dengan adanya *prestige* dan simbol status sosial yang memiliki makna tersendiri bagi kehidupannya yang membuat mereka puas karena telah mengonsumsinya.

d. Pemuasan Diri

Kepuasan konsumsi disinggung oleh Jean Baudrillard, bahwa manusia tidak akan pernah merasa puas akan kebutuhan-kebutuhannya karena mereka telah dikelilingi faktor konsumsi. Konsumsi sebagai sistem pemaknaan yang tidak lagi diatur oleh faktor kebutuhan atau hasrat untuk mendapatkan kenikmatan, namun terdapat hasrat untuk mendapat kehormatan, *prestige*,

status, dan identitas melalui mekanisme penandaan pada suatu objek.

e. Kekayaan

Pemaknaan kekayaan menurut Jean Baudrillard seperti perbedaan status yang dimaknai sebagai perbedaan konsumsi tanda sehingga kekayaan diukur melalui banyaknya tanda yang dikonsumsi.

f. Konsumsi Objek

Menurut Baudrillard, fungsi utama objek-objek konsumsi bukan hanya dari kegunaan maupun manfaatnya. Melainkan fungsi sebagai nilai tanda atau nilai simbol yang disebarluaskan melalui iklan-iklan gaya hidup di berbagai media. Mengonsumsi objek tertentu dapat menandakan bahwa kita berbeda atau dianggap sama dengan kelompok sosial tertentu.

Baudrillard mengatakan dalam teori konsumsinya bahwa logika konsumsi masyarakat yang memberikan nilai baru untuk perkembangan zaman yang sangat pesat, kini bukan lagi berdasarkan dengan *use value* atau nilai guna melainkan berubah menjadi *symbolic value* atau nilai simbolis (tanda) yang bersifat abstrak dan terkonstruksi (Rubiono, n.d.). Di masa sekarang ini, menurut pendapat Baudrillard yang menyatakan tentang masyarakat konsumeris (*consumer society*) sudah tidak lagi dikendalikan oleh kelas kehidupan sosial setiap individu. Bukan kegunaan dari suatu produk tetapi sesuatu yang disampaikan dari produk dengan citra atau pesan yang ada terkandung di dalamnya. Yang mana

kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya didasarkan dengan nilai tanda. Artinya pola konsumsi kebutuhan dipengaruhi oleh faktor nilai simbol yang ada di saat individu mengonsumsinya. Pada akhirnya masyarakat bukan lagi menggunakan berdasarkan kegunaannya lagi, melainkan mengonsumsi citra yang melekat pada barang atau jasa. Ketertarikan seseorang dalam bentuk atau model ideal sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya yang dikomunikasikan melalui simbol gaya hidup.

Dalam masyarakat konsumsi, konsumsi diperoleh dari hal yang terdekat dengan kehidupan manusia. Bukan hanya barang saja namun kita mengonsumsi jasa dan hubungan antar manusia. Di masa modern ini konsumsi sangat meluas kepada kebudayaan manusia. Misalnya dengan kain tradisional pada fenomena berkain, seseorang menciptakan ciri khas pada dirinya melalui gaya busana dalam penggunaan *fashion item* masa kini yang memodifikasi kain tradisional dengan *style* kekinian hingga aksesoris yang menunjang penampilan mereka. *Fashion* menjadi suatu objek yang dapat memberikan makna dan nilai tanda kepada konsumennya.

Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adanya sikap masyarakat konsumsi, yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Selera

Faktor tersebut timbul adanya keinginan seseorang karena setiap orang mempunyai selera kepuasannya masing-masing. Pada dasarnya

setiap individu memiliki diferensiasi atau perbedaan untuk memenuhi kebutuhan. Perbedaan selera diperlukan untuk kepuasan masyarakat yang akan dipenuhi dalam bentuk barang dan jasa dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

b. Faktor Lingkungan Sosial dan Budaya

Faktor lingkungan yang dipengaruhi pada masyarakat konsumsi terbagi menjadi 2 yaitu sosial dan budaya.

1) Faktor Lingkungan Sosial

Faktor ini terbentuk ketika seseorang berada diantara banyaknya inovasi dan keanekaragaman yang ada di lingkungan *circle* pertemanan, obrolan dan juga dikelilingi banyak individu yang menggunakan barang atau jasa sehingga muncul rasa keinginan untuk mengonsumsinya juga.

2) Faktor Lingkungan Budaya

Faktor ini terbentuk ketika kebudayaan manusia pada setiap generasi yang didasari atas nilai, persepsi, simbol dan perilaku yang menentukan bagaimana individu untuk berkomunikasi dan berperilaku dalam kehidupannya. Budaya yang berkembang yang mengikuti masyarakat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat konsumsi sehingga mereka menyesuaikan kebutuhannya sesuai alur budayanya.

c. Faktor Sosial Ekonomi

Faktor ini berdasarkan pada kelas sosial yang membagi kelompok kehidupan ekonomi masyarakat, mengenai bagaimana latar belakangnya, pendidikan, tempat tinggal, serta keadaan konsumen seperti dalam berbusana hingga gaya hidup setiap individu. Siklus kehidupan sosial dapat dipengaruhi oleh pendapatan dan pengeluaran konsumsi. Jika peningkatan konsumsi meningkat, disebabkan karena adanya kenaikan hasil dari pendapatan seseorang.

d. Faktor Pengaruh Individu

Adanya pengaruh yang disebabkan oleh individu lain terhadap sikap, perilaku, nilai, pendapat, dan perilaku konsumsi. Pengaruh aspirasi yang diberikan individu tersebut yang membuat dirinya dapat menentukan suatu barang dan jasa untuk digunakan dan dikonsumsinya. Hal ini mempengaruhi kepribadian pada diri seseorang dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup.

e. Faktor Media Informasi

Media informasi yang berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan maupun menyalurkan informasi kepada khalayak. Dengan adanya era yang berkembang, membuat media informasi mengalami kemajuan yang serba digital seperti media sosial dan *website*. Teknologi informasi dapat memudahkan manusia untuk menerima informasi yang *up to date* sesuai dengan situasi saat ini. Hal ini membuat masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya melalui teknologi informasi digital.

4. Gaya Hidup

Gaya hidup atau *lifestyle* menjadi sebuah kehidupan manusia sehari-hari yang dapat memberikan pengalaman di setiap aktivitasnya. Menurut Turmin (1970), Max Weber yang menggunakan istilah “gaya hidup” yang merujuk pada perilaku, pakaian, ucapan, pemikiran, dan sikap. Pada masa sekarang istilah tersebut yang digunakan untuk memasukkan berbagai perilaku khas pola, yang berkaitan dengan pola kelembagaan dapat meliputi gaya keluarga, orientasi nilai ke dunia secara umum, serta pola dalam perilaku antarpribadi dan antarkelompok (Sobel & Rossi, 1981). Dari pernyataan ini, gaya hidup terbentuk dapat melalui dari berbagai jenis yang melekat dengan diri seseorang sehingga memberikan pola perilaku yang khas pada dirinya sendiri. Gaya hidup memiliki beberapa variabel yang membentuk seseorang dalam berperilaku dan beraktivitas di kehidupannya, yang dikemukakan oleh Max Weber, meliputi kelas sosial, status ekonomi, dan kehormatan.

a. Kelas Sosial

Menurut Myers dan Gutman dalam (Sobel & Rossi, 1981) gaya hidup merupakan sebuah esensi dari kelas sosial. Yang mana pernyataan tersebut mengenai bagaimana konstruk kelas sosial pada kenyataannya yang hanya sebagian dari indikator gaya hidup. Kelas sosial dapat diukur dari pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan seseorang di kehidupannya. Pengertian kelas sosial menurut Kotler,

Amstrong dalam (Laksana & Aisjah, 2016), merupakan sebuah pembagian antar kelompok masyarakat yang relatif permanen dan relatif yang anggota-anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa.

Penggunaan pakaian adalah tempat orang-orang dalam menaruh perhatian orang lain atas apa yang mereka kenakan. Kelas-kelas sosial menjadi salah satu yang mempengaruhi gaya hidup dalam berpakaian seseorang. Segala macam bentuk penampilan seseorang membentuk karakter keseluruhan pada pemakainya. Melalui pakaian tentu memiliki karakteristik berbeda-beda pada setiap individu yang dapat mendeskripsikan gaya yang mewakili karakter tersebut terhadap status sosialnya.

b. Status Ekonomi

Status ekonomi terbentuk karena adanya efek dari status pekerjaan dan pendapatan pada setiap masing-masing individu (Sobel & Rossi, 1981). Efek yang diberikan sangat jelas terlihat di masa sekarang yang mana setiap individu yang selalu mengeluarkan *budget* dalam konsumsinya sebagai pemenuhan kebutuhan dan kepuasan diri. Anggaran konsumsi yang dikeluarkan tergantung pada selera dan preferensi, namun tentu juga tergantung pada status ekonomi individu. Selain itu, efek dari status ekonomi terdapat perbedaan dalam mengonsumsi atau diferensiasi gaya hidup yang mana individu atau kelompok yang mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari

operasionalisasi konsumsi dalam setiap pemasukan dan pengeluaran. Maka perlu adanya pertimbangan konsumsi karena secara tidak langsung di masa sekarang gaya hidup seseorang menjadi hal yang penting dalam menunjang penampilan.

c. Kehormatan

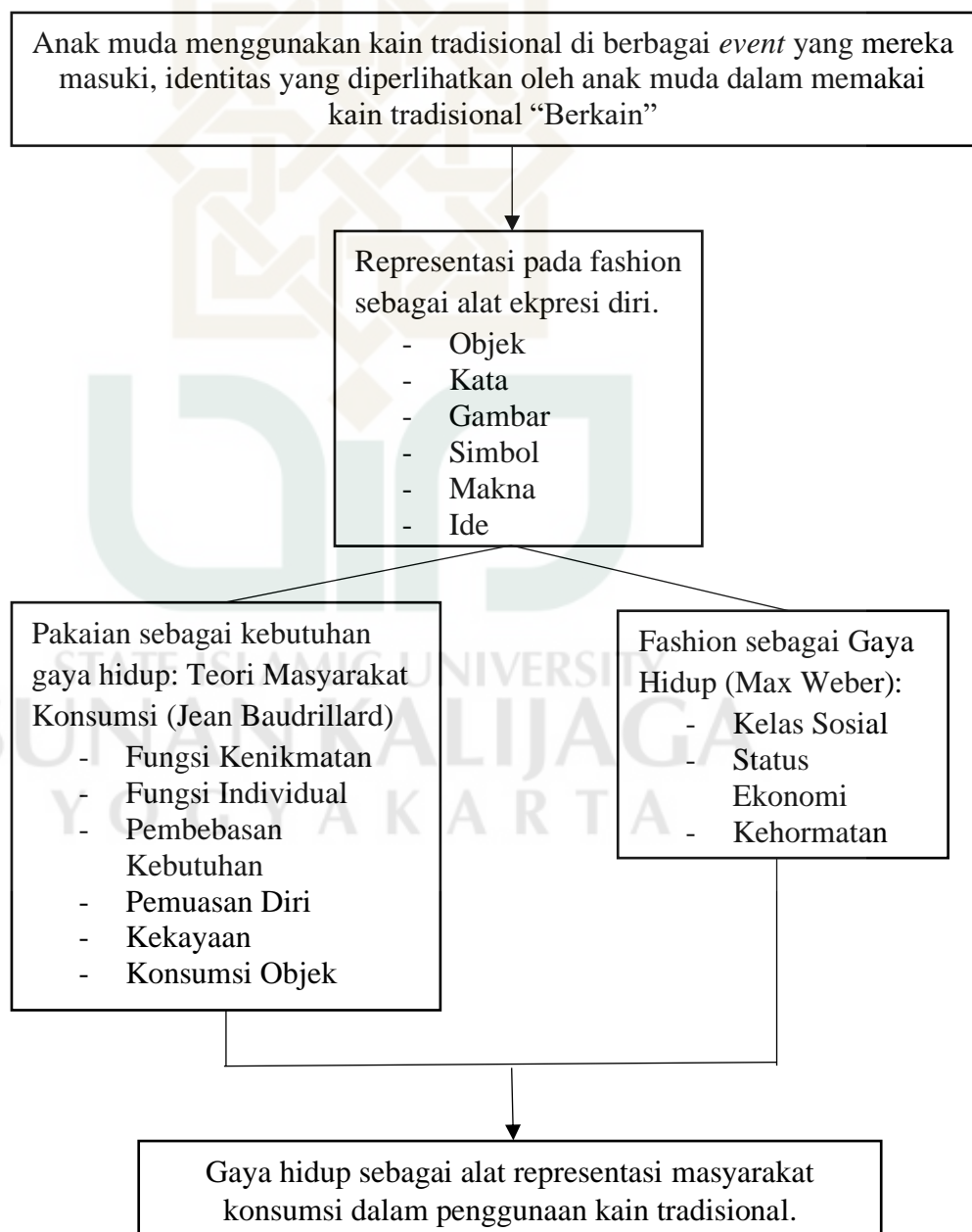
Pendapat Weber mengenai peran yang menentukan dari gaya hidup dalam status “kehormatan”, yang dapat diartikan sebagai kelompok status yang mana secara khusus adanya pembawa dari semua konvensi atau kesepakatan dari aturan yang didasarkan pada kebiasaan mengenai budaya adat dan istiadat seseorang. Kehidupan manusia memiliki berbagai kelompok status yang membentuk semua pola ornamentik yang dilestarikan pada mereka. Hal ini dapat mempengaruhi kepribadian seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, masyarakat yang memiliki strata (tingkat pendidikan tinggi) terkait dengan hal tertentu yang dapat mengukur status kehormatan seseorang. Misalnya seperti budaya keturunan yang diturunkan oleh generasi-generasi sebelumnya yang membuat seseorang memiliki *privilege* atau hak istimewa sehingga menjadi kebiasaan yang mereka meneruskan aturan tersebut.

G. Kerangka Pemikiran

Peneliti menggunakan kerangka pemikiran sebagai dasar bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini, sebagaimana yang telah digambarkan peneliti sebagai berikut:

Bagan 1

Kerangka Pemikiran



H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian digunakan sebagai langkah untuk mengumpulkan informasi maupun data yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti. Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006). Melalui fenomena yang berkaitan dengan judul penelitian, peneliti dapat menjelaskan dan mengidentifikasi secara jelas yang berkaitan dengan masalah yang diangkat. Kemudian analisis data yang digunakan yaitu 5W +1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*).

Sementara penelitian ini berfokus pada penelitian deskriptif yang mana dari penelitian ini mampu untuk menghasilkan data yang objektif dan representatif. Metode penelitian deskriptif peneliti yang mampu untuk mengidentifikasi data yang dimiliki secara rinci dan lengkap sesuai fakta dalam suatu konteks khusus dengan peristiwa yang sedang dialami oleh informan kemudian digambarkan dengan lebih nyata sebagaimana mestinya guna mendukung penyajian data peneliti (Nugrahani, 2014). Penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk dapat mengidentifikasi dan menguraikan secara detail dalam mengkaji variabel-variabel yang digunakan pada penelitian mengenai representasi masyarakat konsumsi pada kain tradisional yang digunakan dalam penampilan pakaian anak muda sebagai gaya hidup mereka.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan mahasiswi anak-anak muda yang berasal dari beberapa kota seperti Yogyakarta dan Jakarta. Informan yang diperoleh memiliki informasi mengenai masalah yang dikaji sehingga penelitian dapat tetap fokus dan terarah. Teknik penelitian menggunakan Teknik Sampling Purposif (*Purposive Sampling*). Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dan tujuan teknik sampel yang diambil sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu pada informan yang telah dipertimbangkan (Nugrahani, 2014). Anak muda yang berasal dari berbagai kota yang gemar menggunakan kain tradisional dalam berpakaian sebagai gaya hidup.

1) Dilla Aulia Dina

Informan ini merupakan mahasiswi Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan lahir pada Mei 2000 di Pekalongan. Informan ini adalah seorang *stylist fashion* maupun *art teacher*, beliau sudah 4 tahun sebagai pecinta kain tradisional yang setiap harinya sangat menyukai berkain dan memakai kain tradisional sebagai gaya hidup berpakaian. Hobi berkain beliau ditampilkan pada akun sosial media Instagramnya @tapi.aku.suka.

2) Karimatul Luthfia

Informan ini merupakan mahasiswi dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, dan lahir pada tanggal 16 April

2000 di Yogyakarta. Informan ini memakai kain tradisional sebagai gaya hidup berpakaian dalam kehidupan sehari-hari dan *event* tertentu. Hobi berkain beliau ditampilkan pada akun sosial media Instagramnya @karimatulluthfia.

3) Larisa Nursilawati Danutami

Informasi ini merupakan mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada dan aktif di organisasi pencinta alam. Larissa lahir pada tanggal 13 Oktober 2002 di Yogyakarta. Informan ini memiliki hobi berkain, memakai kain tradisional sebagai gaya hidup berpakaian dalam kehidupan sehari-hari dan *event* tertentu. Hobi berkain beliau ditampilkan pada akun sosial media Instagramnya @laynrs.

4) Fathin Ajwa Isnaini

Informan ini merupakan pelajar dari SMA Negeri 7 Yogyakarta, yang lahir pada tanggal 10 April 2006 di Pontianak. Informan ini memakai kain tradisional sebagai gaya hidup berpakaian dalam kehidupan sehari-hari dan *event* tertentu. Hobi berkain beliau ditampilkan pada akun sosial media Instagramnya @ajwafathin.

5) Naura Tsany Amelia Puteri

Informan ini merupakan salah satu mahasiswi yang ada di Yogyakarta, dan juga pebisnis pakaian yang berkaitan dengan kain tradisional yang dimodifikasi. Lahir pada tanggal 22 Agustus 2002 di Yogyakarta. Informan ini memakai kain tradisional sebagai gaya

hidup berpakaian dalam kehidupan sehari-hari dan *event* tertentu. Hobi berkain beliau ditampilkan pada akun sosial media Instagramnya @tsanyap.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini yang menjadi pokok penelitian adalah kain tradisional sebagai alat representasi gaya hidup pada anak muda.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Sumber Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2011), sumber data yang diperlukan yang memberikan data di lapangan kepada pengumpuldata secara langsung. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, diantaranya:

1) Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif menjadi teknik pengumpulan data yang interaktif melalui percakapan peneliti dengan informan. Pewawancara (*interviewer*) yang memberikan pertanyaan, sedangkan informan atau seseorang yang diwawancarai memberikan jawaban dari pertanyaan yang disampaikan oleh *interviewer* (Nugrahani, 2014). Teknik wawancara bertujuan untuk membantu peneliti dalam memperoleh

data yang lebih lengkap, fakta, dan akurat sehingga peneliti dapat meneliti secara mendalam.

2) Observasi

Teknik pengumpulan data pada observasi diperoleh peneliti berdasarkan pengamatan secara umum yang berkaitan dengan masalah yang dikaji. Observasi merupakan teknik dalam menganalisis dan melakukan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku individu atau kelompok (informan) secara langsung (Nugrahani, 2014). Melalui observasi, kegiatan dan interaksi dari subjek penelitian dapat digambarkan dan direfleksikan dengan mudah oleh peneliti. Teknik observasi dapat dilakukan dengan meneliti objek yang berkaitan dengan penelitian, misalnya individu, fenomena, alam, ataupun benda.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder menjadi data tambahan sebagai data pelengkap yang dapat melengkapi data-data yang telah didapatkan melalui proses wawancara dengan informan maupun observasi melalui media online yang dilakukan (Nugrahani, 2014). Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi sebagai pelengkap data.

1) Dokumentasi

Dokumentasi diambil oleh peneliti berguna untuk memperkuat data dari subjek dalam penelitian. Dokumentasi

dapat berupa subjek penelitian, benda, maupun fenomena. Teknik pengumpulan data dokumentasi dapat dilampirkan setelah hasil penelitian yang diidentifikasi secara detail sehingga peneliti dapat terbantu secara visual dalam membahas mengenai masalah yang terkait.

4. Metode Analisis Data

Menurut Pawito dalam (Abdullah Bin Salim, 2017) menyatakan bahwa yang mendasari dari teknik analisis data mencakup 3 komponen yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan suatu kegiatan meringkas, memilih, menyusun, dan memfokuskan sesuatu hal yang penting, kemudian dicari kesimpulan dan hasilnya. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

- 1) *Editing*, yang digunakan sebagai pengelompokan atau peringkasan data dalam penelitian.
- 2) *Penyusunan Data*, catatan-catatan yang disusun dalam berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian mencakup aktivitas dan proses dalam pengumpulan informasi sehingga peneliti dapat terbantu dalam penemuan ide dan pola data.

- 3) Penyusunan Rancangan Konsep, yang menyusun setiap rencana, menjelaskan detail data, dan pengolahan pada data yang bersangkutan.

Pada penelitian ini reduksi data dapat dilakukan dengan mencatat, kemudian merangkum hasil wawancara yang didapatkan jawaban para informan mengenai penggunaan kain tradisional “Berkain” di berbagai *event* yang mereka masuki.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data pada penelitian ini adalah kegiatan menyajikan data yang didapatkan dari lapangan berbentuk hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi yang kemudian akan disusun secara sistematis dan dianalisis dengan teori yang telah dipaparkan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif biasanya berbentuk uraian singkat, grafik, pengambilan gambar dalam observasi, dan sebagainya. Pada saat ini, penyajian data dalam penelitian kualitatif lebih sering menggunakan teks naratif.

Penyajian data digunakan untuk menyalin dan mengaitkan data satu dengan data yang lain dalam pengorganisasian data sehingga peneliti dapat menganalisis beberapa data untuk dapat ditarik kesimpulan, data dijadikan satu dan menjadi hasil penemuan data. Penyajian dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan deskripsi mengenai Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Penggunaan Kain Tradisional “Berkain” Pada *Gen-Z*.

c. Verifikasi Data atau Penarikan Kesimpulan (*Drawing and Verifying*)

Adanya pertimbangan dan pengujian pola-pola data penelitian atau dari penyusunan penyajian data yang diimplementasikan dengan jelas berdasarkan fakta-fakta dari data-data yang dikumpulkan.

5. Keabsahan Data

Keabsahan data digunakan sebagai penguji kebenaran data yang disajikan dalam penelitian ini. Konsep keabsahan data adalah upaya dalam memeriksa validitas atau kesahihan dan reliabilitas pada penelitian ini. Pada teknik keabsahan data menjadi tahap pemeriksaan sejauh mana data yang diperoleh akurat dan nyata kebenarannya. Apakah dari data yang diteliti dan disajikan pada penelitian ini dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan.

Metode keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan teknik pengujian data yang mengambil data dari sumber yang ada guna untuk mengetahui dan menggali kebenaran informasi tertentu sehingga dapat memberikan pandangan berbeda mengenai fenomena yang diteliti serta membuktikan informasi atau data yang telah diambil jelas kebenarannya apabila diambil dari sumber yang berbeda (Nugrahani, 2014). Maka dari itu, untuk mendapatkan hasil komprehensif dari data yang tersedia, dibutuhkan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data secara lengkap (Abdullah Bin Salim, 2017).

Triangulasi sumber yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu melakukan wawancara dengan selaku narasumber Ibu Karina Rima Melati, selaku seorang Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta, pemilik *brand* batik @plusbatik.id, peneliti batik dan antusias terhadap kain tradisional. beliau diharapkan dapat memberikan data yang sesuai berdasarkan pengalaman dan pengamatannya menggunakan pakaian kain tradisional sebagai gaya hidup konsumsinya.

I. Jadwal Penelitian

Kegiatan penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu empat bulan terhitung dari Bulan Februari 2023 hingga Mei 2023:

Tabel 2
Jadwal Penelitian

NO	NAMA	BULAN				
		FEBRUARI 2023	MARET 2023	APRIL 2023	MEI 2023	JUNI 2023
1	Penulisan Proposal Skripsi					
2	Seminar Proposal Skripsi					
3	Revisi Proposal Skripsi					
4	Pelaksanaan Penelitian					
5	Penulisan Hasil Penelitian					

6	Sidang Munaqosyah					
7	Revisi Skripsi					



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas mengenai Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Dalam Penggunaan Kain Tradisional Pada *Gen-Z*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan kain tradisional oleh anak muda generasi Z (1997-2012) yang menunjukkan atau merepresentasikan masyarakat konsumsi melalui gaya hidup mereka dengan berkain. Perubahan tren dan *style fashion* kain tradisional “Berkain” yang dikonsumsi anak muda sebagai bentuk karakter diri masing-masing pemakainya. Masyarakat konsumsi tidak lagi berdasarkan dari kelas sosialnya, melainkan dari kemampuan konsumsi setiap individu dalam pola konsumsinya. Hal ini yang mempengaruhi kebutuhan hidup para informan dan apa yang mereka konsumsi juga sebagai pemuas hasrat untuk kepentingan diri sendiri terhadap suatu objek yang diinginkan. Informan dalam penelitian ini merasa mendapatkan kenikmatan, kebahagiaan, dan kepuasan dari yang apa mereka konsumsi. Gaya hidup anak muda direpresentasikan oleh objek yang mereka konsumsi yaitu kain tradisional. Melalui pakaian, dapat digunakan sebagai komunikasi dan ruang ekspresi agar dapat tampil berbeda sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Teori representasi memberikan gambaran terkait

kondisi dan keadaan sosial terhadap sikap masyarakat anak muda dalam kehidupannya. Sejalan dengan keberadaan masyarakat konsumsi pada anak muda *gen-z* yang menampilkan gaya hidup berkain di kehidupan sehari-hari maupun *event* tertentu.

2. Kain tradisional yang dikonsumsi saat ini karena adanya beberapa fungsi bagian yang mempengaruhi gaya hidup mereka dalam menggunakan dan menikmati kain tradisional. Fungsi dari konsumsi bukan hanya pemuas nafsu untuk membeli tetapi memiliki banyak komoditas yang berfungsi sebagai satu fungsi kenikmatan, individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek (Baudrillard, 2004). Fungsi kenikmatan dari objek yang dikonsumsi dijadikan sebagai simbol *prestige* dan gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dari dalam pemakainya. Fungsi individual, dimana individu menerima identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki, dan tampilkan dalam interaksi sosial. Pembebasan kebutuhan adalah dunia dikontrol oleh kode, konsumsi berhenti ketika apa yang disebut “kebutuhan” telah terpuaskan. Pemuasan diri adalah kepuasan konsumen akan kebutuhannya karena mereka telah dikelilingi faktor konsumsi. Kekayaan adalah suatu perbedaan status dimaknai sebagai perbedaan konsumsi tanda yang dapat diukur dari banyaknya tanda yang dikonsumsi. Konsumsi objek adalah fungsi utama objek konsumsi sebagai nilai tanda atau nilai simbol yang

disebarluaskan melalui iklan-iklan gaya hidup di berbagai media. Mengonsumsi suatu objek tertentu menandakan bahwa kita berbeda atau dianggap sama dengan kelompok sosial tertentu.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian mengenai Representasi Masyarakat Konsumsi Melalui Gaya Hidup Dalam Penggunaan Kain Tradisional Pada Gen Z, peneliti mengajukan beberapa saran untuk kebutuhan penelitian selanjutnya.

1. Saran Bagi Anak Muda Yang Mengonsumsi dan Pengguna Kain Tradisional

Penggunaan kain tradisional adalah sebuah gaya hidup seseorang dalam berpenampilan di kehidupan sehari-hari maupun di acara tertentu. Bagi anak muda generasi Z, gaya berpakaian yang mencerminkan kepribadian dan gaya hidup seseorang. Kain tradisional adalah pilihan anak muda untuk mengonsumsi dan menggunakannya sebagai ruang dalam berekspresi. Sudah seharusnya anak muda generasi Z memiliki penampilan yang menarik sesuai dengan keinginan dan harapan yang ada pada diri mereka. Masyarakat konsumsi yang direpresentasikan oleh anak muda melalui gaya hidup berpakaian dengan menggunakan kain tradisional ini yang harus dipertimbangkan dan dipahami. Khususnya dalam konsumsi dan pemahaman mengenai kain tradisional yang mereka gunakan. Kain tradisional yang dikonsumsi

untuk pemenuhan gaya hidup tidak digunakan hanya di acara resmi tertentu, namun dapat digunakan diberbagai aktivitas sosial di kehidupan sehari-hari. Karena hal ini memberikan peluang bagi anak muda yang berani dalam mengkomunikasikan dan mengekspresikan diri melalui kain tradisional dan juga mereka dapat memahami dan melestarikan budaya dengan kreativitasnya. Yang terpenting mereka memakainya dan merasa percaya diri, nyaman, dan bangga bahwa yang dia pakai adalah sebuah identitas dirinya sendiri.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengkaji tentang representasi dari masyarakat konsumsi pada anak-anak muda generasi Z melalui gaya hidup berpakaian dengan kain tradisional. Penelitian ini terkait dengan kajian komunikasi. Jika ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, peneliti diharapkan tidak hanya memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai representasi masyarakat konsumsi dari sisi fashion dalam berkain saja, tetapi memahami lebih dalam mengenai arti, sejarah, filosofi kain tradisional yang menjadi objek komunikasi non-verbal yang digunakan oleh anak muda zaman pada zamannya. Keterbatasan peneliti yang hanya meneliti dari segi representasi masyarakat konsumsi melalui gaya hidup yang mendasari pada perubahan masyarakat muda dalam berpenampilan “berkain” menggunakan

kain tradisional. Dianjurkan bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji dari berbagai sudut pandang lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, P. (2022). *Apa Itu Generasi X, Y, dan Z, Pahami Perbedaannya*. Ayovaksindinkeskdi. <https://www.ayovaksindinkeskdi.id/apa-itu-generasi-x-y-dan-z/#:~:text=Orang-orang yang masuk ke dalam generasi Z adalah yang,yang sudah lepas dari gadget>.
- Abdullah Bin Salim. (2017). *Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*.
- Ahmad, I. bin. (2017). Konsep Pakaian dan Teori Semantik. *Seni Pakaian*, 29–44. [repo.iain-tulungagung.ac.id/3229/2/BAB II.pdf%0A%0A](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3229/2/BAB%20II.pdf%0A%0A)
- Allensyah, A. (2022). *Swara Gembira dan Misinya Merevolusi Budaya Indonesia Lewat Seni dan Kolaborasi*. Hypebeast.
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Berek, D. (2014). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Kajian Fenomenologis terhadap Komunitas Street Punk Semarang). *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 56–66.
- Darmaputri, G. L. (2015). Representasi Identitas Kultural Dalam Simbol-Simbol Pada Batik Tradisional dan Kontemporer. *Commonline Departemen Komunikasi*, 4/No.2, 55. file:///D:/Dokumen/SKRIPSI LULUS 2023/bahan skripsi_komunikasi fashion berkain/Skripsi Representasi Fashion/jurnal representasi identitas kultural dalam simbol-simbol kain batik tradisional dan kontemporer.pdf
- Dwiyantoro, A., & Harianto, S. (2014). Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas. *Paradigma Jurnal*, 2(3), 1–8.
- Hapsa, H., & Priyo Purnomo, E. (2016). Relasi Kuasa Identitas Etnis Di Lembaga Legislatif Periode 2014-2019 (Studi Kasus Anggota DPRD Etnis Bugis Di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau). *Journal of Governance and Public Policy*, 3(1). <https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0053>
- Indra, R. (2017). *33 Kain Tradisional Ditetapkan Jadi Warisan Budaya*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170824194938-277-237118/33-kain-tradisional-ditetapkan-jadi-warisan-budaya>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. PT. KENCANA PERDANA.
- Laksana, K. N., & Aisjah, S. (2016). *Gaya Hidup, Kelas Sosial Dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Impor Pada Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. 1–23.
- Lestari, S. B. (2014). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan

- Mahasiswa. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3), 225–238.
- Lindawati, Y. I. (2019). Fashion dan Gaya Hidup: Representasi Citra Muslimah Cantik, Modis dan Fashionable dalam Iklan Wardah. *Hermeneutika : Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 59. <https://doi.org/10.30870/hermeneutika.v5i2.7387>
- Muhammad Misbahuddin, A. M. S. (2018). Pakaian Sebagai Penanda: Konstruksi Identitas Budaya Dan Gaya Hidup Masyarakat Jawa (2000-2016). *Studi Agama*, 6, 112–133.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis (ed.)). PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Nadila, S. M. (2022). *Generasi Z: Si Paling Healing vs Si Pembawa Perubahan*. Pusat Riset Masyarakat Dan Budaya. <https://pmb.brin.go.id/generasi-z-si-paling-healing-vs-si-pembawa-perubahan/>
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Pane, D. M., Punia, I. N., & Nugroho, W. B. (2018). Fashion Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(2), 1–9. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/38925/23540>
- Pascarina, P. A. (2014). Representasi Identitas Remaja Laki-Laki Melalui Penggunaan Fashion. *Journal Unair*, 3(2), 1–12.
- QS. *Al A'raf: 31*. (n.d.). Tafsirweb.Com. <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html>
- Rahman, H. (2022). *Kandungan Al A'raf ayat 31, Berisi Aturan Berpakaian serta Makan dan Minum Menurut Al Qur'an*. <https://www.orami.co.id/magazine/al-araf-ayat-31>
- Rakha Fahreza Wisyananda. (2020). *Pengertian Gen Z Serta Karakteristiknya, Ketahui agar Tak Keliru*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/jatim/pengertian-gen-z-serta-karakteristiknya-ketahui-agar-tak-keliru-klm.html>
- Ramadhan, D. R. (2019). *Pengaruh Perkembangan Fashion Di Kalangan Remaja*. Binus University. <https://communication.binus.ac.id/2019/01/22/pengaruh-perkembangan-fashion-di-kalangan-remaja/>
- Rubiono, G. (n.d.). *Simbol Dan Makna “Kuliner” (Studi Etnografi Kuliner Lokal dan Fast Food Pada Masyarakat Di Kota Palembang)*. http://eprints.binadarma.ac.id/4312/1/66_Simbol_dan_Makna_“Kuliner”_%28Gatut_Rubiono%29_%281%29.pdf
- Sahrub, S. M. P. (2020). Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 14(2), 103. <https://doi.org/10.20473/jsd.v14i2.2019.103-110>

- Sobel, M. E., & Rossi, P. H. (1981). *Lifestyle and social structure: Concepts, definitions, analyses*. 240.
- Syifa, A. (2021). *Kain Tradisional, Swara Gembira, dan Berkain Bersama*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/hiburan/selebritas/3NO9MXXk-kain-tradisional-swara-gembira-dan-berkain-bersama>
- Utami, S. N. (2023). *Jangan Tertukar, Ini Pengertian Generasi X,Z, Milenial, dan Baby Boomers*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-ini-pengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>
- Wahyuni, E. T. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Ygyakarta. *Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Zulfia, R., & Rahmawati. (2018). The Representation Of Lifestyle Of Masculine Woman In Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 601–619.