

HITS CULTURE

**GAYA HIDUP KEKINIAN ANAK MUDA SUB URBAN MUSLIM PADA
ERA DIGITAL DI KABUPATEN PURWOREJO**



Oleh:
Wiwik Mulyani
NIM: 21200011051

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Master of Arts (M.A.)

Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Psikologi Pendidikan Islam

YOGYAKARTA
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wiwik Mulyani, S.Pd

NIM : 21200011051

Jenjang : Magister

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Psikologi Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 5 April 2023
Saya yang menyatakan



Wiwik Mulyani, S.Pd
NIM 21200011051

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wiwik Mulyani, S.Pd

NIM : 21200011051

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Psikologi Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 5 April 2023

Saya yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Wiwik Mulyani, S.Pd
NIM 21200011051



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-481/Un.02/DPPs/PP.00.9/06/2023

Tugas Akhir dengan judul : *HITS CULTURE* GAYA HIDUP KEKINIAN ANAK MUDA SUB URBAN MUSLIM
PADA ERA DIGITAL DI KABUPATEN PURWOREJO

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WIWIK MULYANI, S. Pd
Nomor Induk Mahasiswa : 21200011051
Telah diujikan pada : Rabu, 17 Mei 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Moh. Mufid
SIGNED

Valid ID: 647f238f1bf9f



Penguji II

Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 647969f72920b



Penguji III

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6476d88d40443



Yogyakarta, 17 Mei 2023
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 647fe3c958784

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

HITS CULTURE
**GAYA HIDUP KEKINIAN ANAK MUDA SUB URBAN MUSLIM PADA
ERA DIGITAL DI KABUPATEN PURWOREJO**

Yang ditulis oleh:

Nama : Wiwik Mulyani, S.Pd

NIM : 21200011051

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Psikologi Pendidikan Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 5 April 2023
Pembimbing,



Najib Kailani, S. Fil. I., M.A., Ph.D.

ABSTRAK

Tesis ini mengkaji perjumpaan budaya populer dengan kode-kode etik pergaulan di kalangan anak muda sub urban yang ada di Kabupaten Purworejo. Elemen budaya populer seperti lagu dan drama korea maupun pakaian kekinian menjadi wasilah mereka dalam konsumsi budaya global. Kondisi semacam ini dapat dijumpai pada kalangan anak muda sub urban di Kabupaten Purworejo yang diteliti dalam tesis ini. Tujuan dari penelitian ini untuk mengurai hal-hal yang membuat anak muda di Purworejo berpartisipasi dalam konsumsi budaya populer. Penelitian ini juga berupaya mendeskripsikan konteks yang melatarbelakangi anak muda di Purworejo mengkonsumsi budaya populer. Selain itu, penelitian ini juga mencoba untuk menggali alasan anak muda sub-urban berlomba-lomba dalam gaya hidup kekinian

Penelitian ini diletakkan dalam kajian anak muda dan budaya populer. Data yang diperoleh pada tesis ini dipaparkan dengan menggunakan metode *story telling*, dengan mengembangkan pandangan Pam Nilan dan Carles Feixa terkait anak muda yang menegosiasikan bentuk identitas pribadi dengan kelompoknya dalam suatu globalisasi. Pembidikan tidak hanya sebatas melihat pengalaman hidup informan, melainkan menggunakan laporan kehidupan keseharian mereka dalam menganalisis wacana yang terjadi, setelah itu dieksplorasi secara intratekstual dan intertekstual.

Tesis ini menunjukkan bahwa anak muda di su-urban berusaha untuk berpartisipasi dalam konsumsi budaya global melalui berbagai macam cara seperti bekerja *part time*, berhutang, mengurangi uang jajan untuk kebutuhan *skincare* dan kosmetik, serta meminta uang tambahan dari orang tuanya. Anak muda merupakan bagian integral dari siklus budaya yang menginspirasi terciptanya produk budaya baru. Mereka berupaya menegosiasikan identitas mereka melalui partisipasi terhadap budaya populer global.

Kata Kunci: Anak Muda, Gaya Hidup, Budaya Populer

KATA PENGANTAR



Assalamu'allaikum Warahmatullahiwabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, terlimpah rasa syukur kepada Allah SWT berkat kemurahan-Nya tesis yang berjudul “**Hits Culture: Gaya Hidup Kekinian Anak Muda Sub Urban Muslim pada Era Digital di Kabupaten Purworejo**” ini dapat penulis selesaikan dengan sebaik-baiknya. Shalawat dan salam senantiasa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari zaman kebodohan hingga ke zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan yang baik ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril, do'a, motivasi, dan bimbingan atas tersusunnya tesis ini. Saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Bapak Najib Kailani S. Fil. I., M.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penyusunan tesis ini hingga akhir. Terima kasih untuk arahan dan masukan yang sangat membangun, serta bahan bacaan yang banyak sekali beliau kasih sebagai tambahan referensi dalam tersusunnya tesis ini.

Ucapan terima kasih kepada seluruh civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yaitu Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Dr. Nina Mariani Noor, SS., M.A. selaku Ketua Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, seluruh dosen-dosen Pascasarjana yang telah banyak menuangkan berbagai keilmuan serta mengajarkan cara berpikir kritis dalam memahami suatu materi perkuliahan. Hal ini tentu akan sangat bermanfaat untuk kehidupan saya nantinya.

Terima kasih tidak terhingga kepada ayah, ibu, dan seluruh keluarga saya yang telah banyak memberikan dukungan yang tentu tidaklah mampu saya gambarkan satu persatu. Terima kasih untuk setiap peluh yang jatuh demi kelancaran studi saya, untuk setiap air mata yang mengiringi sujud-sujud penuh doa untuk saya.

Terima kasih penuh cinta, teruntuk sahabat-sahabat terbaik saya Alam, Pristria, Wungu, Mega, Fuad, Atul, Khadijah, Alvie, Novi, Ika, Sani, Aliya, Yuni, Rahma, dan Miranda yang telah banyak memberikan warna dalam tiap-tiap langkah ini. Teruntuk teman-teman seperjuangan saya, terima kasih atas kebersamaan dan pengalaman yang sangat berharga ini. Selamat melanjutkan perjuangan selanjutnya, semoga jalinan indah ini kita jaga sampai kapanpun. Sebagai penutup pada pengantar tulisan ini, saya berdo'a semoga semua yang telah diberikan kepada saya penelitian ini menjadi amal jariyah untuk kita semua.

Yogyakarta, 5 April 2023
Peneliti,



Wiwik Mulyani, S.Pd
21200011051

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

Almamater tercinta Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi Psikologi Pendidikan Islam



MOTTO

“Do the Best, Let’s Allah do the Rest”

Lakukan yang terbaik, sisanya biar Allah yang selesaikan.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN MOTO	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR GLOSARIUM	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	6
E. Kerangka Teoretis.....	10
F. Metodologi Penelitian.....	18
G. Sistematika Pembahasan.....	20
BAB II DINAMIKA TERBENTUKNYA GAYA HIDUP KEKINIAN ANAK MUDA DI KABUPATEN PURWOREJO	33
A. Pendahuluan.....	33
B. Ruang Lingkup Geografi Konsumsi Kabupaten Purworejo.....	33
C. Potret <i>Hits Culture</i> Anak Muda dan Gaya Hidup di Sub Urban	38
D. Situasi Lingkungan Modern dan Sirkulasi Gelombang Populer dalam Pemaknaan Gaya Hidup Kekinian.....	49
E. Kesimpulan	57

BAB III MEDIA SOSIAL: RUANG EKSPRESI GAUL ANAK MUDA SUB URBAN DI KABUPATEN PURWOREJO	59
A. Pendahuluan.....	59
B. <i>Hang Out</i> Sebagai Bagian dari Ekspresi Diri.....	60
C. Anak Muda, Ruang, dan Waktu	67
D. Senang Belanja Berkedok <i>Self Reward</i> ala Anak Muda.....	74
E. Relevansi Kelas, Keluarga, Gender, dan Lingkungan dalam Transisi <i>Life Style</i> Anak Muda	82
F. Kesimpulan.....	87
BAB IV PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL ANAK MUDA SUB URBAN DI KABUPATEN PURWOREJO	88
A. Pendahuluan.....	88
B. Media Digital dan Budaya <i>Slow</i> Anak Muda Sub Urban.....	89
C. Perilaku Sosial dan Intensitas Pengguna Media Sosial	97
D. <i>Moral Panics</i> Sebagai Imbas dari Perubahan Perilaku Sosial.....	118
E. Kesimpulan.....	120
BAB V PENUTUP.....	121
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Whatsapp story</i> milik Cyntia Nata Widianti	43
Gambar 2 Postingan di Akun Media Sosial Purworejo Terkait Kendaraan Saat Berangkat Sekolah Dahulu.....	53
Gambar 3 Himbauan Kepada Bank Harian untuk Tidak Memasuki Wilayah Desa.....	56
Gambar 4 Komentar di Akun Instagram Purworejo Tentang Informasi Indomaret Baru yang Dilengkapi dengan Coffe	57
Gambar 5 Postingan Akun Media Sosial Instagram Purworejo Tentang Rekomendasi Tempat Nugas di Purworejo.....	66
Gambar 6 Koleksi PlasyStation 1 Sampai 4 Milik Alvin Wicaksono	70
Gambar 7 Komentar di Akun Media Sosial Purworejo Mengenai Anak Muda yang Menghalalkan Segala Cara untuk Gaya Hidupnya	81
Gambar 8 Berbagai Koleksi <i>Skincare</i> dan <i>Make Up</i> Milik Tria Fitriani	113
Gambar 9 Koleksi <i>Skincare</i> Milik Winda Anggraheni	118

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR SINGKATAN

OOTD : *Outfit Of The Day*

Mager : Malas Gerak

WiFi : *Wireless Fidelity*

Sosmed : Sosial Media

E-Wallet : *Electronic Wallet*

Ojol : Ojek Online

Medsos : Media Sosial

Modist : Model Distro

Distro : *Distribution Store*

Olshop : *Online Shopping*

PS : *Play Station*

Hedon : Hedonisme

IG Story : *Instagram Story*

COD : *Cash On Delivery*

Daring : Dalam Jaringan

Luring : Luar Jaringan

K-Pop : Korean Music Pop

DM : *Direct Messenger*

Selebgram : Selebriti Instagram

GLOSARIUM

<i>Life Style</i>	: pola atau gaya hidup seseorang yang mencerminkan dari ciri khas orang tersebut.
<i>Hedonisme</i>	: Suatu gaya hidup baru yang mengagungkan kesenangan sebagai tujuan utama hidup.
Kekinian	: Suatu gaya hidup anak muda masa kini sesuai dengan style yang sedang ramai.
<i>E-Wallet</i>	: Suatu media yang digunakan untuk menyimpan uang sebagai alat transaksi dengan menggunakan bantuan QR code.
<i>Posting</i>	: Istilah yang digunakan pada saat menggunakan internet yang berasal dari kata pos atau kirim.
<i>Caption</i>	: Suatu pendeskripsian singkat yang menyertai ilustrasi sebagai pelengkap dalam suatu postingan.
<i>Trend</i>	: Suatu busana yang sedang digemari oleh Sebagian besar masyarakat pada periode waktu tertentu.
<i>Linear</i>	: Secara lurus atau berkesesuaian
Entitas	: Suatu satuan yang memiliki keberagaman yang unik sehingga membedakan dengan yang lain.
Pembelian <i>Impulsif</i>	: Pembelian yang dilakukan secara cepat, sehingga pembelian semacam ini dilakukan secara tiba-tiba. Secara sederhananya pembelian <i>impulsif</i> merupakan pembelian yang biasanya anak muda tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu
<i>Irrasional</i>	: Cara berfikir yang cenderung tidak masuk akal dan biasanya tidak selaras atau berlawanan dengan kebenaran.
<i>Followes</i>	: Seseorang atau pengguna media sosial yang mengikuti suatu akun media sosial tertentu.
Girl Band	: Sekumpulan penyanyi perempuan.
Boy Band	: Sekumpulan penyanyi laki-laki.
K-Popers	: Sebutan untuk pecinta K-Pop.
Hijabers	: Sebutan untuk pengguna jilbab yang menggunakan model-model secara trendy dan stylish.
<i>Part Time</i>	: Suatu pekerjaan yang memberlakukan setengah dari jam kerja normal atau setengah dari jam penuh pekerjaannya.
Up To Date	: Menggunakan pakaian yang masa kini atau terbaru
Hits	: Segala sesuatu yang dianggap gaul dan mengikuti perkembangan zaman
<i>Style</i>	: Merujuk pada fashion yang memiliki gaya yang khas pada pakaian sehingga menimbulkan suatu kesan yang menarik.
E-Wallet	: Suatu layanan dompet digital untuk menampung dana dalam melakukan pembayaran secara elektronik.
Barcode	: Suatu kumpulan data optik yang mampu dibaca oleh mesin.
<i>Gamers</i>	: Sebutan untuk pengguna atau pemain game.

Healing	: Suatu istilah yang biasanya digunakan oleh anak muda untuk menunjuk suatu proses dalam meringankan beban mental melalui kekuatan pikiran. Healing ini merupakan suatu pemulihan emosi untuk menanamkan perspektif yang positif dan realistis pada diri sendiri.
Budget	: Suatu rencana anggaran mengenai pengeluaran suatu keuangan dalam pembelanjaan suatu barang.
Instagramable	: Suatu tempat yang cocok dijadikan sebagai latar belakang atau background karena keindahan atau tempatnya yang lagi hits dan populer, kemudian tempat tersebut diupload di instagram dalam bentuk foto maupun video.
Skincare	: Serangkaian aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk perawatan kulit, meningkatkan penampilan, dan meringankan kondisi kulit.
<i>Beauty Influencer</i>	: Seorang pegiat media sosial yang ahli dibidang kecantikan dan banyak ditiru oleh pengguna media sosial yang lainnya.
Selebgram	: Sebutan yang diberikan kepada seorang pengguna media sosial instagram yang memiliki pengagum atau followers cukup banyak.
Episode Drakor	: Riwayat dalam cerita drama Korea.
Website	: Situs atau lokasi di web yang terdiri dari beberapa halaman yang saling terkait di bawah sebuah nama domain dan memuat konten seperti teks, gambar, audio, video, dan lain sebagainya.
Modist	: Sebutan bagi anak muda pedesaan yang menggunakan pakaian dengan model distro.
<i>Reseller</i>	: Seseorang yang menjual kembali suatu produk.
<i>Online Shop</i>	: Pembelian barang dan jasa melalui media internet.
<i>Circle</i>	: Sebuah lingkaran pertemanan yang terdiri dari teman-teman terdekat.
Hang Out	: Kegiatan anak muda yang nongkrong di suatu tempat atau <i>cafe</i> .
Foto Aesthetic	: Suatu foto yang memiliki keunikan, baik secara nuansa, latar, atau sudut pengambilan fotonya.
Fitur	: Media yang memungkinkan penggunaanya untuk membagikan berbagai macam hal.
Ikon	: Tampilan suatu objek atau gambar yang merupakan bentuk representasi dari hal yang dilambangkan.
<i>Role Model</i>	: Suatu teladan yang menjadi panutan dalam bergaya hidup maupun hal yang lainnya.
<i>Outfit</i>	: Suatu pakaian yang digunakan oleh seseorang dalam bergaya hidup.
Slow	: Suatu budaya santai atau lamban bagi anak muda karena adanya efek media sosial.
Zona Nyaman	: Keadaan di mana seseorang merasa terbiasa dan nyaman

karena mampu mengontrol lingkungannya, dalam hal ini orang tersebut jarang merasa gelisah dan jarang mengalami tekanan.

Information Overload : Suatu keadaan di mana seseorang memperoleh informasi yang berlebih sehingga menjadikan seseorang tersebut sulit untuk menyaring informasi yang sejatinya merupakan hal penting.

Kepo : Sebutan untuk orang-orang yang memiliki rasa ingin tahu.

Modernitas : Sebutan untuk hal-hal yang berkaitan dengan era modern.

Free Ongkir : Suatu penawaran bebas biaya pengiriman suatu barang pada saat melakukan belanja online.

Influencer : Seseorang yang mempengaruhi atau merubah cara orang lain dalam berperilaku

Intensif : Aktivitas yang dilakukan secara sungguh-sungguh dan terus menerus dalam mengerjakan sesuatu sehingga memperoleh hasil yang optimal.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

“*Alhamdulillah* paginya cerah suasana pantainya juga indah, betah banget kalau harus berlama-lama di sini.” Tersirat kalimat yang menggambarkan cerahnya suasana pagi dengan potret diri yang mengenakan kemeja putih dipadu dengan *outer* bunga-bunga di luarnya. Topi jerami, kacamata hitam, tas keranjang, dan sandal lucu dengan alas berwarna hitam serta talinya yang putih menambah kelengkapan *outfit* yang dikenakan. Tidak ketinggalan, jam tangan berwarna *gold* sebagai pelengkap penampilannya dalam menikmati indahnya tepian pantai suasana pagi.

Petikan kalimat di atas merupakan *caption* yang diambil dari *whatsapp story* anak muda sub-urban di Kabupaten Purworejo yang tengah berlibur di kota Bali. Dilengkapi dengan gambaran postingan foto yang diunggah sebagai bagian dari penunjukkan bahwa dirinya tengah berlibur. Dalam postingan yang lain dirinya juga menunjukkan unggahan foto saat duduk di rumah makan dekat pantai dengan meja yang di atasnya terdapat kelapa muda utuh dan sedotan sebagai media untuk meminum air kelapa mudanya.

Fenomena *update* status semakin menjadi konsumsi publik yang siapa saja mampu mengaksesnya, bahkan tidak jarang yang meng-*update* status di media sosial dari bangun tidur hingga tidur lagi. Para pengguna media sosial ini biasanya meng-*update* status dengan membagikan cerita tentang kegiatan atau aktivitas yang dilakukannya setiap hari. Ada pula yang membagikan perasaan atau keadaan

hatinya melalui media sosial dengan meng-*update* status melalui kata-kata maupun *emoticon* yang bermakna senang, sedih, galau, maupun ekspresi perasaan yang lainnya.

Tak hanya itu, fenomena terkait dengan K-Pop turut serta mewarnai keragaman anak muda sub-urbanan belakangan ini. Suara yang mampu membius pendengarnya, visual yang memanjakan mata, dan lirik lagu yang kerap mewakili perasaan, membuat musik K-pop mampu mencuri perhatian penggemarnya terlebih dari kalangan anak muda. Di tengah persoalan hidup anak muda, K-Pop bisa menghibur melalui motivasi yang dituangkan lewat lirik lagunya. Lagu *Answer: Love Myself* yang kurang lebih beberapa petikan liriknya *Ijeneun na jasin-eul yongseohaja beoligien* (jadi maafkan dirimu sekarang), *Uli insaeng-eun gil-eo* (hidup kita terlalu panjang untuk menyerah), *I should love myself* (aku harus mencintai diriku sendiri), *Eoje-ui na oneul-ui na naeil-ui na* (kemarin aku, hari ini aku, besok aku). Lagu ini dinyanyikan oleh boy band BTS¹ yang mengajarkan kita untuk tidak mudah menyerah, selalu menghargai dan mencintai diri sendiri. Tentu, motivasi dalam lagu ini hanya bisa dirasakan oleh mereka yang mendengarkan lagu ini secara mendalam dan memahami maknanya, sedang sebagian besar yang mendengarkan lagu ini adalah mereka yang menjadi penggemarnya.

Selain dari segi musik dan lirik, gaya berpakaian K-Pop yang *stylist* turut mengundang perhatian dari para penggemarnya. Gayanya yang casual, simple dan

¹ BTS merupakan *Bangtan Sonyeondan* atau *Bangtan Boys* adalah sebuah grup band Korea yang beranggotakan tujuh orang, grup band ini dikelola oleh Big Hit Musik. BTS dikenal memiliki pengikut yang besar di media sosial sehingga grup ini banyak digemari dan menjadi terkenal di berbagai negara.

mudah ditirukan seperti penggunaan *cardigan* rajut, *vest*, dan *crop top* menjadi daya tarik tersendiri bagi anak muda yang mencari inspirasi dalam ber-OOTD². Peniruan gaya ini didukung oleh akun instagram yang khusus membahas pakaian idol dari mulai atasan hingga alas kaki. Tidak tanggung-tanggung, pakaian yang dijual ini bisa langsung *sold out* hanya dalam hitungan jam saja. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh Idol K-Pop dalam tersebarnya Korean *fashion*.

Tiga fenomena di atas, mulai dari kegemaran *update* status, demam musik K-Pop hingga peniruan dalam berpakaian secara tidak langsung memotret derasnya arus gelombang budaya pop yang tidak lagi memandang desa, sub-urban, ataupun kota. Anak muda sama-sama nonton Kpop dan Hollywood, sama dalam makanan dan minuman yang dikonsumsi, pakaian yang dipakai, hingga caranya dalam berbicara yang menggambarkan bagian dari budaya pop. Meski pada realitanya anak muda sub-urbanan berusaha untuk tetap berakar di lingkungannya namun turut serta berpartisipasi dalam konsumsi budaya global.

Tesis ini mengkaji tentang perjumpaan budaya pop dengan kode-kode etik pergaulan di kalangan anak muda sub-urbanan yang ada di Kabupaten Purworejo. Saya tidak menggunakan istilah pedesaan karena pada daerah sub-urbanan ini memiliki akses ke kota dengan mudah, terdapat jalan raya yang beraspal, kemudian mulai muncul adanya ojek online, Indomaret, Alfamart, dan berbagai layanan kemasyarakatan yang lainnya.

² OOTD (*Outfit of The Day*) merupakan salah satu bahasa fashion kekinian yang merujuk pada foto aktual yang diposting melalui media sosial.

Saya berargumen bahwa anak muda di sub-urbanan berusaha untuk berpartisipasi dalam konsumsi budaya global melalui berbagai macam cara. Untuk mencapai hal demikian mereka kerap kali dihadapkan dengan serentetan usaha yang terus menerus diupayakan, ada yang harus bekerja *part time*, ada yang sampai harus berhutang, mengurangi uang jajan untuk kebutuhan gaya hidup seperti *skincare* dan kosmetik, ada pula yang meminta uang tambahan dari orang tua. Terbayang betapa sulitnya menjadi anak muda, mereka berada dalam posisi yang dilema apabila tidak terlibat dalam kode etik pergaulan yang ada, karena mereka berusaha untuk tetap berakar dengan budaya lokal namun juga berpartisipasi dalam konsumsi budaya global. Meski demikian, beragam ruang ekspresi anak muda merupakan bagian integral dari siklus budaya yang menginspirasi terciptanya produk budaya baru.

Gaya hidup baru saat ini telah menjadi budaya yang paling menonjol di dalam mengekspresikan aspirasi identitas anak muda. Munculnya subkultur berbasis gaya seperti *hippies*, *mods*, *punk*, dan sebagainya dapat dilihat sebagai akibat dari adanya perluasan budaya konsumtif bagi anak muda. Konsumsi anak muda umumnya dianggap sebagai orientasi atas negosiasi identitas individu sebagai tahapan kehidupan anak muda sehingga muncullah suatu istilah inovasi budaya.³

Budaya anak muda itu sendiri muncul dari arus budaya Barat yang menyebar secara global, budaya ini semakin dibentuk oleh adanya arus globalisasi

³ Johan Fornas, dkk, *Youth, Culture, and Modernity Youth Culture in Late Modernity*, (London: Sage, 1995), 1.

yang semakin meningkat. Proses globalisasi yang telah terbentuk menjadikan realitas sosiokultural yang beragam, seperti adanya budaya global dan budaya lokal.⁴ Karakteristik budaya anak muda yang menyebar secara global memicu perkembangan versi budaya lokal, misalnya adanya hip-hop yang menunjukkan bahwa budaya anak muda tidak hanya sebatas ekspresi gaya melainkan sebagai ruang khusus untuk identitas sosialnya.⁵ Keterkaitan budaya dengan anak muda seringkali disebut memiliki suatu kemampuan yang saling berkaitan, oleh karena itu anak muda menjadi bagian integral dari siklus budaya yang menginspirasi terciptanya produk budaya baru.⁶

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa yang membuat anak muda di Purworejo berpartisipasi dalam konsumsi budaya populer?
2. Apa konteks yang melatarbelakangi anak muda sub-urbanan di Purworejo mengkonsumsi budaya populer?
3. Mengapa anak muda sub-urbanan berlomba-lomba dalam gaya hidup kekinian di Kabupaten Purworejo?

⁴ Jonathan Friedman, *Being in the World: Globalization and Localization, in Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*, (London: Sage, 1990), 311.

⁵ Henry Jenkins, *Pop Cosmopolitanism: Mapping Cultural Flows in an Age of Media Convergence in Globalization: Culture and Education in the New Millennium*, ed. Marcelo M. Suarez-Orozco and Desire'e Baolian Qin-Hilliard, (Berkeley: University of California Press, 2004), 114.

⁶ Thomas Frank, *The Conquest of Cool: Business Culture, Counter Culture, and the Rise of Hip Consumerism*, (Chicago: University of Chicago Press, 1997), 127.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengurai hal-hal yang membuat anak muda di Purworejo berpartisipasi dalam konsumsi budaya populer. Penelitian ini juga berupaya mendeskripsikan konteks yang melatarbelakangi anak muda di Purworejo mengkonsumsi budaya populer. Selain itu, penelitian ini juga mencoba untuk menggali alasan anak muda sub-urbanan berlomba-lomba dalam gaya hidup kekinian.

Dalam ranah akademik penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu memberikan berbagai manfaat. Berbagai manfaat dari penelitian tersebut antara lain, memperkaya wawasan, menambah pengetahuan tentang fenomena gaya hidup kekinian anak muda sub-urbanan, menambah bahan bacaan untuk berfikir lebih kritis mengenai fenomena gaya hidup anak muda sub-urbanan di era digital, memberikan informasi serta gambaran mengenai sebab dan akibat dari adanya fenomena gaya hidup berlebih, serta sebagai tambahan referensi bacaan mengenai fenomena gaya hidup anak muda sub-urbanan pada era digital di Kabupaten Purworejo.

D. Kajian Pustaka

Studi mengenai perjumpaan budaya pop dengan kode-kode pergaulan di kalangan anak muda dapat dipetakan dalam tiga kecenderungan. Kecenderungan pertama yaitu anak muda yang berada di masa transisi, kecenderungan kedua melihat anak muda dan budaya pop merupakan sebuah partikel yang berkaitan

satu sama lain, dan kecenderungan ketiga memandang anak muda sebagai suatu generasi.

Kecenderungan pertama, studi mengenai anak muda di masa transisi terdapat pada tulisan Pam Nilan tentang transisi anak muda menuju pernikahan kelas menengah perkotaan di Indonesia. Masa transisi kontemporer menuju pernikahan mengacu pada tiga prinsip utama, yaitu keyakinan, keluarga, dan keuangan. Melalui tiga prinsip inilah terbentuk wacana mengenai pemahaman bagaimana anak muda urban menjalankan transisi menuju kedewasaan melalui sebuah pernikahan.⁷

Sejalan dengan ini, Furlong dan Cartmel menyatakan bahwa secara historis di Barat telah mempertimbangkan jalur transisi yang berbeda, yaitu transisi sekolah ke dunia kerja, transisi rumah tangga, dan transisi perumahan. Di sisi lain, transisi menuju dunia pekerjaan juga merupakan fase penting seseorang sebagai penanda kesuksesan menuju masa dewasa.⁸

Selanjutnya, Ingrid Schoon dan Jutta Heckhausen juga mengkaji mengenai transisi yang merupakan fase penting dalam perjalanan hidup seseorang. Tidak terkecuali pada kalangan anak muda yang mengalami beberapa transisi, diantaranya yaitu transisi yang terjadi pada akhir masa wajib belajar. Proses dan hasil dari transisi ini memiliki bentuk yang berbeda-beda sehingga kelembagaan membingkai proses pengambilan keputusan juga menjadi salah satu yang

⁷ Pam Nilan, "Youth transition to urban, middle-class marriage in Indonesia: faith, family, and finances," *Journal of Youth Studies* 11, no. 1 (2008): 67.

⁸ Furlong dan Cartmel, *Young People and Social Change: New Perspectives*, (USA: Open University Press, 2007), 53.

mempengaruhi masa transisi seseorang. Dalam hal ini ketidaksetaraan sosial juga berpengaruh pada masa transisi, sebagaimana yang dicontohkan oleh Schoon dan Heckhausen yaitu orang tua yang berada dalam posisi sosial ekonomi rendah sering kali tidak mampu membiayai sekolah untuk anak-anak mereka dan berharap anak mereka untuk segera bekerja sebagai bentuk membantu keluarga.⁹

Tidak jauh berbeda, Raphaela Kogler dan Susanne Vogl yang mengamati proses kemandirian anak muda dalam masa transisinya, dapat dikembangkan dengan berbagai cara yang mampu diwujudkan oleh anak muda itu sendiri. Di sini dijelaskan bawa impian dan harapan dapat membantu anak muda untuk menavigasi transisi pendidikan dan pekerjaan mereka dengan cara memperluas rencana, harapan, dan impian mereka lalu mewujudkannya dalam bentuk yang konkret.¹⁰

Kecenderungan kedua, yakni melihat anak muda dan budaya pop yang terpotret dalam tulisan Arjun Appadurai. Dalam tulisannya anak muda dipandang sebagai segmen pasar yang menggiurkan, selain itu anak muda merupakan perwujudan dari budaya massa populer yang sedang berkembang. Sudut pandang budaya inilah yang menyebabkan industri pemasaran semakin disibukkan dengan dunia anak muda. Kebiasaan konsumsi anak mudalah yang menandai awal segmen identitasnya mengenai konsumtif secara lebih luas dalam budaya. Ia juga mengatakan bahwa budaya anak muda populer muncul sebagai

⁹ Ingrid Schoon dan Jutta Heckhausen, "Conceptualizing Individual Agency in the Transition from School to Work: A Social-Ecological Developmental Perspective," *Adolescent Research Review* 4, no. 2 (2019): 135.

¹⁰ Raphaela Kogler dan Susanne Vogl, "Plans, Hope, Dreams, and Evolving Agency: Case Histories of Young People Navigating Transition," *Journal of Youth Studies* 25, no. 6 (2022): 12.

fenomena ideologis karena adanya perkembangan modernitas Barat dan meningkatnya kecanggihan periklanan serta segmentasi pasar dan ekonomi budaya yang terjadi secara global.¹¹

Senada dengan itu, perjumpaan anak muda dengan budaya populer juga tertuang dalam tulisan Tippabhotla Vyomakesisri bahwasannya budaya populer dianggap sebagai kekuatan sentral, hal ini secara signifikan mengubah cara hidup dan mempengaruhi pola keseharian yang dampaknya paling bisa dirasakan oleh anak muda. Dalam tulisannya dikatakan pula bahwa anak muda merupakan usia yang paling rentan terhadap perubahan-perubahan baru yang muncul pada eranya. Sedang budaya yang sangat populer di kalangannya dan menjadi kegemaran bagi mereka yaitu media sosial, pasalnya media ini juga membawa perubahan terhadap bahasa anak muda dan menjadi gaya baru yang muncul di antara mereka.¹²

Kecenderungan ketiga yakni memandang anak muda sebagai generasi, hal ini tertuang dalam tulisan Johanna Wyn dan Woodman yang mengeksplorasi sejauh mana generasi menawarkan cara yang lebih efektif dalam membentuk masa pendewasaan. Dalam sebuah generasi tentu bersinggungan dengan masa transisi, yaitu apabila sebuah transisi mengalami kegagalan maka dapat diukur berdasar standar generasi sebelumnya begitupun sebaliknya. Namun, fokus pada generasi menggeser penekanan dari asumsi perkembangan linier masa muda

¹¹ Arjun Appadurai, "Disjuncture and Difference in the Global Economy in *Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*, Mike Featherstone," *Sage* 7, no. 2 (1990): 295.

¹² Tippabhotla Vyomakesisri, dkk, "POP Culture: Interaction of and Influence on the Youth," *International Journal of English, Literature and Social Sciences (IJELS)* 5, no. 1 (2020): 8.

merupakan fase penting dalam membingkai generasi dan makna dari suatu pengalaman anak muda dengan caranya yang begitu khas.

Studi ini saya letakkan dalam kajian anak muda dan budaya populer, sejauh penelusuran saya terhadap studi yang memfokuskan anak muda dengan budaya pop, belum ada yang secara khusus mengkaji perjumpaan budaya pop dengan kode-kode pergaulan di kalangan anak muda sub-urbanan. Penelitian ini berusaha untuk lebih berfokus terhadap anak muda sub-urbanan yang terindikasi gaya hidup kekinian dengan berbagai latar belakang yang menyertainya. Meski demikian, riset-riset terdahulu yang telah disebutkan di atas telah membantu dalam melihat posisi pada penelitian ini.

E. Kerangka Teoretis

Penelitian ini berusaha melihat apakah anak muda sub-urbanan mengkonsumsi budaya populer sebagai ajang unjuk diri atau sebatas gengsi semata. Asumsi ini berangkat dari kondisi anak muda sub-urbanan yang tengah berada di ambang dilema. Mereka merupakan kalangan yang aktif dalam budaya global, namun di sisi lain juga aktif dalam budaya lokal. Keadaan ini mendorong adanya budaya global dan lokal atau oleh para sarjana disebut sebagai hibridisasi. Dalam hibridisasi terjadi proses interaksi antara dua budaya yang saling berlawanan, yaitu budaya global dan budaya lokal, antara yang dipandang sebagai pusat dan pinggiran, serta antara yang hegemonik dan *subaltern*.¹³ Di sisi lain,

¹³ Pam Nilan dan Carles Feixa, *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds*, (New York: Routledge, 2006), 2.

hibridisasi merupakan proses yang mencerminkan bagaimana budaya global berasimilasi dengan budaya lokal pada anak muda.¹⁴

Anak muda sub-urbanan berupaya menegosiasikan *personal branding* melalui media sosial yang selama ini erat dengan kehidupannya. Mereka menganggap dirinya sebagai bagian dari budaya lokal juga budaya global. Anak muda yang terlibat dalam budaya lokal masyarakat bahwasannya mereka masih turut serta dalam organisasi masyarakat seperti karang taruna, remaja masjid, majelis ilmu, dan berbagai kegiatan kemasyarakatan yang lainnya. Menavigasi hal ini mengacu pada kebutuhan anak muda dalam memilih interaksi antara struktur dan agensi.¹⁵ Agensi itu sendiri merupakan suatu proses yang terus berkembang dan tercermin dalam peningkatan kesadaran diri serta tingkat control yang lebih tinggi, namun agensi tetap menjaga agar segala pilihannya tetap terbuka dan menjadi jembatan dalam transisi yang tidak terstandarisasi.¹⁶

Bergulat dengan paradoks yang membingungkan dari globalisasi kontemporer menjadikan anak muda memiliki kecenderungan untuk melakukan praktik-praktik budaya dan sosial yang mutakhir.¹⁷ Secara fundamental anak muda kerap menolak apabila dirinya dianggap terlalu berkiblat terhadap budaya barat, lantaran dalam kehidupan keseharian mereka tetap memegang teguh nilai

¹⁴ Rossana Reguillo, *Emergencia de Culturas Juveniles*, (Buenos Aires: Norma, 2001), 2.

¹⁵ Sabrina Gobel, dkk, "Agency and the School-to-Work Transition of Care Leavers: A Retrospective Study of Luxembourgish Young People," *Children and Youth Services Review* 122, no. 3 (2021): 3.

¹⁶ Andreas Walther, *It Was Not My Choice, You Know? Young People's Subjective Views and Decision Making Processes in Biographical Decisions*, In *Transition from School to Work. Globalization, Individualization, and Patterns of Diversity*, (New York: Cambridge University Press, 2009), 121.

¹⁷ Craig Jeffrey, "Geographies of children and youth II: Global youth agency," *Progress in Human Geography* 36, no. 2 (2012): 247.

dan norma agama serta sosial. Menariknya, anak muda sebagai aktor pada konsumsi budaya dan gerakan sosial tetap memiliki kekhasan budaya lokal di dalam dunia global.¹⁸ Anak muda seringkali menunjukkan bahwa dirinya menghadapi tantangan dengan sangat berat, dalam artian bahwa menemukan dan menunjukkan agensi pada masa-masa tertentu dalam kehidupan mereka, misalnya pada masa awal di sekolah maupun pada saat menghadapi dunia pekerjaan.¹⁹

Anak muda sub-urban yang bergaya hidup kekinian merupakan generasi yang senang mengekspresikan diri dengan ragam *mode* terbaru. Hal ini tidak lepas dari kehadiran media sosial yang di dalamnya berselimut budaya populer. Mereka menyebutnya dengan istilah “Hits” yang menjadi icon bahwa dirinya merupakan bagian dari adanya konsumsi budaya populer. Kata hits sendiri memiliki beragam makna, seperti sedang trending, populer, terbaru, kekinian, terkenal, atau sesuatu yang sedang marak dan diikuti oleh kebanyakan orang pada umumnya. Hingga pada akhirnya kata ini menjadi populer di kalangan anak muda, terlebih bagi mereka yang aktif di media sosial.

Lebih lanjut dari itu, mengenai hibriditas yang dipandang Appadurai sebagai bentuk pengaruh dari adanya globalisasi. Adanya pengaruh ini terjadi akibat munculnya lima dimensi arus budaya global, diantaranya *technoscapes*, *ethnoscapes*, *financescapes*, *ideoscapes*, dan *mediascapes*. Kelima dimensi ini menjadikan suatu kebudayaan terlihat seolah tidak stabil.²⁰ Karena pada

¹⁸ Pam Nilan dan Carles Feixa, 15.

¹⁹ Hanks Johnson, “On the limits of life stages in ethnography: Towards a theory of Vital conjunctures,” *American Anthropologist* 104, no. 3 (2002): 865.

²⁰ Arjun Appadurai, *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, *Public worlds*, v. 1 (Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, 1996), 33.

kenyataannya *global youth* itu sesuatu yang hibrid, mereka berusaha untuk tetap berakar dalam budaya lokalnya namun berpartisipasi dalam konsumsi budaya global.

Derasnya konsumsi budaya global yang semakin menghampiri anak muda sub-urbanan mendorong mereka dalam mengeksplorasi ekspresinya sendiri dalam merespon budaya global yang menerjangnya. Mereka berusaha aktif dalam konsumsi budaya global seperti berlomba untuk tampil glowing sebagai pengartikulasian budaya yang tengah *trending* di kalangannya. Di sisi lain, mereka tetap memegang teguh budaya lokalnya dengan turut serta dalam kegiatan sosial maupun keagamaan yang ada dilingkungannya. Anak muda juga berusaha mengimplementasikan keislaman mereka dengan cara mengakomodasi diri mereka sebagai seorang anak muda.²¹

Meski demikian, perjumpaan budaya pop dengan kode-kode pergaulan di kalangan anak muda sub-urban bukanlah semata-mata bagian dari *hybrid culture*. Thompson dan Arsel mendapati bahwa adanya budaya Barat yang sifatnya global dan modern pada akhirnya menyiratkan bahwa yang global selalu terlokalisir dan yang lokal acapkali terglobalisasi. Secara sederhananya, kosep budaya anak muda sering dikonstruksikan dalam kaitannya dengan kondisi budaya setempat anak muda itu tinggal.²² Sementara karakteristik budaya anak muda yang menyebar secara global memicu berkembangnya versi budaya lokal, misalnya kehadiran

²¹ Baca Asef Bayat, "Muslim Youth and the Claim of Youthfulness," *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, ed. oleh Asef Bayat dan Linda Herrera (New York; Oxford: Oxford University Press, 2010), 19.

²² Craig Thompson dan Zeynep Arsel, "The Starbucks Brandscape and Consumers' (Anticorporate) Experiences of Glocalization," *Journal of Consumer Research* 31, no. 3 (2004): 631.

hip-hop yang menunjukkan bahwa budaya anak muda tidak terbatas dari sekedar ekspresi gaya, melainkan terdapat suatu ruang khusus sebagai identitas sosialnya.²³

Berbagai asumsi ini berangkat dari fenomena anak muda sub-urban yang tengah berlomba-lomba dalam suatu pemenuhan diri sesuai dengan hal-hal yang tengah ramai di masyarakat. Sedang gaya hidup anak muda kekinian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu suatu gaya hidup baru dengan melakukan berbagai macam aktivitas seperti berbelanja, nongkrong, dan berperilaku yang bertujuan sebagai bentuk dari ekspresi atas perubahan diri yang saat ini banyak diterapkan oleh anak muda sub-urban yang lainnya. Selain melalui aktivitas, gaya hidup juga diekspresikan melalui pola pikir dan opini anak muda pada saat mereka menggunakan media sosial. Pergeseran gaya hidup anak muda sub-urban yang terlihat di era modern seperti saat ini semakin menjadi perbincangan menarik, segala sesuatunya kini serba praktis dan instan. Selain itu, perhatian atas penampilan yang melengkapi gaya hidup modern kerap dijadikan perlombaan dalam melukiskan kecenderungannya akan berpenampilan. Berangkat dari sinilah gaya hidup dijadikan sebagai suatu modus atas keberadaan anak muda modern, pasalnya apabila tidak mengikuti perkembangan gaya hidup maka reputasi anak

²³Henry Jenkins, *Pop Cosmopolitanism: Mapping Cultural Flows in an Age of Media Convergence in Globalization: Culture and Education in the New Millennium*, ed. Marcelo M. Suarez-Orozco and Desire'e Baolian Qin-Hilliard, (Berkeley: University of California Press, 2004), 114.

muda yang bersangkutan tersebut berpotensi untuk dianggap kurang menarik oleh orang lain.²⁴

Dalam memahami fenomena perjumpaan budaya global dan lokal anak muda sub-urban, penelitian ini merujuk pandangan Pam Nilan dan Carles Feixa. Dalam pandangannya, Nilan dan Feixa menjelaskan bahwa praktik performatif hibriditas budaya oleh anak muda saat menegosiasikan bentuk identitas pribadi dan kelompoknya seringkali digambarkan sebagai suatu globalisasi. Gagasan mengenai hibriditas juga menginformasikan bahwa adanya budaya yang emansipatif menerangkan konotasi antara mobilitas, ketidakpastian, dan multiplisitas.²⁵

Merespon beberapa sudut pandang tersebut, kalangan anak muda juga memiliki berbagai irisan dengan beberapa isu perubahan. Berbagai isu perubahan tersebut diantaranya nilai sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Pada saat yang bersamaan terjadilah tuntutan gaya hidup dan budaya baru, mengingat secara nilai sosial maka kaum muda dikonstruksi dengan berbagai macam pengetahuan, norma, dan nilai atas peran lingkungan sosial yang terjadi secara dinamis.²⁶ Sehingga dalam hal ini pembentuk kepribadian pada kalangan anak muda dapat dipengaruhi oleh berbagai hal dalam kehidupan sehari-hari dan fenomena baru yang sedang ramai dibicarakan maupun dilakukan oleh kalangan

²⁴ David Chaney, *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*, (Yogyakarta: Jala Sutra, 2009), 26.

²⁵ Pam Nilan dan Carles Feixa, 2-3.

²⁶ Nadiya Sahlatul Kholik, "Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop" (UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 35.

sebayanya. Salah satunya yaitu dengan adanya fenomena anak muda kekinian yang selalu mengikuti mode perkembangan zaman.

Anak muda memiliki karakteristik yang ingin menjadi pusat perhatian, suka ikut-ikutan, mencoba hal baru, serta memiliki kecenderungan untuk bersenang-senang. Gejala kekinian yang dijadikan sebagai suatu gaya hidup baru anak muda disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari faktor psikologis hingga pada kehidupan sosialnya. Gaya hidup seperti ini menunjukkan bagaimana cara anak muda dalam berkomunikasi melalui ekspresi dan perilaku yang ditunjukkan kaum muda dalam ketertarikannya mencoba hal baru. Ketertarikan anak muda dalam bergaya hidup terletak pada kondisi struktural yang ada di masyarakat serta adanya kecenderungannya yang mudah terpengaruh oleh media massa.²⁷ Pada masyarakat modern khususnya kalangan anak muda, media massa dianggap sebagai suatu yang penting di dalam proses mencapai tujuan. Sehingga dapat dipahami bahwa anak muda dalam mengikuti *trend* menganggap penting adanya media massa. Di waktu ini, gaya hidup yang senantiasa mengikuti perkembangan zaman merupakan suatu gaya baru yang senantiasa melakukan perubahan dan pembaharuan, sehingga tidak heran apabila tayangan yang ada di media massa seperti laman media sosial mudah untuk ditiru oleh anak muda, tidak terkecuali pada daerah sub-urban.

Secara umum persepsi sosial yang ingin anak muda bentuk di lingkungan sekitar merupakan suatu proses yang berlangsung pada orang lain di sekitarnya

²⁷ PakarKomunikasi.com, “30 Macam-Macam Teori Komunikasi Menurut Para Ahli,” *Yogyakarta*, 12 Januari 2023, <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-menurut-para-ahli>

dalam mengevaluasi dan mengetahui diri anak muda tersebut. Dengan proses inilah terbentuk kesan dari orang lain, kesan yang terbentuk didasarkan pada informasi yang diperoleh. Sederhananya, anak muda ingin menunjukkan kesan mengenai dirinya terhadap orang lain atau lingkungan sekitarnya melalui hal-hal yang ditampakkan.²⁸ Pengaruh gaya hidup kekinian sangatlah nyata di kalangan anak muda, anak muda dianggap sebagai usia yang masih mengalami krisis identitas dalam proses pencarian jati diri, karena pada dasarnya anak muda biasanya akan mengenali dirinya melalui lingkungan sekitar. Kerap kali anak muda antusias terhadap hal-hal yang dianggapnya unik, termasuk dalam hal gaya hidup karena gaya hidup acapkali dipandang menarik untuk bahan peniruan, pasalnya penampilan memiliki keterkaitan yang cukup besar dalam kehidupan anak muda.

Dari uraian di atas, saya berpendapat bahwa anak muda sub-urban cenderung menegosiasikan dua identitas yang berbeda, sebagai kaum yang mengonsumsi budaya global juga kaum yang memegang teguh budaya lokal. Mereka senantiasa mencari cara untuk terus menyeimbangkan keduanya dalam kehidupan keseharian. Bahkan di beberapa hal yang terlihat sulit untuk dilakukan mereka cenderung mengupayakan berbagai cara untuk tetap dapat melakukan keduanya tanpa adanya ketimpangan.

²⁸ Sarlito Wirawan Sarwono dan Eko Aditya Meinarno, *Psikologi Sosial*. In E. W. Meinarno (Ed.), (Jakarta: Prenada Media Group 2009), 26.

F. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan sebagai suatu studi yang berkaitan dengan tema-tema umum anak muda, identitas konsumsi, dan globalisasi. Saya mulai penggalan data secara intens sejak November 2022 hingga pertengahan Februari 2023. Adapun penghimpunan data dilakukan melalui tiga cara; *pertama*, observasi secara keseluruhan mulai dari partisipan hingga anak muda sub-urban pada umumnya, kegiatan ini saya lakukan dengan mengamati media sosial yang mereka miliki juga aktivitas diluar waktu perkuliahannya. Di samping itu, saya juga melakukan pengamatan di suatu daerah sub-urban yang memiliki gaya hidup tinggi serta kecenderungan memaksakan diri dalam pemenuhan konsumsi budaya populer.

Kedua, pengumpulan data ini dengan mewawancarai selebgram yang berasal dari Purworejo dan anak muda sub-urban terkait dengan penggunaan media sosial yang selama ini erat dengan kehidupannya. Hal lain yang saya bidik yaitu terkait pengalaman hidup, cara pandang, latar belakang, perilaku dan tindakan, pendidikan, sosial, dan ekonomi. Perjumpaan awal saya waktu itu yaitu pada saat mereka sedang mengadakan bazar kuliner yang ada di lingkungan kampus. Saat itu mereka tengah mencoba berjualan dengan keahlian yang mereka miliki, di situlah saya memulai untuk mengenal *background* dan sudut pandang mereka masing-masing terkait dengan budaya global yang selama ini mereka konsumsi.

Dalam menindaklanjuti penggalan data ini, secara bertahap saya mencoba untuk meminta terlibat dalam berbagai aktivitas yang mereka lakukan, ada yang

sebagai seniman, bisnis *online*, kunang-kunang,²⁹ selebgram,³⁰ *gamers*, aktivis, dan berbagai peran yang lainnya. Pada kesempatan lain, saya juga dilibatkan dalam kegiatan mereka dengan rekan-rekan perkumpulannya. Di sinilah saya memperoleh informasi mengenai seluk beluk kehidupan dan gaya hidup kesehariannya. Tidak hanya itu, keluhan atas beberapa peristiwa yang tengah dialaminya pun menjadi perbincangan yang mengalir antara saya dengan para informan.

Saya mewawancarai dua belas informan yang saya bagi dalam tiga kecenderungan yaitu berdasar gender, gaya hidup, dan *background* keluarga. Informan ini terdiri dari enam laki-laki dan enam perempuan. Dari keseluruhan informan, mereka merupakan seorang mahasiswa dan terdapat lima informan yang menjalankan dua peran yaitu sebagai mahasiswa juga pekerja. Latar belakang anak muda yang berasal dari keluarga dengan orang tua yang memiliki pekerjaan berbeda juga menjadi perhatian saya dalam merekam dinamika fenomena perjumpaan anak muda dengan budaya populer.

Ketiga, dokumentasi yang saya peroleh dari beberapa postingan yang terdapat pada sosial media seperti Instagram, facebook, dan juga whatsapp *story*, selain itu data dokumentasi juga diperoleh melalui foto koleksi barang-barang milik informan dan postingan yang mereka unggah dalam *platform* media sosialnya. Kemudian setelah data-data ini diperoleh, saya memaparkannya menggunakan metode bercerita atau *story telling*. Saya tidak hanya sebatas

²⁹ Kunang-kunang merupakan sebutan dari anak muda sub-urban yang dalam keseharian perkuliahannya hanyalah kuliah nongkrong kuliah nongkrong atau mereka menyingkatnya dengan kunang-kunang.

³⁰ Selebgram (Selebriti instagram), merupakan seseorang yang cukup terkenal di media sosial, selebgram biasanya memiliki followers atau pengikut dengan jumlah yang banyak.

melihat pengalaman hidup informan, melainkan menggunakan laporan kehidupan keseharian mereka untuk menganalisis kategori wacana yang terjadi. Studi ini berusaha untuk mengeksplorasi pola konsumsi dan narasi identitas mereka serta menganalisis masing-masing secara intratekstual yang diikuti dengan analisis intertekstual. Intratekstual merupakan metode yang dilihat sebagai suatu wacana. Sedangkan intertekstual merupakan suatu teori yang berusaha untuk menemukan hubungan antara satu teks dengan teks-teks yang lain, dengan kata lain bahwa adanya suatu pengembangan dari penelitian sebelumnya.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam mempermudah memahami tesis ini secara tuntas dan komprehensif, saya mengelompokkannya menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir, sedang untuk pembahasan yang merupakan bagian utama tersusun dalam lima bab dan terdiri dari beberapa subbab. Sistematika dalam penulisannya yaitu sesuai dengan penjabaran berikut:

1. Bagian Awal

Halaman sampul depan, yang memuat judul penelitian serta menggambarkan topik yang diteliti. Halaman judul, berisi mengenai tulisan yang sama dengan halaman sampul depan. Halaman Pernyataan Keaslian, berisi tentang pernyataan mengenai pernyataan hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian yang sumbernya dijadikan rujukan. Halaman bebas plagiarisme, berisi tentang pernyataan bahwa tesis ini secara keseluruhan bebas dari plagiarisme. Halaman pengesahan tugas akhir, berisi tentang pengesahan serta

perbaikan dari tugas akhir. Halaman pernyataan pembimbing, abstrak, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, serta daftar lampiran.

2. Bagian Utama

Bagian utama atau yang merupakan inti dari tesis ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut: bab pertama berisi mengenai pendahuluan dan latar belakang masalah serta memuat konteks apa saja yang ada dalam penelitian, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi, kajian pustaka, kerangka teoretis, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Selanjutnya bab kedua menjelaskan berbagai ragam fenomena anak muda sub-urban bergaya hidup kekinian dan bagaimana dinamika terbentuknya pertemuan anak muda sub-urban dengan konsumsi budaya global, mulai dari potret konsumsi budaya populer dengan *effort* yang mereka lakukan untuk menunjukkan eksistensinya. Setelah itu, diskusi dilanjutkan dengan menggali faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi dan bagaimana fenomena tersebut dapat terbentuk. Di sini keterlibatan anak muda dalam fenomena tersebut mulai terlihat, ditandai dengan munculnya gaya baru dalam *life style* kesehariannya.

Bab ketiga mengkaji peranan media digital dalam pembentukan gaya hidup anak muda sub-urban yang berfokus pada media sosial. Diskusi di sini menjelaskan tentang bagaimana media sosial menjadi salah satu hal penting dalam pembentukan gaya hidup anak muda sub-urban di Kabupaten Purworejo. Bab ini juga membahas tentang ruang ekspresi gaul anak muda sub-urban yang cenderung menyukai aktivitas nongkrong. Selanjutnya bab ini diakhiri dengan mengkaitkan

relevansi kelas, keluarga, gender, dan lingkungan dalam transisi *life style* anak muda sub-urban.

Bab keempat mengeksplere pembahasan mengenai perubahan-perubahan perilaku sosial yang terjadi pada anak muda sub-urban yang terindikasi fenomena gaya hidup kekinian. Uraian dimulai dengan diskusi yang diarahkan pada bagaimana era digital dan gaya hidup berperan dalam suatu perubahan sosial. Sisi utama pada diskusi ini yaitu melihat bagaimana mahasiswa sub-urban ini memiliki ketergantungan terhadap media digital dalam berbagai macam hal.

Bab kelima yang merupakan penutup terdiri dari dua sub bab, yaitu kesimpulan dan juga saran. Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari diskusi yang ada pada tesis ini.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir yang merupakan akhir dari tesis ini memuat lampiran dan juga identitas atau daftar riwayat hidup.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Eksistensi budaya global anak muda sub-urban tidak lepas dari perubahan-perubahan di era digital. Anak muda berada dalam kondisi yang dilema terlebih apabila tidak terlibat dalam kode-kode etik pergaulan yang ada, mereka berkontribusi dalam konsumsi budaya global, namun tetap berakar dengan budaya lokal. Berangkat dari dilema ini, mereka mencoba untuk mengekspresikan melalui ruang-ruang yang ada. Mulai dari gaya hidup, perilaku, hingga caranya dalam berbicara.

Sementara merebaknya konsumsi budaya global atau budaya populer ini dilatarbelakangi oleh beragam konteks, mulai dari arus informasi yang tidak terbentung, masuknya Kpop, kemudahan dalam membeli, adanya idola, serta adanya dukungan dari berbagai pihak. Tidak dapat dipungkiri bahwa anak muda merupakan masa mencari jati diri, mereka mudah terbawa oleh hal-hal baru yang kini erat dengan kehidupannya. Adapun faktor lain yang melatarbelakangi anak muda sub-urban bergaya hidup kekinian dan mengikuti konsumsi budaya global yaitu dimanjakan sejak kecil, orang tua yang juga bergaya hidup sejenis, adanya motivasi untuk bergaya hidup, *moral panics*, *culture*, *circle* pertemanan yang mementingkan *life style*, *peer group*, lingkungan dan media sosial. Meski pada praktiknya media sosial memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap munculnya fenomena gaya hidup anak muda sub-urban, pasalnya sejak kehadiran media sosial ini anak muda sub-urban lebih mudah dalam mencari *public figure* maupun *refrensi* dalam bergaya hidup.

Mereka juga tengah berlomba-lomba dalam meningkatkan eksistensinya baik di dunia nyata maupun dunia maya. Eksistensi bagi anak muda dijadikan sebagai ajang unjuk diri agar tidak dianggap ketinggalan zaman dan senantiasa mengikuti *life style* yang terus berkembang. Menariknya dari faktor-faktor munculnya fenomena gaya hidup kekinian ini justru yang paling mengedepankan persoalan gaya hidupnya adalah mereka yang secara ekonomi kurang mendukung, sehingga cenderung memaksakan diri untuk terlihat setara dengan yang lain. Meski demikian anak muda merupakan bagian integral dari siklus budaya yang menginspirasi terciptanya produk budaya baru.

B. Saran

Mengingat fenomena gaya hidup anak muda sub-urban merupakan suatu perubahan yang berkaitan dengan kemajuan teknologi maka bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali serta mengeksplorasi lebih dalam mengenai fenomena gaya hidup di wilayah sub-urban secara lebih luas. Selanjutnya penelitian mengenai gaya hidup kekinian di wilayah sub-urban juga bisa apabila tidak hanya difokuskan pada anak muda namun bisa dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Saran ini merujuk pada fakta bahwa banyak juga kalangan orang tua di wilayah sub-urban yang juga mengonsumsi budaya global dan mengikuti *life style* namun tetap berpegang pada budaya lokal. Fenomena ini tidak kalah menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut lagi pasalnya banyak sekali faktor yang mampu digali mengenai perjumpaan budaya populer dengan masyarakat di wilayah sub-urban.

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, Rifqi. dkk. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja", *Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 7 No. 2. (2020): 130.
- Ainiyah, Nur. "Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial", *Pendidikan Islam Indonesia* 2 No. 2. (2018): 221-236.
- Anoop, Nayak. *Race, place and globalization*. Berg: Oxford, 2004.
- Appadurai, Arjun. "Disjuncture and Difference in the Global Economy in Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity, Mike Featherstone", *Sage* 7 No. 2 (1990): 295.
- Appadurai, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization, Public worlds, v. 1*. Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, 1996.
- Atmadja, Nengah Bawa. *Saraswati dan Ganesa Sebagai Simbol Paradigma Interpretativisme dan Positivisme*. Denpasar: Pustaka Larasan, 2014.
- Azis, Akhmad, dan Aprilia Salam. "Keefektifan Layanan Informasi Berbasis Instagram untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa", *Terapeutik: Jurnal Bimbingan Konseling* 1 No. 3 (2018): 183-191.
- _____. "Muslim Youth and the Claim of Youthfulness, *In Being Young and Muslim: New Cultural Politics in the Global South and North*, diedit oleh Linda Herrera dan Asef Bayat (Oxford: Oxford University Press, 2010).
- Brannen, Julia dan Ann Nilsen, "Young People's Time Perspectives. From Youth to Adulthood," *Sociology* 36 No. 3 (2002): 513.
- Brown, Eleanor "Practitioner perspectives on learning for social change through non-formal global citizenship education," *Education, Citizenship and Social Justice* 13 No. 1 (2018): 81.
- Brown, Eleanor dan Louise Nicklin, "Spitting Rhymes and Changing Minds: Global Youth Work Through Hip-Hop," *International Journal of Development Education and Global Learning* 11 No. 2 (2019): 162.
- Carolan, John dan Minor. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2008.

- Chaney, David. *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jala Sutra, 2009.
- Dewi, Citra dan Dian Novita. “Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga”, *PRecious: Public Relations Journal* 1 No. 2 (2021): 177.
- Doloy, Filki, “Kajian Gaya Hidup Hedonisme Masyarakat Desa Tateli Tiga Kecamatan Mandolang Kabupaten Minahasa”, *Holistik* 13 No. 3. (2020): 7.
- Fornas, Johan., dkk, *Youth, Culture, and Modernity Youth Culture in Late Modernity*. London: Sage, 1995.
- Frank, Thomas. *The Conquest of Cool: Business Culture, Counter Culture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: University of Chicago Press, 1997.
- Friedman, Jonathan, *Being in the World: Globalization and Localization, in Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*. London: Sage, 1990.
- Fudyartanta, K. *Psikologi perkembangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelaja, 2012.
- Furlong, Andy. *Youth Studies: An Introduction*. London: Routledge, 2012.
- Furlong dan Cartmel. *Young People and Social Change: New Perspectives*, USA: Open University Press, 2007.
- Gobel, Sabrina, dkk. “Agency and the School-to-Work Transition of Care Leavers: A Retrospective Study of Luxembourgish Young People,” *Children and Youth Services Review* 122 No. 3 (2021): 3.
- Hall, Ruth dan Ben White. “Resistance, acquiescence or incorporation? An introduction to land grabbing and political reactions ‘from below,” *Journal of Peasant Studies* 42 No.3 (2015): 469.
- Hannerz, Ulf, *Cultural Complexity: Studies in the Sociological Organization of Meaning*. New York: Columbia University Press, 1992.
- Jeffrey, Craig. “Geographies of children and youth II: Global youth agency,” *Progress in Human Geography* 36 No. 2 (2012): 247.
- Johnson, Hanks. “On the limits of life stages in ethnography: Towards a theory of Vital conjunctures,” *American Anthropologist* 104 No. 3 (2002): 865.
- Jones, Gill. *Youth*. Cambridge: Polity Press, 2009.

- Juris, Jeffrey dan Geoffrey Pleyers, "Alter-activism: Emerging cultures of participation among young global justice activists," *Journal of Youth Studies* 12 No. 1 (2009): 57.
- Karen, O'Donnell, dan Donna Wardlow, "A Theory on the Origins of Coolness," *Consumer Research* 27 No.1 (2000):13.
- Kholik, Nadiya, "Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop" (UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 35.
- Kjeldgaard, Dannie dan Soren Askegaard, "The Globalization of Youth Culture: The Global Youth Segment as Segment as Structures of Common Difference," *Consumer Research* 33 No. 2 (2006): 232.
- Kogler, Raphaela dan Susanne Vogl, "Plans, Hope, Dreams, and Evolving Agency: Case Histories of Young People Navigating Transition," *Journal of Youth Studies* 25 No. 6 (2022): 12.
- Leavy, Patricia, ed. *The Oxford Handbook of Qualitative Research. in The Oxford Hand book of Qualitative Research*. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- Mark, Mifsud. "A Meta-analysis of Global Youth Environmental Knowledge, Attitude and Behavior Studies", *Education Review* 2 No. 3 (2012): 259.
- Martha, Wisnu. "Tinjauan buku Youth And Media Karya Andy Ruddock", *Jurnal Studi Pemuda* 2 No. 2 (2013): 221.
- Minza, Wenty M. "Migran Muda dan Transisi dari Pendidikan ke Dunia Kerja di Pontianak, Kalimantan Barat", *Studi Pemuda* 1 No. 2. (2012): 153-164.
- Miranda, Sofia. "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau", *Jom Fisip* 4 No. 1 (2017): 4.
- Munawar, Zen. "Penggunaan Profil Media Sosial untuk memprediksi Kepribadian", *Tematik* 4 No. 2. (2017): 196.
- Naafs, Suzanne dan Ben White. "Intermediate Generations: Reflections on Indonesian Youth Studies", *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13 No. 1 (2012): 2.
- Nash, Poppy dan Henderson "Work in progress: Facilitating transition for vulnerable learners moving to secondary school", *Psychology of Education Review* 34 No. (2010): 39.

- Nayar, Pramod. "Moral Panics And The Media By Chas Critcher," *Sage Publications* 17 No 3. (2006): 417.
- Nilan, Pam. "Youth sociology must cross cultures", *Youth Studies Australia* 30 No. 3 (2011): 28.
- Nilan, Pam. "Youth transition to urban, middle-class marriage in Indonesia: faith, family, and finances", *Journal of Youth Studies* 11 No. 1 (2008): 67.
- Nilan, Pam dan Carles Feixa, ed. *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds*, London ; New York: Routledge, 2006.
- Nuraini, Ida. "Kualitas Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten/Kota Di Jawa Timur," Feb Unikama. (2017).
- Pramod K. Nayar. "Moral Panics and the Media by Chas Critcher", *Discourse & Society* 17 No. 3 (2006): 416.
- Octaviani, Cecilia dan Andi Kartasasmita. "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Pada Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal", *Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1 No 2 (2018): 126.
- Oktaviani, Adhi S, "Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman", *Ilmiah Pendidikan Ekonomi* 2, No 1 (2017): 25.
- Parker, Lynn dan Pam Nilan. *Adolescents in Contemporary Indonesia. USA: Routledge*, 2013.
- _____. "A History of Global Youth Work," Paul Adams, *Think Global*, 2010.
- Prabaningtyas, Asri. "Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Ease Of Use Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggunaan E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (UIN Raden Intan Lampung, 2022) , 23.
- Putri, Alifia, dan Harda Nanda. "Nangkring khas millennial: Studi komparatif gaya hidup dan interaksi pemuda di Cafe Sudimoro dan Rowoklampok", *Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1 No. 4 (2021): 460.
- Putri, R. E. "Persepsi Remaja Mengenai Seks Education, Studi Pada Remaja di Desa Betungan, Kecamatan Kedurang Ilir, Kabupaten Bengkulu Selatan" (IAIN Bengkulu, 2018), 23.
- Putri, Rezki dan Najib Kailani. "Identity and Leisure Time: Aspiration of Muslim Influencer on Instagram", *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 5 No. 1. (2021): 57.

- Rahadianto, Oki, S. "Perdebatan Perspektif Transisi dalam Kajian Kepemudaan." *Jurnal Studi Pemuda* 11 No. 1 (2022): 6.
- Rahmawany, Dwi dan Hastina Febriaty. "Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa", *Riset Sains Manajemen* 2 No 3. (2018): 104.
- Raihanah, Afifah. Dkk. "Pengaruh Budaya Hedonisme Kepada Generasi Muda Pada Era Zaman Sekarang", *Persidangan Antarabangsa Sains Sosial dan Kemanusiaan* 3 No. 7 (2022): 154.
- Reguillo, Rossana, *Emergencia de Culturas Juveniles*. Buenos Aires: Norma, 2001.
- Ryyf, Carol. "Happines is Everything, or is it? Exploration on the meaning of psychological well being", *Journal of Personality and Social Psychology* 56 No. 6 (1989): 1069.
- Said, Mat, dkk. "Environmental comprehension and participation of Malaysian secondary school students," *Environmental Education Research* 1 No.3 (2007): 17.
- Santrock, John W. *Adolescence, 11th ed: Remaja*, terj Benedictine Widyasinta edisi 11, jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Saputri, Ardilla dan Risana Rachmatan. "Religiusitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme: Sebuah Gambaran Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala", *Psikologi* 12 No. 2 (2016).
- Sarwono, Wirawan, dan Eko Aditya. *Psikologi Sosial. In E. W. Meinarno (Ed.)*. Prenada Media Group, Salemba Humanika. 2009.
- Schoon, Ingrid dan Jutta Heckhausen. "Conceptualizing Individual Agency in the Transition from School to Work: A Social-Ecological Developmental Perspective", *Adolescent Research Review* 4 No. 2 (2019): 135.
- Secsio, Wilga, R. P, dkk. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja", *Prosiding KS Riset & Pkm* 3 No 1. (2016): 50.
- Sujibto, Bernando, "Remaja Jompo: Diskursus dan Praktik Gaya Hidup Pandemi", *Studi Pemuda* 11 No. 1 (2022): 19.
- Thieme, Tatiana. "Youth, waste and work in Mathare: Whose business and whose politics?", *Environment and Urbanization* 22 No. 1 (2010): 1.

- Thompson, Craig dan Maura Troester, "Consumer Value Systems in the Age of Postmodern Fragmentation: The Case of the Natural Health Microculture", *Journal of Consumer Research* 28 No.4 (2002): 550.
- Trihapsari, Arindah.. "Fenomena Foodgram Sebagai Pemicu Gaya Hidup Konsumtif Komunitas Hijabers Community Yogyakarta" (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019), 23.
- Vyomakesisri, Tippabhotla, dkk., "POP Culture: Interaction of and Influence on the Youth," *International Journal of English, Literature and Social Sciences (IJELS)* 5 No. 1 (2020): 8.
- Walther, Andreas. *It Was Not My Choice, You Know? Young People's Subjective Views and Decision Making Processes in Biographical Decisions, In Transition from School to Work. Globalization, Individualization, and Patterns of Diversity*, New York: Cambridge University Press, 2009.
- Waters, Johanna dan Rachel Brooks. "Accidental achievers: International higher education, class reproduction and privilege in the experience of UK students overseas," *British Journal of Sociology of Education* 31 No. 2 (2010): 217.
- Wayan, I, "Hedonisme Epikuros dalam Perspektif Etika Hindu", *Jurnal Filsafat* 11 No 2. (2020): 115.
- White, Ben. "Agriculture and the Generation Problem: Rural Youth, Employment and the Future of Farming", *IDS Bulletin* 43 No. 6 (2012): 9.
- White, Ben, dkk. "The new enclosures: critical perspective on corporate land deals", *The Journal of Peasant Studies* 39 No. 3 (2012): 621.
- White, Ben, dkk. *Youth & Society*. Australia: Oxford University Press, 2017.
- Yin, Robert, K. *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press, 2016.
- Yurikasari, Devy. "Konten Youtube Tasya Farasya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Fisip Universitas Mulawarman", *Jurnal An-Nida* 12 No. 2. (2020): 84.

Sumber Internet

Data Sensus BPS, “Persentase Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Purworejo 2017-2019,” <https://jateng.bps.go.id/indicator/12/1039/1/persentase-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-purworejo.html>

Erwin Setia. “Nia Ramadhani Sebagai Duta Sosialita Indonesia” <https://mojok.co/terminal/nia-ramadhani-sebagai-duta-sosialita-indonesia/> (2019). Diakses 5 Desember 2023.

Khoirifo Fiqrismi Yanfa “Maraknya Kpop di Indonesia” <https://www.kompasiana.com/khoirifo/5f6182d8097f3626ff451952/maraknya-kpop-di-indonesia>. Diakses 10 Februari 2023.

Misbahun Nadzir. “Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang”, *Psychology Forum UMM*, 2015, <https://mpsi.umm.ac.id/files/file/582-596%20zzMisbahun%20Tri%20Muji.pdf>. Diakses 10 Februari 2023.

PakarKomunikasi.com. 30 Macam-Macam Teori Komunikasi Menurut Para Ahli. <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-menurut-para-ahli>. Diakses 10 Februari 2023.

Rangga Wisata, “19 Cafe Restoran Rumah Makan Faavorit di Purworejo Recommended,” Purworejo, 25 Mei 2023, <https://ranggawisata.com/cafe-purworejo/>.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Purworejo (bps.go.id). <https://purworejokab.bps.go.id/>