

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi banyak merubah keadaan dunia saat ini diberbagai bidang, salah satunya dalam bidang ekonomi yang didalamnya terdapat perubahan yang terjadi pada pola konsumsi masyarakat. Pola konsumsi masyarakat saat ini cenderung berubah, khususnya di masyarakat perkotaan. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh media sosial yang sangat kuat mengakibatkan pergeseran pola konsumsi masyarakat dari *non leisure* menjadi *leisure*, pola konsumsi berbasis kebutuhan menjadi konsumsi berbasis keinginan. Konsumsi tidak lagi hanya sebagai pemenuhan kebutuhan dasar seseorang melainkan lebih bersifat materi sekaligus simbolik dan terkait dengan pengekspresian identitas seseorang di masyarakat. Dalam mengonsumsi juga tidak melihat status ekonomi, karena banyak masyarakat yang berada dikelas atas, menengah, atau bawah yang juga turut bergeser pola konsumsinya. Misalnya dalam hal pemilihan fashion, tempat berkumpul, tempat makan, dan sebagainya menunjukkan seberapa mahal dan eksklusif apa yang dipilih sehingga menjadi penanda akan simbol status sosial yang ada di masyarakat. Di masa sekarang ini, masyarakat tidak lagi pamer barang-barang baru, tetapi orang lebih suka pamer foto liburannya yang langsung bisa di-*upload* di media sosial mereka dan hal itu memberikan kepuasan tersendiri bagi orang tersebut. Mereka yang berstatus ekonomi tinggi, sedang ataupun rendah berpengaruh dalam pola pergeseran konsumsi ini.

Pergeseran pola konsumsi ini merupakan konsekuensi perkembangan zaman yang mana terjadinya perubahan prioritas pada gaya hidup masyarakat urban. Jumlah konsumen terus bertambah, mal-mal tetap ramai. Tetapi mereka yang memiliki uang, ataupun yang status ekonominya rendah, menengah, dan tinggi lebih menahan belanja dan lebih menggunakan ke *leisure* atau *lifestyle* dan juga perubahan pola pikir masyarakat yang jauh memandang kedepan, mereka menyimpan uangnya di Bank untuk keperluan nantinya. Pada tahun 2010 pendapatan perkapita masyarakat Indonesia melewati angka USD3.000 pertahun yang mana angka ini dianggap sebagai ambang batas (*threshold*) sebuah negara naik kelas dari negara miskin menjadi negara berpendapatan menengah (*middle-income country*).<sup>1</sup> Ketika melewati angka tersebut, sebagian besar masyarakatnya adalah konsumen kelas menengah (*middle-class consumers*) dengan pengeluaran berkisar antara USD2-10 per hari atau sekitar Rp. 29.000 – Rp. 146.000, dan inilah yang terjadi di Indonesia saat ini. Konsumen dengan pengeluaran sebesar itu mencapai 60% total penduduk.

Salah satu ciri konsumen kelas menengah ini adalah bergesernya pola konsumsi mereka yang awalnya didominasi oleh makanan dan minuman (*basic needs*), kini menjadi hiburan dan *leisure*. Ketika semakin kaya dan berpendidikan, pola konsumsi mereka juga mulai bergeser dari konsumsi barang tahan lama (*good based consumption*) menjadi konsumsi pengalaman (*experience based consumption*).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Yuswohady, 2017, *Welcome Leisure Economy* diakses dari <https://www.yuswohady.com/2017/10/28/welcome-leisure-economy/>, pada tanggal 11 Maret 2019 pukul 7.13

<sup>2</sup> Ibid

Beberapa aktivitas konsumsi yang termasuk dalam kategori *leisure* meliputi kegiatan *travelling*, *staycation*, menikmati kuliner, menonton *film*, dan konser musik, serta keinginan mengenal budaya yang beragam yang telah berkembang sebagai konsumsi gaya hidup masa kini.

Berdasarkan data BPS, pertumbuhan pengeluaran rumah tangga yang terkait dengan “konsumsi pengalaman” ini meningkat pesat sejak tahun 2015. Untuk kuartal II-2017 misalnya, konsumsi rumah tangga tumbuh 4,95% dari kuartal sebelumnya 4,94%.<sup>3</sup> Ini menjadikan pertumbuhan konsumsi *good based* menjadi lambat karena konsumsi rumah tangga dari sisi makanan dan minuman, konsumsi pakaian, alas kaki, perumahan dan perlengkapan rumah tangga hanya tumbuh tipis antara 0,03-0,17%, karena inilah *departement store* di mall- mall banyak yang tutup. Sementara itu, restoran dan hotel (*experience-based*) melonjak dari 5,43% menjadi 5,87%.<sup>4</sup> Pergeseran pola konsumsi masyarakat menjadi *leisure* ini ternyata membawa dampak yang besar dan sektor *leisure* menjadi penggerak perekonomian Indonesia.

Masyarakat saat ini sedang mengalami pergeseran ke arah konsumsi *leisure* yang mana saat ini komoditas berupa rekreasi dan gaya hidup mulai dianggap lebih penting. Perubahan konsumsi masyarakat tidak pasti, perubahan ini terjadi sesuai dengan perkembangan zamannya yang diikuti oleh teknologi yang semakin canggih pula, misalnya saat ini masyarakat lebih senang berwisata dengan berbagai faktor pendorong untuk melakukan perjalanan wisata menurut Ryan dan Pitana dalam jurnal

---

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> *Ibid*

Hayati, Emi, dkk yang berjudul *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Bekunjung ke Candi Muara Takus Kec. XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar* yaitu seperti:<sup>5</sup> ingin melakukan penyegaran dari lingkungan yang dirasa menjenuhkan, atau penyegaran atas kejenuhan dari kesibukan pekerjaan dengan menikmati kesenangan atau memperat hubungan (*visiting, friends and relatives*) dengan bertemu orang yang dianggap romantis, atau ingin menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, atau hanya sekadar ingin tahu daerah lain serta merealisasikan impian.

Subjek sasaran utama dalam pergantian pola konsumsi ini adalah generasi milenial. Mereka yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan tahun 2000.<sup>6</sup> Generasi milenial di Indonesia, terkenal akan gaya hidupnya seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih. *Leisure* dan *experience* sudah menjadi bagian dari kebutuhan pokok generasi milenial sehari-hari dan tak lepas darinya. Mereka lebih suka menghabiskan uang untuk mendapatkan pengalaman tertentu yang bisa mereka abadikan di media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh *Eventbrite-Harris Poll* bahwa kebahagiaan generasi milenial tidak lagi berfokus kepada kepemilikan atau status karier tetapi menjalani kehidupan yang bermakna dan bahagia dengan menciptakan, berbagi,

---

<sup>5</sup>Hayati, Emi, Syofia Achnes, Andi M Rifiyan, *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Bekunjung ke Candi Muara Takus Kec. XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar*, diakses dari <https://repository.unri.ac.id/jspui/bitstream/123456789/4409/1/jurnal%20Emi%20Hayati.pdf>, hlm 5-6 pada tanggal 25 Maret 2019 pukul 19.28

<sup>6</sup>Samantha Sharf, 2015, *What Is A 'Millennial' Anyway? Meet The Man Who Coined The Phrase*, diakses dari <https://www.forbes.com/sites/samanthasharf/2015/08/24/what-is-a-millennial-anyway-meet-the-man-who-coined-the-phrase/#774a0dd44a05> pada tanggal 20 Desember 2019

menangkap kenangan melalui pengalaman yang didapat.<sup>7</sup> Mereka membagikan pengalaman-pengalaman mereka melalui media sosial, yang kemudian bisa menjadi pengaruh bagi yang lain. Seperti sekarang ini, banyak generasi milenial yang sering memposting foto dan videonya di sosial media sehingga bisa membuatnya menjadi populer dan memberikan kepuasan tersendiri yang bisa menciptakan *prestise* atau penanda identitas sosial dan gaya hidup yang konsumtif.

Perubahan pola konsumsi ini juga tak lepas dari pengaruh kapitalisme yang pada akhirnya terjadi perubahan orientasi dari kebutuhan *non leisure* menjadi *leisure* dan konsumsi berdasarkan kebutuhan menjadi konsumsi berdasarkan keinginan yang dimana selera orang dari suatu kelas sosial tertentu untuk mengonsumsi pengalaman seperti berwisata ataupun sebagainya yang behubungan dengan *leisure*, ditentukan oleh kebiasaan dan perilaku konsumsi dari kelas sosial yang tinggi. Di zaman modern ini tak jarang golongan dari kelas menengah sering menyaksikan golongan dari kelas sosial atas melalui media sosial menghabiskan waktu akhir pekan untuk berwisata ke tempat- tempat yang terkenal, mahal, dan eksklusif. Hal ini mengakibatkan golongan kelas menengah khususnya para milenial tergugah selernya untuk melakukan tindakan yang sama sebagai pemenuhan hasrat ego maupun hasrat sosial.

Dunia kerja yang begitu keras juga salah satu alasan generasi milenial lebih membutuhkan kebutuhan *leisure* dibandingkan dengan *non leisure*. Pekerjaan

---

<sup>7</sup>Evenbrite, 2014, *Millennials: Fueling the Experience Economy*, Diakses dari [https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/Millennials\\_Research/Gen\\_PR\\_Final.pdf](https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/Millennials_Research/Gen_PR_Final.pdf) pada tanggal 21 Desember 2019

membuat mereka merasa dikekang, tertekan, dan terus- menerus harus dilakukan sehingga tidak memiliki waktu senggang walaupun hanya sebatas mengobrol dengan individu lain. Waktu mereka hanya dihabiskan untuk bekerja dari pagi sampai malam. Mereka melakukan itu semua demi terpenuhinya keinginan mereka. Waktu senggang adalah masa- masa luang yang diciptakan para kelas menengah atas untuk lari sejenak dari rutinitas kehidupan dan pekerjaannya yang mana dalam mengisi waktu luang tersebut mereka bukan sekedar ekspresi dari hobi melainkan juga merefleksikan pilihan gaya hidup yang berkaitan dengan kelas sosial dan dari kelompok mana seseorang berasal. Waktu luang saat ini menjadi sangat penting bagi masyarakat perkotaan. Tidak bisa dipungkiri, mereka sangat menyadari bahwa segala yang mereka inginkan tidak bisa didapatkan dengan mudah, karenanya mereka melakukan upaya demi memperoleh hal yang diinginkan. Dengan bekerja mereka bisa mendapatkan pendapatan lebih dan menikmati hasilnya. Mereka memanjakan diri dengan mengisi waktu luang setiap akhir pekan walaupun hanya sebatas makan malam, pergi ke salon, karaokean, nonton film, menikmati kuliner, dsb. Hal inilah yang membuat milenial merasa puas dengan apa yang dilakukannya. Keseimbangan gaya hidup dan pekerjaan menjadi hal yang paling penting bagi generasi milenial jadi dalam mencari pekerjaan pun milenial sangat selektif dengan jenis pekerjaan maupun penghasilan yang ditawarkan demi menunjang gaya hidupnya. Selama hal-hal tersebut membuat milenial senang, pasti akan dilakukan.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti pola konsumsi *leisure* generasi milenial kota Tangerang yang dalam pengamatan peneliti, milenial Kota Tangerang merupakann”korban” dari media yang diciptakan oleh para kapitalis. Melihat dari kondisi status sosial ekonomi yang berbeda-beda namun mereka ingin selalu tampil modern dan tidak ketinggalan zaman. Pola konsumsi *leisure* yang tidak biasa, sedang menjadi *trend*, dan tidak melihat kondisi ekonomi semakin membuat milenial berpikir ingin hidup seperti individu lain dan menuntun mereka kedalam kenikmatan semu yang memeperlihatkan kesenangan daripada kenyataan yang selalu memiliki aspek- aspek yang tidak menyenangkan seperti kejahatan, kemiskinan, orang gelandangan, dsb. Kota Tangerang merupakan kota yang penduduk milenialnya cukup banyak yakni berdasarkan data BPS Kota Tangerang tahun 2017, penduduk kelahiran 1980-2000 yakni Tangerang 2017 berjumlah 840.996 jiwa.<sup>8</sup> Kota Tangerang juga yang terdampak dari pergeseran pola konsumsi. Untuk membuktikan dan mengetahui fenomena status ekonomi dalam pergeseran pola konsumsi milenial ini maka penulis melakukan penyebaran kuesioner pada 100 responden dengan kriteria demografi berusia 20 – 40 tahun, sudah bekerja dan laki-laki dan perempuan yang berdomisili di wilayah Kota Tangerang.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, dapat diartikan bahwa dunia kerja yang semakin ketat persaingannya sehingga para milenial di tuntutan untuk bekerja lebih

---

<sup>8</sup> BPS Kota Tangerang, 2017, *Statistik Daerah Kota Tangerang*, Tangerang: BPS Kota Tangerang

optimal lagi oleh para kapitalis menyebabkan waktu senggang mereka menjadi berkurang atau bahkan tidak ada sama sekali. Mereka menyadari bahwa segala sesuatunya tidak bisa didapatkan dengan mudah, maka dari itu mereka melakukan upaya demi memperoleh hal yang diinginkan. Dengan bekerja mereka bisa mendapatkan pendapatan lebih dan menikmati hasilnya. Selain itu, generasi milenial di Indonesia yang terkenal akan gaya hidupnya seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih dan sebagian hidupnya terpengaruh dari media sosial menjadikan *Leisure* dan *Experience* sebagai “kebutuhan pokok” dengan memanjakan diri mengisi waktu luang setiap akhir pekan walaupun hanya sebatas makan malam, jalan-jalan ke mall, dsb. Keseimbangan gaya hidup dan pekerjaan menjadi hal yang penting bagi generasi milenial. Karenanya, mereka cenderung mencari pekerjaan yang dapat menunjang gaya hidup karena untuk menguasai gaya hidup tertentu harus mengeluarkan biaya lebih.

Mereka lebih suka menghabiskan uang untuk pengalaman tertentu yang bisa mereka abadikan dan bagikan di media sosial milik mereka. Mereka berlomba-lomba memuaskan hasrat sosialnya. Hal ini terjadi pada generasi milenial di Kota Tangerang. Seiring dengan perkembangan zaman, perilaku ini banyak dilakukan oleh para milenial hingga menjadi sebuah kebiasaan atau bahkan sudah menjadi gaya hidup sebagian masyarakat yang dapat dilihat dari bagaimana tempat wisata, mall, kedai kopi, dsb merebak dimana-mana, agen travel yang menawarkan berbagai macam fasilitas yang bisa mempengaruhi rasa penasaran generasi milenial agar tertarik untuk mengunjungi



dan bisa menikmati fasilitas-fasilitas eksklusif agar generasi milenial dapat merasakan hal yang berbeda saat melakukan aktivitas konsumsi waktu luangnya dan mengikuti gaya hidup masyarakat modern dan masyarakat urban saat ini yang cenderung konsumtif.

Lokasi yang menjadi penelitian ini adalah wilayah kota Tangerang. Dalam pengamatan peneliti, di wilayah ini banyak terdapat generasi milenial yang berasal dari latar belakang sosial ekonomi yang berbeda dan tidak dapat diambil kesimpulan bahwa milenial kota Tangerang berada pada satu tingkatan status sosial ekonomi yang sama yang menghabiskan waktu luangnya dengan berbagai aktivitas berbeda diberbagai tempat. Karena hal tersebut, peneliti tertarik ingin mengetahui latar belakang status sosial ekonomi pengonsumsi *leisure* dan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure* generasi milenial di Kota Tangerang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure* generasi milenial kota Tangerang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni manfaat akademis dan manfaat praktis. Adapun masing-masing manfaat tersebut pada penelitian ini adalah:

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Adapun manfaat akademis dari penelitian ini yakni:

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian sosiologi ekonomi.
2. Studi ini juga berupaya untuk menjelaskan kepada pembaca mengenai pola konsumsi masyarakat di era *post modern*.

### 1.4.1 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada beberapa pihak, yakni:

1. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dan menjadi rekomendasi baru bagi pemerintah untuk melakukan pemanfaatan sumber daya secara optimal dan pemberdayaan manusia untuk bisa meningkatkan taraf hidup masyarakat tertinggal dan pertumbuhan ekonomi Indonesia.
2. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kebaharuan penelitian yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat.
3. Bagi referensi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai rekomendasi bagi penelitian sejenis yang juga memiliki fokus kajian pada pergeseran pola konsumsi yang terjadi pada generasi milenial di era *post modern*.

## 1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Munculnya ide dan gagasan tidak terlepas dari bantuan beberapa penelitian-penelitian terlebih dahulu. Tinjauan penelitian sejenis berguna bagi penulis sebagai sumber informasi dan inspirasi mengenai pola konsumsi *leisure* yang dipengaruhi oleh status sosial ekonomi. Melalui tinjauan sejenis ini, penulis berharap dapat melengkapi penelitian-penelitian tersebut sendiri, sehingga penelitian ini sekiranya tidak keluar jalur dari fokus penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang sejenis yang bisa penulis jadikan acuan dalam penyusunan skripsi dapat disajikan sebagai berikut.

**Pertama**, jurnal penelitian yang berjudul *Factors Affecting Labour and Leisure Time Decision: Evidence from Small and Medium Enterprises in Masvingo Urban*. Jurnal ini membahas faktor yang menyebabkan keputusan buruh di Masvingo tetap bekerja di saat waktu luang. Ketidakadaan waktu luang yang dirasakan oleh buruh di beberapa negara mengakibatkan buruh tersebut tidak memiliki waktu bersama keluarga, kelelahan hingga kematian. Kerja yang berjam- jam membuat waktu luang tersebut tersita dan pada akhirnya setelah terjadi kasus, beberapa negara tersebut memberikan kebijakan kepada buruh. Namun, ketika kebijakan tersebut sudah ada, masih ada buruh yang memutuskan waktu luangnya diisi dengan bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor yang menyebabkan keputusan buruh di Masvingo tetap bekerja di saat waktu luang. Penelitian ini menggunakan teori Neo-klasik tentang pasokan tenaga kerja dimana dalam teori ini menyatakan bahwa setiap individu

membuang waktu yang terbatas dan memilih untuk mengalokasikan antara pekerjaan yang dibayar dan waktu luang.<sup>9</sup>

Metode penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Wawancara dilakukan kepada 26 orang yang merupakan hasil dari *purposive sampling*. Populasi informan berasal dari semua UKM di Zimbabwe. Hasil penelitian ini di temukan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi buruh dalam mengambil keputusan waktu luangnya yakni:<sup>10</sup> 1) Substitusi dan efek pendapatan, yang menunjukkan tingkat tanggapan positif sebesar 73%. Hal ini sejalan dengan Fuess yang menyatakan bahwa, efek substitusi dari upah yang lebih tinggi cenderung mendominasi efek pendapatan pada tingkat upah yang rendah, sedangkan efek pendapatan dari upah yang lebih tinggi cenderung mendominasi efek substitusi pada tingkat upah yang tinggi. Artinya, dengan efek substitusi, waktu luang lebih murah, sehingga pekerja akan mengkonsumsi lebih banyak waktu luang dan bekerja lebih sedikit (efek pendapatan); 2) Gaji, 23% mengungkapkan bahwa tingkat upah memengaruhi keputusan liburan-tenaga kerja. Hal ini sejalan dengan pernyataan Balnchard yang menyatakan bahwa bahwa upah yang tinggi memilih untuk bekerja lebih banyak karena setiap jam tambahan bekerja sangat menguntungkan, sehingga menghasilkan lebih banyak sedangkan mereka yang berpenghasilan rendah harus bekerja lebih banyak karena

---

<sup>9</sup> Mapira D, Gerald D, and Enerst MC, 2017, *Factors Affecting Labour and Leisure Time Decision: Evidence from Small dan Medium Enterprises in Masvingo Urban*, Journal of Business and Financial Affairs. Vol. 6, Issue. 1, page 2

<sup>10</sup> *Ibid*, page 2-3

itulah satu-satunya cara untuk mendapatkan penghasilan yang memadai.; 3) Budaya, 65% dari peserta berpendapat bahwa budaya mempengaruhi pilihan waktu luang kerja maksudnya adalah jika budaya gaya hidup yang lebih berorientasi pada rekreasi telah berkembang maka lebih banyak waktu luang dan lebih sedikit waktu kerja; 4) Kesehatan dan Usia, 50% dari peserta menyatakan bahwa kesehatan dan usia memengaruhi pilihan *leisure labour* mereka. Masyarakat yang telah lanjut usia memiliki waktu luang yang lebih panjang karena hanya sedikit kelompok lanjut usia yang dipekerjakan. Jadi, status kesehatan dan usia meyakinkan angkatan kerja untuk memilih waktu luang dan meninggalkan pekerjaan atau sebaliknya; 5) Pajak, 31% dari peserta menerima bahwa pajak mempengaruhi pilihan waktu luang mereka. Davis dan Henrekson, mereka menyatakan bahwa perpajakan yang tinggi meningkatkan jam kerja dan mengurangi waktu luang. Waktu luang digunakan di sini dalam arti yaitu, aktivitas non-pasar (dan bukan pajak) seperti produksi rumah, bekerja di ekonomi gelap, atau memang bersenang-senang.

Para karyawan menyatakan bahwa pilihan waktu kerja mereka ditentukan oleh substitusi dan efek pendapatan, tingkat upah, budaya, kesehatan, usia dan pajak. Studi ini juga mengungkapkan beberapa hal karyawan melupakan liburan mereka karena kondisi ekonomi yang keras dan tingkat upah yang lebih rendah. Beberapa orang memilih datang bekerja pada akhir pekan dan hari libur karena mereka ingin mendapatkan penghasilan tambah. Sebagian besar karyawan mengganti waktu luang

mereka dengan waktu kerja karena tingkat upah yang lebih rendah, pajak tinggi dan kondisi ekonomi yang keras.

Kekurangan dari penelitian ini tidak dipaparkan penghasilan rata-rata karyawan sehingga di rasa kurang lengkap karena tidak di ketahui jumlah penghasilan karyawan yang memutuskan untuk bekerja dihari libur daripada memanfaatkan waktu luang. Penelitian ini berguna bagi skripsi penulis karena jurnal ini membahas tentang waktu luang dalam dunia kerja serta faktor- faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan waktu luang oleh para karyawan sehingga penulis mengetahui pertimbangan apa saja yang dipikirkan oleh para karyawan dalam mengambil keputusan waktu luang.

**Kedua,** jurnal Penelitian yang berjudul *Income and Expenditure Patterns in Recreations and Leisure in Costa Rica*. Jurnal ini membahas ketiadaan data mengenai pendapatan dan pengeluaran penduduk Kosta Rika yang dimana hal tersebut merupakan penting untuk diketahui karena dapat memahami tren partisipasi dalam berbagai kegiatan rekreasi serta memahami kondisi ekonomi dan sosial penduduk suatu negara baik dari daerah perkotaan maupun pedesaan. Di Amerika pola pengeluaran dari total pendapatan yang dikhususkan untuk rekreasi dan liburan sudah diketahui selama lebih dari 100 tahun, namun pola seperti itu tidak diketahui pada populasi Kosta Rika. Tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan pola pengeluaran dalam rekreasi diberbagai segmen populasi Kosta Rika. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan data didasarkan pada sampel probabilistik dari 5220

rumah perkotaan dan pedesaan di seluruh Kosta Rika. Metode pengambilan sampel probabilistik digunakan untuk memperhitungkan wilayah geografis yang berbeda (yaitu, perkotaan, pedesaan), sektor ekonomi (yaitu, berpenghasilan tinggi, sedang, berpenghasilan rendah). Kemudian untuk mendukung data, peneliti mewawancarai rumah tangga terpilih tahun 2004 dan 2005, informasi diberi kode dan ditabulasikan oleh anggota INEC dan kemudian data dikonversi ke SPSS untuk dianalisis.

Hasil dalam jurnal penelitian ini adalah penghasilan rata-rata per kapita dan pengeluaran per kapita menurut pendapatan menunjukkan bahwa di tingkat nasional, orang-orang dari kuintil termiskin (yaitu Q1) menghabiskan lebih banyak uang 13,70% dari yang mereka peroleh. Orang-orang di kuintil per kapita atas (Q4, Q5) menghabiskan lebih banyak uang untuk rekreasi. Rata-rata nasional untuk rekreasi adalah 7,87%, yang merupakan orang-orang dari status sosial ekonomi menengah dan atas masing-masing menghabiskan 7,07% dan 9,63%. Sedangkan penghasilan dan pengeluaran per kapita berdasarkan wilayah geografis, wilayah perkotaan jauh lebih besar pendapatannya US\$ 225.47 dan pengeluarannya 8.21% dibandingkan dengan pedesaan yakni US\$ 118.65 dan pengeluarannya sebesar 6.91%. Ketika terjadi perubahan pola konsumsi per kapita tahun 1988 dan 2004 oleh kuintil pendapatan per kapita di Kosta Rika ditemukan bahwa pengeluaran lebih rendah pada tahun 1988 dibandingkan dengan tahun 2004 berdasarkan data yang ditunjukkan oleh kuintil 1 (2.3. % vs. 5.95%) dan 5 (5.0% vs 12.4%). Dengan demikian, perubahan dalam rekreasi adalah 3,65% dari tahun 1988 hingga 2004 untuk orang-orang yang berada di

berpenghasilan terendah, dan 7,4% dari tahun 1988 hingga 2004 untuk orang-orang yang berpenghasilan tertinggi.

Tren pengeluaran terkait dengan pendapatan merupakan peningkatan waktu luang dan pendapatan keluarga yang memungkinkan keluarga memiliki lebih banyak waktu untuk bepergian, bermain atau berpartisipasi dalam olahraga yang berbeda, pergi ke bioskop, ke konser, teater dan acara olahraga dan kegiatan rekreasi lainnya. Konsumen daerah pedesaan menghabiskan lebih banyak uang secara proporsional daripada konsumen di daerah perkotaan. Sementara itu, pengeluaran bulanan untuk rekreasi berdasarkan kepemilikan rumah menunjukkan bahwa orang-orang yang memiliki rumah sendiri, dan masih menyicil, menghabiskan lebih banyak uang untuk rekreasi dan liburan daripada orang-orang yang benar-benar telah memiliki rumah sendiri. Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi pengeluaran untuk rekreasi adalah ukuran keluarga, yang dimana hasilnya menunjukkan rumah tangga dengan jumlah anak yang lebih besar menghabiskan lebih sedikit uang untuk rekreasi, begitupun orang-orang yang lanjut usia lebih sedikit untuk menghabiskan uang untuk rekreasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengeluaran yang berkaitan dengan rekreasi di Kosta Rika telah sedikit meningkat bagi orang-orang berpenghasilan terendah yakni 3,65% dari tahun 1988 hingga tahun 2004.

**Ketiga**, jurnal penelitian yang berjudul Perilaku Konsumtif Atlet: Studi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Atlet Basket Surabaya Fever dan CLS Knight Kota Surabaya. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya atlet-atlet basket yang



bergabung kedalam beberapa komunitas untuk meningkatkan motivasi dalam dirinya untuk selalu berprestasi di lapangan namun disatu sisi, dengan banyaknya gabung kebeberapa komunitas justru juga menyebabkan atlet-atlet basket ini cenderung memiliki perilaku konsumtif untuk menjaga dan menunjukkan citra dirinya agar tidak kalah saing.

Teori yang digunakan Afia dalam penelitian ini adalah teori Veblen mengenai *Leisure Class* yang dimana dalam teori ini, membahas yang diperhatikan masyarakat hanyalah uang dan karena uang (harta) akan mampu menaikkan status, harga diri atau gengsi seseorang dalam masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara langsung dan mendalam dengan pedoman wawancara pertanyaan terbuka. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk sumber data pendukung, peneliti mengambil buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian sebagai referensi.

Hasil dari penelitian ini, kedua klub basket ini merupakan klub terbesar di Surabaya dan juga *high class* yang memiliki rata-rata gaji pemain tertinggi karena sudah menjadi klub basket resmi di liga basket profesional Indonesia. Dari beberapa informan yang diwawancara oleh peneliti, atlet-atlet basket yang profesional atau tidak mengisi waktu luangnya dengan caranya masing-masing. Ada yang untuk liburan, bermalasan dirumah, atau bahkan pergi kepusat perbelanjaan untuk berbelanja. Dalam hal ini ada

atlet-atlet basket yang berperilaku konsumtif, mereka yang profesional dan mendapatkan bayaran yang tinggi yakni 10- 40 juta perbulan dengan pengeluaran sekitar 5- 20 juta perbulan, namun hal itu juga tidak bisa dipastikan karena masih ada atlet- atlet yang profesional dan mendapatkan bayaran tinggi justru bisa mengatur keuangannya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Menurut wawancara yang dilakukan oleh Afia terhadap atlet-atlet basket, perilaku konsumtif tergantung dari individu itu sendiri. Mereka membeli barang sesuai dengan kualitas tanpa mempermasalahkan harga. Dalam hal ini lingkungan sangat mempengaruhi atlet untuk berperilaku konsumtif, karena banyak tuntutan dari luar yang terkadang membuat mereka ingin selalu terlihat keren dalam penampilannya dan untuk menjaga gengsinya serta tidak ingin kesaing dengan yang lain bahkan ada yang terang-terangan ingin membuat iri yang lain karena perilaku konsumtifnya tersebut. Ada beberapa atlet yang berperilaku konsumtif dengan membeli barang-barang yang langka karena menurutnya semakin langka barang tersebut semakin tinggi harga barang tersebut dan hal itu yang menciptakan kepuasan sendiri bagi yang membelinya dan semakin tinggi juga gengsi yang didapat. Ada juga, atlet-atlet yang berpendapatan tinggi namun ia mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan sehari- hari, dan di tabung sebagai investasi masa depan atau dijadikan modal usaha sampingan. Mereka tetap bisa mengatur keuangannya meskipun terkadang tidak konsisten dan secara spontan membeli barang yang ia lihat dan inginkan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah para atlet menghabiskan waktu luangnya dengan caranya masing-masing. Atlet profesional maupun tidak, tidak semuanya berperilaku konsumtif. Masih ada atlet yang bisa mengatur keuangannya meskipun terkadang tidak konsisten serta mereka yang berperilaku konsumtif karena adanya kepuasan sendiri dari hasil gaji yang besar mereka peroleh dimana hal tersebut merupakan salah satu pembuktian kesuksesan mereka sebagai atlet basket yang profesional. Ada sedikit kekurangan dalam penulisan penelitian ini, penulis tidak membuat tabel klasifikasi atau tabel perbandingan yang memudahkan pembaca untuk memahami.

**Keempat**, jurnal penelitian yang berjudul Perilaku Konsumsi Kopi sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi di Kedai Kopi kota Semarang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan zaman yang semakin modern membuat masyarakat berkiblat pada negara-negara barat. Hal tersebut ditandai dengan berubahnya sikap dan perilaku masyarakat saat ini. Dalam hal ini, perilaku konsumsi masyarakat berubah yang semula hanya sekedar memenuhi kebutuhan, saat ini memenuhi kebutuhan yang memperhitungkan gengsi. Perilaku konsumtif yang dimaksud peneliti ialah perilaku konsumsi peminum kopi yang saat ini mengalami pergeseran. Kini, kopi sebagai simbol gaya hidup terlihat dari banyaknya kedai kopi seperti Starbucks, Excelso, dsb sebagai tempat proses pergaulan sosial, tempat nongkrong anak muda, tempat mengisi waktu luang dan menghabiskan uangnya dengan minum kopi di kedai kopi tersebut.

Peneliti menggunakan teori *Leisure Class* Veblen untuk menganalisis dimana teori ini membahas kelas pemboros yang menghamburkan uang untuk menghabiskan waktu luang mereka guna meningkatkan status sosial. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori Jean Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi yang mana pada budaya masyarakat konsumsi, terjadi pergeseran logika konsumsi yaitu dari logika kebutuhan menjadi logika hasrat, masyarakat tidak mengonsumsi nilai guna produk melainkan nilai tanda.<sup>11</sup> Untuk menganalisis kebudayaan modern, penelitian ini menggunakan teori kebudayaan modern oleh George Simmel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode fenomenologi. Informan yang menjadi subjek penelitian ini yakni peminum kopi yang datang ke kedai kopi, dengan kriteria pemilihan kedai kopi, jumlah konsumsi kopi, dan jumlah kunjungan ke kedai kopi Starbucks dan de'Excelso, kedai kopi Coffee Toffee yang ada di jalan Ngesrep Timur 5 No 33 Semarang, dan kedai kopi Kopi Miring di jalan Pamularsih 5b Semarang. Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dan di dapat 9 informan untuk diwawancara sebagai sumber data penelitian..

Temuan dalam penelitian ini adalah masyarakat zaman sekarang tidak bisa membedakan antara kebutuhan dengan keinginan dan cenderung lebih memenuhi keinginan daripada kebutuhan agar dianggap modern. Seperti halnya peminum kopi

---

<sup>11</sup> Solikatun, Drajat Tri Kartono, dan Argyo Demartoto, 2015, *Perilaku Konsumsi Kopi sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang*, Jurnal Analisa Sosiologi, Vol. 4, No. 1

yang berperilaku konsumtif demi menjaga penampilan dan gengsi. Minum kopi di café sudah menjadi aktivitas waktu luang mereka. Ini mencerminkan masyarakat *leisure class* yang mana kopi telah menjadi suatu kebiasaan atau budaya masyarakat. Dalam perilaku mengonsumsi kopi ada makna tertentu dari setiap individu. Makna minum kopi sendiri, dalam masyarakat sekarang ini tidak lagi menjadi satu-satunya aktivitas untuk memenuhi kebutuhan nilai fungsi, melainkan sebagai pemenuhan kebutuhan nilai simbolik. Akibat dari globalisasi, kini perilaku mengonsumsi kopi mengalami pergeseran, yang dahulu peminum kopi menikmati segelas kopi di warung-warung kecil pinggir jalan sekarang ini beralih ke kedai-kedai kopi eksklusif dan bergengsi seperti Starbucks, Excelso, dan Coffee Toffee yang membuat mengonsumsi kopi mencapai kepuasan diri dan merasa bangga karena membedakan dirinya dengan individu lainnya terutama dalam hal menunjukkan status sosialnya.

Kesimpulannya gaya hidup masyarakat Kota Semarang saat ini cenderung mengikuti *Leisure Class* yang dimana diartikan oleh Veblen sebagai kelas pemboros. Masyarakat akan mengeluarkan banyak uang untuk menghabiskan waktu luang. Dengan menghabiskan uang dan waktu luang maka akan muncul suatu aktivitas konsumsi yang berlebihan. Menurut Veblen bahwa konsumsi yang berlebihan dapat diartikan sebagai pemakaian uang dengan tujuan untuk meningkatkan status sosial.

**Kelima**, jurnal penelitian yang berjudul *Aktivitas Waktu Luang (Leisure) Anak Jalanan di Sekitar Simpang Lima Kota Semarang*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemikiran peneliti mengenai anak jalanan yang menjadi fenomena sosial dimasyarakat

yang keberadaannya semakin hari semakin meningkat. Keterbatasan ekonomi keluarga membuat mereka sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, dan mereka tidak mampu menyekolahkan anaknya sehingga membuat mereka harus terputus sekolahnya dan turun ke jalan mencari pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya. Mereka mengetahui bahwa mereka tidak memiliki keleluasaan dalam mengisi waktu luang seperti anak-anak pada umumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik aktivitas waktu luang yang dilakukan anak jalanan.

Konsep yang digunakan peneliti dalam mengkaji penelitian ini adalah konsep anak jalanan menurut Surbakti yang diklasifikasikan menjadi 3 macam pengertian mengenai anak jalanan yakni 1. *Children on the street*, yang berarti anak jalanan yang memiliki kegiatan dijalanan namun tetap ada hubungan yang kuat dengan keluarga mereka; 2. *Children on the street*, yang berarti anak-anak jalanan yang berpartisipasi penuh dalam ekonomi dan sosial serta mempunyai hubungan yang kuat juga dengan keluarganya, namun pertemuan mereka dengan keluarganya tidak menentu atau jarang bertemu dengan keluarganya; 3. *Children from families of the street*, mereka yang memang berasal dari jalan, dan hubungannya kuat dengan keluarga namun tidak menentu dalam bertemu dan mereka terombang ambing hidupnya antara hidup yang satu dengan yang lain.<sup>12</sup> Konsep waktu luang menurut Menurut Sukadji (dalam jurnal Psikologi Populer 2007) Kegiatan-kegiatan dilihat berdasarkan fungsinya yaitu: (1) Kegiatan relaksasi

---

<sup>12</sup> Desiana Hidayati. 2012. "Aktivitas Waktu Luang (Leisure) Anak Jalanan di Sekitar Simpang Lima Kota Semarang". *Journal of Non Formal Education and Community Empowerment* Vol. 1, No. 2, hlm. 9

aktif semisal berkebun, 2) Kegiatan rekreasi, 3) Mengisi kegiatan yang bisa mengembangkan diri.<sup>13</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Peneliti mencari informan anak jalanan yang berusia 13- 17 tahun di kota Semarang, khususnya di area Simpang Lima. Selain itu, peneliti juga memperoleh data pendukung dari data sekunder yang berupa data monografi tempat mengenai kondisi anak jalanan di Kota Semarang, yaitu di sekitar Simpang Lima.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas waktu luang yang dibanyak dilakukan anak jalanan yakni ngobrol- ngobrol. Karena dalam ngobrol, tidak ada penghasilan yang dikeluarkan untuk mengisi waktu luang, mereka menyesuaikan pendapatan mereka. Bagi anak jalanan, aktivitas waktu luang adalah waktu untuk menghibur diri mereka dan mendapatkan pengetahuan. Adapun kekurangan dari penelitian ini yaitu tidak memamparkan sedikit hasil wawancara untuk memperkuat dan memberikan penjelasan alasan anak jalanan lebih banyak menghabiskan waktu luangnya dengan ngobrol- ngobrol.

**Keenam**, jurnal penelitian yang berjudul Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt Oleh Keluarga. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan kehidupan masyarakat perkotaan yang sibuk dengan

---

<sup>13</sup> Ibid.

aktifitasnya sehingga waktu untuk makan dan berkumpul keluarga sangat jarang. Di zaman modern ini, masyarakat dimanjakan dengan berbagai macam fasilitas serta kemudahan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan secara cepat dan instan. Seperti, mereka yang tidak sempat memasak dirumah karena kesibukannya, foodcourt menjadi salah satu tempat mereka untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemanfaatan foodcourt oleh keluarga di kota Surabaya.

Konsep/ teori yang digunakan dalam melihat fenomena tersebut yakni perilaku konsumtif. Hal itu dapat dilihat dari peneliti yang memamparkan bahwa orang pergi ke *foodcourt* bukan untuk memenuhi kebutuhan namun memenuhi kepentingan mereka untuk menjaga gengsi dan mengikuti zaman sekarang yang dimana hal tersebut karena faktor lingkungan mereka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi serta studi pustaka. Dalam hal ini, peneliti menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive* yakni memerlukan kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitiannya. Adapun kriteria tersebut yakni: 1. Pengunjung foodcourt; 2. *Bass Boy/ Bass Girl* Foodcourt Tunjungan Plaza; 3. Senior Supervisor dan Manager restoran foodcourt Tunjungan Plaza.

Hasil dari penelitian munculnya gaya hidup di era *postmodern* dengan memanfaatkan adanya *foodcourt* merupakan salah satu dari pola hidup konsumsi,



dimana pola hidup seperti ini tidak mempertimbangkan seberapa besar kebutuhan akan makan tersebut melainkan lebih karena kebutuhan gengsi. Adapun faktor- faktor yang menyebabkan seseorang menjadi gengsi ada dari faktor internal dan eksternal seperti yang di sampaikan oleh Armstrong yakni faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, serta motif agar orang mengetahui dirinya adalah orang modern. Dan faktor eksternal seperti pengaruh kelompok, keluarga, budaya, status sosial ekonomi, *personal preference*, dan pengaruh lingkungan.

Kesimpulan dari penelitian tersebut, di era sekarang, pemanfaatan *foodcourt* bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan primer individu seperti makan dan minum, melainkan begeser untuk memenuhi kepentingan gaya hidup masyarakat perkotaan untuk menjaga gengsi yang dimana itu merupakan ciri dari modernitas, disebabkan karena faktor lingkungan sekitar dan jika tidak melakukan tindakan tersebut masyarakat mengucilkannya. Adapun kekurangan dalam penelitian ini, agak monoton karena ada pembahasan yang dilakukan berulang kali. Selain itu, penelitian ini tidak fokus terhadap tujuan penelitian sehingga pembahasan pun tidak mengerucut dan terlalu secara umum.

**Ketujuh**, jurnal penelitian yang berjudul Pemanfaatan Waktu Luang untuk Menonton Televisi di Indonesia: Kelas Menengah Atas dan Kelas Menengah Bawah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbedaan kelas sosial yang mempunyai ‘cita rasa’ berbeda juga atas suatu isi program siaran televisi, dan menonton televisi bukan bersifat soliter. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengkaji perbedaan-perbedaan mengenai

perilaku menonton kelas menengah atas dan kelas menengah bawah dalam menonton televisi dan menjadikan rekomendasi untuk pemberdayaan khalayak.

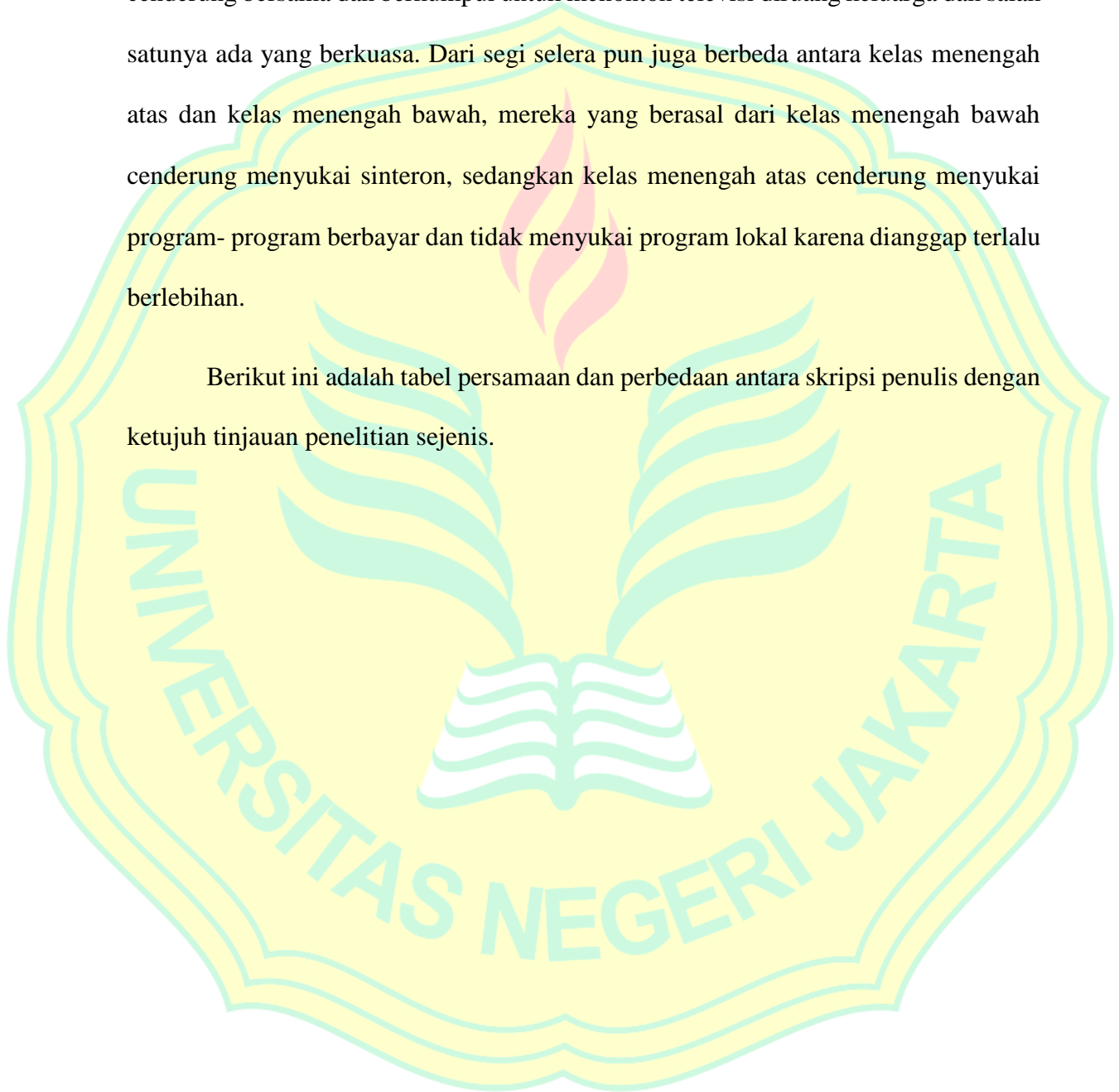
Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yakni kelas sosial dan perilaku konsumsi dalam menonton televisi yang dimana perbedaan kelas sosial juga turut menentukan dalam menggunakan waktu luang, dalam hal ini berbeda dalam menonton televisi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara kedua kelompok yang berbeda. Kelompok pertama ‘merekpresentasikan’ kelompok yang dikategorikan ke dalam kelas menengah bawah, sedangkan kelompok kedua dikategorikan ke dalam kelas menengah atas yang dilakukan secara terpisah pada tanggal 18 dan 25 Juni 2016. Analisis datanya melalui tiga tahap yakni reduksi, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah keluarga yang ekonominya cukup memiliki masalah utama terhadap waktu luang. Mereka sulit untuk mendapatkan waktu luang. Sedangkan keluarga yang ekonominya rendah atau kecil memiliki keterbatasan terhadap pilihan-pilihan waktu luangnya dan biasanya mereka menghabiskan waktu luangnya dirumah karena keterbatasan ekonomi. Sementara itu kelas menengah tidak mempunyai keterbatasan sumber daya material, dan memungkinkannya berwisata tidak sekadar menjadi penghabis waktu luang, tapi sekaligus menjadi gaya hidup. Selain itu, penggunaan waktu luang dengan menonton televisi juga sangat berbeda. Mereka yang

berasal dari kelas menengah atas cenderung lebih privat dalam menonton televisi karena mayoritas disetiap kamar tersedia televisi. Sedangkan, kelas menengah bawah cenderung bersama dan berkumpul untuk menonton televisi diruang keluarga dan salah satunya ada yang berkuasa. Dari segi selera pun juga berbeda antara kelas menengah atas dan kelas menengah bawah, mereka yang berasal dari kelas menengah bawah cenderung menyukai sinteron, sedangkan kelas menengah atas cenderung menyukai program- program berbayar dan tidak menyukai program lokal karena dianggap terlalu berlebihan.

Berikut ini adalah tabel persamaan dan perbedaan antara skripsi penulis dengan ketujuh tinjauan penelitian sejenis.



**Tabel 1.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Tinjauan Sejenis**

No	Nama Peneliti dan Judul Artikel/ Jurnal	Tahun	Nama Jurnal	Konsep/ Teori	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mapira D, Gerald D, and Enerst MC  <i>Factors Affecting Labour and Leisure Time Decision: Evidence from Small and Medium Enterprises in Masvingo Urban</i>	2017	<i>Journal of Business and Financial Affairs</i>	Teori Neo Klasik	Metode kualitatif (studi kasus)	Persamaan dalam melihat indikator yang menentukan waktu luang	Perbedaan fokus penelitian, penelitian ini berfokus pada faktor yang menyebabkan buruh bekerja dalam mengisi waktu luang, bukan kepada aktivitas waktu luang apa saja yang dilakukan buruh. Sementara peneliti fokusnya generasi milenial yang bekerja dan aktivitas apa saja yang dilakukan saat waktu luang.
2.	Y. Chacon Araya dan Brian Crow  <i>Income and Expenditure Patterns</i>	2015	<i>Federacion Espanola de Asociaciones de Docentes de</i>	Konsep Leisure Time	Metode Kuantitatif	Persamaan dalam menggunakan konsep <i>leisure time</i> .	Mengkaji kondisi ekonomi dan sosial dan tren partisipasi

No	Nama Peneliti dan Judul Artikel/ Jurnal	Tahun	Nama Jurnal	Konsep/ Teori	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>in Receptions and Leisure in Costa Rica</i>		<i>Education Fiscia</i> (FEADEF)				penduduk perkotaan dan pedesaan.
3.	Afia Mutiara Pambayun Perilaku Konsumtif Atlet: Studi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Atlet Basket Surabaya Fever dan CLS Knight Kota Surabaya	2017	HM <i>Sociology</i>	Teori <i>Leisure Class</i> Veblen	Metode kualitatif	Persamaan dalam mengkaji perilaku konsumtif milenial	Perilaku konsumtif lebih menitikberatkan pada perilaku konsumsi barang sedangkan peneliti lebih menitikberatkan pada aktivitas <i>leisure</i>
4.	Solikatun, Drajat Tri Kartono, Argyo Demartoto Perilaku Konsumsi Kopi sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi di	2015	Jurnal Analisa Sosiologi	Teori <i>Leisure Class</i> Veblen, teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, teori	Metode Kualitatif (Fenomenologi)	Persamaan dalam mengkaji pergeseran pola konsumsi masyarakat	Perbedaan pada penggunaan metode penelitian.

No	Nama Peneliti dan Judul Artikel/ Jurnal	Tahun	Nama Jurnal	Konsep/ Teori	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kedai Kopi Kota Semarang			kebudayaan modern George Simmel.			
5.	Desiana Hidayati Aktivitas Waktu Luang (Leisure) Anak Jalanan di Sekitar Simpang Lima Kota Semarang	2012	<i>Journal of Non Formal Education and Community Empowerment</i>	Konsep anak jalanan dan konsep waktu luang	Metode kualitatif	Persamaan mengkaji perilaku konsumsi berdasarkan status sosial ekonomi	Subjek peneliti berfokus pada anak berusia 13- 17 tahun
6.	Nur Lailatul Mufidah Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt Oleh Keluarga	2012	Biokultur	Perilaku Konsumtif	Metode kualitatif deskriptif	Persamaan mengkaji konsumsi masyarakat perkotaan	Subjek peneliti berfokus pada suatu keluarga sedangkan penulis berfokus pada milenial

No	Nama Peneliti dan Judul Artikel/ Jurnal	Tahun	Nama Jurnal	Konsep/ Teori	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Puji Rianto  Pemanfaatan Waktu Luang untuk Menonton Televisi di Indonesia: Kelas Menengah Atas dan Kelas Menengah Bawah	2016	Jurnal IPTEK-KOM	Konsep Kelas sosial dan konsep perilaku konsumsi	Metode kualitatif (Fenomenologi)	Sama- sama mengkaji perilaku konsumsi berdasarkan status sosial ekonomi	Lebih berfokus pada fungsi afeksi keluarga dalam mengisi waktu luang menonton televisi

Sumber: Diolah dari Studi Pustaka (2019)

## 1.6 Kerangka Teori

### 1.6.1 Pola Konsumsi *Leisure*

Pola konsumsi merupakan salah satu pendorong utama perkembangan pola industri dunia. Seiring seseorang bergerak dari tingkat mikro ke makro, sifat pilihan akan berubah dari pilihan individu menjadi pilihan sosial.<sup>14</sup> Konsumsi dipandang dalam sosiologi bukan sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia melainkan juga berkaitan dengan aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi berhubungan dengan masalah selera dipandang dalam Konsumsi berhubungan dengan masalah selera, identitas, atau gaya hidup.<sup>15</sup>

Pola konsumsi *leisure* pertama kali dibahas oleh Sosiolog Amerika, Thorstein Veblen. Pola konsumsi pemanfaatan waktu luang dan perilaku konsumsi berlebih serta boros yang biasa dilakukan oleh kelas sosial atas demi terpenuhi gaya hidup dan kebutuhannya akan simbol status. Veblen mendefinisikan konsumsi waktu luang ini ketika melihat kapitalisme industri berkembang secara barbar yang menyebabkan suatu perilaku para pemilik modal ini bertindak sewenang-wenang tanpa memperdulikan kepentingan masyarakat sekitar, nilai-nilai dan gaya hidup kelas borjuis di Amerika Serikat yang boros, konsumtif dan sama sekali tidak produktif memunculkan perilaku konsumsi yang mencolok di masyarakat untuk memperlihatkan status sosial ekonomi

---

<sup>14</sup> Raphael Vivaldo Sugianto dan Ritzky Karina M.R Brahmana, 2018, *Pengaruh Self-Congruity, Curiosity, Dan Shopping Well-Being Terhadap Pola Konsumsi Fast Fashion Pada Generasi Millennial di Surabaya*, AGORAVol. 6, No. 1, hlm. 3

<sup>15</sup> Yossie Rossanty, Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, Firman Ario, 2018, *Consumer Behavior di Era Millennial*, Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, hlm. 36



mereka yang dilakukan oleh apa yang disebut Veblen *the leisure class*. Hal inilah yang menurut Veblen akan mengakibatkan utang menumpuk dan mengurangi kekayaan karena masyarakat yang mengeluarkan uangnya jor-joran untuk membuat tetangganya iri dan sekaligus untuk mengimbangi pengeluaran dari kawan dan tetangga mereka. Veblen menjelaskan naluri yang berpengaruh atas kelakuan orang yakni: 1) Kecenderungan ingin tahu; 2) kecenderungan untuk menjadi produktif; 3) kecenderungan untuk membajak; 4) Kecenderungan untuk bersikap.<sup>16</sup>

Mike Featherstone mengemukakan bahwa konsumsi telah memberi identitas yang tidak selalu terbatas bagi kaum muda dan kaum kaya melainkan juga berdampak pada kehidupan setiap orang. Di era *postmodern* segala sesuatunya adalah mungkin, artinya kita dapat menjadi siapapun yang kita inginkan sejauh kita telah siap mengonsumsi. Max Weber dalam bukunya yang berjudul *Economy and Society* mendefinisikan tindakan konsumsi dapat dikatakan sebagai tindakan sosial sejauh tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku dari individu lain dan oleh karena itu diarahkan pada tujuan tertentu.<sup>17</sup> Weber dalam kajian konsumsinya, melihat bagaimana cara konsumsi dan gaya hidup seseorang berkaitan dengan etika Protestan yang dimana dalam agama Protestan terdapat suatu komitmen untuk menolak kesempatan atau membatasi diri untuk mengikuti keinginan dan kenikmatan yang materialistik termasuk cara konsumsi demi meraih tujuan spiritual yang tinggi yakni keselamatan abadi.

---

<sup>16</sup> Bagong Suyanto, 2013, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm. 258

<sup>17</sup> Damsar dan Indrayani, 2009, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Kencana, hlm. 120-121

Hal ini mendorong pekerja untuk tidak mengonsumsi kelebihan yang dimiliki melainkan menginvestasikannya. Namun, semangat kapitalisme yang awalnya irasional, semakin bertambahnya kehausan akan uang dan diikuti penolakan aktual pada kenikmatan hidup spontan, menghasilkan generasi yang mengalami perubahan mengenai konsumsi yang awalnya penolakan menjadi hal yang dapat dinikmati dan menyenangkan dimasa sekarang sehingga menimbulkan gaya hidup yang lebih emosional dan sadar akan kenikmatan.<sup>18</sup>

Di era masyarakat modern, pergeseran pola konsumsi sangat terlihat dari banyaknya masyarakat yang membutuhkan waktu luang daripada membeli barang tahan lama. Waktu luang atau Leisure menurut Josep Pieper adalah waktu jeda dari kesibukan dan rutinitas sehari-hari dengan piknik, santai-santai, berlibur dan juga dipahami sebagai aktivitas yang tidak berguna dan sekedar malas-malasan saja. Dumazedier mendefinisikan waktu luang sebagai kegiatan yang dilakukan manusia untuk dirinya sendiri untuk memperkaya pengalamannya, memperluas pengetahuan, dan kegiatan sosial atau kegiatan artistik. Intinya, waktu luang adalah ketika seseorang terbebas dari kewajiban profesional, keluarga dan sosial. Sama halnya dengan Dumazedier, Zawadzka mendefinisikan waktu luang adalah waktu yang dihabiskan untuk kegiatan yang tidak wajib dilakukan secara sukarela demi istirahat, hiburan, pengembangan serbaguna, partisipasi dalam kehidupan sosial.

---

<sup>18</sup> Haryanto Soedjatmiko, 2008, *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada*, Yogyakarta: Jalasutra, hlm. 21-22

Waktu luang menjadi kebutuhan sendiri bagi masyarakat urban, kehadirannya sangat di tunggu- tunggu bukan hanya untuk jeda dari kesibukan dan rutinitas keseharian melainkan juga menjadi cara mengekspresikan simbol yang membedakan mereka dengan kelas sosial lain. Menurut Josep Pieper dalam mengisi waktu luang, level dan substansi waktu luang bagi pekerja intelektual berbeda dari waktu luang bagi pekerja fisik.<sup>19</sup> Berdasarkan jurnal *Factors Affecting Labour and Leisure Time Decision: Evidence from Small and Medium Enterprises in Masvingo Urban* Faktor-Faktor Pendorong Individu Melakukan Aktivitas *Leisure* yakni:<sup>20</sup>

1. Substitusi dan efek pendapatan, Hal ini sejalan dengan Fuess yang menyatakan bahwa, efek substitusi dari upah yang lebih tinggi cenderung mendominasi efek pendapatan pada tingkat upah yang rendah, sedangkan efek pendapatan dari upah yang lebih tinggi cenderung mendominasi efek substitusi pada tingkat upah yang tinggi. Artinya, dengan efek substitusi, waktu luang lebih murah, sehingga pekerja akan mengkonsumsi lebih banyak waktu luang dan bekerja lebih sedikit (efek pendapatan);
2. Gaji, sebagaimana yang diungkapkan oleh Balnchard yang menyatakan bahwa bahwa upah yang tinggi memilih untuk bekerja lebih banyak karena setiap jam tambahan bekerja sangat menguntungkan, sehingga menghasilkan lebih banyak hanya karena mereka bekerja lebih banyak.

---

<sup>19</sup> *Ibid*

<sup>20</sup> Mapira D, Gerald D, and Enerst MC, *Loc.Cit.*

Mereka yang berpenghasilan rendah harus bekerja lebih banyak karena itulah satu-satunya cara untuk mendapatkan penghasilan yang memadai. Namun Kahn dan Lang berpendapat bahwa tingkat upah yang lebih tinggi mendorong pekerja untuk bekerja lebih sedikit karena mereka dapat memperoleh penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam waktu yang lebih singkat.

3. Budaya. Artinya, jika budaya gaya hidup yang lebih berorientasi pada rekreasi telah berkembang, hal-hal lain sama, maka lebih banyak waktu luang dan lebih sedikit waktu kerja.
4. Kesehatan dan Usia. Masyarakat yang telah lanjut usia memiliki waktu luang yang lebih panjang karena hanya sedikit kelompok lanjut usia yang dipekerjakan. Jadi, status kesehatan dan usia meyakinkan angkatan kerja untuk memilih waktu luang dan meninggalkan pekerjaan atau sebaliknya.
5. Pajak. Davis dan Henrekson, menyatakan bahwa perpajakan yang tinggi meningkatkan jam kerja dan mengurangi waktu luang. Waktu luang digunakan di sini dalam arti yaitu, aktivitas non-pasar (dan bukan pajak) seperti produksi rumah, bekerja di ekonomi gelap, atau memang bersenang-senang.

Selain itu, Philip Kotler dan Amstrong G dalam buku *Principle of Marketing* juga membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam melakukan kegiatan konsumsi, yakni:<sup>21</sup>

#### 1. Faktor Budaya

- Budaya merupakan serangkaian nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota masyarakat dari keluarga dan instansi lainnya.
- Sub-budaya adalah kelompok orang yang memiliki sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang serupa.
- Kelas Sosial adalah pembagian kelompok masyarakat yang relatif permanen dan relatif teratur dimana anggota memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa.

#### 2. Faktor Sosial

- Kelompok adalah dua atau lebih sekelompok orang yang berinteraksi berinteraksi untuk memenuhi tujuan individu atau tujuan bersama.
- Keluarga adalah orang yang paling penting dan berpengaruh besar bagi individu dalam masyarakat.
- Peran dan status terdiri dari sejumlah aktivitas yang diharapkan untuk dilakukan menurut orang-orang sekitarnya. Tiap peran membawa status yang menggambarkan penghargaan umum terhadap peran tersebut oleh masyarakat.

---

<sup>21</sup> Kotler, P., & Amstrong, G, 2004, *Principles of Marketing*, 10th edn, Pearson Prentice Hall, New Jersey

### 3. Faktor Pribadi

- Umur dan Tata Siklus Hidup memiliki dampak potensial terhadap individu dalam konsumsi *leisure*. Individu mengubah polakonsumsinya dari waktu ke waktu.
- Pekerjaan memiliki dampak yang sangat signifikan pada konsumsi *leisure*, segalanya di pertimbangkan.
- Situasi ekonomi yang terlihat pada tinggi rendahnya penghasilan individu untuk konsumsi *leisure* dengan segala pertimbangannya.
- Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tergambarkan pada aktivitas, ketertarikan dan pendapat.
- Kepribadian dan konsep diri adalah psikologis yang membedakan seseorang yang menghasilkan tanggapan secara konsisten dan terus menerus terhadap lingkungan dan konsep diri adalah kepemikiran seseorang yang mencerminkan identitas diri mereka.

### 4. Faktor Psikologis

- Motivasi adalah kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut.
- Persepsi adalah proses seseorang dalam menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan informasi guna menarik kesimpulan yang terjadi dimasa tersebut.
- Pembelajaran adalah perubahan perilaku seseorang karena pengalaman.

- Keyakinan dan Sikap adalah keyakinan merupakan pemikiran idealis yang dipertahankan seseorang mengenai suatu hal. Sementara sikap merupakan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak sukanya individu terhadap suatu obyek atau ide.

Pergeseran pola konsumsi generasi milenial saat ini menunjukkan bahwa pola konsumsi telah memasuki era dengan karakteristik konsumen yang lebih beragam dan selektif dalam hal gaya hidup dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Selain faktor-faktor di atas, beberapa pakar ekonom juga mengatakan bahwa konsumsi *leisure* menjadi penting di era masyarakat modern ini khususnya bagi generasi milenial, karena dipengaruhi oleh beberapa hal yakni:<sup>22</sup>

1. Konsumsi sebagai gaya hidup, konsumsi bukan hanya soal sandang, pangan papan. Namun juga soal mengekspresikan gaya hidup. Ekspresi diri didorong oleh maraknya media sosial terutama Instagram.
2. Pergeseran konsumsi barang menjadi konsumsi pengalaman, kaum kelas menengah menggeser prioritas pengeluarannya dari “konsumsi barang” ke “konsumsi pengalaman” yang saat ini telah menjadi tradisi dan sebagai bagian dari gaya hidup urban. Mereka lebih baik menabung dan berhemat untuk keperluan berlibur di tengah akhir atau akhir tahun maupun di hari libur lainnya.

---

<sup>22</sup> Yuswohady, *Loc.Cit.*

3. Banyaknya beban pikiran, banyak pula liburannya. Beban kantor yang semakin berat dan lingkungan kerja yang semakin kompetitif menjadi tingkat stress kaum pekerja semakin tinggi yang akhirnya mendorong mereka menggunakan waktu luang dari hasil kerjanya dengan berlibur, bersantai, ataupun mengisi sesuai hobi mereka.
4. Biaya murah mudahnya liburan membuat permintaan melonjak dan menjadikan industri pariwisata menjadi sangat besar dan berkembang.
5. Dampak dari Aplikasi Travel, kemudahan mendapatkan informasi transportasi dan akomodasi yang terbaik dan termurah melalui aplikasi membuat para milenial tertarik untuk menggunakan aplikasi travel tersebut.

Berdasarkan dari penelitian sejenis juga diketahui bahwa pola konsumsi *leisure* dipengaruhi oleh status sosial ekonomi. Seperti yang terdapat didalam jurnal *Leisure in Urban China*<sup>23</sup>, status sosial ekonomi dalam dimensi pendapatannya menunjukkan bahwa ketersediaan waktu luang meningkat sesuai dengan pendapatan masyarakat. Pola aktivitas waktu luangnya juga sangat berbeda untuk orang-orang dengan tingkat pendapatan yang berbeda. Orang yang berpendapatan rendah, partisipasi dalam mengisi waktu luang kegiatan pasif/ media cenderung tinggi dibanding orang yang berpendapatan tinggi berpartisipasi dalam kegiatan pasif/ media rendah. Orang yang berpendapatan tinggi lebih kepada kegiatan sosial dan berbelanja.

---

<sup>23</sup> Xiang Wei dan Monika Stodolska, *Leisure in Urban China*, *Journal of Leisure Research*, Vol. 47, No. 3, 2015, hlm. 383-385



Dari pendapat-pendapat tokoh diatas mengenai pola konsumsi *leisure*, penulis menyimpulkan bahwa pola konsumsi *leisure/* waktu luang adalah rencana tingkat kebutuhan waktu luang seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu yang akan dipenuhi sesegera mungkin ataupun dikemudian hari dari penghasilannya dimana seseorang dan kebutuhan saling berhubungan untuk mencapai kepuasannya. Seperti mereka yang menghabiskan waktu santai diluar waktu individu melaksanakan kegiatan sehari-hari seperti bekerja, sekolah, dan pekerjaan rumah tangga, yang memperkenankan individu istirahat dan bebas berpartisipasi dalam melakukan aktivitas dan kesenangan yang diinginkan yang dimana pola konsumsi berbeda antara individu satu dan yang lainnya hal ini bisa dilihat juga dalam kehidupan masyarakat saat ini. Pola konsumsi ini akan berubah seiring dengan perkembangan zamannya yang dimana konsumsi telah memberi identitas dan kecondongan dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup dengan konsumsi yang mencolok. Konsumsi di era sekarang ini bukan pemenuhan kebutuhan yang sifatnya fisik atau biologis tapi juga pada aspek sosial budaya yang berkaitan dengan selera, identitas, dan gaya hidup seseorang. Adapun indikator yang dapat mengukur pola konsumsi *leisure* seseorang yakni budaya, lingkungan yang meliputi keluarga dan kelompok, status sosial, kesehatan dan usia, pendapatan, motivasi, keyakinan dan sikap, serta beban kerja.

### **1. Definisi Konseptual**

Pola konsumsi *leisure/* waktu luang adalah rencana tingkat kebutuhan waktu luang seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu yang akan dipenuhi

sesegera mungkin atau dikemudian hari dari penghasilannya dimana seseorang dan kebutuhan saling berhubungan untuk mencapai kepuasannya.

## 2. Definisi Operasional

Pada penelitian ini, persepsi generasi milenial terhadap konsumsi *leisure* merupakan penilaian terhadap pendapatan yang telah dikeluarkan, aktivitas yang telah dilakukan, serta intensitas frekuensi waktu yang telah digunakan dalam jangka waktu tertentu.

Indikator yang digunakan untuk melakukan analisis konsumsi *leisure* yaitu **Budaya** yang meliputi gaya hidup dan iklan; **Sosial** yang meliputi teman, keluarga, peran dan status; **Pribadi** seperti Usia, Pekerjaan, pendapatan, Kepribadian dan Konsep Diri, serta **Psikologis** yang meliputi Motivasi, Persepsi, Keyakinan dan Sikap. Berikut ini adalah tabel operasionalisasi konsep variabel pola konsumsi *leisure*.

**Tabel 1.2**  
**Operasionalisasi Konsep Pola Konsumsi *Leisure***

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Pernyataan
Pola Konsumsi <i>Leisure</i>	Tingkat Konsumsi <i>Leisure</i>	Budaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gaya Hidup</li> <li>- Iklan</li> </ul>	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menurut saya pergi ke mall, taman terbuka, atau coffee shop menyenangkan untuk mengisi waktu luang</li> <li>- Saya sering terpengaruh tawaran liburan murah di sosial media</li> <li>- Saya sering mengunggah apapun yang saya konsumsi di sosial sebagai bentuk ekspresi diri</li> <li>- Saya sering mengunjungi tempat-tempat yang sedang trend</li> <li>- Saya selalu mengikuti trend perkembangan saat ini</li> <li>- Iklan di sosial media sebagai referensi saya untuk mengambil keputusan waktu luang</li> <li>- Banyaknya shopping mall dan coffee shop di berbagai wilayah membuat saya boros</li> </ul>
		Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teman</li> <li>- Keluarga</li> </ul>	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Feed instagram teman yang ramai dengan foto-foto traveling,</li> </ul>

			- Peran dan Status		<ul style="list-style-type: none"> <li>tempat-tempat cozy menarik untuk diikuti</li> <li>- Teman saya mempengaruhi gaya hidup saya</li> <li>- Teman saya selalu merekomendasikan tempat yang menarik untuk di kunjungi</li> <li>- Saya selalu mengikuti rekomendasi tempat menarik dari teman saya</li> <li>- Saya menjadi konsumtif ketika sedang hangout dengan teman</li> <li>- Saya merasa gengsi jika teman saya liburan tetapi saya tidak</li> <li>- Saya bersama teman sering menghabiskan waktu luang di café atau mall</li> <li>- Keluarga tidak memiliki peran mengatur waktu luang saya</li> <li>- Saya merasa bangga apabila sudah berkunjung ke tempat yang sedang trend</li> </ul>
		Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usia</li> <li>- Kepribadian dan Konsep Diri</li> </ul>	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perubahan kebutuhan (seiring bertambahnya usia) menjadi alasan saya untuk menikmati waktu luang</li> <li>- Saya memiliki budget khusus untuk liburan setiap bulannya</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"><li>- Saya memiliki rasa penasaran yang tinggi sehingga berani bereksperimen untuk mencoba hal yang baru</li><li>- Saya memiliki budget khusus untuk menghabiskan waktu luang setiap minggunya.</li><li>- Saya termasuk orang yang melakukan pengeluaran tak terencana dan cenderung konsumtif.</li><li>- Saya termasuk boros dalam menggunakan uang untuk mengonsumsi waktu luang</li><li>- Saya mampu mengelola keuangan dengan baik</li><li>- Saya cenderung menghabiskan penghasilan saya untuk kebutuhan waktu luang saya</li><li>- Saya tidak bisa membedakan antara keinginan dan kebutuhan</li><li>- Saya merasa pikiran saya lebih fresh apabila saya menghabiskan waktu luang di luar rumah</li><li>- Saya memiliki rutinitas setiap minggunya untuk menikmati waktu luang di luar rumah</li></ul>
--	--	--	--	--

		Psikologis - Motivasi - Persepsi - Keyakinan dan sikap	Ordinal	- Saya semangat bekerja untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup saya - Menabung untuk travelling lebih penting daripada membeli barang - Saya memilih menggunakan waktu luang untuk memikirkan dan merencanakan kembali tujuan yang ingin dicapai daripada jalan-jalan sama teman - Liburan sudah menjadi kebutuhan primer - Saya sering menghabiskan waktu luang dengan hal yang tidak bermanfaat dan cenderung hedonis - Saya berani mengeluarkan uang lebih demi mendapatkan pengalaman baru dan mengesankan
--	--	---	---------	--

Sumber: Pengolahan Penulis, 2020

## 1.6.2 Status Sosial Ekonomi

Menurut FS. Chapin dalam buku *Diferensiasi Sosial*, status sosial ekonomi merupakan posisi yang ditempati individu atau keluarga berkenaan dengan ukuran umum yang berlaku seperti tentang pemilikan kultural, pendapatan efektif, kepemilikan barang-barang serta partisipasi aktivitas kelompok dari komunitasnya.<sup>24</sup> Roucek dan Warren juga mengemukakan pendapatnya mengenai status sosial. Ia berpendapat bahwa status sosial selalu mengacu kepada kedudukan khusus seseorang dalam lingkungan yang disertainya, martabat yang diperolehnya dan hak serta tugas yang dimilikinya.<sup>25</sup>

Konsep status sosial ekonomi dalam penelitian-penelitian sosial sering dijumpai dalam uraian tentang stratifikasi sosial. Pada lingkungan masyarakat terlihat ada perbedaan yang berlaku dan diterima secara luas oleh masyarakat. Status merupakan kedudukan sosial individu dalam suatu kelompok atau suatu tingkat sosial dari suatu kelompok dibandingkan dengan kelompok-kelompok lainnya.<sup>26</sup> Kedudukan seseorang individu akan menentukan hak-hak dan hak-hak istimewa seseorang dalam suatu masyarakat. Posisi sosial anggota masyarakat didasarkan pada posisi atau pemilikan ekonomi ataupun kekuasaan. Menurut Pitrim Sorokin terdapat beberapa

---

<sup>24</sup> Kaare Svalastoga, 1989, *Diferensiasi Sosial*, Terjemahan Alimandan S. U, Jakarta: Bina Aksara, hlm. 26

<sup>25</sup> Joseph Rauck dan Roland Warren, *Pengantar Sosiologi*, Terjemahan Sahal Simamura (Jakarta: Bina Aksara, 1984), hlm. 234.

<sup>26</sup> Syahrial Syarbaini, Rusdiyanta, 2009, *Dasar-Dasar Sosiologi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm. 58

kriteria untuk mengukur status seseorang yakni:<sup>27</sup> 1)Jabatan atau pekerjaan; 2)Pendidikan dan luasnya ilmu pengetahuan; 3)Kekayaan; 4)Politik; 5)Keturunan; 6)Agama.

Stratifikasi sosial dalam pandangan Weber, bersifat multidimensional. Artinya, dalam studi stratifikasi sosial, Weber berfokus dalam kelas, kelompok status, dan kekuasaan. Menurutnya, stratifikasi sosial terbentuk karena adanya fenomena ketimpangan/ kesenjangan distribusi kekuasaan, *privilege*, dan *prestige*. Weber membangun teori tiga dimensi stratifikasi sosial dan konsep kesempatan hidup. Kesempatan hidup yang berarti seberapa besar peluang individu mencapai tujuan hidup, meningkatkan kualitas hidup dan terlibat dalam kegiatan dalam memperoleh pendidikan, kesehatan, perumahan dan sebagainya untuk memperhitungkan status sosial ekonomi dalam hierarki sosial di masyarakat.<sup>28</sup> Indikator stratifikasi sosial Weber adalah ekonomi, kehormatan, dan kekuasaan. Indikator ekonomi adalah klasifikasi kelompok atas dasar pemilikan ekonomi, indikator kehormatan merupakan klasifikasi kelompok yang didasarkan pada pola konsumsi, sedangkan kekuasaan mengacu pada seberapa besar pengaruh yang dimiliki seseorang/ kelompok terhadap orang/ kelompok lain.

Blau dan Duncan mengonseptualisasikan status sosial ekonomi sebagai kondisi objektif yang mempengaruhi gaya hidup yang berhubungan dengan pekerjaan tertentu.

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm. 58

<sup>28</sup> Indera Ratna Irawati Pattinasarany, 2016, *Stratifikasi dan Mobilitas Sosial*, Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor, hlm. 8



Blau dan Duncan menggunakan pendidikan dan penghasilan untuk mengukur gaya hidup dengan melakukan *weight combination* dari tingkat rata-rata pendidikan serta penghasilan sebuah kelompok pekerjaan untuk menempatkan pekerjaan tersebut dalam skala pekerjaan secara keseluruhan. Duncan menggunakan dua komponen dalam skala status sosial ekonomi yaitu pendapatan dan pendidikan. Adapun ukuran objektif yang digunakan untuk mengukur status sosial ekonomi adalah pendidikan, penghasilan, dan pekerjaan.<sup>29</sup> Sementara itu, Warner dalam mengukur status sosial ekonomi menggunakan empat indikator yaitu pekerjaan, sumber pendapatan, tipe rumah serta kawasan tempat tinggal. Ia juga membuat klasifikasi tiga kelas sosial yaitu atas, tengah, dan bawah yang kemudian ketiga kelas tersebut di bagi lagi menjadi atas dan bawah, sehingga terdapat enam kelas yang terdiri dari strata atas-atas, atas-bawah, tengah-atas, tengah-bawah, bawah-atas, bawah-bawah.<sup>30</sup> Berikut ini tabel stratifikasi kelas Warner beserta deskripsi pekerjaan dalam setiap kelas.

**Tabel 1.3 Kelas Sosial Ekonomi dari Warner**

No	Kelas Sosial	Deskripsi
1	Atas-atas	Orang- orang kaya lama
2	Atas-bawah	Orang- orang yang menjadi kaya karena usaha sendiri selama hidupnya
3	Tengah-atas	Profesional dengan penghasilan besar seperti dokter, pengacara, kaum eksekutif perusahaan
4	Tengah-bawah	Profesional dengan penghasilan rendah seperti polisi, pekerja perusahaan non manajerial, pemilik usaha skala kecil

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 58

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 53

5	Bawah-atas	Kelas pekerja kerah biru dan pekerja manual
6	Bawah-bawah	Pengangguran, gelandangan, dan pekerja miskin

Sumber: Warner et al, 1949 dalam Pattinasarany

Dalam masyarakat yang berkelas, strata sosial dapat dilihat dari kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan.<sup>31</sup>

1. **Kekayaan.** Mereka yang kaya menempati urutan teratas, mereka yang mampu membuat sistem politik dan budaya masyarakat. Hal ini juga dapat dilihat dari kepemilikan harta yang diukur dari bentuk rumah, kendaraan pribadi, dan cara-cara berpakaian, bahan pakaiannya serta kebiasaan untuk membeli barang-barang mahal, dsb. Penulis berasumsi dalam ukuran kekayaan, status sosial ekonomi dapat diukur melalui:

- a. **Pekerjaan**

Pekerjaan seseorang akan menentukan status sosial ekonominya karena asumsinya, dengan bekerja, seseorang memperoleh pendapatan dan bisa memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak. Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya status sosial ekonomi seseorang, maka pekerjaan akan dilihat dari jenis pekerjaan dan pekerjaan sampingannya.

- b. **Pendapatan**

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang baik berupa gaji, upah sewa, laba, dan sebagainya. Asumsinya, dengan memiliki

<sup>31</sup> Dewi Utaro, Darsono Prawironegoro, 2017, *Pengantar Sosiologi: Kajian Perilaku Sosial dalam Sejarah Perkembangan Masyarakat*, Jakarta: Mitra Wacana Media, hlm. 98

pendapatan seseorang bisa mencukupi kebutuhan konsumsinya. Badan Pusat Statistik menggolongkan pendapatan menjadi dua kategori yaitu:

1. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang bersifat reguler yang sumbernya dari gaji dan upah dari gaji pokok, hasil usaha sendiri, maupun hasil investasi.
2. Pendapatan yang berupa barang yaitu pembayaran upah gaji yang ditentukan dalam beras, pengobatan, transportasi, perumahan dan kreasi.

Sebagai tolak ukur status sosial ekonomi, penulis akan menentukan pendapatan menggunakan batasan pendapatan rumah tangga Badan Pusat Statistik (BPS). BPS dalam laporan bulanan data Sosial Ekonomi bulan September tahun 2017 merilis kategori pendapatan rumah tangga dalam beberapa 5 golongan yaitu:<sup>32</sup>

- Golongan pertama adalah golongan pendapatan rendah yakni jika pendapatan hanya berkisar hingga Rp.1.800.000 per bulan.
- Golongan kedua adalah pendapatan sedang yakni jika pendapatan rata-rata berkisar diantara Rp 1.800.000 – Rp 3.000.000 per bulan.

---

<sup>32</sup> Badan Pusat Statistik, 2019, *Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi Edisi 104*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, hlm. 187

- Golongan ketiga yakni golongan pendapatan lebih dari sedang adalah jika pendapatan berkisar diantara Rp. 3.000.000 – Rp 4.800.000 per bulan.
- Golongan keempat yakni golongan pendapatan tinggi jika pendapatan berkisar Rp. 4.800.000 – Rp 7.200.000 per bulan.
- Golongan yang kelima yakni golongan pendapatan sangat tinggi lebih dari Rp.7.200.000 per bulan.

### c. Kepemilikan Harta

Pemilikan barang-barang yang berharga juga dapat dijadikan standar untuk mengukur status sosial ekonomi seseorang yang dapat dilihat dari banyaknya harta yang dimiliki, seperti kepemilikan rumah, tanah, kendaraan, dsb. Asumsi penulis, semakin banyak seseorang memiliki sesuatu yang berharga maka dapat dikatakan orang tersebut memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi dan mereka semakin dihormati oleh orang-orang sekitarnya.

Sebagai tolak ukur status sosial ekonomi, penulis akan membagi sesuai dengan pendapat Peter Salim yang membagi kategori kepemilikan harta berdasarkan tiga kategori yakni kategori tinggi, kategori sedang, dan kategori rendah yang dapat di rinci sebagai berikut.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Peter Salim dan Yenny Salim, 2002, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, hlm 146

- a. Kategori tinggi apabila seseorang memiliki rumah sendiri, tanah, kendaraan, perangkat elektronik, dan sebagainya.
- b. Kategori sedang apabila seseorang belum memiliki rumah sendiri, masih menumpang dirumah orang tua, ataupun menempati rumah dinas, memiliki perangkat elektronik, dan kendaraan, dan sebagainya.
- c. Kategori rendah apabila seseorang masih tinggal di kontrakan, memiliki kendaraan seperti sepeda, perangkat elektronik, dan sebagainya.

2. **Kekuasaan.** Kekuasaan dalam arti disini adalah jabatan dalam pekerjaan. Kekuasaan jabatan juga menjadi standar dalam pengukuran status sosial ekonomi. Mereka yang menduduki sebuah kekuasaan, maka secara otomatis mereka masuk kedalam status sosial yang tinggi atau lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki kekuasaan sama sekali.
3. **Kehormatan.** Mereka yang dihormati oleh masyarakat akan menempati status sosial yang tinggi. Mereka dihormati karena dipandang sebagai rohaniawan ataupun bangsawan dan biasanya terdapat didalam masyarakat yang masih kental dengan budaya dan adatnya.
4. **Ilmu pengetahuan.** Yang dimaksud ilmu pengetahuan disini adalah tingkat pendidikan dan juga yang terpenting adalah gelar kesarjanaanya. Pendidikan bisa merubah kehidupan seseorang dan lebih peka terhadap gejala sosial yang terjadi. Pendidikan menurut Undang- undang no 20 tahun 2003 adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya

untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Asumsinya, dengan pendidikan seseorang bisa merubah status sosial ekonominya karena di era sekarang ini terlihat bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin mudah dalam memperoleh pekerjaan dibanding mereka yang tingkat pendidikannya rendah, dengan begitu berdampak juga pada penghasilan yang didapat untuk mencukupi kebutuhan ekonominya dan akan menentukan seseorang berada di tingkat status sosial ekonomi apa.

Adapun jenjang pendidikan formal menurut Undang-undang no 20 tahun 2003 dibagi menjadi tiga yakni pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

- Pendidikan dasar meliputi Sekolah Dasar (SD), Madrasah Ibtidaiyah (MI), atau bentuk lain yang sederajat serta Sekolah Menengah Pertama (SMP), Madrasah Tsanawiyah (MTs) atau yang sederajat.
- Pendidikan menengah meliputi Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK) atau yang sederajat.
- Pendidikan tinggi meliputi program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor. Perguruan tinggi dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas.

Berdasarkan dari beberapa pendapat ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa status sosial ekonomi adalah posisi seseorang dalam struktur masyarakat yang cenderung diukur dari tingkat ekonomi seperti pendidikan, pekerjaan, serta penghasilan serta kemampuan seseorang. Dengan pendidikan yang tinggi seseorang bisa mendapatkan pekerjaan yang lebih layak dan memperoleh pendapatan yang di butuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup serta menentukan *prestise* di dalam masyarakat.

### **1. Definisi Konseptual**

Blau dan Duncan mengonseptualisasikan status sosial ekonomi sebagai kondisi objektif yang mempengaruhi gaya hidup yang berhubungan dengan pekerjaan tertentu. Blau dan Duncan menggunakan pendidikan dan penghasilan untuk mengukur gaya hidup dengan melakukan *weight combination* dari tingkat rata- rata pendidikan serta penghasilan sebuah kelompok pekerjaan untuk menempatkan pekerjaan tersebut dalam skala pekerjaan secara keseluruhan. Di dalam skala statu sosial ekonomi Duncan menggunakan dua komponen yakni pendapatan dan pendidikan. Adapun ukuran objektif yang digunakan untuk mengukur status sosial ekonomi adalah pendidikan, penghasilan, dan pekerjaan.<sup>34</sup>

### **2. Definisi Operasional Status Sosial Ekonomi**

---

<sup>34</sup> *Ibid*, hlm. 58

Definisi Operasional menurut Singarimbun dan Sofyan Efendi adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel atau dengan kata lain petunjuk pelaksanaan untuk mengukur suatu variabel.<sup>35</sup> Dalam penelitian ini, persepsi generasi milenial terhadap status ekonomi merupakan penilaian terhadap kelas sosial dan mengenai frekuensi serta aktivitas konsumsi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu.

Indikator yang digunakan untuk melakukan analisis status sosial ekonomi menurut Blau and Duncan yakni, **Penghasilan/ Pendapatan** seperti Penghasilan tetap sebulan dan Penghasilan tidak tetap sebulan; **Pendidikan**, Pendidikan Formal; **Pekerjaan dan Jabatan**, Jenis Pekerjaan, Status Pekerjaan, Pekerjaan Sampingan, Jenis Pekerjaan Sampingan, Posisi atau Jabatan; **Kekayaan/ Kepemilikan** seperti rumah, mobil, sepeda motor yang di peroleh dari bekerja sendiri serta **Kedudukan di masyarakat**.

---

<sup>35</sup> Singarimbun dan Effendi, 2011, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, hlm. 46



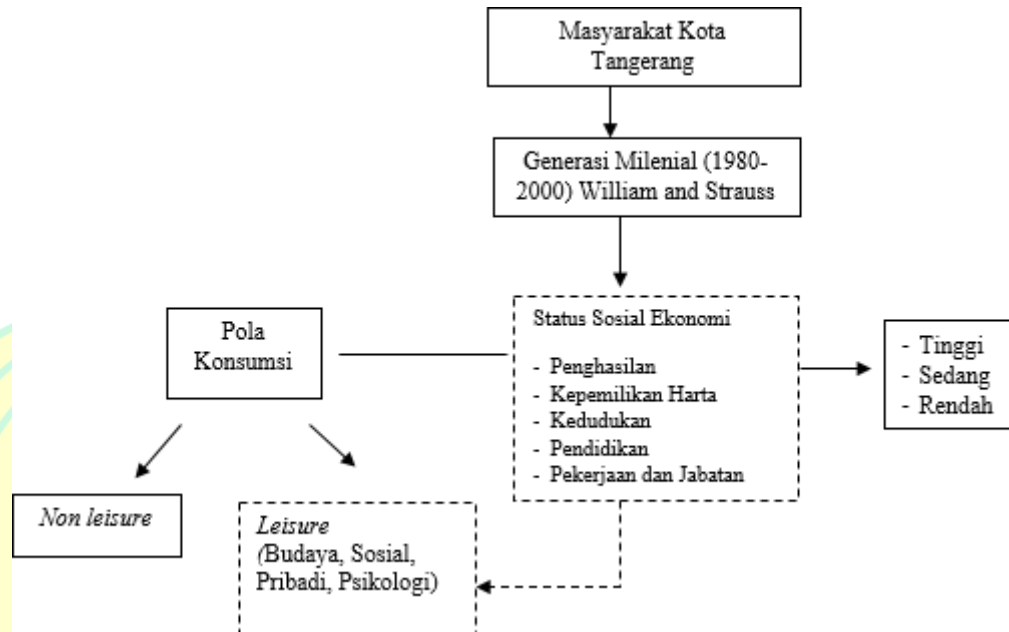
**Tabel 1.4**  
**Operasionalisasi Konsep Status Sosial Ekonomi**

<b>Konsep</b>	<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Status Sosial Ekonomi	Tingkat Status Sosial Ekonomi	Penghasilan	- Penghasilan tetap sebulan - Penghasilan tidak tetap sebulan	Skala Ordinal
		Kepemilikan Harta	- Rumah, mobil, sepeda motor yang di peroleh dari bekerja sendiri - Status kepemilikan	Skala Ordinal
		Kedudukan di masyarakat	- Kedudukan formal yaitu kedudukan dalam organisasi kemasyarakatan	Skala Ordinal
		Pendidikan	- Pendidikan terakhir	Skala Ordinal
		Pekerjaan dan Jabatan	- Jenis Pekerjaan - Status Pekerjaan - Pekerjaan Sampingan - Jenis Pekerjaan Sampingan - Posisi atau Jabatan	Skala Ordinal

Sumber: Pengolahan Penulis, 2020

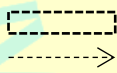
### 1.6.3 Kerangka Berpikir

Skema 1.1



Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2020

**Keterangan:**



Variabel yang diteliti

Hubungan antar variabel yang diteliti

## 1.7 Hipotesis Penelitian

### 1. Hipotesis

Hipotesis menurut Nanang merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>36</sup> Dalam penelitian ini, penulis akan menguji “status sosial ekonomi memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi *leisure* generasi milenial di Kota Tangerang.”

$$H_0 : r \leq 0$$

$$H_a : r \geq 0$$

Hipotesis dalam penelitian di bagi menjadi dua yakni hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan hipotesis nol ( $H_0$ ). Hipotesis alternatif merupakan hipotesis yang menyatakan keberadaan hubungan di antara variabel yang di operasionalkan.<sup>37</sup> Sedangkan Hipotesis nol ( $H_0$ ) merupakan ketiadaan hubungan di antara dua variabel yang sedang di operasionalisasikan.<sup>38</sup>  $H_0$  dibuat jika tingkat signifikansi hubungan antara variabel status sosial ekonomi dan tingkat konsumsi *leisure* berada dibawah yang dibutuhkan untuk menjadi  $H_a$ , maka hipotesis dinyatakan di tolak.

Hipotesis nol dalam penelitian ini adalah “Tidak ada pengaruh status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure* generasi milenial.” Sedangkan untuk hipotesis alternatif adalah “Ada pengaruh status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure* generasi milenial di kota Tangerang.

<sup>36</sup> Nanang Martono, 2016, *Metode Penelitian Sosial: Konsep- konsep Kunci*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 106

<sup>37</sup> *Ibid*, hlm. 108

<sup>38</sup> *Ibid*, hlm. 109

## 1.8 Metodologi Penelitian

### 1.8.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Subana dan Sudrajat penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendiskripsikan banyak hal.<sup>39</sup>

Penelitian ini menggunakan metode survey, data dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Menurut Singarimbun, penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok.<sup>40</sup> Menurut M. Nazir penelitian survey dilakukan untuk mendapatkan fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau individu.<sup>41</sup> Pada penelitian ini peneliti ingin mencari jawaban mengenai apakah suatu variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain. Dalam penelitian ini variabel X atau variabel independen yaitu status sosial ekonomi dan variabel Y atau variabel dependen adalah pola konsumsi *leisure*.

<sup>39</sup> M. Subana dan Sudrajat, 2005, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia, hlm. 25

<sup>40</sup> Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, 1987, *Metodologi Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, hlm. 3

<sup>41</sup> M. Nazir, 2014, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, hlm. 56

## 1.8.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi penelitian ini ada wilayah kota Tangerang yang terbagi kedalam 13 kecamatan yakni kecamatan Batu Ceper, Benda, Cibodas, Ciledug, Cipondoh, Jatiuwung, Karangtengah, Karawaci Larangan, Neglasasari, Periuk, Pinang dan Tangerang. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena berdasarkan pengamatan peneliti, di wilayah ini banyak terdapat generasi milenial yang berasal dari latar belakang yang berbeda dan tidak dapat dikatakan pada satu tingkatan status sosial ekonomi yang sama yang menghabiskan waktu luangnya dengan berbagai aktivitas berbeda diberbagai tempat. Karena hal tersebut, peneliti tertarik ingin mengetahui latar belakang status sosial ekonomi pengonsumsi *leisure*. Adapun waktu penelitiannya yakni pada bulan April sampai dengan bulan Juni 2020.

## 1.8.3 Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>42</sup> Populasi pada penelitian ini adalah seluruh generasi milenial yang berada di wilayah Tangerang baik laki-laki maupun perempuan. Jumlah populasi generasi milenial menurut data BPS Kota Tangerang 2017 berjumlah 840.996 jiwa.

---

<sup>42</sup> Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, hlm. 2

**Tabel 1.5**  
**Data Jumlah Milenial Tiap Kecamatan di Kota Tangerang**

No.	Nama Kecamatan	Jumlah Populasi
1.	Batu Ceper	41.211
2.	Benda	40.067
3.	Cibodas	62.036
4.	Ciledug	70.629
5.	Cipondoh	112.125
6.	Jatiuwung	64.827
7.	Karangtengah	52.128
8.	Karawaci	74.051
9.	Larangan	74.368
10.	Neglasari	43.327
11.	Periuk	58.839
12.	Pinang	75.901
13.	Tangerang	71.487
Total		840.996

Sumber: Pengolahan Penulis, 2020

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dan dianggap bisa mewakili populasi<sup>43</sup>. Dalam menentukan sampel diperlukan metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* atau pemilihan sampel yang acak, teknik yang tidak memberikan peluang yang sama.<sup>44</sup> Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yakni memberikan kriteria tertentu pada

<sup>43</sup> Sugiyono, 1999, *Metodologi Penelitian Administrasi Edisi Kedua*, Bandung: CV Alfabeta, hlm. 29

<sup>44</sup> Prasetya, 2005, *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, hlm. 82

sampel yang akan diambil. Kriteria tersebut adalah generasi milenial yang sudah bekerja, laki-laki dan perempuan, dan berada di wilayah Kota Tangerang.

Sampel yang peneliti ambil sebanyak 100 responden. Penghitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yang diambil dari populasi generasi milenial Kota Tangerang dengan *margin of error* sebesar 10% atau 0,1.

$$n = N/(1+Ne^2)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Populasi

E = *margin of error*

Maka

$$n = 840.996 / (1 + 840.996 * 0,1^2)$$

$$n = 840.996 / (1 + 840.996 * 0,01)$$

$$n = 840.996 / (1 + 8.409,96)$$

$$n = 840.996 / 8.410,96$$

$$n = 99,98$$

Jumlah sampel dibulatkan ke atas menjadi 100. Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap kecamatan dilakukan dengan alokasi proporsional agar sampel yang diambil lebih proporsional, hal ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$\text{Jumlah sampel tiap kecamatan} = \frac{\text{jumlah sampel}}{\text{jumlah populasi}} \times \text{jumlah milenial tiap kecamatan}$$

**Tabel 1.6**  
**Perhitungan Jumlah Sampel Tiap Kecamatan**

No.	Nama Kecamatan	Perhitungan	Jumlah Sampel
1.	Batu Ceper	$\frac{100}{840.996} \times 41.211 = 4,90$	5
2.	Benda	$\frac{100}{840.996} \times 40.067 = 4,76$	5
3.	Cibodas	$\frac{100}{840.996} \times 62.036 = 7,37$	7
4.	Ciledug	$\frac{100}{840.996} \times 70.629 = 8,39$	8
5.	Cipondoh	$\frac{100}{840.996} \times 112.125 = 13,33$	13
6.	Jatiuwung	$\frac{100}{840.996} \times 64.827 = 7,70$	8
7.	Karangtengah	$\frac{100}{840.996} \times 52.128 = 6,19$	6
8.	Karawaci	$\frac{100}{840.996} \times 74.051 = 8,80$	9
9.	Larangan	$\frac{100}{840.996} \times 74.368 = 8,84$	9
10.	Neglasari	$\frac{100}{840.996} \times 43.327 = 5,15$	5
11.	Periuk	$\frac{100}{840.996} \times 58.839 = 6,99$	7
12.	Pinang	$\frac{100}{840.996} \times 75.901 = 9,02$	9
13.	Tangerang	$\frac{100}{840.996} \times 71.487 = 8,50$	9
<b>Jumlah</b>			<b>100</b>

Sumber: Pengolahan Penulis, 2020

#### 1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat dan serta dapat dipertanggungjawabkan kebenaran ilmiahnya penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.



## 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau angket tertulis mengenai pengaruh status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure* dan dijawab oleh responden dengan menyertakan alternatif jawaban untuk kemudian dikumpulkan, diteliti lebih lanjut dan dinilai. Kuesioner ini berupa pernyataan tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung dan internet melalui formulir *google*.

## 2. Observasi

Observasi bertujuan untuk mendapatkan data melalui pengamatan panca indera agar dapat melihat secara langsung proses konsumsi yang dilakukan generasi milenial di kota Tangerang.

## 3. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan membaca buku, literatur pendukung atau karya ilmiah dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Jenis data yang dikumpulkan pada saat penelitian meliputi data primer dari hasil kuesioner dan data sekunder dari berbagai literatur atau sumber lainnya.

### 1.8.5 Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data dari lapangan, selanjutnya adalah melakukan pengolahan dan analisis data dengan tahap yang pertama yakni *Editing*, dimana dalam proses ini memeriksa kembali data kuesioner yang telah diisi oleh responden. Setelah itu dilakukan peng-*coding*-an dengan memberi tanda atau angka

pada jawaban di setiap kuesioner. Setelah jawaban kuesioner di *coding*, langkah selanjutnya melakukan *entry* data yakni memasukkan data ke dalam program SPSS. Kemudian, melakukan pengecekan terhadap data yang dimasukkan selanjutnya melakukan data *cleaning* untuk memperbaiki kesalahan. Setelah itu melakukan *Compute Data* yakni kegiatan transformasi *compute* dalam pengolahan data di SPSS akan menciptakan variabel baru atau memodifikasi nilai-nilai variabel untuk setiap kasus. Transformasi yang dapat dilakukan dengan *compute* adalah transformasi untuk data yang bertipe *numeric* dan *string* kemudian *Recode Data* untuk mengelompokkan atau mengklasifikasikan data dan terakhir *Output Data* yakni seluruh data angket yang keluar dari hasil pengolahan tersebut.

Untuk menganalisis data penulis menggunakan *Microsoft Excel* dan aplikasi *SPSS 16* dengan beberapa model analisa data penelitian seperti uji validitas dan uji reliabilitas instrumen. Sementara itu, untuk uji hipotesis meliputi uji regresi logistik ordinal yang didalamnya mencakup uji parsial, uji kecocokan model, uji koefisien determinasi semu, uji koefisien regresi logistik.

## **1.8.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1.8.6.1 Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid dan menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur, mengukur apa yang ingin diukur.<sup>45</sup> Kuesioner dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas ini menggunakan program SPSS dengan teknik pengujian yang digunakan adalah

---

<sup>45</sup> Masri Singarimbun dan Efendi, 1995, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, hlm.140

korelasi *BivariateiPearson (Product Moment Pearson)*. Analisis ini dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Suatu variabel dikatakan valid jika skor variabel berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil uji validitas ditentukan dengan taraf signifikansi 5% dengan keputusan uji bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item dinyatakan valid, dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid.<sup>46</sup> Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut.<sup>47</sup>

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

**Keterangan:**

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\Sigma xy$  = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\Sigma x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\Sigma y^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\Sigma x)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

**Tabel 1.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Pola Konsumsi *Leisure***

Pernyataan	Dimensi	Rhitung	Rtabel(100)	Kriteria
Item 1	Budaya	0,491	0,195	Valid
Item 2	Budaya	0,756	0,195	Valid
Item 3	Budaya	0,374	0,195	Valid
Item 4	Budaya	0,645	0,195	Valid
Item 5	Budaya	0,651	0,195	Valid
Item 6	Budaya	0,520	0,195	Valid
Item 7	Budaya	0,452	0,195	Valid
Item 8	Budaya	0,620	0,195	Valid
Item 9	Sosial	0,333	0,195	Valid

<sup>46</sup> Arikunto Suharsimi, *Loc.cit*.

<sup>47</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 2011, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, hlm. 132-137

Item 10	Sosial	0,379	0,195	Valid
Item 11	Sosial	0,627	0,195	Valid
Item 12	Sosial	0,599	0,195	Valid
Item 13	Sosial	-0,304	0,195	Tidak Valid
Item 14	Sosial	0,564	0,195	Valid
Item 15	Sosial	0,124	0,195	Tidak Valid
Item 16	Sosial	0,629	0,195	Valid
Item 17	Sosial	0,437	0,195	Valid
Item 18	Pribadi	0,726	0,195	Valid
Item 19	Pribadi	0,609	0,195	Valid
Item 20	Pribadi	0,798	0,195	Valid
Item 21	Pribadi	0,759	0,195	Valid
Item 22	Pribadi	0,080	0,195	Tidak Valid
Item 23	Pribadi	0,703	0,195	Valid
Item 24	Pribadi	0,520	0,195	Valid
Item 25	Pribadi	0,615	0,195	Valid
Item 26	Pribadi	-0,393	0,195	Tidak Valid
Item 27	Pribadi	0,512	0,195	Valid
Item 28	Pribadi	-0,212	0,195	Tidak Valid
Item 29	Pribadi	0,607	0,195	Valid
Item 30	Pribadi	-0,396	0,195	Tidak Valid
Item 31	Pribadi	0,623	0,195	Valid
Item 32	Pribadi	0,513	0,195	Valid
Item 33	Pribadi	0,232	0,195	Valid
Item 34	Psikologis	0,521	0,195	Valid
Item 35	Psikologis	0,129	0,195	Tidak Valid
Item 36	Psikologis	0,610	0,195	Valid
Item 37	Psikologis	-0,356	0,195	Tidak Valid
Item 38	Psikologis	0,425	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2020)

Berdasarkan pada tabel 1.7 menunjukkan hasil uji validitas yang berkaitan dengan variabel pola konsumsi *leisure* yang terdiri dari 38 pernyataan. Dari pernyataan- pernyataan tersebut terdapat 8 pernyataan yang dinyatakan tidak valid dan 30 pernyataan dinyatakan valid. Pernyataan yang tidak valid berasal dari dimensi yang berbeda yakni 2 pernyataan berasal dari dimensi sosial, 4 pernyataan berasal dari dimensi pribadi dan 2 pernyataan berasal dari dimensi psikologis.

### 1.8.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan atau dengan kata lain konsistensi alat ukur untuk mengukur gejala yang sama.<sup>48</sup> Tujuannya adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat ukur atau tidak. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasilnya relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:<sup>49</sup>

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = reliabilitas yang dicari
- $n$  = Jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- $\sigma^2$  = varians total

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan tidak reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6.<sup>50</sup>

**Tabel 1.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	Kategori

<sup>48</sup> Masri Singarimbun dan Efendi, 1995, *Ibid*

<sup>49</sup> Imam Ghozali, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, hlm.48

<sup>50</sup> Imam Ghozali, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20,00*, Semarang: BP Universitas Diponegoro, hlm. 133

Pola Konsumsi <i>Leisure</i>	0,930	Sangat Reliabel
------------------------------	-------	-----------------

Sumber: Hasil olah data Penulis, 2020

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel 1.8 diketahui nilai *Cronbach's Alpha* variabel pola konsumsi *leisure* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,930, hal ini menunjukkan bahwa instrumen pada variabel pola konsumsi *leisure* memiliki tingkat reliabilitas yang sangat reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ .

### 1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yakni bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan dan pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, daftar grafik, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama terdapat BAB 1 yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat dari adanya penelitian ini. Selain itu, terdapat tinjauan pustaka sejenis sebagai bahan acuan penelitian. Dalam bab ini juga penulis menyertakan kerangka konseptual, metode yang digunakan serta hasil uji prasyarat analisis dan sistematika penulisan sebagai susunan penulisan.

Pada BAB II penulis mendeskripsikan wilayah Kota Tangerang yang meliputi gambaran umum dan sejarah singkat mengenai Kota Tangerang, dinamika generasi milenial kota Tangerang, aktivitas generasi milenial kota Tangerang serta karakteristik responden

BAB III berisikan deskripsi hasil penelitian dan hasil uji hipotesis. Hasil hitungan dari pengaruh kedua variabel. Hasil- hasil tersebut dijabarkan dengan hasil perhitungan dari SPSS hingga di dapatkannya adanya pengaruh status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure*.

BAB IV merupakan pembahasan dari hasil penelitian yakni analisis pengaruh status sosial ekonomi terhadap pola konsumsi *leisure* serta analisis sosiologis.

Pada bagian akhir terdapat BAB V yang merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang ditujukan bagi milenial maupun pemerintah.

