

GLOBALISASI DAN BUDAYA POPULER

(Studi Fenomena *Food, Fun dan Fashion* di Kalangan Mahasiswa
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

Muhammad Andi Febryanto
UIN Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia

Abstrak

Belakangan ini gaya hidup semakin terasa dikalangan mahasiswa. Banyak faktor yang mempengaruhi gaya hidup dari setiap individu. Nantinya gaya hidup akan mempengaruhi keseharian dari seseorang. Pada penelitian ini, akan membahas gaya hidup melalui pendekatan interaksionalisme simbolik. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Subjek yang dipakai adalah mahasiswa UINSA. Sehingga bisa diketahui apa saja penyebab dari gaya hidup yang nantinya akan seragam karena pengaruh globalisasi. Selain itu media komunikasi juga akan mempengaruhi gaya hidup seseorang. Nantinya keseragaman ini akan menjadi budaya populer.

Kata kunci: *gaya hidup, globalisasi, budaya populer.*

PENDAHULUAN

Globalisasi sesungguhnya bukan hanya merupakan fenomena ekonomi dan politik, tetapi juga fenomena budaya. Globalisasi adalah penyebaran praktik, relasi, kesadaran dan organisasi ke berbagai penjuru dunia, yang telah melahirkan transformasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia.

Dari segi ekonomi, kekuatan ekonomi Negara maju dan pengaruhnya yang dominan acap kali menjadikan Negara yang sedang berkembang tak ubahnya seperti pangsa pasar dan ladang persemaian bagi berbagai kepentingan perusahaan multinasional. Jika di masa lalu penjajahan dilakukan melalui inovasi kolonial, maka di era post-modern penjajahan dilakukan melalui penguasaan dan monopoli pasar yang makin mengglobal oleh kekuatan kapitalisme.

Dari segi budaya, globalisasi umumnya dipahami sebagai proses penjajahan budaya, westernisasi atau paling tidak proses pencampuran budaya global dan lokal yang menghasilkan globalisasi. Globalisasi budaya terjadi ketika penetrasi kekuatan dan superioritas budaya dari barat merambah ke berbagai sendi kehidupan

masyarakat, memengaruhi pembentukan pola konsumsi masyarakat, gaya hidup dan bahkan memengaruhi cara berpikir masyarakat¹.

Di Era globalisasi saat ini tampaknya mempunyai dampak negatif yaitu terjadinya kecenderungan homogenisasi budaya. Globalisasi memicu terjadinya interaksi antara dua budaya yang sangat berlainan karakternya. Sudah menjadi hukum alam, jika dua hal yang berbeda bersinggungan, berinteraksi, maka tidak akan pernah ditemui sebuah titik kesetimbangan mutlak. Secara langsung maupun tidak, pasti ada kecenderungan dominasi satu sama lain. Hal ini nampaknya juga terjadi pada interaksi budaya tersebut.

Budaya tertentu tiba-tiba saja mendominasi budaya yang lain. Budaya yang mendominasi tersebut pada akhirnya menjadi budaya yang dilegitimasi sebagai budaya yang benar dan identik dengan kekinian². Sedang budaya yang didominasi menjadi sesuatu “yang lain” (*the other*) yang dianggap memiliki posisi subordinat dan merepresentasikan kekunoan. Adanya satu budaya dominan yang dianggap benar dan merepresentasikan kekinian (*up to date*), maka segala macam produk budaya tersebut akan secara pelan-pelan mendominasi produk-produk budaya yang subordinat. Salah satu yang bisa dijadikan contoh dari peristiwa ini adalah munculnya fenomena gelombang *F3 (Food, Fashion, Fun)* atau makanan, fasyen, dan hiburan.

Budaya populer (popular culture) atau yang umum disingkat sebagai budaya pop mulai merebak di kalangan masyarakat modern pada abad ke 20. Budaya populer adalah budaya yang dimana para kaum intelektual atau biasa disebut kaum elite menghegemoni sebuah masyarakat untuk membenarkan dan meniru semua tindakan atau ajakan yang mereka tawarkan kepada masyarakat melalui sebuah medium yaitu media massa³.

Media dan budaya populer adalah semacam lanskap budaya yang dipraktikkan, disebarkan, dipasarkan, dan dimediasi dalam kehidupan sehari-hari di tengah masyarakat Indonesia kontemporer⁴. Media dan budaya populer adalah semacam

¹ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta : Kencana, 2013), 158

² Greame Burton, *Media dan Budaya Populer* (Yogyakarta: Jala Sutra), 57

³ Greame Burton, *Media dan Budaya Populer* (Yogyakarta: Jala Sutra), 57

⁴ Ibid, 31

lanskap budaya yang dipraktikkan, disebarkan, dipasarkan, dan dimediasi dalam kehidupan sehari-hari di tengah masyarakat Indonesia kontemporer⁵.

Akibat munculnya budaya pop, fenomena budaya populer yang kini mulai menggeliat dan seakan menghipnotis mahasiswa untuk mencoba menikmatinya adalah fenomena budaya F3 (*Food, fun, and fashion*) Kini, tampaknya makan bukan lagi sekedar untuk menghilangkan rasa lapar tetapi mulai beranjak ke ranah status simbol, sehingga *fast food* di mall terpanjat untuk dicicipinya.

Masyarakat cenderung terserap dalam keperkasaan budaya pop yang kian hegemonik dengan segala atributnya. Gaya hidup telah menjadi komoditas. Tanda-tanda pesatnya pengaruh budaya populer ini dapat kita lihat pada masyarakat Indonesia yang sangat konsumtif. Membeli barang bukan didasarkan pada fungsi guna dan kebutuhan tetapi lebih didasarkan pada maknanya atau prestise.

Perguruan tinggi merupakan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi dari pada pendidikan menengah di jalur pendidikan sekolah. Perguruan Tinggi di sini adalah tingkatan universitas yang terdiri atas sejumlah fakultas yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan profesional dalam sejumlah disiplin ilmu tertentu. Pada penelitian ini, akan mengambil objek penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA). UINSA adalah salah satu perguruan tinggi negeri di Surabaya yang menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisiplin serta sains dan teknologi.

Fenomena *food* yang terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Ampel biasanya mereka menyukai makanan yang cepat saji atau *fast food* Fenomena *fun* yang terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya biasanya berkaitan dengan gaya hidup yang sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Sedangkan fenomena *fashion* yang terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki gaya *fashion* yang kekinian yang selalu dipilihnya, dimulai dari pemilihan trend dan mode pakaian yang modern, kepemilikan sepatu, tas yang bermerek, pembelian berbagai jenis parfum dan sejenisnya.

Globalisasi adalah penyebaran praktik, relasi, kesadaran dan organisasi ke berbagai penjuru dunia, yang telah melahirkan transformasi dalam berbagai aspek

⁵ Ibid, 31

kehidupan manusia.⁶ Sedangkan budaya pop merupakan budaya yang ringan, menyenangkan, trendi, banyak disukai dan cepat berganti. Dalam pandangan John Fiske agar menjadi budaya populer, sebuah komoditas budaya haruslah dapat melahirkan ketertarikan pada banyak orang budaya pop bukan sekadar barang konsumsi, melainkan sebuah budaya.⁷

Globalisasi secara umum ditandai dengan adanya ekspansi pasar kapitalis yang luar biasa agresif dan eskalasi perilaku konsumtif masyarakat diberbagai bidang kehidupan.⁸ Globalisasi bukan hanya melahirkan perubahan struktur sosial masyarakat dan memengaruhi dinamika kondisi perekonomian dari berbagai level dari tingkat global maupun lokal, simbol globalisasi acap kali dikritik karena telah mengikis budaya tradisional.

Dibidang budaya globalisasi terbukti melahirkan homogenisasi atau sinkronisasi budaya. Berbagai subkultur, pranata tradisional, dan kehidupan masyarakat lokal seringkali memudar ketika terjadi intervensi kekuatan global, baik dalam kekuatan ekonomi maupun invansi budaya. Globalisasi dalam banyak hal memperkenalkan budaya tunggal yang berpusat pada konsumerisme, media massa, Amerikanisasi dan Bahasa Inggris⁹.

Indonesia sebagai negara berkembang tidak dapat menutup diri dari modernisasi dan globalisasi. Hal tersebut didasarkan dimulainya pasar global yang menandakan era globalisasi secara besar-besaran. Oleh karena itu, semua orang harus mempersiapkan diri agar dapat menarik manfaat dari arus globalisasi dan dapat menang kal pengaruh-pengaruh negatif yang dapat mengancam jati diri dan identitas bangsa.

Globalisasi sangat erat dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, agar tidak berdampak buruk terhadap kehidupan kita sehari-hari, perlu mengusahakan perubahan nilai dan perilaku. Dengan demikian, dalam era globalisasi ini masyarakat mempunyai banyak pilihan. Masyarakat bebas memiliki apapun sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Masyarakat di era globalisasi cenderung melihat kemajuan dari hal keduniawian. Globalisasi berkembang sangat cepat dan sudah

⁶ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, 169

⁷ Dominic Strinati, *Popular Culture* (Yogyakarta:Ar-Ruzz Media,2009), 48

⁸ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, 92.

⁹ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, 95.

melanda ke seluruh dunia. Globalisasi sangat memengaruhi tingkah laku kehidupan masyarakat. Kita tidak bisa menolak pengaruh globalisasi dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Apabila bangsa Indonesia menolak, maka bangsa Indonesia akan semakin tertinggal dalam pergaulan antarbangsa di dunia dan menjadi bangsa yang terbelakang. Namun, kita juga tidak boleh menerima segala hal yang berasal dari luar sebagai sesuatu yang baik bagi bangsa Indonesia. Kita harus bisa lebih selektif dan kritis terhadap pengaruh budaya asing yang masuk ke Indonesia.

Pengaruh yang masuk akibat globalisasi ada yang berpengaruh positif, tetapi ada pula yang berpengaruh negatif. Pengaruh globalisasi yang positif berarti telah disaring oleh Pancasila, sehingga dapat kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pengaruh yang positif juga dapat membawa kemajuan suatu bangsa. Sedangkan pengaruh negatif dari globalisasi berarti tidak sesuai dengan kepribadian bangsa.

Sebelum memasuki konsep budaya populer, akan dibahas mengenai pengertian populer. Raymond Williams memberikan empat definisi tentang populer yakni yang pertama, populer adalah banyak disukai oleh orang, kedua, populer adalah jenis kerja rendahan, ketiga populer adalah karya yang dilakukan oleh orang untuk membuat senang orang lain dan yang keempat, populer adalah budaya yang memang dibuat untuk menyenangkan orang lain.

Perubahan budaya seiring dengan perkembangan zaman membuat definisi budaya populer menjadi semakin kompleks. Adorno dan Horkheimer menjelaskan bahwa budaya kini sepenuhnya saling bertautan dengan ekonomi politik dan produksi budaya oleh kapitalis. Menurut Burton budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati, manakala penciptaannya didorong oleh motif laba¹⁰. Hal ini dipertegas oleh Ibrahim yang menyatakan bahwa budaya populer yang disokong industri budaya telah mengkonstruksi masyarakat yang tidak sekedar berlandaskan konsumsi, tetapi juga menjadikan artefak budaya sebagai produk industri dan sudah tentunya komoditi.

Budaya populer berkaitan dengan budaya massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa¹¹. Budaya

¹⁰ Greame Burton, *Media dan Budaya Populer*, 40.

¹¹ Dominic Strinati, *Popular Culture*, 29.

massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya.

Definisi budaya populer sangat bervariasi. Menurut Mukerji istilah budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktik, atau objek yang tersebar luas dimasyarakat seperti dikatakannya bahwa:

Budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktek-praktek dan objek yang menyatu dalam kesatuan yang hidup dalam masyarakat. Hal ini termasuk kepercayaan adat, praktek-praktek, dan objek yang diproduksi dari pusat-pusat komersial dan politik.¹²

Istilah “budaya populer” (*culture popular*) sendiri dalam bahasa latin merujuk secara harfiah pada “*culture of the people*” (budaya orang-orang atau masyarakat). Mungkin itulah sebabnya banyak pengkaji budaya yang melihat budaya yang hidup (*lived culture*) dan serangkaian artefak budaya yang bisa kita temui dalam kehidupan sehari-hari orang kebanyakan. Sebagai contoh budaya populer sebagai sekumpulan artefak yang ada, seperti film, kaset, acara televisi, alat transportasi, pakaian, dan sebagainya. Budaya Pop selalu berubah dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu.

Popular Culture atau sering disebut budaya pop mulai mendapat tempat dalam kehidupan manusia Indonesia. Dominic Strinati mendefinisikan budaya pop sebagai “lokasi pertarungan, di mana banyak dari makna ini (pertarungan kekuasaan atas makna yang terbentuk dan beredar di masyarakat) ditentukan dan diperdebatkan. Tidak cukup mengecilkan budaya pop sebagai hanya melayani sistem pelengkap bagi kapitalisme dan patriarki, membiarkan kesadaran palsu membius masyarakat¹³.

Budaya pop juga bisa dilihat sebagai lokasi di mana makna-makna dipertandingkan dan ideologi yang dominan bisa saja diusik. Antara pasar dan berbagai ideologi, antara pemodal dan produser, antara sutradara dan aktor, antara penerbit dan penulis, antara kapitalis dan kaum pekerja, antara perempuan dan laki-laki, kelompok heteroseksual dan homoseksual, kelompok kulit hitam dan putih, tua

¹² Dominic Strinati, *Popular Culture*, 51.

¹³ Dominic Strinati, *Popular Culture*, 96.

dan muda, antara apa makna segala sesuatunya, dan bagaimana artinya, merupakan pertarungan atas kontrol (terhadap makna) yang berlangsung terus-menerus.

Budaya pop memiliki karakteristik. Yakni relativisme, pragmatisme, sekularisme, hedoisme, materialisme, populeritas, kontemporer, hibrid, penyeragaman rasa, budaya hiburan, budaya konsumerisme, budaya instan, budaya massa, budaya gaya, budaya ikon, hiperealitas.

Budaya pop melahirkan F3. Yakni (*food, fun and fashion*). Food atau makanan bukan hanya kebutuhan konsumsi untuk bertahan hidup. Makanan jauh lebih dari sekedar zat bergizi yang menjaga ketahanan hidup. Makanan adalah tanda yang disusupi makna. Dalam lingkungan sosial makanan memperoleh signifikasi yang melampaui fungsi tersebut dan mempengaruhi persepsi atas bisanya sesuatu bisa dimakan.¹⁴

Dewasa ini marak sekali gerai-gerai makanan waralaba internasional yang dibangun dan didirikan di Indonesia. Tidak semua gerai yang didirikan tersebut merupakan label-label baru. Banyak dari gerai itu merupakan milik perusahaan waralaba makanan yang telah lama beroperasi di Indonesia yang sedang mengembangkan usahanya. Salah satunya adalah McDonald's. Perusahaan waralaba yang baru saja berganti manajemen tersebut dalam lima tahun ke depan akan mendirikan setidaknya 40 gerai baru di seluruh Indonesia.¹⁵

Kesenangan (*fun*) sangat identik di bidang hiburan yang tak lepas dari Gaya hidup yang merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Dalam interaksi sehari-hari kita dapat menerapkan suatu gagasan mengenai gaya hidup tanpa perlu menjelaskan apa yang kita maksud.¹⁶

Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial

¹⁴ Marcel Danesi, *Pesan tanda dan makna* (Yogyakarta : Jalasutra, 2012), 223.

¹⁵ <https://pujosaktinurcahyo.wordpress.com/2011/02/09/food-fashion-dan-fun-dampak-serta-usaha-pemberdayaan-produk-budaya-lokal/>. Diakses pada tanggal 25 November 2016 jam 22.15

¹⁶ David Chaney, *Life styles sebuah pengantar komprehensif* (Yogyakarta : Jalasutra, 1996), 40.

sehari-hari dunia modern dan manusia menetapkan gaya hidup sebagai ciri-ciri modernitas. Di masyarakat yang bertempat tinggal di kota-kota Metropolitan mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode dari orang barat.¹⁷

Pengertian *fashion* tidak hanya untuk pakaian saja, tetapi meliputi seluruh item produk yang mempunyai pengertian dan simbol kebudayaan. *Fashion* dapat di definisikan sebagai gaya atau kebiasaan yang paling lazim dalam berpakaian. ¹⁸*Fashion* adalah semacam kode berpakaian makro yang menetapkan standart gaya menurut usia, gender, kelas sosial dan seterusnya. Suprenant & Salomon menyatakan bahwa sistem *fashion* terdiri atas orang-orang dan organisasi yang terlibat dalam penciptaan pengertian simbolis dan menghantarkan pengertian itu pada barang-barang budaya (*cultural goods*).

Secara lebih jauh, praktik bisnis yang berlangsung bisa dikategorikan sebagai proses fashion. Sistem fashion yang terus menerus berkembang pada masyarakat bisa menghasilkan budaya kelas tinggi (*high culture*) tetapi juga bisa menghasilkan budaya populer. Biasanya sistem fashion yang berkembang lebih cepat dan lebih banyak menghasilkan budaya populer, walaupun pada waktu yang bersamaan muncul budaya populer. Dengan perkataan lain, budaya tinggi akan tetap ada walaupun banyak sekali budaya populer muncul. Misalnya saja seni musik klasik sebagai produk dari budaya tinggi sampai saat ini tetap ada walaupun aliran-aliran musik pop bermunculan disana-sini.

Dunia *fashion*, terutama pakaian, tak tertinggal juga merasuk semua orang dari yang muda sampai yang tua terutama wanita. Lihatlah cara mereka mengiming-imingi konsumen dengan berbagai cara, dari istilah "gak ketinggalan zaman" sampai istilah "tren mode". Hal tersebut apabila dipikirkan hanyalah membuat orang kurang percaya diri, dan nilai gengsilah yang didapat yang membuat orang menjadi konsumtif.

Globalisasi dan Budaya Populer dalam Perspektif Goerge Herbert Mead

Dalam penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yakni teori Interaksi Simbolik milik George Herbert Mead. Kerangka pemikiran ini mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam penelitian ini, karena di dalamnya memiliki tendensi-tendensi

¹⁷ David Chaney, *Life styles sebuah pengantar komprehensif*, 41.

¹⁸ Marcel Danesi, *Pesan tanda dan makna*, 216.

pemikiran yang kuat untuk menganalisis penelitian ini untuk lebih jelasnya, akan kami bahas mengenai kerangka pemikiran tersebut, sebagai berikut:

Istilah interaksi simbolik diciptakan oleh Herbert Blumer pada tahun 1937 dan dipopulerkan oleh Blumer juga, meskipun sebenarnya Mead-lah yang paling populer sebagai peletak dasar teori tersebut. George Herbert Mead merupakan pelopor interaksi simbolik, meskipun dalam perintisan teori ini banyak ilmuwan lain yang ikut serta memberikan sumbangsuhnya, seperti James Mark Baldwin, William James, Charles H. Cooley, John Dewey dan William I. Thomas.

Esensi dari teori Interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna Blumer mengkonseptualisasikan manusia sebagai pencipta atau pembentuk kembali lingkungannya, sebagai perancang dunia obyeknya dalam aliran tindakannya, alih-alih sekedar merespons pengharapan kelompok.

Perspektif interaksionisme simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subyek, perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan keberadaan orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.¹⁹

Interaksionisme Simbolik mempelajari tindakan sosial dengan mempergunakan teknik introspeksi untuk dapat mengetahui sesuatu yang melatarbelakangi tindakan sosial dari sudut aktor.²⁰ Dengan penggunaan bahasa, simbol-simbol serta kemampuan belajar. Yang dibutuhkan dalam teori ini ialah mengenai stimulus, interpretasi, respon, kemampuan berpikir, diri, dan juga masyarakat. Karena menurut Mead, bukan pikiran yang pertama muncul lalu diikuti masyarakat, tetapi masyarakatlah yang lebih dahulu muncul, baru kemudian diikuti oleh kemunculan pikiran di dalam masyarakat tersebut.²¹

Mead mengatakan, bahwa manusia mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak-pihak lain, dengan perantara lambang-lambang tersebut, maka manusia

¹⁹George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta:Kencana, 2007), 268.

²⁰ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 51

²¹ George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*, (Bantul: Kreasi Wacana, 2014), 52

memberikan arti pada kegiatan-kegiatannya. Mereka dapat menafsirkan keadaan dan perilaku, dengan mempergunakan lambang-lambang tersebut. Manusia membentuk perspektif-perspektif tertentu melalui proses sosial dimana mereka memberi rumusan hal-hal tertentu, bagi pihak-pihak lainnya. Selanjutnya mereka berperilaku menurut hal-hal yang diartikan secara sosial.²²

Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, obyek dan bahkan pada diri mereka sendiri yang menentukan perilaku mereka. Perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran, manusia bertindak hanya berdasarkan pada definisi atau penafsiran mereka atas obyek-obyek di sekeliling mereka.

Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok, dalam konteks ini, maka makna dikonstruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan peranannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial.

Menurut teori Interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran simbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi sosial.²³

Pertama, individu merespons suatu situasi simbolik, mereka merespon lingkungan termasuk obyek fisik (*benda*) dan Obyek sosial (*perilaku manusia*) berdasarkan media yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.

Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melihat pada obyek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya obyek

²² Yesmil Anwar, Adang. *Sosiologi Untuk Universitas* (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), 384-385

²³ Artur Asa Berger, *Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, trans. M. Dwi Mariyanto and Sunarto (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2004), 14

fisik, tindakan atau peristiwa (*bahkan tanpa kehadiran obyek fisik, tindakan atau peristiwa itu*) namun juga gagasan yang abstrak.

Ketiga, makna yang interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial, perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Mead mengembangkan teori interaksi simbolik pada tahun 1920-an ketika beliau menjadi profesor filsafat di Universitas Chicago. Namun gagasan-gagasannya mengenai interaksi simbolik berkembang pesat setelah para mahasiswanya menerbitkan catatan dan kuliah-kuliahnya, terutama melalui buku yang menjadi rujukan utama teori interaksi simbolik, yakni *mind, self, and society*.

Karya tunggal Mead yang amat penting dalam hal ini terdapat dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society*. Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik.²⁴ Tiga konsep itu dan hubungan diantara ketiganya merupakan inti pemikiran Mead, sekaligus *key words* dalam teori tersebut. Interaksionisme simbolis secara khusus menjelaskan tentang bahasa, interaksi sosial dan reflektivitas.

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan. Itulah yang kita namakan pikiran. Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya

²⁴ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, and Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Revisi (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 136.

Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir. Mead juga melihat pikiran secara pragmatis. Yakni, pikiran melibatkan proses berpikir yang mengarah pada penyelesaian masalah.²⁵ Menurut Mead “manusia mempunyai sejumlah kemungkinan tindakan dalam pemikirannya sebelum ia melakukan tindakan yang sebenarnya”.²⁶

Makna itu dilahirkan dari proses sosial dan hasil dari proses interaksi dengan dirinya sendiri. Interaksionisme Simbolik dalam kehidupan sosial mengacu pada perbuatan atau pemaknaan. Menurut Mead yang mengidentifikasi empat tahap dasar yang saling terkait satu sama lain dalam setiap perbuatan atau pemaknaan.²⁷ *Pertama*, implus, yakni melibatkan stimulus indrawi langsung dan reaksi aktor terhadap stimulasi tersebut serta kebutuhan untuk berbuat sesuatu. *Kedua*, persepsi. Pada tahap ini, aktor mencari dan bereaksi terhadap stimulus yang berkaitan dengan implus. *Ketiga*, manipulasi, yaitu mengambil tindakan terhadap objek tersebut. *Keempat*, konsumsi, yakni memutuskan untuk menggunakan atau tidak. Hal ini memunculkan tahap akhir perbuatan, yakni konsumsi atau mengambil tindakan untuk memuaskan implus awal.

Kelima, gestur, yaitu gerakan pertama yang bertindak sebagai stimulus khas untuk mengundang respon yang sesuai dari orang lain. Jadi tahap ini adalah tahap awal tindakan seseorang menjadi stimulus terhadap tindakan orang lain.

The self atau diri, menurut Mead merupakan ciri khas dari manusia. Yang tidak dimiliki oleh binatang. Diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif yang berasal dari orang lain, atau masyarakat. Tapi diri juga merupakan kemampuan khusus sebagai subjek. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas interaksi sosial dan bahasa. Menurut Mead, mustahil membayangkan diri muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Karena itu ia bertentangan dengan konsep diri yang soliter dari *Cartesian Picture*. *The self* juga memungkinkan orang berperan dalam percakapan dengan orang lain karena adanya *sharing of simbol*. Artinya, seseorang bisa berkomunikasi, selanjutnya menyadari apa yang dikatakannya dan

²⁵ George Ritzer and Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana, 2007), 280

²⁶ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda* (Jakarta: CV. Rajawali, 2011), 67

²⁷ Herman Arisandi, *Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi: Dari Klasik sampai Modern*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2015), 106

akibatnya mampu menyimak apa yang sedang dikatakan dan menentukan atau mengantisipasi apa yang akan dikatakan selanjutnya.

Mead menggunakan istilah *significant gestures* (isyarat-isyarat yang bermakna) dan *significant communication* dalam menjelaskan bagaimana orang berbagi makna tentang simbol dan merefleksikannya. Ini berbeda dengan binatang, anjing yang menggonggong mungkin akan memunculkan reaksi pada anjing yang lain, tapi reaksi itu hanya sekedar insting, yang tidak pernah diantisipasi oleh anjing pertama. Dalam kehidupan manusia kemampuan mengantisipasi dan memperhitungkan orang lain merupakan cirikhas kelebihan manusia.

Jadi *the self* berkait dengan proses refleksi diri, yang secara umum sering disebut sebagai *self control* atau *self monitoring*. Melalui refleksi diri itulah menurut Mead individu mampu menyesuaikan dengan keadaan di mana mereka berada, sekaligus menyesuaikan dari makna, dan efek tindakan yang mereka lakukan. Dengan kata lain orang secara tak langsung menempatkan diri mereka dari sudut pandang orang lain. Dari sudut pandang demikian orang memandang dirinya sendiri dapat menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai suatu kesatuan.

Mead membedakan antara “*I*” (saya) dan “*me*” (aku). *I* (Saya) merupakan bagian yang aktif dari diri (*the self*) yang mampu menjalankan perilaku. “*Me*” atau aku, merupakan konsep diri tentang yang lain, yang harus mengikuti aturan main, yang diperbolehkan atau tidak. *I* (saya) memiliki kapasitas untuk berperilaku, yang dalam batas-batas tertentu sulit untuk diramalkan, sulit diobservasi, dan tidak terorganisir berisi pilihan perilaku bagi seseorang. Sedangkan “*me*” (aku) memberikan kepada *I* (saya) arahan berfungsi untuk mengendalikan *I* (saya), sehingga hasilnya perilaku manusia lebih bisa diramalkan, atau setidaknya tidak begitu kacau. Karena itu dalam kerangka pengertian tentang *the self* (diri), terkandung esensi interaksi sosial. Interaksi antara “*I*” (saya) dan “*me*” (aku). Disini individu secara inheren mencerminkan proses sosial.

Seperti namanya, teori ini berhubungan dengan media simbol dimana interaksi terjadi. Tingkat kenyataan sosial yang utama yang menjadi pusat perhatian interaksionisme simbolik adalah pada tingkat mikro, termasuk kesadaran subyektif dan dinamika interaksi antar pribadi.

Ternyata kita tidak hanya menanggapi orang lain, kita juga mempersepsi diri kita. Diri kita bukan lagi personal penanggap, tetapi personal stimuli sekaligus. Bagaimana bisa terjadi, kita menjadi subjek dan objek persepsi sekaligus? Diri (*self*) atau kedirian adalah konsep yang sangat penting bagi teoritisasi interaksionisme simbolik. Rock menyatakan bahwa “diri merupakan skema intelektual interaksionis simbolik yang sangat penting. Seluruh proses sosiologis lainnya, dan perubahan di sekitar diri itu, diambil dari hasil analisis mereka mengenai arti dan organisasi.”²⁸

Diri adalah di mana orang memberikan tanggapan terhadap apa yang ia tujukan kepada orang lain dan di mana tanggapannya sendiri menjadi bagian dari tindakannya, di mana ia tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri, tetapi juga merespon dirinya sendiri, berbicara dan menjawab dirinya sendiri sebagaimana orang lain menjawab kepada dirinya, sehingga kita mempunyai perilaku di mana individu menjadi objek untuk dirinya sendiri. Karena itu diri adalah aspek lain dari proses sosial menyeluruh di mana individu adalah bagiannya.

Mead menyadari bahwa manusia sering terlibat dalam suatu aktivitas yang didalamnya terkandung konflik dan kontradiksi internal yang mempengaruhi perilaku yang diharapkan. Mereka menyebut “konflik intrapersonal”, yang menggambarkan konflik antara nafsu, dorongan, dan lain sebagainya dengan keinginan yang terinternalisasi. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *self* yang juga mempengaruhi konflik intrapersonal, diantaranya adalah posisi sosial. Orang yang mempunyai posisi tinggi cenderung mempunyai harga diri dan citra diri yang tinggi selain mempunyai pengalaman yang berbeda dari orang dengan posisi sosial berbeda.²⁹

Bagian terpenting dari pembahasan Mead adalah hubungan timbal balik antara diri sebagai objek dan diri sebagai subjek. Diri sebagai objek ditunjukkan oleh Mead melalui konsep “*me*”, sementara ketika sebagai subjek yang bertindak ditunjukannya dengan konsep “*I*”. Ciri utama pembeda manusia dan hewan adalah bahasa atau “simbol signifikan”. Simbol signifikan haruslah merupakan suatu makna yang dimengerti bersama, ia terdiri dari dua fase, “*me*” dan “*I*”. Dalam konteks ini “*me*” adalah sosok diri saya sebagaimana dilihat oleh orang lain, sedangkan “*I*” yaitu bagian

²⁸ Ibid., 295

²⁹ Sindung Haryanto, *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga Postmodern* (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2012), 79–80.

yang memperhatikan diri saya sendiri. Dua hal itu menurut Mead menjadi sumber orisinalitas, kreativitas, dan spontanitas³⁰.

Kita tak pernah tahu sama sekali tentang "I" dan melalui itu kita mengejutkan diri kita sendiri lewat tindakan kita. Kita hanya tahu "I" setelah tindakan telah dilaksanakan. Jadi, kita hanya tahu "I" dalam ingatan kita. Mead menekankan "I" karena empat alasan. *Pertama*, "I" adalah sumber utama sesuatu yang baru dalam proses sosial. *Kedua*, Mead yakin, didalam "I" itulah nilai terpenting kita ditempatkan. *Ketiga*, "I" merupakan sesuatu yang kita semua cari perwujudan diri. *Keempat*, Mead melihat suatu proses evolusioner dalam sejarah dimana manusia dalam masyarakat primitif lebih didominasi oleh "Me" sedangkan dalam masyarakat modern komponen "I" nya lebih besar.³¹

"I" bereaksi terhadap "Me" yang mengorganisir sekumpulan sikap orang lain yang ia ambil menjadi sikapnya sendiri. Dengan kata lain "Me" adalah penerimaan atas orang lain yang di generalisir.

Sebagaimana Mead, Blumer berpandangan bahwa seseorang memiliki kedirian (*self*) yang terdiri dari unsur *I* dan *Me*. Unsur *I* merupakan unsur yang terdiri dari dorongan, pengalaman, ambisi, dan orientasi pribadi. Sedangkan unsur *Me* merupakan "suara" dan harapan-harapan dari masyarakat sekitar. Pandangan Blumer ini sejalan dengan gurunya, yakni Mead, yang menyatakan bahwa dalam percakapan internal terkandung didalamnya pergolakan batin antara unsur *I* (pengalaman dan harapan) dengan unsur *Me* (batas-batas moral).

Pemahaman makna dari konsep diri pribadi dengan demikian mempunyai dua sisi, yakni pribadi (*self*) dan sisi sosial (*person*). Karakter diri secara sosial dipengaruhi oleh "teori" (aturan, nilai-nilai dan norma) budaya setempat seseorang berada dan dipelajari melalui interaksi dengan orang-orang dalam budaya tersebut. Konsep diri terdiri dari dimensi dipertunjukkan sejauh mana unsur diri berasal dari sendiri atau lingkungan sosial dan sejauh mana diri dapat berperan aktif. Dari perspektif ini, tampaknya konsep diri tidak dapat dipahami dari diri sendiri. Dengan demikian, makna dibentuk dalam proses interaksi antar orang dan objek diri, ketika pada saat

³⁰ Wirawan, *Teori-Teori sosial dalam tiga paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, & Perilaku Sosial)*, 124.

³¹ George Ritzer and Douglas J Goodman. *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana, 2007), 286.

bersamaan mempengaruhi tindakan sosial. Ketika seseorang menanggapi apa yang terjadi di lingkungannya, ketika ia sedang menggunakan sesuatu yang disebut sikap.³²

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Di tingkat lain, menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tanggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk “aku” (*me*). Menurut pengertian individual ini masyarakat mempengaruhi mereka, memberi mereka kemampuan melalui kritik diri, untuk mengendalikan diri mereka sendiri. Sumbangan terpenting Mead tentang masyarakat, terletak dalam pemikirannya mengenai pikiran dan diri.

Sarana hubungan sosial yang diciptakan oleh manusia. Masyarakat terdiri atas sebuah jaringan interaksi sosial dimana anggota-anggotanya menempatkan makna bagi tindakan mereka dan tindakan orang lain dengan menggunakan simbol-simbol. Kita tidak dapat berkomunikasi tanpa berbagi makna dari simbol-simbol yang kita gunakan. Melalui jaringan sosial yang di ciptakan individu ini menciptakan sebuah pertukaran simbol-simbol dan menghasilkan pemaknaan.

Menurut Mead, keseluruhan sosial mendahului pemikiran individual baik secara logika maupun secara temporer. Bahwa kelompok sosial muncul lebih dahulu, dan kelompok sosial menghasilkan perkembangan keadaan mental kesadaran diri.

Tindakan hanya melibatkan satu tindakan, satu orang, tindakan sosial melibatkan dua orang atau lebih. Menurut Mead, gerak atau sikap isyarat adalah mekanisme dasar dalam tindakan sosial dan dalam proses sosial yang lebih umum. Sedangkan gesture adalah gerakan organisme pertama yang bertindak sebagai rangsangan khusus yang menimbulkan tanggapan (secara sosial) yang tepat dari organisme kedua. Isyarat menjadi simbol signifikan bila muncul dari individu yang membuat simbol-simbol itu sama dengan sejenis tanggapan yang diperoleh dari orang yang menjadi sasaran isyarat. Simbolik signifikan juga memungkinkan interaksi simbolik. Artinya orang dapat saling berinteraksi tidak hanya melalui isyarat tetapi juga melalui simbol.

Pada tingkat kemasyarakatan yang lebih khusus, Mead mempunyai sejumlah pemikiran tentang *pranata sosial* (*social institutions*). Secara luas, Mead mendefinisikan

³² Sindung Haryanto, *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga Postmodern*, 80

pranata sebagai “tanggapan bersama dalam komunitas” atau “kebiasaan hidup komunitas”. Secara lebih khusus, ia mengatakan bahwa, keseluruhan tindakan komunitas tertuju pada individu berdasarkan keadaan tertentu menurut cara yang sama, berdasarkan keadaan itu pula, terdapat respon yang sama dipihak komunitas. Proses ini disebut “pembentukan pranata”.

Pendidikan adalah proses internalisasi kebiasaan bersama komunitas ke dalam diri aktor. Pendidikan adalah proses yang esensial karena menurut pandangan Mead, aktor tidak mempunyai diri dan belum menjadi anggota komunitas sesungguhnya sehingga mereka tidak mampu menanggapi diri mereka sendiri seperti yang dilakukan komunitas yang lebih luas. Untuk berbuat demikian, aktor harus menginternalisasikan sikap bersama komunitas

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yakni suatu jenis penelitian dimana data yang diperoleh disajikan dalam bentuk kata-kata dan gambar bukan angka-angka³³. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

Subyek penelitian dan informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang berada di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mengetahui permasalahan yang sedang diteliti.

Fenomena *Food, Fun Dan Fashion* di Kalangan Mahasiswa UINSA

Dalam semangat globalisasi, perbedaan-perbedaan mulai menjadi hal yang tidak penting lagi. Semua umat manusia melihat manusia dari ras dan bangsa lain sebagai rekan yang saling menguntungkan dalam pergaulan internasional. Pergaulan-pergaulan manusia yang terjadi tidak lagi dibatasi oleh jarak dan waktu, melainkan dengan kemajuan teknologi, pergaulan manusia seakan tanpa batas dan pembentukan relasi individu antarbangsa dan antarnegara bukanlah hal sulit dilakukan. Hal ini salah satunya disebabkan oleh perubahan cara berkomunikasi dan perkembangan teknologi yang mendukungnya yang memungkinkan arus informasi mengalir dengan bebas dan sangat cepat.

³³ Lexy J, Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009),19

Akan tetapi, di sisi lain, globalisasi ini tampaknya mempunyai dampak negatif yaitu terjadinya kecenderungan homogenisasi budaya. Sedang budaya yang didominasi menjadi sesuatu “yang lain” (*the other*) yang dianggap memiliki posisi subordinat dan merepresentasikan kekunoan. Karena adanya satu budaya dominan yang dianggap benar dan merepresentasikan kekinian (*up to date*), maka segala macam produk budaya tersebut akan secara pelan-pelan mendominasi produk-produk budaya yang subordinat. Salah satu yang bisa dijadikan contoh dari peristiwa ini adalah munculnya fenomena gelombang *F3 (Food, Fashion, Fun)* atau makanan, fashion, dan hiburan.

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisplin serta sains dan teknologi. Sebagai kampus yang notabene menyelenggarakan pendidikan ilmu keislaman nyatanya banyak ditemukan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang terpengaruh oleh budaya populer (*Food, Fun dan fashion*). Salah satu faktornya adalah bertambahnya beberapa fakultas baru dimana dalam proses seleksi mahasiswa baru tentunya juga menambah kuota mahasiswa seiring dengan bertambahnya beberapa program studi di UIN Sunan Ampel. Selain itu jika diamati saat ini bahwasanya kendaraan yang umumnya digunakan mahasiswa adalah sepeda motor. Namun saat ini sering kali dilihat di parkir kampus UIN Sunan Ampel banyak sekali mahasiswa yang menggunakan mobil sebagai sarana transportasi untuk pergi ke kampus. Hal ini menunjukkan bahwa beralihnya status IAIN menjadi UIN berimplikasi pada bertambahnya minat mahasiswa baru untuk kuliah di UIN yang tentunya berasal dari latar belakang kelas ekonomi yang berbeda-beda.

Fenomena *Food* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menyioal seputar menikmati aneka jenis makanan yang suka dikonsumsi oleh mahasiswa. *Food* atau makanan bukan hanya kebutuhan konsumsi untuk bertahan hidup. Makanan jauh lebih dari sekedar zat bergizi yang menjaga ketahanan hidup. Makanan adalah tanda yang disusupi makna. Makanan merupakan kebutuhan bagi manusia sebagai energi untuk aktivitasnya sehari-hari.

Di era globalisasi saat ini yang mencakup proses yang sangat luas dan sifatnya sangat relatif, tergantung pada dimensi dan waktu terdapat gejala globalisasi dengan beberapa konsep, yaitu globalisasi virus, globalisasi kapitalisme McDonalisasi,

Amerikanisasi. Contoh restoran cepat saji di Indonesia. Saat ini makanan-makanan cepat saji sangat disukai oleh anak muda zaman sekarang karena tempat-tempat restoran makanan cepat saji asal Amerika seperti McDonald, A&W dan KFC itu merupakan tempat makanan yang memiliki simbol orang yang makan di tempat itu termasuk menunjukkan kelas sosialnya.

Fenomena mahasiswa saat ini kebanyakan ketika pergi kuliner mereka selalu update tempat dimana dia kuliner, dan tak jarang dari mereka yang memfoto makanan tersebut dan diunggah di media sosial seperti : BBM, Instagram dan Patch agar teman yang ada di medsos nya mengetahui aktivitasnya ketika kuliner.

Di Kota besar seperti Surabaya tentunya banyak sekali pusat perbelanjaan atau Mall yang tentunya punya daya tarik bagi konsumen untuk mengunjunginya. Hal ini juga dirasakan oleh Maksudatul seorang mahasiswa semester 5 yang lebih cenderung mengunjungi Mall ketika kuliner bersama teman-temannya .

Kalau saya sering ke Mall kayak Royal Plaza atau Cito untuk sekedar jalan-jalan sama temen-temen kuliah sekaligus ke food court yang memang banyak nyediain berbagai menu makanan cepat saji. Selain itu ya sekaligus shopping jika ada uang. Karena kayak di Royal plaza atau cito kan makananya harganya juga terjangkau mas dan lebih murah dari pada makan di Tunjungan Plaza atau di Grand city³⁴

Di kota-kota besar seperti Surabaya tentunya banyak sekali mall atau pusat perbelanjaan karena mall merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Banyak sekali mahasiswa yang suka nge-mall ada yang sekedar jalan-jalan ada pula yang shopping suatu barang tertentu, seperti yang dikatakan Maksudatul yang menyukai makan di Royal Plaza atau di Cito dibandingkan dengan Mall yang lain karena harganya terjangkau terutama untuk kantong mahasiswa.

Banyaknya makanan cepat saji di Kota Surabaya seperti KFC juga membuat mahasiswa tertarik untuk mendatangnya. Salah satu mahasiswa bernama Santi mengaku sering mendatangi makanan siap saji di KFC bersama teman-temannya ketika berkumpul bersama.

Tempat kumpul sama genks biasanya di KFC , menurutku di KFC nggak harus beli makanan. Kebanyakan temen-temen ketika tongpes Cuma nge-float aja di KFC sambil ngobrol bersama atau sekedar nongkrong aja.³⁵

³⁴ Hasil wawancara dengan Maksudatul (mahasiswa) pada tanggal 14 Desember 2016

³⁵ Hasil wawancara dengan Santi (mahasiswa) pada tanggal 19 Desember 2016

Dengan demikian sekelompok mahasiswa ketika nongkrong atau lagi kumpul bersama teman-temannya ada yang suka mengunjungi KFC, mereka ada yang memesan makanan tapi kebanyakan juga Cuma nge- Float sambil berdiskusi bersama dengan temannya. Float merupakan jenis minuman yang disediakan di restoran siap saji KFC yang memiliki berbagai aneka macam rasa.

Makanan cepat saji merupakan makanan yang mudah dijumpai di berbagai tempat, makanan siap saji juga sering menjadi pilihan setiap orang karena makanan ini mudah diolah dan tidak memerlukan banyak waktu untuk membuatnya, sebagai konsumen yang ingin serba instan terkadang kurang cermat melihat atau mencari kandungan bahan yang terdapat dalam makanan siap saji, hal ini menyebabkan konsumen tidak mengetahui kandungan dalam makanan tersebut apakah halal atau tidak.

Kalau saya ketika mau mengonsumsi suatu makanan, tentunya liat dulu mas, apakah makanan itu benar-bener halal atau enggak. Kan sekarang banyak makanan cepat saji yang menggunakan minyak babi untuk penyedap rasa. Makanya kita perlu selektif dalam memilih makanan.³⁶

Menurut pendapat Dimas, dalam hal konsumsi makanan terutama makanan cepat saji saat ini diperlukan sikap selektif dan berhati-hati terhadap makanan yang akan kita konsumsi berdasarkan halal atau haramnya makanan tersebut. Karena makanan siap saji saat ini terkadang menggunakan minyak babi untuk memperkuat cita rasanya agar enak untuk di konsumsi.

Di era globalisasi saat ini, Fenomena *fun* di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya biasanya berkaitan dengan kesenangan-kesenangan ataupun berkaitan dengan gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya. Tergantung pada bagaimana orang tersebut menjalaninya. Jika dilihat kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel salah satu perguruan tinggi yang terletak di kota Surabaya yang merupakan kota metropolitan dimana di kota tersebut dilengkapi dengan fasilitas, infrastruktur yang memadai. Kota Surabaya yang juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, pendidikan, pusat supplier dan

³⁶ hasil wawancara dengan Dimas (mahasiswa) pada tanggal 19 Januari 2017

distributor bagi banyak komoditas jasa dan perdagangan di Jawa Timur serta wilayah Indonesia bagian timur, maka tak heran jika mahasiswa UIN Sunan Ampel banyak yang menyukai gaya-gaya kekinian yang merupakan bagian dari budaya populer.

Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang terletak di Kota Surabaya yang merupakan kota Metropolitan tentunya di terdapat berbagai pusat perbelanjaan seperti banyak sekali Mall-mall yang ada di kota tersebut. Hal ini juga dirasakan oleh sekelompok mahasiswa yang memiliki waktu luang dan mengisi waktu luang mereka untuk jalan-jalan ke Mall. Dari penuturan salah seorang informan yang memiliki banyak waktu luang di luar kegiatan belajar mereka. Untuk itu mereka lebih suka menghabiskan waktunya dengan jalan-jalan di mall.

Biasanya pas akhir pekan untuk ngisi waktu luang aku sama temen-temen pergi ke mall terkadang Cuma sekedar jalan-jalan sih. Kadang juga suka main time zone di Royal plaza³⁷

Dari penjelasan Rohma bahwasanya dia bersama dengan teman-temannya untuk mengisi waktu luang ketika akhir pekan. Sering kali mengunjungi Mall untuk sekedar jalan-jalan dan terkadang bermain di area bermain *time zone* di Royal Plaza.

Mall adalah sebuah tempat publik yang sepiintas lalu difungsikan hanya sebagai pusat kegiatan jual beli komoditi modern masyarakat perkotaan. Kota-Kota besar seperti Kota Surabaya tentunya terdapat beberapa Mall dengan bangunan megah dan besar yang biasanya terletak di tempat strategis ataupun di pusat kota. Mall selalu di identikkan dengan pusat perbelanjaan atau aktivitas berbelanja (*shopping*).

Salah satu kesenangan yang sering di kunjungi mahasiswa adalah nonton di Bioskop, di Surabaya tempat nonton bioskop banyak sekali biasanya di dalam Mall-mall ada tempat bioskop seperti Bioskop 21 (*twenty one*) yang ada di berbagai Mall di Surabaya seperti: Bioskop Royal Plaza 21, Bioskop Delta XXI, Bioskop Sutos XXI, Bioskop Tunjungan Plaza XXI dan Bioskop Cito XXI

Bagi seorang penikmat film yang menyukai kesenangan nonton bioskop akan selalu update tentang film-film yang baru dirilis baik film genre horror, genre romantic, genre komedi maupun yang bergenre action. Kebanyakan anak muda sekarang menyukai film yang bertemakan percintaan. Biasanya ketika film yang mereka sukai baru dirilis dan tayang perdana di Bioskop pastinya sangat ramai

³⁷ Hasil wawancara dengan Rohma (mahasiswa) pada tanggal 29 Desember 2016

pengunjung bahkan tidak jarang dari mereka yang rela antri berdesakan ketika membeli tiket.

Aku suka nonton film-film yang temanya percintaan seperti film Ada apa dengan cinta karena aku suka film percintaan sih, ketika itu film ini nge-hits banget jadi kalau gak ikutan nonton entar di bilang temen-temen kudet³⁸

Menurut Nur Aini dia menyukai nonton film yang bertemakan percintaan seperti film dengan judul “Ada Apa Dengan Cinta” yang menurutnya film ini populer ketika awal dirilis. Salah satu alasannya nonton film itu biar tidak dikatakan kudet alias kurang update oleh teman-temannya.

Aku biasanya nonton di bioskop rame-rame sama temen-temen, janji dulu kalo mau nonton dan kadang nonton di Bioskop twenty one di Cito. Alasanku nonton itu menurutku nonton film bisa memberikan hiburan tersendiri dan me-refreshing-kan pikiran dari aktivitas dan tugas perkuliahan.³⁹

Di era globalisasi dunia fashion selalu berubah-ubah dari model yang satu ke model yang lain. Fashion merupakan salah satu yang membawa pengaruh besar dalam globalisasi. Oleh karena itu, perkembangan fashion selalu menarik sehingga banyak orang yang selalu ingin mengikuti trend, khususnya kaum remaja atau anak muda. Hal ini juga dapat dilihat dari fenomena fashion dikalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang mulai terpengaruh dari globalisasi dan mengikuti trend. Fashion merupakan istilah umum untuk gaya populer atau praktek, khususnya di pakaian, alas kaki, aksesoris, *make up*, atau furnitur. Fashion itu setiap mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu atau pada tempat tertentu.

Perkembangan fashion, model busana, rancangan pakaian, gaya kostum dan lain-lain di Indonesia sudah sampai titik yang mengesankan. Ini bisa dilihat dengan begitu maraknya yang menjual dan mengiklankan macam-macam gaya fashion. Tak ketinggalan juga di sepanjang jalan pun banyak sekali toko-toko yang memajang display gaya-gaya fashion yang begitu variatif.

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi di Surabaya yang menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisplin serta sains dan teknologi tentunya di kampus yang menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman pastinya di dalamnya terdapat sebuah peraturan yang mewajibkan mahasiswinya untuk menggunakan jilbab atau hijab ketika proses

³⁸ Hasil wawancara dengan Nur Aini (mahasiswa) pada tanggal 12 Desember 2016

³⁹ Hasil wawancara dengan Ana faizati (mahasiswa) pada tanggal 9 Desember 2016

perkuliahan di kampus. Maka dari itu tentunya akan muncul fenomena hijab di kalangan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya

Mengenai fashion jilbab atau hijab di kalangan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dapat di kategorikan menjadi dua macam : Kelompok pertama mahasiswi yang berbusana dan berjilbab syar'i dan kelompok kedua mahasiswa yang berbusana dan berhijab yang *fashionable*.

Kelompok pertama, di kelompok ini terdapat beberapa mahasiswa yang menggunakan yang berbusana dan berjilbab syar'i

Ketika kuliah pastinya ya makai hijab mas, kan kita kuliah di UIN yang notabene kampus islam. Meskipun di luar kampus saya ya nggak pernah ngelepas hijab mas karena sejak sekolah di bangku sekolah dasar ibu saya sudah menyuruh saya makai jilbab.⁴⁰

Kelompok kedua, beberapa Mahasiswa yang berbusana dan berhijab dengan elegan dan fashionable. Hijab merupakan kata yang sudah tidak asing lagi untuk kita dengar di era globalisasi dan zaman modern seperti sekarang ini. Saat ini, hijab merupakan suatu fashion yang sangat diminati di kalangan masyarakat dengan model yang simple serta mudah digunakan, apalagi dengan ada nya berbagai tutorial untuk mengenakan hijab dengan berbagai model sehingga banyak para wanita yang berlomba-lomba untuk mempercantik diri dengan menggunakan hijab, dan sekarang banyak bermuculan komunitas-komunitas *hijabers* yang menjadi tempat berbagi cerita, pengalaman, maupun meng-update model hijab terbaru masa kini.

Bagi saya berjilbab bukan berarti kita harus tampil kampungan, jilbab juga bisa modis apalagi sekarang kan lagi maraknya jilbab yang di modifikasi yang banyak diartikan dan disebut hijab karena ada suatu kondisi dimana kita yang berjilbab juga ingin tampil dengan suasana yang berbeda, seperti jika kita berada di luar kampus misalnya, pergi ke mall atau kumpul sama teman.⁴¹

Faktor Budaya *Food, Fun Dan Fashion* Dikalangan Mahasiswa UINSA

Adapun faktor penyebabnya. Pertama karena lingkungan dari seorang individu. Selain itu, pada penelitian ini ditemukan adanya pengaruh media sosial. sebagai sarana komunikasi massa. Kedua hobi dari seseorang. Membuat orang tersebut terdorong untuk melakukan gaya hidup tertentu. Ketiga faktor ekonomi keluarga. Pada

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Maksudatul (mahasiswa) pada tanggal 14 Desember 2016

⁴¹ Hasil wawancara dengan Santi (mahasiswa) pada tanggal 19 Desember 2016

masyarakat yang kelas menengah atas, tentu akan berbeda gaya hidupnya dengan masyarakat menengah kebawah. Artinya kelas sosial ekonomi mempengaruhi.

Kesimpulan

Fenomena budaya *Food, fun dan fashion* yang terjadi dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mahasiswa yang mencicipi budaya Food, fun, dan fashion tersebut lebih mementingkan simbol-simbol akan prestise, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan lainnya yang sifatnya performances agar dirinya dimaknai orang lain yang memaknai simbol-simbol tersebut merupakan budaya yang populer yang kekinian dan terlihat mengikuti mode masa kini.

UIN Sunan Ampel (UINSA) yang terletak di Kota Surabaya, Ibu kota provinsi Jawa Timur. Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta, kota Metropolitan dengan beberapa keanekaragaman yang kaya dan saat ini juga telah menjadi pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di Indonesia. Tentunya juga membuat mahasiswa UIN Sunan Ampel mengikuti model kekinian atau budaya yang lagi populer di perkotaan. Jika dilihat saat ini banyak sekali mahasiswa yang penampilan busananya fashionable dan kekinian. Jika dilihat, mahasiswa yang mengikuti budaya populer yakni budaya *food, fun dan fashion*. Dari fenomena *food, fun dan fashion* yang menggambarkan seputar menikmati aneka jenis makanan dimaksud, jenis kesenangannya dan gaya fashionnya, tampak terlihat ke dalam tiga kelas yakni mahasiswa kelas atas (*upper class*), mahasiswa kelas menengah (*middle class*) dan mahasiswa kelas bawah (*low class*).

Ada beberapa factor penyebab dan yang mempengaruhi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mengikuti budaya *food, fun dan fashion* antara lain: Faktor Lingkungan, Faktor pengaruh dari media sosial, Faktor Hobbi serta Faktor keluarga dan ekonomi. mahasiswa yang mengikuti budaya populer (F3). Dari fenomena *food, fun and fashion* yang menggambarkan seputar menikmati aneka jenis makanan. jenis kesenangannya dan gaya fashionnya, tampak terlihat ke dalam tiga kelas yakni mahasiswa kelas atas (*upper class*), mahasiswa kelas menengah (*middle class*) dan mahasiswa kelas bawah (*low class*).

Ada beberapa faktor penyebab dan yang mempengaruhi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mengikuti budaya *food, fun dan fashion* antara lain: Faktor Lingkungan, Faktor pengaruh dari media sosial, Faktor Hobbi serta Faktor keluarga dan ekonomi.

Referensi

- Anwar, Yesmil. *Sosiologi Untuk Universitas*. Bandung: PT Refika Aditama, 2013
- Ardianto, Elvinaro Lukiati Komala, and Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Arisandi, Herman. *Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi Dari Klasik sampai Modern*. Yogyakarta: IrciSod, 2015
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003
- Berger, Artur Asa. *Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2004
- Burton, Greame, *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : Jala Sutra, 2014
- Chaney, David, *Life styles sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jelasutra, 1996
- Danesi, Marcel. *Pesan tanda dan makna*. Yogyakarta : Jelasutra, 2012.
- Fiske, John. *Memahami budaya populer*. Yogyakarta: Jelasutra, 2011.
- Haryanto, Sindung. *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga Postmodern*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012
- Ibrahim, Idy Subandy. *Budaya populer sebagai komunikasi*. Jelasutra: Yogyakarta, 2011
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya, 2000
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.