

**PENGGUNAAN PLAZA BAGI REMAJA SEBAGAI
REALITAS SIMBOLIK
(Studi Kasus Plaza Andalas Padang)**

SKRIPSI

Oleh

**AKDILA BULANOV
BP. 05 191 049**



**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2010**

ABSTRAK

AKDILA BULANOV. BP. 05191049. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: Penggunaan Plaza Bagi Remaja sebagai Realitas Simbolik di Plaza Andalas Padang. Pembimbing I Prof. Dr. Afrizal, M.A dan Pembimbing II Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si. Tebal Skripsi: 80 halaman.

Secara sosiologi, pasar tidak hanya sebagai *price-making mechanism*, tetapi juga sebagai sebuah tempat belanja yang memiliki makna sosial-ekonomi, budaya dan politik yang membentuk sebuah relasi sosial. Selain itu sosiologi juga memandang pasar sebagai fenomena sosial yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Perkembangan bentuk pasar sejalan dan berkaitan erat dengan pola kehidupan masyarakat. Secara sosio-kultural akibat dari kuatnya penggunaan plaza, telah mengakibatkan remaja kehilangan identitas budaya, ekonomi, sosial, dan agamanya. Mereka hanya memainkan peran korban dari sekian korban yang ada akibat ganasnya gejala-gejala tersebut.

Dalam penelitian ini digunakan teori interaksionalisme simbolik. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tipe penelitiannya deskriptif. Dalam pengumpulan data digunakan teknik observasi dan wawancara mendalam. Pemilihan informan dengan menggunakan *purposive sampling* (secara sengaja). Unit analisisnya adalah remaja yang pernah berkunjung ke Plaza Andalas Padang. Analisis data menggunakan metode deskriptif yakni data yang diperoleh dilapangan disusun secara sistematis dan disajikan secara deskriptif, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih tajam tentang fenomena yang terjadi dan akhirnya dapat memberi kesimpulan. Data yang didapat dianalisa dengan teknik triangulasi yakni sebagai pembanding dari data yang didapat remaja yang menggunakan Plaza Andalas sebagai realitas simbolik.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Plaza Andalas (PA) adalah perbelanjaan gaya hidup terkini yang ada di Padang. PA didedikasikan sepenuhnya untuk belanja, hiburan, dan rekreasi. Oleh sebab itu, semua fasilitas tersebut telah memunculkan kesan sebuah tempat berbelanja yang bukan saja memberikan tawaran gaya dan membawa citra dari sebuah gengsi tersendiri. Bahkan bagi yang sudah tahu, PA bukanlah tempat asing untuk konsumen atau siapa pun yang ingin berburu fashion berkualitas sekaligus gaya. Remaja biasanya mengunjungi PA 2-3x setiap bulan bersama-sama teman sebaya, bersama keluarga. Adapun kegiatan remaja di PA yaitu berekreasi, berbelanja, main game. Alasan-alasan remaja menggunakan PA untuk melakukan aktifitas tertentu dikarenakan PA nyaman, barang-barang yang ada di PA sesuai dengan mode atau trend saat sekarang ini, PA memberikan suasana khusus yang lebih santai, bebas, aman, nyaman dan tanpa tekanan. Plaza Andalas memiliki nilai yang bagi informan dianggap sebagai tempat yang dikunjungi oleh orang-orang yang moderen. Plaza Andalaspun dijadikan untuk menunjukkan status sosial mereka terhadap orang lain. Remaja lebih memilih Plaza Andalas juga taklepas dari

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar merupakan suatu lembaga yang penting dan merupakan salah satu penggerak dinamika kehidupan sosial-ekonomi dalam ekonomi pasar. Berfungsinya lembaga pasar tersebut sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh berbagai pihak (Damsar, 1997: 10).

Pasar sebagai institusi ekonomi, tidak terlepas dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli. Di dalam pandangan ekonomi klasik seperti Adam Smith, Pasar dilihat bersinonim dengan tempat berjualan (*market place*) maupun sebagai suatu daerah geografis tertentu (Damsar, 2005: 4).

Berjalannya sebuah pasar sangat ditentukan oleh berbagai aktor yang terlibat di dalam pasar tersebut. Aktor di dalam pasar tidaklah homogen, oleh sebab itu tipologinya juga berbeda pada jenis tingkat perkembangan serta lingkungan sosial budaya pasar (Damsar, 2005: 54-55).

.Ekonomi pasar tersebut, menurut Polanyi (1957: 68), merupakan suatu sistem ekonomi yang dikontrol, diatur, dan diarahkan oleh pasar. Bahkan peraturan dalam produksi dan distribusi barang dipercayakan kepada mekanisme pasar tersebut (dalam Damsar, 1997: 84).

Berbeda dengan makna yang diberikan oleh ahli ekonomi, para sosiolog memberikan makna yang lain terhadap pasar. Pasar tidak hanya dipandang sebagai penentu harga, tetapi juga sebagai sebuah tempat yang memiliki makna

sosial-ekonomi, budaya dan politik yang membentuk sebuah relasi sosial. Selain itu sosiologi juga memandang pasar sebagai fenomena sosial yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan (Damsar, 2005 : 5).

Menurut Slater dan Tonkiss, terdapat 6 karakteristik pasar sebagai sebuah tempat (dalam Nugroho, 200: 9-13), yaitu:

1. Sebagai tempat berlangsungnya komunikasi: seperti komunikasi politik, sosial, religi, bahkan terminologi komersial.
2. Sebagai tempat sentralisasi sosial.
3. Sebagai tempat kompleksitas *local-urban governance*.
4. Sebagai hubungan cultural, identitas, dan kekuasaan lokal, dimana masyarakat dengan mudah menyerap saling hubungan dan perubahan yang terjadi.
5. Sebagai tempat yang memiliki aturan sendiri (*Highly Regulate*).
6. Sebagai milik orang banyak atau umum (*publicnes*): dimana setiap orang mengaksesnya ke sana, tetapi sesuai dengan sumber daya yang dimiliki.

Dalam dunia ekonomi pasar terdapat berbagai klasifikasi metode penjualan komoditas. Salah satunya dengan cara eceran. Cara eceran ini sering dikenal orang dengan bisnis ritel. Seorang ritel atau peritel adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat. Peritel perorangan atau peritel kecil terdiri dari beberapa jumlah gerai yang bervariasi, mulai dari memiliki satu gerai hingga memiliki beberapa gerai. "Gerai" adalah tempat

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan:

Penggunaan Plaza Andalas oleh Remaja

Plaza Andalas (PA) adalah perbelanjaan gaya hidup terkini yang ada di Padang. PA didedikasikan sepenuhnya untuk belanja, hiburan, dan rekreasi. Sebagai tempat berbelanja gaya hidup baru, PA merupakan perpaduan unik antara seni, retail dan hiburan dengan arsitektur modern, konsep retail yang inovatif, fasilitas hiburan dan beragam restoran kelas atas. Semua fasilitas tersebut memunculkan kesan sebuah tempat berbelanja yang bukan saja memberikan tawaran gaya dan membawa citra dari sebuah gengsi tersendiri. Bahkan bagi yang sudah tahu, PA bukanlah tempat asing untuk konsumen atau siapa pun yang ingin berburu fashion berkualitas sekaligus gaya.

4.1.1 Kebiasaan Remaja Mengunjungi Plaza Andalas

a. Bersama-sama Teman Sebaya

Interaksi remaja saat ini membawa perubahan terhadap gaya hidup mereka yakni, gaya penampilan, pergaulan sehari-hari, pergaulan dengan lawan jenis dan cara mereka mengisi waktu luang dengan berkumpul bareng bersama teman-temannya, dan jalan-jalan ke Plaza. Remaja biasanya berkunjung ke Plaza secara berombongan bersama teman-teman sebaya yang dekat rumah atau teman-teman sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal. 2005. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif: Dari Penulisan sampai Penulisan Laporan*. Padang: Laboratorium Sosiologi FISIP Unand.
- Brinkerhoff dan White. 1989. *Essencial of Sociology*. New York: University of Nebraska-Lincoln.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- . 2005. *Sosiologi Pasar*. Padang: Laboratorium Sosiologi FISIP Unand.
- Featherstone, Make. 2005. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Johnson, Doyle Paul. 1987. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern I. (terj)*. Jakarta. Gramedia.
- Koentjaraningrat. 1990. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lucy, Celia. 1998. *Budaya Konsumen. (terj)*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Moleong, Lexy, J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rasda Karya.
- M. Poloma, Margaret. 2001. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Nasution, S. 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsitu.
- Nugroho, Heru. 2001. *Uang, Rentenir dan Hutang piutang di Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Poloma, M. Margaret. 1994. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ritzer, George. 1990. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.