**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Mall Panakukang merupakan salah satu mall yang terbesar dan terlengkap di kota Makassar. Mall ini banyak dikunjungi oleh berbagai macam usia, mulai dari balita, anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua karena Mall Panakukang merupakan salah satu wisata belanja dan permainan paling lengkap buat masyarakat kota Makassar. Mall Panakukang difasilitasi berbagai macam perbelanjaan, makanan, tempat nongkrong, bioskop dan sebagainya. Inilah yang menyebabkan banyak masyarakat yang menghabiskan waktu di Mall Panakukang. Tidak terkecuali remaja perempuan yang sangat menghabiskan waktunya di mall ini karena kebutuhan tentang fashion ada di Mall Panakukang. Karena remaja perempuan rasa kepekaan terhadap sesuatu yang dianggap populer akan meningkatkan stimulus.[[1]](#footnote-2) Masa remaja adalah periode dimana seseorang mulai bertanya-tanya mengenai berbagai fenomena yang terjadi dilingkungan sekitarnya sebagai dasar pembentukan diri mereka. Bahwa para remaja mulai membuat penilaian tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah populer yang berkenaan dengan lingkungan mereka. Misalnya politik, kemanusiaan, perang, keadaan sosial, dan sebagainya. Remaja tidak lagi menerima hasil pemikiran yang kaku, sederhana dan absolut yang diberikan pada mereka selama ini tanpa bantahan.[[2]](#footnote-3)

Di era modern dan globalisasi ini pengaruh *fun, food, fashion* sangat berpengaruh terhadap remaja yang ingin melampiaskan kehedonismenya.[[3]](#footnote-4)*fun* yakni bahagia, yaitu prinsip yang ada dalam remaja hidup hanya sekali sehingga mereka melakukan aktivitasnya tanpa mengenal waktu. Inilah yang banyak dikampanyekan oleh kaum hawa yang ada di Mall Panakukang, seperti yang ada di tempat karaoke Nav, Bioskop XXI, Time zone dan lain sebagainya. *Food* adalah makanan, di Mall Panakukang ada beberapa tempat makan yang sering di nongkrongin dan dikunjungi oleh para remaja yakni seperti Kfc, Pizza Hut, Solaria, D’cost, Excelso, Roppan, The Coffe Bean dan lain sebagainya. *Fashion* atau biasa di kenal dengan gaya busana*.* Ini jugalah yang menjadi dasar mengapa banyak remaja perempuan yang berbelanja yang berhubungan dengan fashion di Mall karena kualitas barang yang ada di Mall dengan pasar-pasar tradisional sangatlah berbeda. Di Mall Panakukang ada beberapa tempat perbelanjaan yang banyak di datangi oleh para remaja, diantaranya yaitu seperti di Planet surf, Logo, Chanel, Elizabeth, Gosh, Matahari dan tempat perbelanjaan lainnya yang ada di Mall Panakukang. Semua itu karena mereka ingin menampilkan sesuatu yang terbaik dalam dirinya.

Belanja merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat. Namun, kaum kapitalis[[4]](#footnote-5) memberikan cara baru untuk mengedarkan produksi yang dilakukan sehingga banyak remaja yang berbelanja khusunya remaja perempuan. Inilah yang menjadi dasar mengapa para remaja sering berbelanja di Mall Panakukang karena mereka ingin mencari jati diri mereka.

Dalam kegalauan pencarian identitas diri ini, kita benar-benar hidup ibarat mengarungi sebuah pasar, dengan begitu banyak kemungkinan yang ditawarkan dan model gaya hidup yang saling bersaing. Memang tidak akan sepenuhnya tenggelam dengan pasang surut gaya hidup. Tapi mungkin saja terombang-ambing dipermukaan. Kondisi ini sudah cukuplah membuat terengah-engah. Fantasmogaria psikologis ini terus mencari suatu gaya diantara *bejibun* gaya. Yakni, suatu cara menata eksistensi sesorang, yang di yakini sesuai dengan temperamen serta lingkungannya yang khusus.[[5]](#footnote-6)

Masa remaja merupakan masa perubahan atau peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial.

Alasan yang mendasar mengapa perempuan remaja datang ke mall adalah karena mereka ingin mendapatkan jati diri mereka, mereka ingin memfokuskan dirinya untuk pencarian jati diri, sehingga mereka datang ke mall. Banyak faktor khusus yang membuat remaja datang ke mall. Budaya konsumtif merupakan hal yang sangat mendasar bagi remaja perempuan. Remaja ingin mengikuti para idolanya, adapun kebiasaan, menyukai sesuatu yang baru, obsesi, dan pamer gaya hidup.

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dan orang lain. Dalam perburuan akan gaya, seseorang senantiasa mencari “pahlawan-pahlawan” untuk ditokohkan dan ditiru. Pencarian gaya ini adakalanya menggelisahkan, kadangkala menyakitkan, dan tak jarang pula menggairahkan. Para pencari gaya ibarat perempuan yang membolak-balik halaman mode di majalah populer untuk menemukan pola busana yang cocok untuk tampil menawan. Atau ibarat pria yang membolak-balikkan halaman majalah model rambut yang terkini disebuah salon khusus pria untuk mencari potongan rambut yang dianggap trendi.[[6]](#footnote-7)

Dengan demikian, bahwa gaya hidup adalah gaya anak remaja perempuan sehingga banyak para remaja yang rela melakukan apapun untuk melampiaskan kehedonisannya. Hal ini yang menjadikan remaja perempuan berperilaku seorang komsumtif sehingga mall dijadikan sebagai tempat belanja maupun nongkrong buat mereka. Mereka yang belanja ataupun nongkrong di mall adalah gaya hidup buat remaja perempuan.

Masalah gaya hidup dengan stylisasi kehidupan, menegaskan bahwa praktik-praktik komsumsi, perencanaan, pertunjukan benda-benda dan pengalaman konsumen dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipahami sekedar dengan berbagai konsepsi tentang nilai tukar dan kalkulasi rasional.[[7]](#footnote-8) Jadi gaya hidup bagi remaja perempuan adalah sesuatu hal biasa buat mereka. Namun, disisi lain mempunyai dampak yang sangat besar buat kehidupan mereka.

Gaya hidup remaja perempuan di Mall Panakukang merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan buat kehidupan mereka padahal sangat terbalik dengan kondisi ekonomi yang ada sekarang. Inilah yang menjadi patokan penelitian ini mengapa remaja perempuan banyak melakukan aktivitas kehidupan sosial di Mall Panakukang. Padahal banyak tempat yang bisa mereka lakukan aktivitas belanja yakni pasar dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus “Mall Dan Gaya Hidup Bagi Remaja Perempuan Di Makassar (Studi Kasus Mall Panakukang)” semoga penelitian ini dapat memberikan konstribusi yang besar buat pemahaman terhadap kehidupan sosial buat para remaja di Kota Makassar.

1. **Rumusan masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apa sajakah tujuan remaja perempuan sering berkunjung ke Mall Panakukang Kota Makassar?
2. Bagaimana perilaku remaja perempuan yang sering berkunjung ke Mall Panakukang Kota Makassar?
3. Apakah dampak terhadap kunjungan remaja perempuan sering berkunjung ke Mall Panakukang?
4. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sebenarnya adalah menjawab rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tujuan remaja perempuan sering berkunjung ke Mall Panakukang Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui perilaku remaja perempuan yang sering berkunjung ke Mall Panakukang Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui apakah dampak terhadap kunjungan remaja perempuan sering berkunjung ke Mall Panakukang Kota Makassar.
4. **Manfaat Penelitian**
5. Manfaat Teoritis
6. Sebagai bahan masukan dan untuk menambah pengetahuan atau disiplin ilmu bagi semua pihak terutama untuk jurusan Pendidikan Antropologi sebagai acuan penelitian yang akan meneliti tentang Mall dan gaya hidup remaja perempuan Kota Makassar selanjutntnya.
7. Sebagai bahan informasi khususnya bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengadakan tinjauan mengenai Mall dan gaya hidup remaja perempuan Kota Makassar.
8. Manfaat Praktis
9. Memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya kepada remaja perempuan tentang Mall dan gaya hidup.
10. Sebagai masukan bagi remaja perempuan tentang pemahaman Mall dan gaya hidup.

1. Stimulus adalah hal-hal yang merangsang terjadinya sesuatu seperti pikiran, perasaan, perilaku, dll. [↑](#footnote-ref-2)
2. http//resipatory.unhas.ac.id/.....bab%’201.docxdiunggahtanggal21februari2015pukul11.51wita. [↑](#footnote-ref-3)
3. Hedonisme adalah suatu etika yang berhubungan dengan perasaan kesenangan, kepuasan, kenikmatan. Dimana ketika seseorang memiliki etika ini dia selalu menganggap bahwa apapun yang membawa kesenangan itu adalah benar. [↑](#footnote-ref-4)
4. Kapitalis adalah kaum yang bermodal atau orang yang bermodal besar. [↑](#footnote-ref-5)
5. Chaney, David, 1996. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra. Hlm 15. [↑](#footnote-ref-6)
6. *Ibid* [↑](#footnote-ref-7)
7. Featherstone, Mike, 2008. *Postmoderisme Dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Hlm 204. [↑](#footnote-ref-8)