

Distro Sebagai Konstruksi Identitas Diri Remaja di Kabupaten Bantul

Oleh:

Dandi Setiawarman

E-mail: setiawarmand@gmail.com

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui konstruksi identitas diri remaja dan bentuk identitas yang di inginkan oleh remaja di Kabupaten Bantul dengan menggunakan produk distro. Metode penelitian adalah penelitian kualitatif. Populasi penelitian adalah seluruh remaja di Kabupaten Bantul. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sample* dan *snowball throwing*. Subjek penelitian adalah remaja di Kabupaten Bantul yang menggunakan produk distro. Sumber penelitian menggunakan sumber primer. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan model Milles dan Huberman, terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja melihat temannya menggunakan suatu pakaian yang dapat membuat temannya terlihat keren dan dipandang lebih dalam pergaulannya. Mulai dari hal tersebut tertanam niat untuk mengikuti dengan menggunakan produk distro. Maka remaja sudah mengkonsepkan atau menempatkan dirinya sendiri dalam pandangan bahwa distro ini dapat meningkatkan identitas mereka. Bentuk identitas remaja ini lebih terlihat percaya diri dalam kehidupan sehari-harinya, meneguhkan siapa mereka, serta mengenal siapa.

Kata Kunci: Produk distro, konstruksi identitas, identitas remaja

Distro as Construction of Youth Self Identity in Bantul District

Oleh:

Dandi Setiawarman

E-mail: setiawarmand@gmail.com

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

The purpose of this research is discovering the identity construction of teenagers/youths and the phase of identity which Teenagers want to be in Bantul district by wearing any kind of Distro's product. The research is using qualitative method. Research population is all teenagers of Bantul. Sampling technique is using purposive sample and snowball throwing. The source of research is teenager in Bantul district who wear distro's product. Primary source is used as source of research. Observation and interview are conducted as data collecting technique. Milles model and Huberman model are used as data analyzing technique, such as data reduction, data presentation, and verification. The result of the research showing that the teenager sees her friend using a dress that can make her friend look cool and be seen deeper in her association. At this rate the intention of following the Distro's product is begin. Thus, the teenagers can conceptualize or positioning themselves in the view that these distributions can enhance their identity. This form of adolescent identity looks become more confident in daily life, it can confirms and knows who they are.

Keyword: Product Distro, Identity Construction, Adolescent Identity

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, yang sangat memudahkan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Pada era dimana kita memudahkan oleh teknologi yang sudah berkembang pesat, tren *fashion* yang sedang populer dengan mudah dapat menyebar dikalangan masyarakat terutama dikalangan remaja. Tidak bisa dipungkiri bahwasanya hampir setiap remaja telah memiliki *gadget* yang memudahkan mereka untuk terhubung dengan dunia luar. Kaitannya dengan distro, dengan menggunakan internet *digadget* mereka, akan dengan mudah mengakses segala sesuatu mengenai *fashion* yang akan digunakan. Serta dengan internet ini remaja akan dengan mudah melihat tren *fashion* dunia yang sedang *hits* yang bukan tidak mungkin akan cocok dan digunakan oleh remaja tersebut. Salah satunya adalah banyak dibukanya distro atau toko pakaian yang khusus menjual pakaian-pakaian yang sedang menjadi hits atau sedang populer di kalangan remaja.

Distro lebih dipilih oleh remaja karena lebih menawarkan harga yang lebih murah serta desain-desain dari produk dan tata ruang distro yang lebih diperuntukkan kepada remaja. Remaja akan lebih memilih untuk pergi ke distro karena distro lebih mewakili remaja khususnya jika dibandingkan pusat perbelanjaan pakaian yang lainnya seperti *mall* dan *boutique*.

Pakaian pada saat ini dapat juga diartikan sebagai komunikasi, pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi, oleh karena itu, memilih pakaian di distro maupun dirumah, berarti mendefinisikan dan menggambarkan diri kita sendiri (Barnard,1996). Sekarang, banyak masyarakat terutama remaja yang lebih memilih pakaian-pakaian yang menjadi tren meskipun kadang tidak cocok dengan budaya Indonesia yang lebih ketimuran. Namun dengan remaja yang banyak dikatakan orang sedang berada pada masa dimana sedang mencari jadi diri mereka. Sehingga banyak dari remaja ini meniru segala sesuatu yang sedang tren dan populer pada saat ini karena mereka akan beranggapan bahwa dengan mengikuti tren mode yang sedang populer maka mereka akan di pandang lebih oleh masyarakat terutama oleh teman sepermainannya.

Pada masa remaja sebuah identitas diri merupakan keharusan dimana salah satunya adalah melalui eksistensi diri agar tetap bisa diperhatikan lingkungan. Identitas diartikan sebagai kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai seorang pribadi yang unik, memiliki keyakinan yang relatif stabil, serta memiliki peran penting dalam konteks kehidupan masyarakat (Ristianti, 2008). Penampilan yang merupakan tampilan luar individu sebagai simbol identitas merupakan

hal penting bagi remaja, dan penggunaan produk-produk distro merupakan wujud eksistensi diri remaja karena dirasa mewakili selera remaja, selain itu distro mampu membuat rasa nyaman sekaligus tampil keren sehingga mereka merasa percaya diri. Hal-hal tersebut yang mendorong mereka untuk menggunakan produk distro (Priatama, 2010 : 64).

Distro (*distribution outlet/distribution store*) pernah merajai Yogyakarta sebagai arena kaum muda mengekspresikan kediriannya dengan ideologi DIY-nya (*do-it-your self*) yang sangat kental dengan semangat kemandirian dan indie (*independen*) (Derajat, 2013). Pada saat ini, distro bukan hanya sebagai tempat untuk menjual pakaian *fashionable* yang sedang populer namun juga dapat menjadi salah satu indikator pembentuk identitas dari remaja ini. Distro ini sudah menjadi gaya hidup bagi para remaja ini. Kita dapat menemui ketika menjelang hari-hari besar seperti lebaran, maka distro-distro ini akan ramai oleh para konsumennya yang kebanyakan dari mereka adalah para remaja.

Berbagai macam distro ini berada di Yogyakarta dan beberapa kota besar lainnya. Produk-produk distro ini menyuguhkan produk-produk yang sangat menarik bagi remaja. Dengan desain dan model yang merupakan kreasi dari remaja juga yang hal tersebut pasti akan menjadi

suatu daya magnet tersendiri untuk menarik para konsumen-konsumen agar dapat membeli produk yang di tawarkan di distro ini. Dengan kreatifitas tersebut maka para pelaku itu dapat mendapatkan keuntungan yang jelas hal tersebut memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Tidak heran bahwa pada saat ini remaja-remaja di perkotaan telah banyak menggunakan barang distro yang melekat di tubuhnya.

Sudah bukan hal yang tabu lagi jika barang distro adalah barang yang wajib untuk dimiliki oleh masyarakat di perkotaan. Terutama di Yogyakarta ini yang terdapat banyak sekali pelajar karena di Yogyakarta sendiri memiliki banyak sekali sekolah serta Universitas. Dengan banyaknya remaja yang berada di kota Yogyakarta ini dan kebanyakan sekolah dan universitas ini berada di perkotaan besar di Daerah Istimewa Yogyakarta ini membuat para remaja ini memiliki akses untuk mendapatkan produk distro ini dengan mudah. Ketika mereka memiliki produk distro tersebut apakah mempengaruhi identitas diri yang bersangkutan. Sehingga peneliti tertarik dengan hal itu bagaimana pengaruh produk distro ini bagi remaja di daerah Bantul. Serta mencari bagaimana identitas yang sebenarnya di inginkan oleh para remaja ini dalam kehidupannya baik dengan keluarga maupun dengan lingkungan disekitarnya.

Permasalahan dalam penelitian ini

adalah konstruksi identitas diri remaja melalui pemakaian produk distron dan bentuk identitas diri yang diinginkan oleh remaja di Kabupaten Bantul dengan mengenakan produk distro. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konstruksi identitas diri remaja melalui pemakaian produk distron dan bentuk identitas diri yang diinginkan oleh remaja di Kabupaten Bantul dengan mengenakan produk distro. Manfaat penelitian untuk untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu Sosiologi Budaya, yang berkaitan dengan gaya hidup, identitas, status sosial, *pop culture*, dan kapitalisme. Serta untuk memberikan sebuah gambaran bagi remaja dalam menentukan *fashion* yang layak untuk mereka gunakan juga untuk memberikan gambaran bagi masyarakat terutama remaja.

Menurut Morris (dalam Ann Brooks, 1997), Ini berarti jika mengkaji budaya bukan bagaimana orang-orang berada dalam budaya yang di wariskan secara pasif atau tradisi, melainkan apa yang mereka lakukan dengan komoditas budaya yang mereka jumpai dan gunakan di dalam kehidupan atau praktik sehari-hari, dan dengan demikian apa yang mereka buat sebagai budaya. Pergeseran ini memungkinkan pendefinisian kembali secara krusial atas budaya pop bukan sebagai suatu stratum yang rendah dari praktik estetis, melainkan sebagai suatu

zona kontestasi sosial.

Subkultur-subkultur kaum muda berkomunikasi melalui tindakan konsumsi. Subkultur kaum muda lebih menaruh perhatian pertama dan utama pada konsumsi. Subkultur kaum muda adalah beragam budaya konsumsi yang menyolok mata, tipe konsumsi tertentu sangat ditolak mentah-mentah dan melalui ritual khas konsumsilah, melalui gaya, subkultur itu sekaligus menguak identitas “rahasiannya” dan mengomunikasikan maknanya yang terlarang (Storey, 2010).

Teori ideologi berbicara bahwa memunculkan kebutuhan palsu dan kebutuhan itu bekerja sebagai satu bentuk kontrol sosial. Orang tidak lagi mengenal diri mereka sendiri tetapi justru mengenal diri mereka dalam wujud komoditas atau jiwa manusia ada di dalam komoditas yang dikonsumsi. Manusia dibentuk oleh visualisasi iklan kemudian iklan mendorong kebutuhan palsu seperti keinginan untuk menjadi jenis orang tertentu, mengenakan pakaian tertentu, memakan makanan tertentu, menggunakan barang-barang khusus dan sebagainya (Poloma, 2010).

Gaya hidup sendiri menurut Kamus Sosiologi diartikan sebagai pola tingkah laku dan budaya atau kebiasaan yang berbeda antara orang satu dengan yang lainnya (Haryanto, 2012). Menurut Chaney (1996) ada tiga hal yang menjadi karakteristik gaya hidup, yakni:

masyarakat.

Pada era postmodern, *fashion* dan kosmetik membawa kebebasan baru dalam melakukan eksperimen dan pertunjukan. Kebudayaan konsumen merupakan sebuah arena bagi partisipasi dan kesenangan perempuan, merupakan sebuah jalan untuk mengembangkan berbagai subjektivitas bagi perempuan dari pekerjaan ke waktu luang yang menjamin perempuan untuk merasa bebas dari kewajiban-kewajiban pada waktu luang yang singkat (Gamble, 2010).

Aktivitas membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia dengan dasar pertimbangan yang rasional atau melakukan kalkulasi untung dan rugi, mencari komoditas harga terendah. Kenikmatan dan kesenangan yang dilakukan masyarakat yang irasional dan penuh tekanan (paksaan), tidak fokus pada kemanfaatan nilai guna dan jasa, tetapi fokus pada produksi dan manipulasi penanda sosial (Ritzer, 2009).

Dimata Baudrillard, logika sosial konsumsi tidak hanya terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang dan jasa oleh individu, namun terfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial. Konsumsi selalu lebih dari sekedar aktivitas ekonomi, mengonsumsi produk atau menggunakan komoditas untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan material. Konsumsi juga berhubungan dengan mimpi dan hasrat, identitas, dan komunikasi (Storey, 2010).

Jurnal Pendidikan Sosiologi/5

1. Tampilan luar

Penampilan luar dari benda-benda, orang, ataupun aktivitas menjadi salah satu aspek penting dalam masyarakat. Perkembangan modernisasi yang berupa teknologi dan televisi telah memunculkan iklan sebagai awal masyarakat lebih mementingkan kemasan luar daripada fungsi dan manfaatnya. Industri periklanan menampilkan label, logo, dan slogan yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat sehari-hari.

2. Diri dan identitas

Semua sifat dan kualitas dalam diri setiap individu merupakan sebuah identitas baginya.

3. Fokus perhatian berulang-ulang

Cara-cara hidup yang diterima suatu kelompok bisa dikenali melalui ide-ide, nilai, cita rasa, musik, makanan, pakaian dan lain-lain. Namun sifatnya tidak mutlak atau bisa berubah-ubah terutama menyangkut gender atau subkultur dalam suatu

Konsep ini merujuk pada pemahaman tentang citra diri dan kepemilikan kelompok yang dianut oleh anggota budaya dan yang ditingkatkan oleh konsumsi produk-produk budaya dan representasi melalui media. Identitas dapat berada pada citra merk dagang yang di konstruksi untuk suatu produk serta dalam citra kelompok yang di konstruksikan oleh penggunaan produk tersebut antara lain oleh kelompok tersebut. Kita dapat berargumen bahwa identitas datang dengan suatu representasi. Identitas tersebut adalah bagian dari makna-makna yang di munculkan dengan merepresentasikan kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dengan cara-cara tertentu. Representasi tersebut, pada gilirannya berasal dari ideologi dari caranya memahami dunia dan hubungan-hubungan kekuasaan (Burton, 2008).

Hidup keseharian kita sesungguhnya merupakan pernyataan keseharian diri kita. Setiap pilihan yang kita lakukan untuk kelangsungan hidup kita sehari-hari adalah pernyataan identitas kita, perbedaan kita, atau kesamaan kita dengan yang lain. Ringkasnya adalah pernyataan kita atas siapa kita. Dengan penyamaan pakaian ini, proses tersebut merepresentasikan dengan lebih tepat siapa kita pada waktu dan ruang tertentu. Karena itu, cita rasa serta hasrat terhadap pakaian kerja tidak akan menandai diri kita seluruhnya, melainkan lebih

merupakan diri kita pada waktu itu.

Kelas dalam pandangan Weber merupakan sekelompok orang yang menempati kedudukan yang sama dalam proses produksi, distribusi maupun perdagangan. Kelas sosial hanya didasarkan pada penguasaan modal, namun juga meliputi kesempatan dalam meraih keuntungan dalam pasar komoditas dan tenaga kerja. Status dalam pandangan weber lebih ditekankan pada gaya hidup atau pola konsumsi. Namun demikian status juga dipengaruhi oleh banyak aktor, seperti ras, usia, dan agama (Ritzer, 2009)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian yang dipakai untuk penelitian ini adalah dengan metode penelitian Kualitatif. Karena untuk penelitian ini mencari tahu lebih dalam bagaimana sebuah barang distro ini dapat membentuk identitas diri seorang remaja.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2017 hingga Maret 2017. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Bantul.

Target/Subyek Penelitian

Target/subyek penelitian ini adalah adalah remaja di Kabupaten Bantul yang memiliki umur 15 -24 tahun. Baik yang sedang bersekolah di bangku SMA maupun bangku perkuliahan. Subyek penelitian ini dilakukan oleh 5 narasumber masih duduk
Jurnal Pendidikan Sosiologi/6

di bangku SMA dan 1 narasumber sudah menjadi mahasiswa. Serta 3 *shopkeeper* untuk mendapatkan informasi terkait distro.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer. Instrumen yang digunakan antara lain instrumen wawancara dan pedoman observasi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur, yang mana peneliti dapat mengembangkan pertanyaan dari instrumen wawancara. Observasi dilakukan bersamaan dengan waktu wawancara, dengan mengamati keadaan distro dan konsumen.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis dari model Milles dan Huberman, yang terdiri atas empat aspek yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dari sebelum penelitian, dengan bertanya dengan salah satu informan mengenai gambaran umum tentang judul penelitian yaitu terkait konstruksi identitas remaja di Kabupaten Bantul.

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi (Sugiyono, 2015).

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 kategori atau menjadi 2 sub judul yaitu konstruksi identitas remaja melalui produk distro dan bentuk identitas yang diinginkan remaja dengan menggunakan produk distro. Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahap terakhir yakni kesimpulan yang berupa hasil analisis data kualitatif dari hasil lapangan yang kemudian tersusun menjadi sebuah tulisan yang berupa analisis hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konstruksi identitas dapat di artikan secara singkat yakni sebagai suatu persepsi orang lain dalam menilai diri seseorang.

Karena dalam hal ini konstruksi identitas remaja sangatlah dipengaruhi oleh lingkungan di sekitarnya yang sudah pasti jika remaja ini akan lebih banyak menghabiskan waktunya dengan teman-temannya. Sehingga konstruksi identitas seorang remaja ini sangat berpengaruh dari teman-teman remaja tersebut.

Hal ini juga terjadi pada remaja, dengan pemakaian distro ini menjadi suatu faktor dari luar yang menyebabkan pembentukan identitas mereka. Remaja seperti di konstruksi yang di hadapkan kepada mereka agar mereka dapat mengikutinya. Salah satunya adalah melalui teman-temannya yang menggunakan produk

distro ini. hal ini akan mempengaruhi cara berpikir remaja yang akan dengan senang hati dan kadang mengharuskan untuk mengikutinya dalam artian juga menggunakan produk distro ini.

Dengan melihat dan terus menerus berada di lingkungan tersebut maka remaja ini akan ikut menggunakan produk distro yang mana teman-temannya juga memakainya. Itulah yang terjadi dengan remaja dan penggunaan produk distro ini atas diri mereka.

Serta yang paling jelas adalah dengan berbelanja di distro ini mereka menganggap bahwa melalui distro ini mereka akan terlihat keren dan gaul. Dengan begitu remaja akan mejadi manusia yang konsumerisme yang akan berbelanja terkait dengan tampilan luar dan *fashion* mereka melalui pemakaian distro ini. sehingga konstruksi identitas remaja ini sedikit demi sedikit terbangun melalui proses sosialisasi dan pergaulannya dengan teman di sekitarnya. Pertama remaja melihat bahwa temannya menggunakan suatu pakaian yang dapat membuat temannya itu keren dan di pandang lebih di mata teman-teman yang lain. Mulai dari hal tersebut tertanam niat untuk mengikuti hal tersebut dengan menggunakan produk distro. Dengan hal ini maka remaja sudah mengkonsepkan atau menempatkan dirinya sendiri dalam pusran pandangan seperti itu bahwa distro ini dapat meningkatkan

identitas mereka. Semakin mewah atau bagus produk distro yang dikenakan maka akan lebih dapat meningkatkan identitas mereka. Setelah anggapan tersebut sudah mulai tertanam maka selanjutnya yang melanjutkan tahap tersebut adalah lingkungan sekitarnya yang dalam hal ini adalah teman sepermainannya yang akan mengenalkan distro ini kepada seorang remaja ini dan akan mengakibatkan suatu kecanduan yang akan berakibat dengan peningkatan identitasnya. Hal itulah yang menjadi suatu konstruksi identitas melalui suatu produk distro. Bila produk *fashion*, misalnya pakaian, hadir untuk memenuhi kebutuhan, brand hadir memproduksi hasrat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Brand menjadi alat handal yang menawarkan beragam identitas yang dapat dipilih untuk diri. Artikulasi diri lewat *fashion*, lebih dapat dimaknai sebagai artikulasi diri melalui brand (Derajat, 2013 : 278-279).

1. Identitas Remaja di Kabupaten Bantul Dengan Menggunakan Produk Distro

Hal itulah yang menjadi suatu konstruksi remaja melalui pemakaian produk distro ini. Remaja akan lebih merasa percaya diri dan nyaman ketika mereka sudah menggunakan produk distro ini ketika berpergian. Hal ini bisa di lihat dengan banyaknya dan hampir semua narasumber berujar bahwa mereka nyaman menggunakan

Jurnal Pendidikan Sosiologi/8

produk distro dan mereka melih merasa percaya diri jika menggunakan produk distro ini. secara tidak sadar maka distro ini menjadi sebuah gaya hidup yang di konstruksikan dalam hidup remaja saat ini khususnya yang berada di Kabupaten Bantul meskipun sedikit ada jarak yang lumayan yang hal itu tudak menyurutkan mereka dalam memakai produk distro ini.

Konsep ini merujuk pada pemahaman tentang citra diri dan kepemilikan kelompok yang dianut oleh anggota budaya dan yang ditingkatkan oleh konsumsi produk-produk budaya dan representasi melalui media. Identitas dapat berada pada citra merk dagang yang di konstruksi untuk suatu produk serta dalam citra kelompok yang di konstruksikan oleh penggunaan produk tersebut antara lain oleh kelompok tersebut. Kita dapat berargumen bahwa identitas datang dengan suatu representasi. Identitas tersebut adalah bagian dari makna-makna yang di munculkan dengan merepresentasikan kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dengan cara-cara tertentu. Representasi tersebut, pada gilirannya berasal dari ideologi dari caranya memahami dunia dan hubungan-hubungan kekuasaan (Burton, 2008).

Hal senada diungkapkan oleh (Santrock 2003: 26) bahwa adolescence diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Definisi remaja yang dipaparkan tersebut menggambarkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak dengan masa dewasa dengan rentang usia antara 12-22 tahun, dimana pada masa tersebut terjadi proses pematangan baik itu pematangan fisik, maupun psikologis.

Pada dasarnya, distro ini sendiri memberikan dampak bagi penggunaanya. Baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positif menggunakan distro ini meliputi:

- a. Membuat penggunaanya merasa lebih percaya diri dalam bepergian karena lebih merasa stylistik dan mengikuti tren mode fashion.
- b. Remaja akan dianggap lebih ada dan berperan dalam pergaulannya.

Sedangkan dampak negatifnya meliputi:

- a. Secara tidak langsung akan menumbuhkan sifat hedonisme bagi remaja.

- b. Pandangan miring kepada orang lain yang tidak memakai distro.
- c. Akan tumbuh sifat terus mengkonsumsi produk distro bagi remaja.

Pada dasarnya distro ini dapat dijangkau oleh lapisan status sosial apa saja. Karena harga distro yang relative lebih murah untuk dibeli. Namun remaja dengan status sosial yang rendah ini akan lebih memaksakan dalam memenuhi kebutuhan fashionnya yang dalam hal ini adalah distro. Jika berbicara mengenai status sosial maka remaja dengan status sosial ekonomi yang lebih mapan dan stabil yang akan lebih mudah untuk mengkonsumsi dan memenuhi kebutuhan akan produk distro terhadap fashionnya.

Ada motif lainnya dalam para remaja ini berbelanja distro selain dengan desain-desainnya namun juga mereka mengumpulkan stiker yang di berikan oleh pihak distro dan store kepada pengunjung yang membeli barangnya dan atau produknya. Dan mereka ini mengoleksi stiker-stiker ini untuk ditempelkan di helm dan kendaraannya sehingga akan di lihat oleh orang lain akan mengetahui bahwa mereka mengenakan distro ini.

Pada dasarnya hal yang di

inginkan oleh remaja ini sangatlah mendasar dengan menggunakan produk distro ini. Mereka hanya ingin diakui keberadaannya oleh orang-orang di sekitarnya. Akan ada rasa puas dan bangga jika seorang remaja tersebut mendapatkan respon yang bagus dari teman-temannya ketika menggunakan produk distro ini.

Hal semacam ini akan menjadikan sebuah candu bagi remaja agar mereka akan terus melakukan hal tersebut. Mereka akan terus-menerus menggunakan produk distro ini agar dikagumi dan direspon baik oleh teman-temannya serta mendapatkan status sosial yang baik di dalam pergaulannya. Agar mereka mendapatkan posisi yang tinggi di dalam kelompoknya.

Bentuk identitas remaja melalui produk distro ini ditandai dengan banyaknya remaja yang menggunakan produk distro, serta remaja mendapatkan posisi sosial yang baik didalam pergaulannya dengan teman-temannya. Remaja ini lebih terlihat percaya diri dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini ditandai dalam segala kegiatan yang di lakukan setiap harinya akan menggunakan produk distro ini. Selain itu, dengan menggunakan produk distro ini remaja akan lebih menerangkan dan meneguhkan siapa

sebenarnya diri mereka. Karena semakin bagus desain produk distro ini serta semakin baik tanggapan dari orang lain, maka akan menambah rasa percaya diri remaja ini dalam kehidupan sehari-harinya.

Produk distro ini juga membantu remaja mengenal siapa dirinya yakni dengan menggunakan produk distro ini maka remaja akan mengetahui dan memposisikan dirinya di dalam pergaulannya. Semakin bagus produk distro yang mereka gunakan dan miliki maka akan semakin menambah rasa bangga dan akan menimbulkan identitas tersendiri bagi remaja tersebut. Sehingga secara garis besar, melalui produk distro ini remaja menginginkan bentuk identitas yang dapat mengenal siapa diri mereka, meneguhkan siapa identitas diri mereka, serta akan menambah rasa percaya diri bagi remaja yang menggunakannya. Serta ketika remaja sudah mendapatkan posisi yang baik maka remaja menginginkan bahwa mereka akan mendapatkan peran didalam berbagai aspek pergaulan mereka.

Remaja merasakan nyaman dengan menggunakan produk distro ini dan mendapatkan tanggapan positif serta menuai pujian dari

teman-temannya. Identitas gaul dan kerenlah yang diinginkan remaja ini dengan menggunakan produk distro ini. Semakin bagus desain dan kualitas produk distro yang mereka kenakan maka remaja ini akan semakin menyukainya. Sehingga keinginan untuk terus menambah produk-produk distronya akan terus muncul demi membangun identitas gaul yang mereka inginkan. Dengan identitas semacam itu, maka remaja ini akan mendapatkan posisi yang baik di dalam pergaulannya. Remaja menginginkan menjadi seorang remaja yang gaul, keren dan terlihat masa kini agar mereka mendapatkan sebuah posisi dan peran yang baik di dalam pergaulannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Keimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan beberapa hal terkait dengan distro menjadi sebuah gaya hidup baru remaja sebagai simbol penegasan identitas diri remaja di Kabupaten Bantul

1. Konstruksi Identitas Remaja di Kabupaten Bantul Melalui Pemakaian Produk Distro

Distro telah memberikan dampak khususnya remaja di Bantul. Konstruksi dari distro ini bagi remaja jelas terlihat. Distro ini melalui produk-produk yang
Jurnal Pendidikan

di jualnya akan menambah rasa percaya diri bagi remaja yang menggunakannya. Hal itulah yang menjadi suatu konstruksi remaja melalui pemakaian produk distro ini. Remaja akan lebih merasa percaya diri dan nyaman ketika mereka sudah menggunakan produk distro ini ketika bepergian. Secara tidak sadar maka distro ini menjadi sebuah gaya hidup yang di konstruksikan dalam hidup remaja saat ini khususnya yang berada di Kabupaten Bantul meskipun sedikit ada jarak yang lumayan yang hal itu tidak menyurutkan mereka dalam memakai produk distro ini.

Pertama remaja melihat bahwa temannya menggunakan suatu pakaian yang dapat membuat temannya itu keren dan di pandang lebih di mata teman-teman yang lain. Mulai dari hal tersebut tertanam niat untuk mengikuti hal tersebut dengan menggunakan produk distro. Dengan hal ini maka remaja sudah mengkonsepkan atau menempatkan dirinya sendiri dalam pusran pandangan seperti itu bahwa distro ini dapat meningkatkan

identitas mereka. Semakin mewah atau bagus produk distro yang dikenakan maka akan lebih dapat meningkatkan identitas mereka. Setelah anggapan tersebut sudah mulai tertanam maka selanjutnya yang melanjutkan tahap tersebut adalah lingkungan sekitarnya yang dalam hal ini adalah teman sepermainannya yang akan mengenalkan distro ini kepada seorang remaja ini dan akan mengakibatkan suatu kecanduan yang akan berakibat dengan peningkatan identitasnya. Hal itulah yang menjadi suatu konstruksi identitas melalui suatu produk distro.

2. Identitas Remaja Di Kabupaten Bantul Dengan Menggunakan Poduk Distro

Bentuk identitas remaja melalui produk distro ini ditandai dengan banyaknya remaja yang menggunakan produk distro, serta remaja mendapatkan posisi sosial yang baik didalam pergaulannya dengan teman-temannya. Remaja ini lebih terlihat percaya diri dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini ditandai dalam segala kegiatan yang di lakukan setiap harinya

akan menggunakan produk distro ini. Selain itu, dengan menggunakan produk distro ini remaja akan lebih menerangkan dan meneguhkan siapa sebenarnya diri mereka. Karena semakin bagus desain produk distro ini serta semakin baik tanggapan dari orang lain, maka akan menambah rasa percaya diri remaja ini dalam kehidupan sehari-harinya.

Produk distro ini juga membantu remaja mengenal siapa dirinya yakni dengan menggunakan produk distro ini maka remaja akan mengetahui dan memposisikan dirinya di dalam pergaulannya. Semakin bagus produk distro yang mereka gunakan dan punyai maka akan semakin menambah rasa bangga dan akan menimbulkan identitas tersendiri bagi remaja tersebut. Sehingga secara garis besar, melalui produk distro ini remaja menginginkan bentuk identitas yang dapat mengenal siapa diri mereka, meneguhkan siapa identitas diri mereka, serta akan menambah rasa percaya diri bagi remaja yang menggunakannya. Serta ketika

remaja sudah mendapatkan posisi yang baik maka remaja menginginkan bahwa mereka akan mendapatkan peran didalam berbagai aspek pergaulan mereka.

Saran

1. Penelitian ini sedikit banyak sudah memberikan informasi mengenai Distro sebagai penegasan identitas diri remaja di Kabupaten Bantul.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa distro ini telah mempengaruhi pembentukan identitas diri remaja di Kabupaten Bantul dengan menimbulkan rasa percaya diri ketika menggunakan produk distro, remaja dapat menegaskan identitas diri melalui produk distro kepada teman-temannya. Serta remaja dapat mengenal diri mereka sendiri.
3. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor teman dan lingkungan serta media sosial yang menjadi faktor konstruksi identitas diri remaja di Kabupaten Bantul. Untuk itu perlu adanya filter dari remaja sendiri untuk menyesuaikan keinginan yang sesuai dengan kebutuhannya, dan sesuai dengan kemampuan diri remaja untuk membeli produk-produk distro. Sehingga tidak berdampak kepada beban dari orang tua para remaja.

4. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah waktu dalam pengambilan data yang sedikit singkat dan narasumber yang terlihat masih kurang terbuka dengan data yang diungkapkan sehingga peneliti harus mencari cara agar mendapatkan data yang valid serta jarak antara peneliti serta informan yang rata-rata memiliki jarak yang lumayan jauh dan waktu yang sedikit kurang tepat karena pada saat penelitian dilakukan kebanyakan dari narasumber dan remaja di Kabupaten Bantul sedang menghadapi ujian tengah semester sehingga peneliti hanya menggunakan narasumber 6 pengguna produk distro dan 3 *shopkeeper*. Akan tetapi, untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah narasumber untuk meningkatkan data untuk hasil penelitian karena banyaknya remaja yang menggunakan produk distro dan mencari waktu yang lebih tepat dalam pengumpulan data.
5. Semoga hasil penelitian terkait dengan Distro dalam penegasan identitas diri remaja di Kabupaten Bantul dapat memberikan manfaat bagi orang lain, dan dapat menjadi sumber referensi bagi orang lain berkaitan dengan penelitian tersebut serta mampu memperbaiki kekurangan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSATAKA

- Barnard, Malcolm. (1996). *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Brooks, Ann. (1997). *Posfeminisme & Cultural Studies*. Yogyakarta : Jalasutra
- Burton, Graeme. (2008). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Chaney, David. (1996). *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Bandung: Jalasutra
- Derajat, Zakiyah. (2013). Distro Sebagai Provider Gaya Hidup “Alternatif”: Menengok Strategi Distro Dalam Usahanya Mempertahankan Eksistensi. *Jurnal Kawistara*. 3(3): 227-334.
- Gamble, Sarah. (2010). *Feminisme & Postfeminisme*. Yogyakarta: Jalasutra
- Haryanto, Agung Tri & Sujatmiko, Eko. (2012). *Kamus Sosiologi*. Surakarta: Sinergi Media
- Poloma, Margaret M. (2010). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Priatama, Ardian. (2010). *Penggunaan Produk Distro Sebagai Simbol Gaya Hidup Berbusana Kaum Muda*. Skripsi S1. Tidak Diterbitkan. Universitas Negeri Semarang
- Risianti, Amie. (2008). *Hubungan Antara Dukungan Sosial Teman Sebaya dengan Identitas Diri Pada Remaja di SMA Pusaka 1 Jakarta*. Skripsi S1. Tidak Diterbitkan. Universitas Gunadarma
- Ritzer, George. (2009). *Teori Sosiologi Dari Klasik Sampai Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Santrock, W. J. (2003). *Adolecent, Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Storey, John. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sugiyono, Prof. Dr. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta