

**STUDENTS MALL SEBAGAI RUANG INTERAKSI MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**



**JURUSAN PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2017



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat: Jl. Sultan alauddin No. 259, Telp.makassar. Fax (0411)-860 132 Makassar 90221

PENGESAHAN SKRIPSI

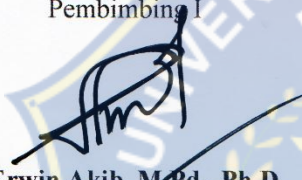
Nama : Kinanti
Stambuk : 10538259213
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dengan Judul : *Students Mall* Sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Setelah diperiksa dan diteliti ulang, maka skripsi ini telah memenuhi persyaratan untuk diseminarkan pada Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

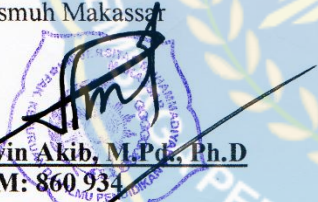

Erwin Akib, M.Pd., Ph.D

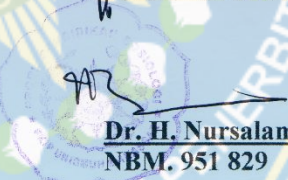

Jamaluddin Arifin, S.Pd., M.Pd

Mengetahui:

Dekan FKIP
Unismuh Makassar

Ketua Prodi
Pendidikan Sosiologi


Erwin Akib, M.Pd., Ph.D
NBM: 860 934


Dr. H. Nursalam, M. Si.
NBM. 951 829



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat: Jl. Sultan alauddin No. 259, Telp.makassar. Fax (0411)-860 132 Makassar 90221

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Students Mall Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Mahasiswa Yang Bersangkutan:

Nama : Kinanti

Stambuk : 10538 2592 13

Jurusan : Pendidikan Sosiologi

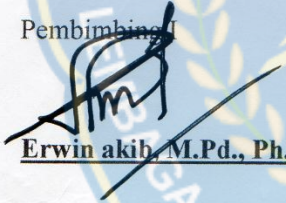
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar

Setelah diperiksa dan diteliti, maka skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan layak untuk diujikan.

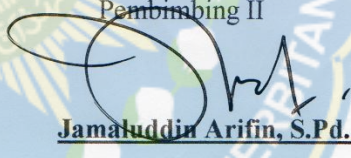
Makassar, Agustus 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

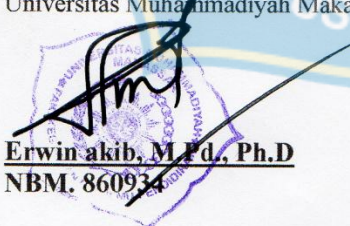

Erwin akib, M.Pd., Ph.D

Pembimbing II

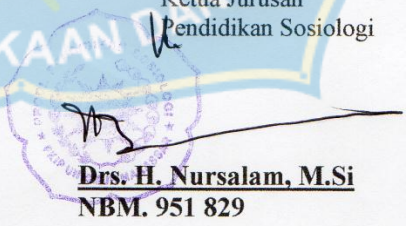

Jamaluddin Arifin, S.Pd., M.Pd

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar


Erwin akib, M.Pd., Ph.D
NBM. 860934

Ketua Jurusan
Pendidikan Sosiologi


Drs. H. Nursalam, M.Si
NBM. 951 829

SURAT PERJANJIAN

Nama : Kinanti
NIM : 10538 2592 13
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Judul skripsi : Students Mall Sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai dengan selesainya skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Dalam penyusunan skripsi, saya akan selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditetapkan oleh pimpinan fakultas.
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (plagiat dalam penyusunan skripsi saya).
4. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir (1), (2), dan (3) maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, Agustus 2017

Yang membuat perjanjian



Kinanti

Diketahui oleh:

Ketua jurusan pendidikan sosiologi



Dr. H. Nursalam, M.Si.

NBM. 951 829

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Judul : **Students Mall Sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Makassar**

Nama : Kinanti

NIM : 10538 2592 12

Jurusan : Pendidikan Sosiologi

Dengan ini menyatakan bahwa:

Dengan menyatakan bahwa skripsi ini saya ajukan didepan tim penguji adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun. Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, Agustus 2017

Yang membuat perjanjian


Kinanti



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat: Jl. Sultan alauddin No. 259, Telp.makassar. Fax (0411)-860 132 Makassar 90221

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bersangkutan :

Nama : Kinanti

Stambuk : 10538259213

Pembimbing I : **Erwin Akib, M.Pd. Ph.D.**

Dengan Judul : *Students Mall* sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

Konsultasi Pembimbing I

no	Hari/tanggal	Uraian perbaikan	Tanda tangan
		Okay	hi hi

Catatan:

Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian skripsi jika sudah konsultasi ke dosen pembimbing minimal tiga kali

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan sosiologi

Dr. H. Nursalam, M.Si.
NBM: 951829



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat: Jl. Sultan alauddin No. 259, Telp.makassar. Fax (0411)-860 132 Makassar 90221

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bersangkutan :

Nama : Kinanti

Stambuk : 10538259213

Pembimbing II : **Jamaluddin Arifin, S.Pd, M.Pd**

Dengan Judul : *Students Mall* sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Konsultan Pembimbing II

No	Hari/ Tanggal	Uraian perbaikan	Paraf Pembimbing
	21/8/17	- Tambah ke teori yang relevan - Operasionalkan konsep konsep	A
	22/8/17	hugun kental. c. lamp	A
	24/8/17	- Hasil Pemb. II	A

Catatan:

Mahasiswa dapat mengikuti Seminar Skripsi jika telah melakukan pembimbingan minimal 3 (tiga) kali dan proposal telah disetujui kedua pembimbing.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi

Dr. H. Nursalam, M.Si
NBM: 951 829

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, berharaplah

(Q.S AL Insyirah : 6-8)

Kamu tidak bias kembali dengan mengubah masa lalu, maka dari itu tataplah masa depan dan jangan buat kesalahan yang sama dua kali

(penulis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini kepada keluargaku yang tercinta beserta kedua orang tuaku yang telah tulus dan ikhlas selalu berdoa dan membantu baik materi maupun moril demi keberhasilan penulis, semoga Allah SWT membalas semua kasih sayang yang telah berikan kepada penulis.

ABSTRAK

Kinanti. 2017. *Students Mall* Sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Skripsi. Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing Erwin Akib dan Jamaluddin Arifin.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah setiap orang tiap hari melakukan suatu interaksi dalam kehidupan sehari-hari sama halnya dalam ruang interaksi mahasiswa yang sering terjadi dalam proses perkuliahan yang selalu menimbulkan dampak positif atau pun negative baik terhadap individu itu sendiri maupun kelompok.

Tujuan peneliti ini adalah (i) mengungkapkan sejarah students mall (balai sidang) dan sekaligus mempublikasikan kemasyarakat luas (ii) mengungkapkan bagaimana daya tarik students mall terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam menyediakan kebutuhan. (iii) bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar gedung balai sidang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif yang bertujuan memahami realitas sosial tentang students mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar. Informan ditentukan secara purposive sampling berdasarkan karakter informan yang telah ditetapkan yaitu anggota mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, waktu dan teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (i) Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar menjadikan students mall sebagai tempat bersilaturahmi dan tempat nongkrong para mahasiswa bukan hanya para mahasiswa yang biasa kesana tetapi yang saya lihat biasa para dosenpun sering kesana dan memberikan dampak yang positif.(ii) Para mahasiswa pun berpendapat yang positif dengan adanya students mall dan dapat mempermudah kebutuhan mahasiswa selama proses perkuliahan berproses.(iii) Para mahasiswa sangat senang ke student mall dengan teman-temannya.

Kata kunci: *students mall, ruang interaksi, mahasiswa.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

AssalamuAlaikumWr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya lah kami dapat menyelesaikan Skripsi penelitian ini sebatas pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*STUDENTS MALL* SEBAGAI RUANG INTERAKSI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR”. proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Sosiologi, Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan (FKIP) universitas muhammadiyah Makassar..

Setiap orang dalam berkarya selalu mencari kesempurnaan, tetapi terkadang kesempurnaan itu terasa jauh dari kehidupan seseorang. Kesempurnaan bagaikan fatamorgana yang semakin dikejar semakin menghilang dari pandangan, bagai pelangi yang terlihat indah dari kejauhan tetapi menghilang jika didekati. Demikian juga tuklisan ini, kehendak hati yang ingin mencapai kesempurnaan, tetapi kapasitas penulis dalam keterbatasan. Segala daya dan upaya telah penulis kerahkan untuk membuat tulisan ini selesai dengan baik dan bermanfaat dalam dunia pendidikan, khususnya dalam ruang lingkup fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, universitas muhammadiyah Makassar.

Motivasi dari berbagai pihak sangat membantu dalam perampungan tulisan ini. Segala rasa hormat penulis mengucapkan terimah kasih kepada kedua orang tua Amiruddin dan pate yang telah berjuang dan berdoa, mengasuh, membesarkan, mendidik, dan membiayai penulis dalam proses pencarian ilmu. Demikian pula penulis mengucapkan terimah kasih kepada para keluarga yang tak hentinya memberikan motivasi dan selalu menemani dengan canda.

Tidak lupa juga penulis mengucapkan terimah kasih kepada; Dr H Abd Rahman Rahim SE MM., Rector Universitas Muhammadiyah Makassar, Erwin Akib, M.Pd. Ph.D., Dekan fakultas keguruan dan Ilmu pendidikan, universitas muhammadiyah Makassar yang telah membekali penulis dengan serangkaian ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Ucapan terimah kasih yang sebear besarnya juga penulis ucapkan kepada Erwin Akib, M.Pd. Ph.D selaku Pembimbing pertama dan Jamaluddin Arifin, S.Pd.,M.Pd selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan bantuan dalam melakukan penyusunan skri penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada teman teman dan sahabat sahabatku terkasih serta seluruh rekan mahasiswa jurusan pendidikan sosiologi atas segala kebersamaan, motivasi, saran, dan bantuannya kepada penulis yang telah memberi pelangi dalam hidupku

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak, selama saran dan

kritikan itu sifatnya membangun bahwa penulis yakin bahwa satu persoalan tidak berarti sama sekali tanpa ada kritikan , mudah mudahan dapat memberi manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri pribadi penulis. Amin.

Makassar, 2017

Penulis

Kinanti



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
SURAT PERJANJIAN.....	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Defenisi Operasinal.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	10
1. Konsep ruang publik.....	10
2. Konsep interaksi sosial.....	21
3. Komsep perilaku konsumtif.....	31
B. Kerangka Pikir.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	52
B. Lokus Penelitian.....	52
C. Informan Penelitian.....	52
D. Fokus Penelitian.....	54
E. Instrumen Penelitian.....	54
F. Jenis dan Sumber Data.....	54
G. Teknik Pengumpulan Data.....	55
H. Teknik Analisis Data.....	56
I. Teknik Keabsahan Data.....	56

BAB IV GAMBARAN DAN HISTORIS LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	
1. Letak geografis universitas muhammadiyah Makassar.....	61
2. Sejarah berdirinya universitas muhammadiyah Makassar.....	62
3. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar..	64
4. Penyelenggaraan pendidikan universitas muhammadiyah Makassar.....	65
5. Prosedur penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Makassar.....	67
6. Sumber daya universitas muhammadiyah Makassar.....	68
7. Fasilitas kampus universitas muhammadiyah Makassar.....	69
B. Profil sejarah gedung <i>student mall</i> (balai sidang).....	71

BAB V HASIL PENELITIAN

A. Daya tarik dan bentuk perilaku konsumtif.....	76
1. Daya tarik.....	76
2. Bentuk perilaku konsumtif mahasiswa.....	78

3. Bentuk-bentuk interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.....	83
4. Interaksi Sosial Antar Pelaku Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.....	87
B. Pembahasan teoritik	88
1. Sinergitas teori interaksionis simbolis terhadap interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.....	88
2. Sinergitas teori interaksionis simbolik terhadap bentuk-bentuk dari adanya interaksi sosial	91
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	
 RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
Tabel . 2.1 skema kerangka pikir.....	53



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Universitas Muhammadiyah Makassar atau biasa disebut dengan Unismuh Makassar adalah salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam mengembangkan pendidikan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi. Universitas Muhammadiyah Makassar sekarang ini sudah menjadi salah satu kampus yang memiliki daya tarik tersendiri dimasyarakat. Itu terbukti dengan banyaknya peminat yang mendaftarkan dirinya untuk kuliah di universitas Muhammadiyah Makassar, baik dari Sulawesi selatan maupun daerah lain khususnya kawasan Indonesia bagian timur. Universitas Muhammadiyah Makassar juga terkenal dengan mahasiswa terbanyak yang ada Sulawesi selatan.

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

Menyandang gelar mahasiswa merupakan suatu kebanggaan sekaligus tantangan. Betapa tidak, ekspektasi dan tanggung jawab yang diemban oleh

mahasiswa begitu besar. Pengertian mahasiswa tidak bisa diartikan kata per kata, Mahasiswa adalah Seorang agen pembawa perubahan. Menjadi seorang yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh suatu masyarakat bangsa di berbagai belahan dunia.

Dengan seiring berjalannya waktu di universitas muhammadiyah Makassar telah mengalami revolusi yang sangat pesat seperti gedung gedung yang ada dikampus unismuh. mulai Bangunan yang paling tertinggi yaitu menara iqra yang memiliki 18 lantai dan bangunan baru balai sidang yang berlantai tiga di jadikan sebagai students mall (pusat perbelanjaan mahasiswa)

Students Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur yang biasa disebut balai sidang oleh para mahasiswa universitas muhammadiyah makassar. berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai tetapi di gedung *students mall* yang berada di dalam kampus universitas muhammadayah makassar ini hanya lantai dua yang dipergunakan sebagai tempat jual beli mahasiswa. Mahasiswa sangat terbantu dengan adanya students mall ini karna mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan dalam perkuliahan tidak perlu jauh jauh lagi keluar kampus untuk mencari apa yang diperlukan dalam proses perkuliahan.

Student Mall juga dapat diartikan sebagai kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan perkuliahan mahasiswa serta memberikan

kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi Mahasiswa. Banyak kebutuhan mahasiswa pada saat proses perkuliahan berlangsung baik dari segi kebutuhan makanan, pakaian, alat tulis, print, foto copy dan lain sebagainya yang dapat membantu berjalannya proses perkuliahan.

Arti lain tentang *students Mall* Adalah merupakan pusat perbelanjaan yang berisikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Pada kehidupan setiap manusia di bumi ini tidak lepas dari yang namanya berinteraksi sosial, baik interaksi dengan orang yang lebih dewasa, maupun dengan teman sebaya banyak faktor yang bisa menjadi alat interaksi diantaranya komunikasi secara *face to face* (tatap muka)

Dengan adanya *students mall* ini ruang interaksi mahasiswa Di dalam kampus terdapat ruang-ruang sebagai tempat terjadinya kontak informal antara mahasiswa, yang disebut sebagai ruang komunal seperti dipelataran musholah, ditangga. Ruang komunal merupakan ruang publik, digunakan untuk melakukan kegiatan informal seperti duduk santai melepas lelah, menunggu kuliah sambil makan, jalur sirkulasi dan untuk berinteraksi sosial. Interaksi sosial dilakukan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan ruang publik yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi seperti *students mall* untuk kegiatan informal seperti menunggu kuliah

atau dosen, mengerjakan tugas sambil duduk di lantai atau trap tangga. Tipe interaksi bagaimana yang terjadi di tempat-tempat tersebut?

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok maupun individu dengan kelompok. Adapun beberapa faktor yang 4 mendorong terjadinya suatu interaksi sosial, yakni tindakan sosial, kontak sosial dan juga komunikasi sosial. Adanya ketiga faktor tersebut maka suatu interaksi sosial dapat tercapai dengan baik

Prof.DR. Soerjono Soekanto (2012) mengemukakan interaksi sosial sebagai sebagai bentuk-bentuk yang tampak, apabila orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia itu mengadakan hubungan satu dengan yang lain, dengan terutama mengetengahkan kelompok sosial serta lapisan-lapisan sosial sebagai unsur-unsur pokok dari struktur sosial.

Dengan banyaknya penelitian hasil temuan-temuan dari penelitian terdahulu memberikan kerangka mengenai variabel-variabel yang berhubungan dengan interaksi dan mengenai *minimarket* atau *mall*.

Seorang peneliti terdahulu yang bernama Hasman (2015) telah melakukan penelitian yang berjudul intraksi eksklusivitas mahasiswa dan pengaruhnya terhadap konflik sosial (studi kasus mahasiswa Maluku). Hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antar sikap eksklusivitas mahasiswa terhadap konflik sosial yaitu semakin tinggi eksklusivitas maka semakin tinggi konflik.

Peneliti yang kedua bernama Nurul Mutya Utami (2014) telah melakukan penelitian yang berjudul analisi pengaruh *merchandise store atmosphere*, interaksi antar pelanggan dan pelayan toko terhadap *impulse buying* pada toko siranda yang dapat disimpulkan dari hasil penelitiannya interaksi pelanggan dengan pelayan toko secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada toko siranda

Kemudian pada peneliti ketiga yang bernama Loreno Galaxy Deo Perdana (2013) telah melakukan penelitian yang hampir sama yang berjudul pola komunikasi dalam hubungan antar karyawan *tenacy mall Olympic garden* dengan *tenant*. Hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan komunikasi antara belah pihak karena adanya ruang pembatas yang menyebabkan adanya ketidak lancaran dalam kedua belah pihak.

Dengan penelitian ini, Peneliti mempunyai tujuan untuk menemukan pola setting ruang komunal sebagai sarana kegiatan interaksi mahasiswa di balai sidang dan untuk menemukan indikasi yang muncul dari perilaku mahasiswa saat melakukan interaksi sosial terhadap ruang yang dianggap (oleh mahasiswa) sebagai ruang komunal. Interaksi mahasiswa sebagai variabel bebas, sedangkan setting ruang komunal menjadi variabel terikat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan arsitektur dan perilaku Analisa data menggunakan kategorisasi dan kesamaan isi Metoda pengumpulan data melalui pemetaan perilaku observasi dan wawancara.

Mahasiswa berkumpul di ruang yang menjadi tujuan kegiatannya, yang memiliki kedekatan dan kemudahan pencapaian (aksesibilitas). Aksesibilitas

meliputi kedekatan jarak yang dicapai dan kemudahan pencapaian. Mahasiswa berkumpul di tempat yang memberikan visibilitas tinggi, ke arah tempat parkir dan kearah untuk mengetahui kedatangan temannya.

Fenomena itulah yang melatar belakangi peneliti melakukan penelitian secara mendalam mengenai Ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana daya tarik *students mall* terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar sebagai tempat interaksi sosial?
2. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar di *students mall*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan diadakannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui daya tarik *students mall* terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam menyediakan kebutuhan?
2. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar di *students mall*?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis, penelitian ini akan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pengembangan ilmu sosial pada umumnya, dan pengembangan ilmu sosiologi pada khususnya, dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik membahas mengenai penelitian serupa.
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk masyarakat, dapat menjadi acuan untuk memperkenalkan students mall atau balai sidang pada masyarakat luas.
 - b. Untuk pemerintah, penelitian ini dapat bermanfaat untuk pemerintah universitas muhammadiyah makassar
 - c. Untuk penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam mengaplikasikan pengetahuan teoretik terhadap masalah praktis.

E. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah penjelasan mengenai istilah istilah yang digunakan agar dapat kesamaan penafsiran dan terhindar dari kekaburan. Bagian ini juga memberikan keterangan rinci pada bagian bagian yang memerlukan uraian. Guna memahami secara utuh uraian penulis dalam penelitian yang berjudul “*Students Mall* Sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar”, maka penulis terlebih dahulu menjelaskan beberapa hal yang dianggap memiliki peranan penting dalam membangun teori konsep tersebut, yakni:

1. *Students Mall*

Students Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai. *Mall* juga dapat diartikan sebagai kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa serta memberikan kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi pembeli.

2. Ruang interaksi

Ruang Interaksi adalah proses timbal balik antara ruang yang satu dengan ruang yang lain. Contohnya: wilayah pegunungan umumnya merupakan penghasil sayuran, sedangkan daerah pesisir menghasilkan ikan laut. Penduduk daerah pantai membutuhkan sayuran dari daerah pegunungan dan sebaliknya penduduk dari daerah pegunungan membutuhkan ikan dari penduduk daerah pantai. Kedua wilayah kemudian saling berinteraksi melalui aktivitas perdagangan. Interaksi antar ruang dapat berupa pergerakan orang, barang, informasi dari daerah asal menuju daerah tujuan.

3. Interaksi

interaksi adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif.

Dalam proses interaksi tidak saja terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat, melainkan terjadi saling memengaruhi satu sama lainnya.

4. Mahasiswa

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

5. Universitas muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar atau biasa disebut Unismuh Makassar adalah salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam mengembangkan pendidikan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi. Universitas muhammadiyah Makassar bertempat di Jalan Sultan Alauddin No.259, Gunung Sari, Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian pustaka

1. Konsep Ruang Publik

Sistem teoretis Habermas diabdikan untuk mengungkapkan kemungkinan nalar, emansipasi, dan komunikasi rasional-kritis yang laten dalam institusi-institusi modern dan dalam kapasitas manusia untuk mempertimbangkan secara sungguh-sungguh dan mengejar kepentingan-kepentingan rasional. Berikut teori teori dari Jorgen Habermas:

Ruang publik merupakan media untuk mengomunikasikan informasi dan juga pandangan. Sebagaimana yang tergambarkan di Inggris dan Prancis, masyarakat bertemu, ngobrol, berdiskusi tentang buku baru yang terbit atau karya seni yang baru diciptakan. Dalam keadaan masyarakat bertemu dan berdebat akan sesuatu secara kritis maka akan terbentuk apa yang disebut dengan masyarakat madani. Secara sederhana masyarakat madani bisa dipahami sebagai masyarakat yang berbagi minat, tujuan, dan nilai tanpa paksaan yang dalam teori dipertentangkan dengan konsep negara yang bersifat memaksa.

Pada perkembangan selanjutnya ruang publik juga menyangkut ruang yang tidak saja bersifat fisik, seperti lapangan, warung-warung kopi dan salon, tetapi juga ruang di mana proses komunikasi bisa berlangsung. Misal dari

ruang publik yang tidak bersifat fisik ini adalah media massa. Di media massa itu masyarakat membicarakan kasus-kasus yang terjadi di lingkungannya. Penguasa yang tidak menerima dikritik dan media massa yang menolak memuat sebuah artikel karena takut kepada penguasa juga sebagai tanda bahwa sebuah ruang publik belum tercipta. Dalam bukunya *Transformasi Struktural Ranah Publik*, Habermas mengembangkan konsepnya yang berpengaruh, tentang ranah publik. Karya Habermas ini sangat kaya dan memberi dampak besar pada berbagai disiplin ilmu. Habermas pertama membuat sketsa sebuah model yang disebutnya “ranah publik borjuis”, Ia kemudian juga menganalisis kemunduran ranah publik ini pada abad ke-20. Ranah publik borjuis, yang mulai muncul pada sekitar tahun 1700 dalam penafsiran Habermas, adalah berfungsi untuk memperantarai keprihatinan privat individu dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan keluarga, yang dihadapkan dengan tuntutan-tuntutan dan keprihatinan dari kehidupan sosial dan publik.

Ini mencakup fungsi menengahi kontradiksi antara kaum borjuis dan citoyen (kalau boleh menggunakan istilah yang dikembangkan oleh Hegel dan Marx awal), mengatasi kepentingan-kepentingan dan opini privat, guna menemukan kepentingan-kepentingan bersama, dan untuk mencapai konsensus yang bersifat sosial.

Ranah publik di sini terdiri dari organ-organ informasi dan perdebatan politik, seperti surat kabar dan jurnal. Serta institusi diskusi politik, seperti parlemen, klub politik, salon, majelis publik, tempat minum dan kedai kopi, balai pertemuan, dan ruang-ruang publik lain, di mana diskusi sosio-politik

berlangsung. Konsep ranah publik yang diangkat Habermas ini adalah ruang bagi diskusi kritis, terbuka bagi semua orang. Pada ranah publik ini, warga privat (private people) berkumpul untuk membentuk sebuah publik, di mana nalar publik tersebut akan bekerja sebagai pengawas terhadap kekuasaan negara. Untuk pertama kalinya dalam sejarah, individu dan kelompok dapat membentuk opini publik, memberikan ekspresi langsung terhadap kebutuhan dan kepentingan mereka, seraya mempengaruhi praktik politik. Ranah publik borjuis memungkinkan terbentuknya area aktivitas opini publik, yang menentang kekuasaan negara yang opresif, serta kepentingan-kepentingan kuat yang membentuk masyarakat borjuis.

Prinsip-prinsip ranah publik melibatkan suatu diskusi terbuka tentang semua isu yang menjadi keprihatinan umum, di mana argumentasi-argumentasi diskursif (bersifat informal, dan tidak ketat diarahkan ke topik tertentu) digunakan untuk menentukan kepentingan umum bersama. Ranah publik dengan demikian mengandaikan adanya kebebasan berbicara dan berkumpul, pers bebas, dan hak untuk secara bebas berpartisipasi dalam perdebatan politik dan pengambilan keputusan. Sesudah terjadinya revolusi-revolusi demokratis, Habermas menyarankan, agar ranah publik borjuis ini dilembagakan dalam aturan konstitusional, yang menjamin hak-hak politik secara meluas. Serta, mendirikan sistem yudisial untuk menengahi klaim-klaim antara berbagai individu atau berbagai kelompok, atau antara individu dan kelompok dan negara.

Dalam konsep Habermas, media dan ranah publik berfungsi di luar sistem politis-kelembagaan yang aktual. Fungsi media dan ranah publik ini sebagai tempat diskusi, dan bukan sebagai lokasi bagi organisasi, perjuangan, dan transformasi politik. Dalam bukunya itu, Habermas juga mengkontraskan berbagai bentuk ranah publik borjuis. Mulai dari ranah publik yang bersifat partisipatoris dan aktif di era heroik demokrasi liberal, sampai dengan bentuk-bentuk ranah publik yang lebih privat dari pengamat politik dalam masyarakat industri birokratis. Pada masyarakat semacam itu, kalangan media dan elite mengontrol ranah publik. Sesudah menyatakan gagasan tentang ranah publik borjuis, opini publik, dan publisitas, Habermas menganalisis struktur sosial, fungsi-fungsi politis, dan konsep serta ideologi ranah publik. Kemudian, Habermas menggambarkan transformasi sosial-struktural ranah publik, perubahan-perubahan dan fungsi publiknya, serta pergeseran-pergeseran dalam konsep opini publik dalam tiga bab penyimpulan.

Dua tema utama dari buku Habermas itu mencakup analisis kelahiran historis ranah publik borjuis, yang diikuti dengan ulasan tentang perubahan struktural ranah publik di era kontemporer. Habermas menganalisis kemerosotan ranah publik itu pada abad ke-20. Yaitu, dengan bangkitnya kapitalisme negara, industri budaya, dan posisi yang semakin kuat di pihak perusahaan ekonomi dan bisnis besar dalam kehidupan publik. Dalam ulasannya ini, ekonomi besar dan organisasi pemerintah telah mengambil alih ruang publik, di mana warga negara hanya diberi kepuasan untuk menjadi konsumen bagi barang, layanan, administrasi politik, dan pertunjukan publik.

Menurut Habermas, berbagai faktor akhirnya mengakibatkan kemerosotan ranah publik. Salah satu faktor itu adalah pertumbuhan media massa komersial, yang mengubah publik menjadi konsumen yang pasif. Mereka menjadi tenggelam dalam isu-isu yang bersifat privat, ketimbang isu-isu yang menyangkut untuk kebaikan bersama dan partisipasi demokratis.

Faktor lain, adalah munculnya negara kesejahteraan, yang menyatukan negara dan masyarakat sebegitu mendalam, sehingga ranah publik menjadi tertekan habis. Negara mulai memainkan peran yang lebih fundamental dalam kehidupan sehari-hari dan lingkungan aktivitas privat, sehingga mengikis perbedaan antara negara dan masyarakat sipil, serta antara ranah publik dan privat. Faktor-faktor ini juga mengubah 'ranah publik' menjadi sebuah situs bagi kontestasi atas sumber-sumber negara, yang lebih ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, ketimbang menjadi ruang bagi pengembangan konsensus rasional yang mendahulukan kepentingan publik.

Menurut analisis Habermas, dalam ranah publik borjuis, opini publik dibentuk oleh konsensus dan perdebatan politik. Sedangkan dalam ranah publik yang sudah merosot kualitasnya di kapitalisme negara kesejahteraan (welfare state capitalism), opini publik diatur oleh para elite politik, ekonomi, dan media, yang mengelola opini publik sebagai bagian dari manajemen sistem dan kontrol sosial. Jadi, pada tahapan yang lebih awal dari perkembangan borjuis, opini publik dibentuk dalam debat politik terbuka, berkaitan dengan kepentingan umum bersama, dalam upaya membentuk sebuah konsensus yang menghargai kepentingan umum. Sebaliknya, dalam tahapan kapitalisme

kontemporer, opini publik dibentuk oleh kalangan elite yang dominan, dan dengan demikian sebagian besar mewakili kepentingan privat partikular mereka.

Tidak ada lagi konsensus rasional di antara para individu dan kelompok, demi kepentingan artikulasi kebaikan bersama, yang dijadikan sebagai norma. Sebaliknya, yang terjadi adalah pertarungan di antara berbagai kelompok untuk memajukan kepentingan privat mereka sendiri, dan inilah yang menjadi ciri panggung politik kontemporer. Karena itu, Habermas menjabarkan transisi dari ranah publik liberal, yang berasal dari Pencerahan (Enlightenment) serta revolusi Amerika dan Perancis, ke ranah publik yang didominasi media di era masa sekarang, yang disebutnya 'kapitalisme negara kesejahteraan dan demokrasi massa. Transformasi historis ini, sebagaimana bisa kita catat, didasarkan pada analisis Horkheimer dan Adorno tentang industri budaya. Yakni, kondisi di mana perusahaan-perusahaan raksasa mengambil alih ranah publik, dan mengubah ranah publik itu dari ranah perdebatan rasional menjadi ranah konsumsi yang manipulatif dan pasifitas.

Dalam transformasi ini, opini publik bergeser dari konsensus rasional yang muncul dari debat, diskusi, dan refleksi, menjadi opini yang direkayasa lewat jajak pendapat atau pakar media. Jadi, perdebatan rasional dan konsensus telah digantikan oleh diskusi yang diatur dan manipulasi lewat mekanisme periklanan dan badan-badan konsultasi politik. Bagi Habermas, fungsi media dengan demikian telah diubah dari memfasilitasi wacana dan perdebatan rasional dalam ranah publik, menjadi membentuk, mengkonstruksi, dan

membatasi wacana publik ke tema-tema yang disahkan dan disetujui oleh perusahaan-perusahaan media. Maka, saling-hubungan antara ranah debat publik dan partisipasi individu sudah patah, dan berubah bentuk ke dalam lingkungan aktivitas informasi politik atau pertunjukan publik. Dalam lingkungan semacam itu, warga-konsumen menyerap dan mencernakan hiburan dan informasi secara pasif. Warga negara dengan demikian sekadar menjadi penonton pertunjukan dan wacana media, yang membentuk opini publik, dan menurunkan derajat konsumen/warganegara itu menjadi sekadar obyek bagi berita, informasi, dan urusan-urusan publik.

Dalam magnum opusnya, *The Theory of Communicative Action* (1981), Habermas mengeritik proses modernisasi sepihak, yang dipimpin oleh kekuatan-kekuatan rasionalisasi ekonomi dan administratif. Habermas memandang, intervensi yang semakin meningkat dari sistem formal terhadap kehidupan kita sehari-hari, itu sejalan dengan pertumbuhan negara kesejahteraan, kapitalisme korporat, dan budaya konsumsi massa. Kecenderungan yang semakin kuat ini telah memberi pembenaran bagi perluasan area kehidupan publik, dan menundukkan mereka di bawah logika pukul rata tentang efisiensi dan kontrol. Partai-partai politik, yang diregulerkan, dan kelompok-kelompok kepentingan telah menjadi pengganti dari demokrasi partisipatoris. Masyarakat pun semakin diatur pada tingkatan yang jauh dari masukan warga negara. Akibatnya, batas-batas antara publik dan privat, antara individu dan masyarakat, serta antara sistem dan dunia kehidupan, semakin memudar.

Sistem teoritis Henri Lefebvre, seorang sosiolog Marxis Prancis, menganjurkan bahwa sesungguhnya tidak ada ruang yang sepenuhnya “ideal” karena ruang diferensial itu sendiri secara spasial dalam masyarakat kapitalis modern merupakan arena pertarungan yang tidak akan pernah selesai diperebutkan. Semua pihak yang berkepentingan akan terus berusaha mencari cara untuk mendominasi pemakaian atau pemanfaatan atas suatu ruang dan mereproduksi segala pengetahuan untuk mempertahankan hegemoni mereka atas pemanfaatan ruang tersebut. Dengan kata lain, ruang bersama (*common space*) akan selalu menyesuaikan kepentingan kapital dalam rangka menjamin relasi atau hubungan produksi dan reproduksi yang bersifat kapitalistik. Dalam pengertian ini pulalah produksi ruang secara spasial akan mempengaruhi mentalitas para penghuninya sehingga menciptakan apa yang disebut oleh Henri Lefebvre sebagai produksi ruang sosial, yakni relasi produksi antara ruang secara spasial dengan masyarakat. Oleh karena itu, Lefebvre menganjurkan supaya kita memahami ruang dalam kaitannya dengan sejarah dan konteks secara spesifik.

Dalam pengertian ini, produksi ruang (baik secara spasial maupun secara sosial) erat kaitannya dengan perkembangan “*mode of production*” suatu masyarakat modern, di mana produksi pengetahuan mengenai ruang merupakan refleksi atas relasi keduanya. Konstruksi atas ruang merupakan hal yang bersifat esensial dalam perkembangan kapitalisme. Untuk memahami logika ini, saya mengutip dari Lefebvre sebagai berikut:

Sebagai dampaknya, hegemoni pengetahuan terus direproduksi untuk mempertahankan konsep ruang sebagai suatu hasrat untuk memamerkan diri. Konsekuensinya adalah pengetahuan mengenai kota (*the science of the city*) mengukuhkan konsep kota hanya sebagai “objek” melalui ideologi yang bersandar pada netralitas ilmu pengetahuan dan mengabaikan konteks sejarah sosial perkembangan masyarakat yang menghidupkan ruang itu. Oleh karena itulah, Lefebvre menggarisbawahi pentingnya mengartikulasikan “produksi ruang sosial” sebagai basis ideologis dalam arena reproduksi pengetahuan mengenai kota.

Ruang diferensial dibentuk oleh tindakan sosial (*social action*), baik secara individual maupun secara kolektif. Tindakan sosiallah yang memberi “makna” pada bagaimana suatu ruang spasial dikonsepsikan oleh mereka yang mengisi dan menghidupkan ruang tersebut. Produksi ruang sosial berkenaan dengan bagaimana praktik spasial diwujudkan melalui persepsi atas lingkungan (*environment*) yang dibangun melalui jaringan (*networks*) yang mengaitkan aktivitas-aktivitas sosial seperti pekerjaan, kehidupan pribadi (*private life*), dan waktu luang (*leisure*). Lefebvre mendeskripsikan itu sebagai relasi yang bersifat dialektis antara ruang (spasial dan sosial) yang hidup, ruang yang dipersepsikan, dan ruang yang dikonsepsikan, atau apa yang disebut sebagai “tiga rangkaian konseptual atas ruang” (*a conceptual triad of social space production*). Adalah pemahaman yang komprehensif tentang cara kerja tiga rangkaian konseptual atas produksi ruang sosial itu yang juga menjadi bagian penting dari reproduksi pengetahuan yang bersifat ideologis bagi

perkembangan suatu kota, khususnya karena hegemoni pengetahuan tentang tata ruang kota semata-mata menjadikan kota sebagai objek komoditas kapitalisme belaka. Tiga rangkaian konseptual atas ruang yang dimaksud Lefebvre menjelaskan bagaimana suatu ruang sosial dihasilkan, yaitu sebagai berikut:

Praktik spasial mengacu pada produksi dan reproduksi hubungan spasial antar objek dan produk. Hal inilah yang turut menjamin berlangsungnya kontinuitas produksi ruang sosial dan kohesivitasnya. Dalam pengertian ini, ruang sosial meliputi pula keterlibatan setiap anggota masyarakat yang memiliki hubungan atau keterkaitan tertentu terhadap kepemilikan atas ruang itu. Dengan demikian, kohesi sosial atas suatu ruang ditentukan oleh derajat kompetensi dan tingkat kinerja atas pemakaian ruang (fisik atau material). Praktik spasial semacam inilah yang dipahami sebagai “ruang yang hidup”

Ruang diferensial-diferensial yang dihasilkan oleh suatu ruang oleh karena itu menjadi “beragam”. Representasi-representasi semacam itu merujuk pada suatu ruang yang “dikonsepsikan”, seperti misalnya ruang untuk para ilmuwan, para perencana tata ruang, masyarakat urban, para pengkaji dan pelaksana teknokrat, dan para perekayasa sosial lainnya, seperti dari para seniman yang memiliki ekspresi dan sikap mental misalnya yang unik dalam mengidentifikasi “ruang” – sementara para pengkaji memandang proses pembentukan atas ruang sebagai suatu rekayasa ilmiah – seperti melalui kajian (studi) atau penelitian dengan cara mengidentifikasi apa saja yang menghidupi

suatu ruang, konsekuensi apa yang dirasakan oleh orang atas “ruang” itu serta apa yang mereka pahami tentang ruang tersebut dan dinamikanya. Pada konteks inilah ruang merupakan suatu produksi yang muncul dari konsepsi orang dan/atau beberapa orang atau orang pada umumnya; “ruang” yang dikonsepsikan

Ruang diferensial mengacu pada ruang yang secara nyata “hidup” (*lived space*) dan berkaitan secara langsung dengan berbagai bentuk pencitraan serta simbol yang terkait dengannya. Hal ini termasuk bagaimana para penghuni ruang atau orang-orang yang menggunakannya saling berinteraksi melalui praktik dan bentuk visualisasi di dalam suatu ruang. Konsepsi atas ruang pun muncul berdasarkan berbagai pengalaman nyata yang dialami oleh setiap orang sebagai sebab-akibat dari suatu hubungan yang bersifat dialektis antara praktik spasial dan representasi ruang. Ruang menjadi sesuatu yang secara khusus dipersepsikan oleh individu, kelompok, atau suatu masyarakat; ruang yang dipersepsikan (*perceived space*).

Lefebvre kemudian juga menerapkan tiga rangkaian konsepsi atas ruang diferensial sebagai metode untuk menganalisis sejarah spasial. Ia berpendapat bahwa ruang sosial diproduksi dan direproduksi dalam kaitannya dengan berbagai kekuatan yang mempengaruhi produksi ruang dan juga dengan berbagai relasi yang terbentuk di dalam produksi ruang fisik atau material. Kekuatan-kekuatan tersebut bukan sekadar menjadi “kompetisi” atas ruang fisik yang sepenuhnya “hampa” atau “kosong” atau bahkan “netral”,

melainkan proses tarik-menarik kepentingan antar berbagai macam “kekuatan” yang saling mempengaruhi upaya untuk menghuni “ruang material” (fisik) yang sebenarnya telah “ada”.

Secara konkret, Lefebvre menjabarkan bahwa perkembangan hegemoni kapitalisme modern secara paralel berkonsekuensi logis pada produksi “ruang abstrak”. Pada ruang “abstrak” inilah kapitalisme menciptakan bentuk-bentuk homogenisasi, hierarki, dan berbagai macam fragmentasi sosial lainnya. Di sisi lain, kapitalisme dan globalisasi, atau kapitalisme yang berlangsung secara global dan secara spasial di berbagai tempat, melahirkan berbagai bentuk dan pola relasi yang “sama”, “serupa”, “hampir mirip” di berbagai belahan dunia, tetapi juga sekaligus melahirkan “perbedaan-perbedaan” praktik dan konsepsi terhadap “ruang” itu sendiri. Ruang komunal, sejarah lokal suatu tempat, serta kekhususan yang dimiliki suatu masyarakat atas tempat yang mereka huni bersama merupakan proses budaya yang ikut mempengaruhi konsepsi atas ruang “representasional” dan keunikan yang dimilikinya masing-masing.

Sementara di sisi lain, modernisme dan implikasinya terhadap “ruang fisik” membentuk suatu pola mental yang nyaris menuju pada berbagai bentuk “penyeragaman” sikap mental – perilaku atas penggunaan atau pemakaian ruang. Hal ini karena kehidupan modern menekankan berbagai bentuk “kepemilikan” sebagai sesuatu yang secara rigid berdasarkan pada “kepemilikan pribadi” (*personal belonging*). Konsep kepemilikan pribadi

inilah yang dikembangkan melalui “pasar” dan relasi yang terbangun di dalam “hubungan produksi”.

Meski demikian, Lefebvre tidak sepenuhnya memandang “ruang modern” secara sinis (pesimistis). Baginya, memang modernisme telah melahirkan berbagai macam kontradiksi-kontradiksi termasuk kontradiksi yang bersifat spasial. Akan tetapi, menurutnya, berbagai tekanan yang muncul akibat kontradiksi yang mempengaruhi gangguan atas tatanan dan kohesi sosial melahirkan berbagai macam atau keberagaman konsepsi “ruang abstrak” sebagai suatu bentuk tawaran-tawaran alternatif atas pemakaian ruang “bersama”. Dengan kata lain, kontradiksi yang muncul atas “produksi ruang” (sebagai kesatuan proses secara material sosial) terus akan melahirkan “perlawanan atas upaya-upaya untuk menghemonisasikan cara (praktik) penggunaan, kepemilikan, dan rasa yang dimiliki atas suatu ruang yang dihuni oleh suatu masyarakat”.

Henri Lefebvre pula yang pertama kali memperkenalkan konsep mengenai “Hak atas Kota” kepada khalayak, khususnya para intelektual dan aktivis gerakan sosial. Menurutnya, hak atas kota melampaui kebebasan individu untuk mengakses sumber-sumber daya yang dimiliki suatu kota. Hak atas kota adalah hak untuk mengubah warga penghuni kota dengan mengubah kota itu sendiri. Secara khusus, hak atas kota bukanlah bersifat individual melainkan komunal, yang harus diwujudkan melalui serangkaian transformasi berdasarkan kekuatan kolektif yang dapat ikut membentuk proses urbanisasi.

Tesis Lefebvre mengenai hak atas kota (atau yang acapkali juga diterjemahkan sebagai kedaulatan para penghuni kota) didasari oleh argumen mendasar bahwa urbanisasi secara menyeluruh dalam suatu masyarakat adalah proses yang tak dapat dihindari. Oleh karena itu, untuk mempengaruhi proses itu dibutuhkan interpretasi baru dan kritik atas pendekatan yang selama ini secara hegemonik dan dominan menjadi landasan penentuan kebijakan dalam produksi ruang secara spasial dan kebijakan lain yang mempengaruhi kondisi dan implikasi proses urbanisasi itu sendiri. Kebijakan yang paling dominan dalam memahami urbanisasi, terutama dalam perencanaan tata kelola ruang di perkotaan, selama ini didasari oleh logika kapitalis pasar dan negara di mana produksi atas ruang khususnya di perkotaan ditujukan bagi kontestasi komodifikasi melalui serangkaian modus “kehendak untuk memamerkan diri”. Dalam konteks untuk “memamerkan diri” itulah kota dibangun dan acapkali harus mengabaikan kepentingan paling esensial dari para penghuni kota itu sendiri, yakni menurut Lefebvre, hak-hak asasi manusia.

Hak atas kota kemudian didefinisikan bukan semata-mata sebagai hak untuk hidup atau mengokupasi ruang untuk tinggal di wilayah perkotaan bagi siapa saja (*the right to inhabit*), melainkan juga hak untuk mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik bagi warga penghuni yang menghidupi kota itu sendiri; kehidupan yang layak. Oleh karena itu, hak atas kota berarti juga hak untuk mengklaim kembali “sentralitas” atas kota yang memungkinkan kesetaraan, misalnya melalui revitalisasi keberadaan ruang publik, serta mendorong partisipasi dan keberdayaan warganya. Untuk itu, Lefebvre

menganjurkan cara pandang atas kehidupan urban (urbanisme) yang dapat mengakhiri segregasi spasial sebagai peneguh pembedaan kelas-kelas sosial dengan cara memperkuat basis-basis pembedaan ruang secara plural dan egalitarian. Hal ini tak dapat dilakukan tanpa pengorganisasian warga kota melalui suatu gerakan sosial untuk merebut kembali kedaulatan mereka sebagai penghuni kota. Para birokrat dan teknokrat yang merupakan agen pemerintah harus didorong untuk memahami kepentingan publik agar dapat menyeimbangkan praktik spasial atas ruang yang mengakomodasi pluralitas dan mengakhiri diskriminasi pemanfaatan ruang akibat kepentingan-kepentingan kapitalistik yang mengabaikan keseimbangan ekologi, sosial, dan kultural. Para agen kapitalis yang menguasai praktik spasial dalam pertumbuhan kota harus mendasarkan kinerja mereka berdasarkan norma dan etika yang mengedepankan keseimbangan sosial, kultural, dan ekologis. Secara spesifik, Lefebvre menerjemahkan itu sebagai suatu “revolusi urban” yang harus dimulai agar ketegangan-ketegangan konflik sosial dan fisik akibat praktik spasial secara brutal yang diteguhkan oleh instrumen sosial-politik tidak akan berakhir sebagai kerusuhan dan tindak kekerasan. Karena itu, revolusi urban juga berkenaan dengan upaya untuk mengubah instrumen politik di mana kebijakan yang dihasilkan mengutamakan upaya memperjuangkan kedaulatan bagi kehidupan yang lebih layak untuk setiap orang..

Konsep pedagogi atas ruang dan waktu berkenaan dengan bagaimana “masyarakat” merupakan subjek yang mereproduksi pengetahuan kritis

berdasarkan pengalaman dan praktik kehidupan yang mereka lakukan sehari-hari. Pengetahuan kritis itu berangkat dari apa yang menjadi beban masyarakat yang beragam (secara kelas sosial dan identitas kultural), khususnya yang menanggung risiko dalam interaksi dalam praktik spasial. Pengetahuan itu menjadi basis untuk “menduduki” (mengokupasi) suatu ruang sebagai arena reproduksi pengetahuan.

Untuk mengenali kebutuhan itu, Lefebvre membedakan fungsi ruang sosial menjadi dua, yakni ruang publik dan ruang komunal. Dalam pembahasannya, ruang publik dimaknai sebagai ruang yang memfasilitasi pertemuan banyak orang secara inklusif dan tak mengenal batasan-batasan latar belakang sosial seseorang. Sementara itu, ruang komunal adalah ruang yang mempertemukan sekelompok orang melalui seleksi atas keanggotaan setiap orang, dengan mempertimbangkan pula rasa memiliki (*sense of belonging*) keanggotaan dalam suatu kelompok. Hal yang membedakan keduanya adalah “seleksi sosial”. Meskipun, misalnya, ruang komunal dapat berkembang menjadi ruang yang memfasilitasi setiap orang secara inklusif, ruang komunal tetap memiliki pelabelan sosial – yakni identitas yang berbasis komunalitas. Sementara itu, ruang publik secara umum merupakan ruang di mana setiap orang dapat melakukan perjumpaan tanpa terikat seleksi sosial dan menjadi alternatif bagi ekspresi bersama warga; juga sebagai ruang yang memungkinkan setiap orang untuk memperoleh hak setara dalam mengakses fasilitas publik.

Oleh karena itu, metode pembelajaran dan praktik pedagogi ruang dan waktu harus berangkat dari pemetaan diri warga secara individual maupun secara kolektif dalam relasinya dengan praktik menghuni suatu ruang. Mereka sebaiknya tidak berangkat semata-mata dari gagasan “ideal” akan sekelompok orang yang kritis dalam upaya untuk menyadarkan mereka yang dianggap tertindas. Hal ini menjadi penting karena upaya untuk menandai kebutuhan bersama secara kolektif atas suatu ruang yang lebih humanis merupakan basis bagi suatu gerakan sosial yang memperjuangkan perubahan konsep dan praktik spasial yang acapkali dijalani melulu dalam logika produksi kapitalistik yang nyaris meniadakan esensi kemanusiaan.

2. Konsep Interaksi sosial

Pada hakikatnya manusia tidak hanya sebagai makhluk individu tetapi juga sebagai makhluk sosial. Untuk menjalani kehidupannya manusia pasti membutuhkan bantuan dari manusialainnya, oleh karena itu manusia melakukan interaksi sosial. Interaksi sosial adalah kunci dari kehidupan sosial, karena tanpa adanya interaksi maka tak akan mungkin ada kehidupan bersama. Harlod Bethel menjelaskan bahwa *the basic condition of a common life* dapat tercermin pada faktor-faktor berikut:

- a. *Grouping of people*, artinya adanya kumpulan orang-orang.
- b. *Definite place*, artinya adanya wilayah/tempat tinggal tertentu.
- c. *Mode of living*, artinya adanya pemilihan cara-cara hidup.

Interaksi merupakan bentuk utama dari proses sosial aktivitas sosial terjadi karena adanya aktivitas dari manusia dalam hubungannya dengan

manusia lain. Yang bertindak yang berhubungan itu adalah manusia. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok.

a. Unsur Dasar Interaksi Sosial

Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apa bila tidak memenuhi dua syarat, yaitu:

1) Adanya kontak sosial (*social-contac*)

Kata kontak berasal dari bahasa Latin *con* atau *cum* (yang artinya bersama-sama) dan *tango* (yang artinya menyentuh), jadi artinya secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh. Pada interaksi sosial mengandung makna tentang kontak sosial secara timbal balik atau inter-stimulasi dan respon antara individu-individu dan kelompok-kelompok. Kontak pada dasarnya merupakan aksi dari individu atau kelompok dan mempunyai makna bagi pelakunya, yang kemudian ditangkap oleh individu atau kelompok lain. Kontak sosial dapat bersifat positif ataupun negatif. Yang bersifat positif mengarah pada suatu kerja sama, sedangkan yang bersifat negatif mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan suatu interaksi sosial. Suatu kontak sosial dapat pula bersifat primer ataupun sekunder. Kontak primer terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka, sedangkan kontak yang sekunder memerlukan suatu perantara. Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Antara orang perorangan.
- b. Antara orang perorangan dengan suatu kelompok manusia atau sebaliknya.
- c. Antara suatu kelompok manusia dengan kelompok manusia lainnya.

2). Adanya Komunikasi

Komunikasi muncul setelah kontak berlangsung. Komunikasi timbul apabila seseorang individu memberi tafsiran pada perilaku orang lain. Dengan tafsiran tersebut, lalu seorang itu mewujudkan perilaku, dimana perilaku tersebut merupakan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain tersebut.

Komunikasi merupakan awal mula terjalinnya suatu hubungan, baik hubungan kerjasama ataupun hubungan apapun itu dalam kehidupan manusia. Di sisi lain komunikasi juga terkadang mengakibatkan suatu pertentangan atau pertikaian. Hal ini disebabkan karena adanya kesalahpahaman atau masing-masing pihak tidak ada yang mau mengalah ketika berkomunikasi satu sama lain.

b. Faktor-faktor Proses Interaksi Sosial

Berlangsungnya suatu proses interaksi didasarkan pada pelbagai faktor, antara lain:

- 1) Imitasi, adalah suatu proses meniru seseorang untuk menjadi sama dengan orang lain.
- 2) Sugesti, faktor ini berlangsung apabila seseorang memberi suatu pandangan atau sesuatu sikap yang berasal dari dirinya yang kemudian diterima oleh pihak lain.

- 3) Identifikasi, merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain.
- 4) Simpati, suatu proses dimana seseorang merasa tertarik pada pihak lain.

C. Ciri-ciri Interaksi Sosial

Charles P. Loomis mencantumkan ciri penting dari interaksi sosial, yaitu:

- 1) Jumlah pelaku lebih dari seorang, bisa dua atau lebih.
- 2) Adanya komunikasi antara para pelaku dengan menggunakan simbol-simbol.
- 3) Adanya suatu dimensi waktu yang meliputi masa lampau, kini dan akan datang, yang menentukan sifat dan aksi yang sedang berlangsung.
- 4) Adanya tujuan-tujuan tertentu, terlepas dari sama atau tidak sama dengan yang diperkirakan oleh para pengamat. Apabila interaksi sosial itu diulang menurut pola yang sama dan bertahan untuk waktu yang lama, maka akan terwujud Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar jelas menunjukkan adanya ciri ciri dari interaksi yang biasanya ditunjukkan dalam bahasa daerah yang mereka gunakan ataupun menggunakan simbol-simbol yang bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dari kelompoknya tersebut.

d. Bentuk-bentuk Interaksi Sosial

Di dalam interaksi disamping memiliki unsur dasar yakni, kontak sosial dan komunikasi, juga memiliki beberapa bentuk. Bentuk interaksi

sosial bisa berupa kerja sama (cooperation), persaingan (competition) bahkan dapat juga berbentuk pertentangan (conflict). Banyak tokoh yang mengidentifikasi beberapa bentuk dari interaksi sosial tersebut. Gillin dan Gillin mengidentifikasi interaksi sosial itu dalam dua bentuk, yakni: proses yang asosiatif dan disosiatif. Proses asosiatif ini terbagi menjadi tiga bentuk khusus lagi yakni:

1. Kerja sama

Kerja sama merupakan sebuah proses dimana terjadi sebuah kesadaran adanya kepentingan dan tujuan yang sama didalamnya yang kemudian melakukan sebuah tindakan guna memenuhi kebutuhannya tersebut. Dalam bentuk kerjasama ada kesediaan dari anggota kelompok untuk mengganti kegiatan anggota kelompok lainnya karena kegiatan yang dilaksanakan saling bergantung dengan kegiatan yang lain dalam hubungannya dengan pencapaian tujuan bersama. Dalam hal ini kerjasama dibagi menjadi lima bentuk yaitu pertama, kerukunan yang mencakup gotong royong dan tolong menolong. Kedua, bergaining atau yang biasa disebut dengan suatu proses perjanjian mengenai pertukaran barang atau jasa.

Ketiga, kooptasi yaitu suatu proses dimana terjadi penerimaan unsur-unsur baru guna menciptakan suatu stabilitas didalam kehidupan masyarakat. Keempat, koalisi adalah suatu kombinasi antara dua organisasi atau lebih yang mempunyai tujuan-tujuan yang sama, kelima, joint venture merupakan sebuah proses kerjasama dalam sebuah proyek tertentu.

2. Akomodasi

Akomodasi adalah sebuah bentuk usaha untuk mengurangi pertentangan antara orang perorangan atau antar kelompokkelompok di dalam masyarakat akibat perbedaan paham atau pandangan. Mencegah timbulnya suatu pertentangan untuk sementara waktu atau temporer.¹³ Akomodasi juga mengupayakan peleburan antara kelompok-kelompok yang terpisah dan bahkan memungkinkan terjadinya sebuah kerjasama didalamnya. Dalam hal ini akomodasi diterapkan dalam masyarakat yang cenderung mengenal adanya sebuah kasta akibat faktor sosiologis dimana mereka terkotak-kotak dalam kelasnya masing-masing.

3. Asimilasi

Asimilasi merupakan suatu proses sosial dalam taraf kelanjutan, yang ditandai dengan adanya usaha-usaha mengurangi perbedaan-perbedaan yang terdapat antara individu atau kelompok dan juga meliputi usaha-usaha untuk mempertinggi kesatuan tindak, sikap dan proses-proses mental dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan dan tujuan bersama.¹⁴ Dalam konteks ini proses asimilasi harus didukung dengan adanya sebuah toleransi para pelakunya, namun terkadang proses asimilasi sendiri terhambat karena factor kehidupan masyarakat yang terisolasi, yang cenderung mempunyai pengetahuan yang relatif rendah.

Bentuk-bentuk interaksi sosial yang terwujud dalam porses asosiatif di atas dapat kita lihat dalam kehidupan Himpunan Mahasiswa Lampung yang berada di Yogyakarta ini. Salah satunya adalah dalam hal kerja sama, ini dapat kita lihat ketika mereka melaksanakan kegiatan dalam himpunan

tersebut. Selain itu, terdapat juga keinginan dan tujuan bersama yakni, menjalani kehidupan dengan keadaan jauh dari orang tua dan juga tujuan untuk memperkenalkan kebudayaan Lampung kepada khalayak luas.

Untuk memenuhi kebutuhan dan juga tujuan tersebut individu-individu yang ada dalam Himpunan tersebut melalui proses akomodasi dan asimiliasi. Sedangkan proses disosiatif atau juga disebut dengan *oppositional processes* terdiri dari:

1. Persaingan (*competition*)

Persaingan dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu atau kelompok yang bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa jadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian atau mempertajam prasangka yang telah ada, tanpa mempergunakan kekerasan atau ancaman.¹⁵ Persaingan sendiri dalam hal ini meliputi berbagai hal yaitu persaingan ekonomi, budaya, kedudukan atau peran, dan juga kesukuan/ras. Adapun fungsi dari persaingan salah satunya adalah untuk menyalurkan sebuah keinginan individu yang bersifat kompetitif dalam masyarakat, yang kemudian secara output dengan adanya persaingan timbul sebuah perubahan sosial dimana akan merujuk pada sebuah kemajuan masyarakat.

2. Kontravensi (*contravention*)

Kontravensi merupakan bentuk proses sosial yang berada antara persaingan dan pertentangan atau pertikaian kontraversi merupakan sikap mental yang tersembunyi terhadap orang-orang lain atau terhadap orang-orang

lain atau terhadap unsur unsur kebudayaan golongan tertentu.¹⁶ Kontravensi ini identic dengan sebuah perbuatan penolakan dan perlawanan yang memungkinkan terjadinya sebuah penghasutan untuk menjatuhkan lawan-lawanya. Menurut von Wiese dan Backer, terdapat tiga tipe umum kontravensi, yaitu kontravensi generasi masyarakat, kontravensi yang menyangkut.

3. Pertentangan (*conflict*)

Pertentangan atau pertikaian adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha memenuhi kebutuhan atau tujuannya dengan jalan menantang pihak lawan dengan sebuah acmanan atau kekerasan. Di dalam diri seseorang biasanya terdapat sejumlah kebutuhan dan peran yang saling

berkompetisi, berbagai macam cara untuk mengekspresikan usaha dan peran, berbagai macam halangan yang terjadi antara usaha dan tujuan, dan juga adanya aspek-aspek positif dan negatif yang terkait dengan tujuan yang diinginkan. Secara umum terjadinya pertentangan dikarenakan adanya sebuah perbedaan yang sangat mencolok, mulai dari perbedaan individu, kepentingan hingga perbedaan sosial. Konflik dalam pun sering disebabkan oleh tidak sesuainya tujuan, perbedaan-perbedaan interpretasi dari berbagai fakta, ketidasetujuan yang didasarkan pada bermacam ekspektasi perilaku. Pertentangan dalam hal ini tidak serta merta bersifat negatif, namun juga bersifat positif. Dalam hal ini dijelaskan mengenai akibat-akibat dari bentuk pertentangan yaitu yang bersifat positif adalah terjadi sebuah solidaritas dalam

suatu kelompok dan kemudian memungkinkan terjadinya perubahan kepribadian, sedangkan yang bersifat negatif adalah goyah atau retaknya kesatuan sosial masyarakat yang memungkinkan terjadinya perpecahan atau disorganisasi. Masalah sosial tidak muncul secara alami, namun masalah sosial ada karena “social creation”, yang tercipta sebagai hasil dari pemikiran manusia dalam kebudayaan yang dimiliki oleh manusia itu sendiri yang terwujud dari peranan-perenannya yang terwujud karena interaksi sosial dalam suatu arena tertentu.¹⁹ Perwujudan sosial tidak hanya bersifat positif saja, melainkan juga bersifat negatif berupa masalah-masalah sosial. Bentuk interaksi sosial yang bersifat disasosiatif merupakan bagian di dalamnya yang pembahasannya adalah, dimana setiap kerangka perubahan

yang terjadi pasti terdapat proses yang kadang kala dimulai dengan adanya benturan-benturan satu sama lain, yang mana kondisi ini dapat berupa kontravensi bahkan pertentangan. Secara umum hal tersebut sangat wajar karena untuk membentuk sebuah keseimbangan atau equilibrium. Proses interaksi disasosiatif ini juga menjadi tinjauan konsep dalam menganalisis interaksi sosial Himpunan Mahasiswa Lampung yang berada di Yogyakarta dimana proses yang terjadi di dalamnya juga terdapat unsur yang bersifat pro kontra diantara anggotanya, serta perbedaan pendapat bahkan pertentangan turut menjadi bentuk interaksinya.

e. Teori-teori Interaksi Sosial

1. Teori Interaksionisme Simbolik

Didalam masyarakat, setiap manusia atau individu selalu beraktivitas maupun melakukan perbuatan demi memnuhi kebutuhan hidupnya, untuk itu manusia berinteraksi satu sama lain. Dalam interaksi sosial, setiap aktivitas atau perbuatan yang dilakukan manusia pada intinya menunjukkan suatu penyampaian makna atau maksud kepada manusia lainnya.

Teori interaksionisme simbolik merupakan sebuah teori yang berusaha menjelaskan tingkah laku manusia melalui analisis makna. Adanya reaksi yang menimbulkan makna dari individu satu dengan yang lain dapat timbul karena adanya suatu interaksi sosial.²⁰ Inti dari teori interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Hal ini bisa kita lihat pada interaksi sosial Himpunan Mahasiswa Lampung yang berinteraksi antar anggotanya satu sama lain dan mereka memiliki simbol-simbol tersendiri dalam berkomunikasi. Atau bahkan mereka menggunakan bahasa atau simbol-simbol baru yang mereka peroleh dari lingkungan barunya.

3. Konsep perilaku konsumtif

1. Masyarakat konsumtif

Menurut Jean Baudrillard mendefinisikan masyarakat postmodern sebagai masyarakat konsumen, dengan akibat konsumsi memainkan peran penting dalam teori itu. Pemikiran Baudrillard disebut dengan teori simulasi. Pada waktu Baudrillard masih muda, pemikirannya dipengaruhi oleh strukturalis, sehingga ia memandang system objek konsumen dan system komunikasi periklanan sebagai pembentuk kode

yang mengontrol objek dan individu ditengah masyarakat melalui objek ini, setiap individu dan kelompok secara tidak langsung benda pada tatanan nerdasar garis tempat, maksudnya posisi individu terletak pada apa yang dikonsumsi sehingga ketika ada perbedaan dalam mengkonsumsi maka akan diiringi dengan perbedaan dalam masyarakat

Masyarakat dewasa ini cenderung menuju masyarakat simulasi masyarakat kini hidup dalam kode-kode, tanda, dan model yang diatur sebagai produksi dan reproduksi dengan menuntuk dengan adanya pengemasan, pesona, kejutan, provokasi dan daya tarik sebagai logika komoditi itu sendiri. Kemasan tanda dianggap lebih menarik perhatian masyarakat dari pada pesan dan makna yang disampaikan dalam seni tersebut.

Tidak dapat dipungkiri telah terjadi pergeseran kebudayaan dari modern menjadi post modern. Kondisi post modern sebenarnya adalah wajah dari modern itu sendiri yang radikal atau sebagai dalam pemikiran habermas sebagai tahap modern modernism yang memang belum selesai. Perubahan post modern ditandai dengan perubahan orientasi masyarakat yang produk-produk yang dianggap atau menaikkan status sosial. Tanpa memperdulikan apakah produk-produk tersebut dibutuhkan atau tidak.

Baudrillard memandang objek konsumsi sebagai konsumsi yang diorganisir oleh tatanan yang produksi. Dalam arti lain kebutuhan dan konsumsi adalah perluasan produksi diorganisir, ia memandang objek konsumsi konsumen dan system komunikasi pada dasar periklanan

sebagai pembentukan “kode signifikan” yang mengotrol objek dan individu ditengah masyarakat. Dalam arti bahwa objek dan objek menjadi tanda nilainya ditentukan oleh aturan kode.

Baudrillard juga menceritakan shopping mall. Mall juga menganalisis ruang pembatasan dalam menjadi barang-baang dalam partai besar berasal dari berbagai tempat didunia. Baudrillard mengikhtisarkan disinilah kita berada dalam jantung komsumsi sebagai organisasi total dari kehidupan sehari-hari, sebagai hemoganisasi sempurna. Shopping yang terus menerus pusat shopping yang hebat tempat ibadah baru kita terus menyampaikan semua pada tuhan-tuhan atau iblis-iblis komsumsi.

2. Pengertian Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006)

Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat

ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”.

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk

mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

3. Pengertian Perilaku Konsumtif pada Remaja

Menurut Irwanto (1994) periode remaja adalah dianggap masa transisi dalam periode anak-anak ke periode dewasa. Periode ini dianggap sebagai masa-masa yang sangat penting dalam kehidupan seseorang khususnya dalam pembentukan kepribadian individu. Kebanyakan ahli memandang masa remaja harus dibagi dalam dua periode karena terdapat ciri-ciri yang cukup banyak berbeda dalam kedua (sub) periode tersebut. Pembagian ini biasanya menjadi periode remaja akhir, yaitu berkisar antara umur 17 sampai 18 tahun (umur dewasa menurut hukum yang berlaku di suatu negara). Lebih jauh Irwanto, dkk. (1994) menambahkan bahwa periode remaja merupakan klimaks dari periode-periode perkembangan sebelumnya. Dalam periode ini apa yang diperoleh dalam masa-masa sebelumnya diuji dan

dibuktikan sehingga dalam periode selanjutnya individu telah mempunyai suatu pola pribadi yang lebih mantap.

Berdasarkan pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis dan impulsif. Karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjatuh dalam perilaku membeli kurang efisien. Selain karakteristik tersebut, Solomon (dalam Zebua, dkk. 2001) mengemukakan bahwa perubahan-perubahan yang terjadi pada remaja terkadang menciptakan hal-hal yang tidak menentu sehingga mendorong mereka untuk menemukan dan memiliki jati diri yang unik sebagai individu yang berarti. Pada masa sekarang ini, pilihan aktivitas, teman dan penampilan seringkali menjadi hal penting untuk diterima secara sosial. Lebih jauh Solomon menjelaskan bahwa remaja menaruh perhatian yang lebih besar dalam hal penampilan. Sehubungan dengan hal tersebut, biasanya remaja akan bersikap lebih aktif mencari masukan dari teman maupun iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik. Akibat selanjutnya adalah banyak remaja yang terjatuh dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja putri adalah bentuk perilaku remaja putri untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan karena mudah tertarik

pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, tidak realistis sehingga memudahkan bagi para remaja putri berperilaku membeli yang kurang efisien.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.

Bila berbicara tentang perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Sigit (dalam Lestari, 2006) ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi-situasi yang tidak terduga. Perilaku konsumtif menurut Kotler (1997) dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

1. Peran budaya.

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

2. Sub budaya.

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

3. Kelas sosial pembeli.

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial.

4. Strata tersebut biasanya terbentuk system kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

b. Faktor Sosial

Sebagai tambahan atas faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

1. Kelompok Acuan.

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk actual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

2. Keluarga.

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara

kandung. Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3. Peran dan Status.

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:

1. Usia dan Tahap Siklus Hidup.

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sebagai sasaran mereka, beberapa peneliti baru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis. Orang dewasa mengalami “perjalanan dan transformasi” sepanjang perjalanan hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidupnya. Pemasar memberikan

perhatian yang besar pada situasi hidup yang berubah, bercerai dan dampak mereka terhadap perilaku konsumtif.

2. Pekerjaan.

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pekerja kerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

3. Keadaan Ekonomi.

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau likuid), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan trend penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. jika indikator ekonomi menandakan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan sasaran.

4. Gaya Hidup.

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Pemasar mencari hubungan antara produk dan gaya hidup kelompok. Misalnya sebuah pabrik computer menemukan sebagian besar pembeli computer berorientasi pada prestasi, sehingga pemasar dapat mengarahkan merk pada gaya hidup achiever. Copywriter iklan kemudian dapat menggunakan kata-kata dan symbol yang menarik bagi achiever.

5. Kepribadian dan Konsep Diri.

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti percaya diri, dominasi otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Jika jenis kepribadian dengan pilihan produk atau merk yang berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri (citra pribadi) seseorang. Pemasar berusaha mengembangkan citra merk yang sesuai dengan citra pribadi sasaran.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian dipengaruhi oleh enam faktor psikologis utama yaitu:

1. Motivasi.

Motivasi berasal dari kata motif, merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang selalu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk.

2. Persepsi.

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tapi bagaimana individu yang termotivasi tersebut bertindak? Adalah dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi tempat ia tinggal. Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa.

3. Konsep Diri.

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Setiap orang memiliki suatu konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan-pandangan atau persepsi yang

berbeda-beda pula terhadap suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

4. Kepribadian.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi dan faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan fisik, keluarga, masyarakat. Pada dasarnya kepribadian mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli.

5. Pengalaman Belajar.

Belajar sebagai suatu proses yang membawa perubahan dalam performance sebagai akibat dari latihan atau pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

6. Sikap dan Keyakinan (agama).

Sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka. Secara emosional tindakannya cenderung kearah berbagai objek dan ide.

Assuari (1987), mengatakan bahwa tingkat keinginan seseorang menempati strata yang tertinggi dalam pembelian. Keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa bisa terjadi karena suatu pembelian terhadap sesuatu yang ingin tampak berbeda dan menonjol dari yang lain

(distinctiveness), kebanggaan karena penampilan pribadinya (pride of personal appearance), dan pencapaian terhadap suatu status sosial tertentu (social achievement).

Kemudian Assuari (1987) menambahkan, bahwa perilaku konsumtif dapat terjadi karena:

- a. Seorang pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, biasanya remaja melakukan pembelian atau mengkonsumsi jasa dengan maksud untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dari yang lain.
- b. Kebanggaan akan penampilan dirinya seseorang membeli sesuatu didasarkan pada kebutuhan memamerkan dirinya.
- c. Adanya sikap positif terhadap diskon/potongan harga, dengan dalih sebelum masa tahu tempo diskon tersebut berakhir, maka konsumen akan membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang rasional.
- d. Ikut-ikutan, bahwa seseorang akan melakukan tindakan pemberian hanya sekedar meniru orang lain atau kelompoknya saja, dan mengikuti mode yang sedang marak-maraknya.
- e. Menarik perhatian orang lain, pembelian akan dilakukan seseorang karena ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, sehingga ada sesuatu yang mendorong orang tersebut untuk membeli suatu produk tanpa pertimbangan yang matang.

Selain adanya teori-teori di atas yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, adapula penelitian yang dilakukan oleh Betty dan Kahle (Sutisna, 2001) menemukan bahwa

faktor-faktor yang mendukung perilaku konsumtif, yaitu adanya peran sikap yang ikut mempengaruhi perilaku pembelian. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Pengaruh keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan (pembelian). Dengan mengabaikan kecenderungan anak yang sering memberontak pada orang tua, sebenarnya terdapat hubungan yang kuat antara sikap orang tua dengan sikap si anak. Menurut Bennet dan Kassarian (Sutisna 2001) menyatakan bahwa sikap terhadap kesehatan pribadi, pilihan item-item produk kepercayaan mengenai nilai modis tentang suatu produk semua itu akan diperoleh dari orang tua.

b. Pengaruh kelompok kawan sebaya (Peer Group Influence).

Beberapa studi memperlihatkan bahwa kawan sebaya atau sejawat dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku (pembelian). Salah satunya menurut Kazt dan Kazarsfeld mempengaruhi sikap dan perilaku pembelian terhadap suatu produk, karena teman dekatnya telah membeli produk tersebut terlebih dahulu.

c. Pengalaman.

Pengalaman masa lalu mempengaruhi sikap terhadap pemilihan produk tertentu. Pengalaman atas penggunaan suatu produk pada masa lampau akan memberikan evaluasi atas produk tersebut, tergantung apakah pengalaman itu menyenangkan atau tidak. Jika pengalaman

masa lampau itu kurang menyenangkan, maka konsumen akan cenderung untuk mempunyai sikap negative terhadap produk tersebut. Dan sebaliknya, jika pengalaman penggunaan suatu produk cukup menyenangkan, maka sikap terhadap produk tersebut dimasa datang akan positif.

d. Kepribadian

Seperti yang telah diketahui bahwa kepribadian individu atau konsumen sangat mempengaruhi proses pembelian. Sifat-sifat seperti suka terbuka, kepatuhan atau otoritarianisme mungkin lebih terlibat dalam persaingan mendapatkan sesuatu produk dengan merk yang mahal dalam usaha mengungguli lawan-lawannya.

Pendapat yang berbeda dikemukakan Harsono (Lestari, 2006) yang menyatakan bahwa motif pembelian konsumen merupakan faktor-faktor yang menyebabkan seorang konsumen membeli suatu produk untuk digunakan secara pribadi. Faktor-faktor tersebut menggambarkan kebutuhan, keinginan, sikap dan kesan orang tentang suatu produk. Faktor-faktor itu juga menunjukkan pengalaman seseorang dan pengaruh-pengaruh kelompok sosial, budaya, dan keluarga. Motif pembelian konsumen dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

a. Motif emosional

Motif emosional adalah alasan konsumen membeli produk yang berasal dari kebutuhan impulsif dan kebutuhan psikologis seseorang tanpa mempertimbangkan kualitas produk yang mahal dan alasan-

alasan rasional lainnya. Pembelian produk itu disebabkan oleh alasan-alasan emosional seperti untuk kebanggaan, gengsi, ikut-ikutan, kesenangan, dan lain-lain. Motif pembelian emosional ini sering dimanfaatkan oleh para pemasur (marketer) untuk meningkatkan pembelian produk mereka.

b. Motif rasional

Motif rasional adalah alasan pembelian yang direncanakan secara hati-hati dan dianalisis semua informasi tentang produk yang dibeli. Produk yang akan dibeli tersebut dipertimbangkan memang sangat dibutuhkan, kualitas produknya baik, harganya tidak mahal, dan pertimbangan-pertimbangan rasional lainnya tentang kondisi tersebut.

c. Motif patronage

Motif patronage adalah alasan pembelian yang didasarkan karakteristik khusus toko atau tempat pembelian, juga dapat karena alasan merk suatu produk. Konsumen membeli suatu produk karena tempat penjualannya nyaman, karena pelayanannya baik, karena pelayannya cantik, atau karena merknya terkenal.

Jadi berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada konsumen antara lain: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi. Adapun faktor-faktor lain yang tidak kalah penting adalah faktor psikologis, meliputi motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian pengalaman, belajar, sikap dan keyakinan. Selain itu ada: pengaruh

keluarga, pengaruh kelompok kawan sebaya, pengalaman, kepribadian, motif emosional, motif rasional, dan motif patronage.

B. Kerangka Konsep

students Mall Adalah merupakan pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (mall), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Dengan adanya students mall ini ruang interaksi mahasiswa Di dalam kampus terdapat ruang-ruang sebagai tempat terjadinya kontak informal antara mahasiswa, yang disebut sebagai ruang komunal; seperti dipelataran musholah, ditangga. Ruang komunal merupakan ruang publik, digunakan untuk melakukan kegiatan informal seperti duduk santai melepas lelah, menunggu kuliah sambil makan, jalur sirkulasi dan untuk berinteraksi sosial. Interaksi sosial dilakukan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan ruang publik yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi seperti students mall untuk kegiatan informal seperti menunggu kuliah atau dosen, mengerjakan tugas sambil duduk di lantai atau trap tangga. Tipe interaksi bagaimana yang terjadi di tempat-tempat tersebut? maka keluarga yang lain akan berusaha menyaingi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan kerangka pikir berikut:



Gambar 2.1. Skema Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sugiyono (2013:14), jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian mengenai *students mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar* ini adalah penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian yang data-datanya dalam bentuk kata-kata atau kalimat. Metode penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan secara objektif menganalisis data-data yang diperoleh, dan kemudian memakai studi kasus dengan bentuk intrinsik yang menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap kasus tunggal yang disebabkan kasus tersebut menarik.

Sugiyono (2013:300), teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dengan maksud menemukan apa yang sesuai dengan tujuan penelitian. dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan memilih orang-orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada mahasiswa di universitas muhammadiyah makassar, yang bertempat di jalan sultan alauddin Yaitu student

mall atau balai sidang yang ada dalam ruang lingkup universitas muhammadiyah makassar. Lokasi penelitian yang menjadi objek penelitian ini adalah di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.

C. Informan penelitian

Moleong dalam prastowo (2014: 195) informan adalah “orang dalam” yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar (lokasi atau tempat) penelitian. Jadi syaratnya, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang lokasi penelitian. Sedangkan kewajiban adalah secara suka rela menjadi anggota tim peneliti walaupun hanya bersifat informal. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan dengan kesukarelaanya, ia dapat memberikan pandangan dari segi “orang-orang” tentang nilai-nilai sikap membangun, proses dan kebudayaan yang menjadi latar belakang (lokasi) penelitian tersebut.

Guba serta bonglan dan biklen dalam prastowo (2014: 196) menerangkan bahwa kegunaan informan bagi penelitian kita adalah sebagai berikut:

1. Membantu agar secepatnya dan tetap seteliti mungkin dapat membenamkan diri dalam konteks setempat, teruta belum mengalami latihan etnografi.
2. Agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terkumpul sebagai sampling internal karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan oleh suatu subjek lainnya dapat dilakukan.

Jadi didalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian pada saat mengumpulkan data dalam pelaku mahasiswa masing masing.

D. Fokus penelitian

Spradley dalam Sugiyono (2013: 286) menyatakan bahwa fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Dengan demikian penentuan fokus penelitian dengan proposal lebih didasarkan tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan)

Berdasarkan hasil pengayaan di lapangan bahkan sampai pada perolehan berkali-kali terdapat dimensi-dimensi menarik di lapangan, sehingga dari banyaknya dimensi tersebut untuk pembatasan lingkup penelitian maka perlu ditentukan fokus penelitian yaitu tentang Students mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah makassar, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana daya tarik students mall terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam menyediakan kebutuhan?
2. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar di students mall?

E. Instrumen penelitian

afrizal (2014: 134) instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan di pergunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif alat atau instrument utama pengumpulan data adalah manusia yaitu, peneliti sendiri atau

orang lain untuk mengumpulkan data, dengan cara bertanya, meminta, mendengar, dan mengambil.

Instrument penelitian adalah alat bantu atau fasilitas yang digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan alat bantu perekam suara atau handycan atau bias menggunakan perekam handpone(hp) dan berupa kusioner(lembaran pertanyaan). melalui wawancara dan alat bantu yang digunakan dalam proses wawancara adalah handycam sebagai alat perekam gambar, pulpen, pensil, pedoman wawancara dan kamera untuk dokumentasi.

F. jenis dan sumber data penelitian

arifin, dkk (2015:22:23) jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah jenis data primer, data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara atau observasi. Sedangkan sekunder adalah data yang didapatkan dari hasil telaah buku referensi dokumentasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sumber informan kunci, informan ahli, dan informan biasa.

Jenis data yang digunakan penulis ada dua yaitu jenis data primer dan jenis data sekunde. Data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara atau observasi sedangkan data primer adalah data hasil telaah buku referensi dan dokumentasi. Sumber data terdiri sumber informasi kunci dan informan

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

1. Observasi

Irwin dalam Bushnel (1984), observasi adalah sarana untuk menggeneralisasi hipotesis atau ide Melalui observasi terhadap anak yang sedang bermain bebas di area bermain (play ground), kita dapat mengetahui aktivitas-aktivitas apa yang menarik bagi anak dan bagaimana anak menikmati aktivitas yang dilakukannya. Pemahaman yang diperoleh dari observasi tersebut dapat dijadikan landasan untuk merancang aktivitas yang akan dilakukan dalam proses pembelajaran di sekolah. Dengan demikian kita dapat merancang proses pembelajaran yang menyenangkan bagi anak dengan melakukan generalisasi pengetahuan yang diperoleh dari observasi. Harapannya dengan cara tersebut anak dapat mengikuti proses pembelajaran dengan optimal.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu dari sekian teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa orang siswa eksternal maupun internal, mengenai bagaimana ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian dan penyediaan dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan

dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan. Dokumentasi biasanya juga digunakan dalam sebuah laporan pertanggung jawaban dari sebuah acara.

H. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data tersebut yang disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan. Proses awal pengolahan data itu dimulai dengan melakukan editing setiap data yang masuk. Setelah dilakukan proses editing, dilanjutkan dengan proses coding, yaitu mengklasifikasikan jawaban responden menurut macamnya. Kemudian untuk memperjelas melihat kategori atau klasifikasi data tersebut, dibuat tabel frekuensinya. Tabel tersebut dapat berisi satu variable (univariat), dua variable (bivariat), atau lebih dari dua variable (multivariat). Teknik kuantitatif lebih cocok digunakan apabila data yang berjumlah besar dan mudah diklasifikasi dalam berbagai kategori. Analisis kuantitatif sering juga disebut dengan analisis statistik. Cara menggunakan analisis model kuantitatif ini acap kali dibagi menjadi tiga tahap, yaitu (1) pengolahan data; (2) pengorganisasian data; (3) penemuan hasil. Pada analisis ini pengetahuan dan pengukuran yang cermat menurut ilmu statistik sangat diperlukan.

I. Teknik Keabsahan Data

Menurut (Bungin, 2005: 395) dalam (Ardial, 2014: 395) analisis data kuantitatif dengan teknik statistik pada dasarnya adalah proses pemberian kode (identitas) terhadap data penelitian melalui angka-angka. Penggunaan teknik statistik dalam analisis data pada umumnya didasarkan pada tujuan penelitian.

Penelitian deskriptif dengan satu variabel, misalnya yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik tentang suatu sample dan biasanya dengan menggunakan ukuran penyebaran, pemusatan, dan penyimpangan baku. Ukuran penyebaran dapat dilihat dengan distribusi frekuensi, baik mutlak maupun relatifnya (persentase). Sedangkan ukuran pemusatan diukur dengan menggunakan teknik statistik deskriptif, seperti Mean (M), Median (Md), dan Mode (Mo) dan ukuran penyimpangan, diukur dengan menggunakan Standar Deviasi (SD), dan sebagainya.



BAB IV

GAMBARAN DAN HISTORIS LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Letak geografis universitas muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar (unismuh) adalah perguruan tinggi swasta yang berdiri pada tanggal 19 juni 1963. Universitas

muhammadiyah Makassar ini dulu memiliki 3 kampus. Kampus I alamat di jl. Sultan alauddin No 259 makassar 90221. Fax (0411)860. Kampus II di jl. Letjen A. Mappaodang II No 17 Makassar 90221. Telp. 0411- 851914 dan Fax 0411- 865588. Kampus III di jl. Ranggong Dg.romo No.21 makassar 90112. Telp(0411)318791. Tapi sekarang sudah disatuhkan secara keseluruhan di jln sultan alauddin dikampus I. fakultas yang telah disediakan oleh pihak universitas muhammadiyah Makassar (unismuh) adalah:

- a. Fakultas FKIP
- b. Fakultas teknik
- c. Fakultas pertanian
- d. Fakultas agama islam
- e. Fakultas kedokteran
- f. Fakultas ekonomi
- g. Pasca sarjana

2. Sejarah berdirinya universitas muhammadiyah Makassar

Universitas muhammadiyah Makassar yang lebih dikenal dengan sebutan UNISMUH Makassar ini adalah realisasi dari hasil musyawarah wilayah muhammadiyah Sulawesi selatan dan tenggara dikabupaten bantaeng. Al hasilnya pada tanggal 19 juni 1963 melalui surat pendirian yang bernomor. E-6/098/1968 tertanggal 22 jumadil akhir 1394H/12 juni 1963 oleh persyarikatan muhammadiyah sebagai organisasi sosial yang bergerak dibidang pendidikan pengajaran dakwah amar ma'ruf nabi mungkar, serta melalui akte pendirian yang disaat itu dibuat oleh notaris R. sinojo wonsowidjojon pada

tanggal 17 tanggal 19 juni 1963 akhirnya universitas muhammadiyah Makassar secara resmi didirikan. Namun, universitas muhammadiyah Makassar baru dinyatakan terdaftar sebagai perguruan tinggi swasta sejak tanggal 1 oktober 1965. Sebelum itu, universitas muhammadiyah Makassar hanya merupakan cabang dari universitas muhammadiyah Jakarta.

Awal berdirinya, unismuh Makassar hanya memiliki dua fakultas yakni fakultas ilmu pendidikan dan keguruan yang menggunakan kurikulum yang sama dengan IKIP Makassar, dan fakultas tarbiyah yang menggunakan kurikulum yang sama dengan IAIN Alauddin Makassar. Dalam perkembangannya kedua fakultas ini dikembangkan dengan membuka cabang diberbagai kabupaten dan dikota disulawesi selatan. Saat itu cabang untuk fakultas ilmu pendidikan dan keguruan dibuka dikabupaten bone, bulukumba, sidrap, enrekang, dan pare-pare. Kesemua cabang FKIP ini, akhirnya dapat berdiri sendiri sebagai sekolah tinggi keguruan dan ilmu pendidikan (STKIP) kecuali cabang pare-pare yang berubah menjadi universitas muhammadiyah pare-pare (UMPAR) sementara untuk cabang fakultas tarbiyah saat itu membuka cabang di kabupaten jeneponto, sinjai, enrekang, maros dan pangkep.

Dalam eksistensinya universitas muhammadiyah Makassar mengemban tugas dan amanah besar bagi agama, bangsa, dan Negara. selain posisinya sebagai salah satu PTM dan PTS di kawasan timur Indonesia yang tergolong besar yang muhammadiyah dengan terintegrasinya nama muhammadiyah

dalam nama unismuh makassar terbentang terpadunya budaya, keilmuan dan nafas keagamaan dalam setiap aktivitasnya.

Universitas muhammadiyah Makassar selain telah memiliki 7 fakultas, 1 program pascasarjana dan 29 program studi , unismuh Makassar juga senantiasa mendorong tumbuhnya dana abadi dan aksip yang luas dalam lingkup PTM se-indonesia maupun akses jaringan kerja sama internal antar instansi pendidikan birokrasi, ekonomi dan sosial kemasyarakatan, unismuh Makassar juga menjadi Pembina bagi bagi seluruh perguruan tinggi muhammadiyah yang ada disulawesi selatan yang terdiri dari universitas , 7 akademik, dan 10 sekolah tinggi. Dalam pengembangan agama persyarikatan , visi dan misi-nya, universitas muhammadiyah Makassar senantiasa melakukan aktivitas pengabdian sebagai upaya pemberian layanan terbaik untuk meningkatkan kualitas tridarma perguruan tinggi.

Yang tergolong sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terbesar di kawasan timur Indonesia terus berbenah diri untuk memberikan kualitas akademika yang lebih baik kepada masyarakat. Letak yang strategis dibagian selatan kota Makassar menyebabkan unismuh Makassar mudah dicapai dari berbagai arah dan sarana angkutan. Ketersediaan sarana dan prasarana yang cukup memadai sebagai penunjang keberhasilan dari seluruh proses akademik dan adanya usaha yang serius pencapaian visi dan misinya, serta adanya tekad yang bulat untuk mengembangkan unismuh Makassar kedepan sebagai kampus yang bernuansa islami menyebabkan universitas muhammadiyah Makassar semakin banyak dilirik dan digemari oleh banyak kalangan

khususnya oleh para siswa melonjaknya angka pendaftar disetiap tahun penerimaan mahasiswa baru.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Visi

Visi Universitas Muhammadiyah Makassar adalah menjadi perguruan tinggi islami terkemuka, unggul, dan mandiri serta menjadi perguruan tinggi muhammadiyah berkelas nasional berbasis pada nilai keulamaan dan keislaman.

b. Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, universitas muhammadiyah Makassar menetapkan misi sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan program-program akademik bermutu dan relevan dengan tujuan persyarikatan dalam suasana kampus islam.
- 2) Menyelenggarakan penelitian yang berorientasi pada integrasi seluruh bidang keilmuan untuk pencapaian masyarakat islam.
- 3) Memberikan layanan kepakaran yang berorientasi pada pembentukan ulama muhammadiyah dan kader muhammadiyah.

Hal-hal yang harus dilakukan untuk mewujudkan misi tersebut diatas adalah mengadakan penelitian bagi mahasiswa yang sudah memprogram semester VII sampai semester VIII yaitu melakukan pengabdian kepada masyarakat dan mengaplikasikan hal-hal yang didapat dibangku kuliah ditengah masyarakat, dan mengadakan program program akademik seperti pesantren maba, jadi sebelum perkuliahan mahasiswa baru diselenggarakan

terlebih dahulu peserta maba melewati berbagai rangkaian pengkaderan yang dilahirkan dari organisasi Muhammadiyah dengan tujuan menambah wawasan mahasiswa tentang penyembahan kepada Allah SWT. Sesuai dengan tindakan dan anjuran yang dibawa Nabi Muhammad SAW.

c. Tujuan

Adapun tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar

- 1) Membentuk peserta didik untuk menjadi sarjana
- 2) Muslim yang beriman, bertaqwa, dan berakhlak mulia yang mempunyai kemampuan akademik, professional dan beramal menuju terwujudnya masyarakat islam yang sebenar benarnya.
- 3) Membentuk peserta didik menjadi kader ulama' dan pemimpin yang berkepribadian Muhammadiyah.

4. Penyelenggaraan pendidikan universitas muhammadiyah Makassar

Sebagai penyelenggara pendidikan tinggi dan peneliti serta pengabdian pada masyarakat yang berazaskan islam universitas muhammadiyah Makassar berfungsi sebagai pencetak akademik yang berjiwa tauhid sebagai pemandu dan pencerah kepada seluruh lapisan dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan pola ilmiah pokok (PIP) yang dimiliki universitas muhammadiyah Makassar akan semakin memacu untuk mewujudkan kemandirian dan kewirausahaan yang islami. Demikian halnya penerapan ciri khusus seluruh civitas akademik pemberian tambahan pelajaran al islam dan kemuhammadiyah disetiap semester adalah wahana, selain untuk mempersiapkan kader-kader tanggu persyarikatan sebagai sebagai upaya untuk

menghasilkan manusia-manusia terdidik dan berdedikasi tinggi pada masyarakat, bangsa dan Negara.

System penyelenggaraan pendidik di universitas muhammadiyah Makassar adalah pendidik akademik dan pendidikan professional khusus system pendidik akademik, sementara ini terdiri atas jenjang program strata satu (S1) dan program pascasarjana (S2) kedua program akademik ini akan diarahkan terutama pada penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Adapun penyelenggaraanya dilaksanakan pada setiap awal bulan September dan berakhir pada bulan juni tahun berikutnya. Setiap proses satu tahun akademik dibagi dalam dua semester yakni semester ganjil dan semester genap masing-masing dipembagian semester tersebut dibebani beban belajar sebanyak 16 kali pertemuan dalam bentuk proses belajar mengajar ini dapat berupa prose belajar dikelas (tatap muka) walaupun dalam bentuk seminar, mid semester, praktikum, ujian akhir semester (*final*) dan kegiatan ilmiah lainnya.

Adapun system administrasi akademik di universitas muhammadiyah Makassar dilaksanakan dengan menerapkan system kredit semester (SKS) dengan menggunakan kurikulum yang berwawasan kompetensi (KBK), atau kurikulum yang sesuai dengan kurikulum yang ditetapkan oleh menteri pendidikan nasional RI dan menteri agama RI. Untuk muatan local dilaksanakan dengan sesuai ketetapan rector unismuh Makassar, sedangkan untuk mempertanggung jawabkan hasil proses belajar mengajar yang telah dilaksanakan, universitas muhammadiyah Makassar melakukan pelaporan secara rutin kederoktorat jendral pendidikan tinggi (DIKTI) mulai pelaporan

elektronik evaluasi program studi berdasarkan evaluasi diri (EPSBED) melalui kopertis IX untuk fakultas non keagamaan. Sedangkan untuk fakultas agama pelaksanaan pelaporan pertanggung jawabannya kedepertemen agama melalui kopertis VIII.

5. Prosedur penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Makassar

Seluruh rangkaian penerimaan mahasiswa baru terselesaikan dalam pelayanan sehari penerimaan mahasiswa baru tahun 2014-2017 universitas muhammadiyah Makassar menerapkan system *“one day service”*. Penerapan system ini selain untuk mendapatkan mahasiswa baru yang berkualitas juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas lulusan lebih detail penerimaan system *“ODS”* ini juga bertujuan selain menghindari praktik perjkoran juga untuk efesiensi dan efektifitas dalam proses penerimaan mahasiswa baru.

Dalam praktik ODS pelayanan penerimaan mahasiswa baru didapatkan dikantor UPT-PPMB dengan system pelayanan sehari. Dimulai dari pembayaran dan pengambilan kelengkapan pendaftaran dibank mitra unismuh. Selanjutnya calon maba mengisi formulir secara online dan dipandu oleh panitia yang telah ditugaskan. Proses pendaftaran ini berakhir dengan diterbitkannya kartu tes untuk mengikuti proses seleksi ini dilakukan dalam dua tahap pertama calon maba yang telah memiliki kartu tes, setelah itu diarahkan ke ruang tes untuk menyelesaikan soal-soal tersebut, kemudian diarahkan dengan wawancara. Calon maba yang telah mengikuti kedua tahap proses seleksi ini selanjutnya diarahkan keruangan tunggu untuk menunggu

hasil sertifikasi kelulusan. Kartu sertifikasi kelulusan ini mencantungkan informasi “lulus” atau “tidak lulus” maka yang ditetapkan dan proses deadline tersebut calon maba tersebut telah diterima sebagai mahasiswa baru universitas muhammadiyah Makassar tahun akademik 2017-2018

Sebaliknya calon maba yang mendapatkan sertifikat kelulusan dengan informasi “tidak lulus” , maka calon maba tersebut masih diberi kesempatan untuk mengikuti tes dua kali lagi. Seluruh proses rangkaian penerimaan mahasiswa baru ini terselesaikan dalam pelayanan sehari hari.

6. Sumber daya universitas muhammadiyah Makassar

Untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat serta mewujudkan ketercapaian visi dan misinya, universitas muhammadiyah Makassar, senantiasa berupaya, selain untuk menciptakan kampus bernuansa akademik yang islami, juga berupaya mengembangkan kepribadian dan keterampilan seluruh mahasiswa agar mereka selain memiliki keunggulan akademik juga memiliki keunggulan teknologi yang bernuansa keislaman yang sejati. Untuk tujuan ini universitas muhammadiyah Makassar benar-benar memperhatikan keprofesionalan dan kualitas sumber daya manusianya

Selain ini universitas muhammadiyah Makassar memiliki dan memanfaatkan tenaga edukatif yang berkualifikasi guru besar, doctor dan magister yang tersebut disemua fakultas. Demikian halnya dengan pelayanan administrasinya, baik mahasiswa maupun untuk keperluan lain. Universitas muhammadiyah Makassar mengangkat dan menempatkan karyawan-karyawan

yang professional, berdedikasi tinggi pada unit-unit pelayanan yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan layanan keprofesionalan akademik.

7. Fasilitas kampus universitas muhammadiyah Makassar

Selain fasilitas dua kampus yang dimiliki universitas muhammadiyah Makassar dalam memberikan pelayanan, baik pelayanan administrasi maupun pelayanan pengembangan keterampilan dan keintelektualan mahasiswa juga juga disediakan sarana-sarana yang berupa gedung dan ruang belajar yang permanen, gedung dan ruang untuk pelayanan administrasi, laboratorium computer, laboratorium teknik, laboratorium MIPA, laboratorium bahasa, laboratorium microteaching, laboratorium anatomi, laboratorium akuntansi, laboratorium dan pengetahuan pendidikan, laboratorium school, kebun percobaan “Bissoloro”, lapangan olah raga dan arena panjat tebing, perpustakaan, area free hotspot, tempat ibadah, ruang pusat kegiatan mahasiswa, studio gambar dan radio FM , medical center, apartemen mahasiswa, bank, kendaraan bis untuk kegiatan akademik, koperasi karyawan dan mahasiswa dan *student mall* (balai sidang).

Selain fasilitas kampus yang dimiliki universitas muhammadiyah Makassar dalam memberikan pelayanan baik pelayanan administrasi maupun pelayanan pengembangan keterampilan dan keintelektualan mahasiswa juga disediakan sarana sarana berupa

- a) Gedung dan ruang belajar yang permanen
- b) Gedung dan ruang untuk pelayanan administrasi
- c) Laboratorium computer

- d) Laboratorium teknik
- e) Laboratorium MIPA
- f) Laboratorium bahasa
- g) Laboratorium microteaching
- h) Laboratorium anatomi
- i) Laboratorium akuntansi
- j) Laboratorium dan hutan pendidikan
- k) Laboratorium school
- l) Kebun percobaan 'bissoloro'
- m) Lapangan olahraga dan arena panjat tebing
- n) Perpustakaan
- o) Area free hospot
- p) Tempat ibadah
- q) Ruang pusat kegiatan mahasiswa
- r) Studio gambar dan radio FM
- s) Medical center
- t) Apartement mahasiswa
- u) Bank
- v) Kendaraan bis untuk kegiatan akademik
- w) Koperasi kariawan dan mahasiswa
- x) Students mall (balai sidang)
- y) Koran kampus "Al Amin"

B. Profil sejarah gedung *student mall* (balai sidang)

Universitas muhammadiyah Makassar pemilik balai sidang terbesar kampus di Indonesia timur. Melihat dari dekat gedung balai sidang universitas muhammadiyah Makassar balai sidang ini adalah pusat dari perhelatan muktamar muhammadiyah ke 47 dikampus universitas muhammadiyah Makassar pada 03 07 agustus 2015 lalu. Telah terlihat megah saat melintasi jl.sultan alauddin. Tepat di depan kampus yang dahulu dipenuhi dengan bangunan pra permanen milik para pedagang kaki lima, kini telah nampak indah dengan taman mini nan hijau. Para mahasiswa juga tampak ramai menikmati kesejukan di taman buatan tersebut.

Saat masuk di area kampus, nuansa biru Mendominasi. Warna dan bentuknya tentu saja menyerupai gedung menara Iqra. Di samping gedung tertinggi Unismuh tersebut, terdapat pula gedung balai sidang yang kini menjadi salah satu simbol dari kampus Unismuh.

Pimpinan Muhammadiyah menyepakati bahwa gedung tersebut diberi nama Gedung Balai Sidang Muktamar. Itu karena pengerjaan dan penyelesaiannya bertepatan dengan jelang pelaksanaan muktamar ke-47 di kota metropolitan ini awal Agustus lalu.

Beberapa hari yang lalu, saat penulis mengunjungi gedung ini, terlihat logo Muhammadiyah terpajang tepat di atas langit-langit jalur masuk. Gambar logo itu cukup besar. Nyaris menutupi seluruh plafon jalur masuk. Di sisi kanan jalur itu, ada tangga eskalator.

Menurut ketua BPH Unismuh Makassar, Muh Syaiful Saleh, gedung tersebut mampu menampung lebih dari 6000 orang. Pria yang juga sebagai ketua

panitia Mukhtar ke 47 Muhammadiyah ini mengklaim, gedung itu merupakan balai sidang terbesar untuk ukuran kampus se-Indonesia Timur.

“Selain mampu menampung jumlah yang lebih banyak, fasilitasnya juga lebih baik. Ada eskalator untuk memudahkan pengunjung naik dan turun di balai sidang,” katanya.

Selain itu, lanjut dia, basement gedung mampu menampung ratusan kendaraan bermotor. Diberi nama Balai Sidang Mukhtar, karena gedung berlantai tiga ini memang didirikan sebagai arena utama perhelatan mukhtar Muhammadiyah pada 3-7 Agustus 2015 lalu. Gedung tersebut menjadi pusat kegiatan mukhtar Muhammadiyah. Arsitek gedung, Abd Rahim Nanda, menyampaikan, gedung tersebut berukuran 80×40 meter. Terdiri atas empat lantai. Lantai pertama berupa basement sebagai area parkir. “Lantai kedua merupakan ruang multi guna,” katanya.

Lantai selanjutnya, kata dia, sebagai ruang sidang utama Mukhtar muhammadiyah ke-47. Kemudian, ada lantai balkon. “Khusus lantai tiga plus balkon kapasitasnya mencapai 6.000 orang. Disitulah ruang sidang utama,” tandasnya. Gedung tersebut dikerjakan dengan interval waktu sekitar satu tahun enam bulan. Gedung ini disebut-sebut representasi gedung monumental abad kedua Muhammadiyah. Sesuai proyeksi awal, rencananya, juga akan disiapkan perpustakaan yang lebih representatif di gedung itu untuk menunjang kebutuhan mahasiswa Unismuh

sedangkan Balai Sidang Mukhtar Muhammadiyah dibangun mulai 1 Juli 2013 yang mampu menampung 7.000 orang.

Pada kesempatan tersebut selain menandatangani prasasti Jusuf Kalla juga meninjau Balai Sidang Mukhtar dan Menara Iqra.

Students Mall (balai sidang) adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur yang biasa disebut balai sidang oleh para mahasiswa universitas muhammadiyah makassar. berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai tetapi di gedung *students mall* yang berada di dalam kampus universitas muhammadiyah makassar ini hanya lantai dua yang dipergunakan sebagai tempat jual beli mahasiswa. Mahasiswa sangat terbantu dengan adanya *students mall* ini karna mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan dalam perkuliahan tidak perlu jauh jauh lagi keluar kampus untuk mencari apa yang diperlukan dalam proses perkuliahan.

Yang pertama kali mendirikan *students mall* (balai sidang) adalah pada tanggal Bahkan *students mall* dijadikan tempat untuk melakukan acara-acara penting bagi pihak kampus seperti acara wisuda atau acara formal yang akan dilaksanakan kampus universitas muhammadiyah Makassar

Student Mall juga mulai berkembang dengan banyaknya penjual dan dibentuk suatu ruang jual beli antar penjual diartikan sebagai kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan perkuliahan mahasiswa serta memberikan kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi Mahasiswa. Banyak kebutuhan mahasiswa pada saat proses perkuliahan berlangsung baik dari segi kebutuhan

makanan, pakaian, alat tulis, print, foto copy dan lain sebagainya yang dapat membantu berjalannya proses perkuliahan.

students Mall merupakan pusat perbelanjaan yang awalnya hanya sebagai tempat acara yang resmi seperti acara wisuda dikarenakan *students mall* ini memiliki tiga lantai maka telah dibagi dan ditetapkan lantai 2 sebagai tempat pusat perbelanjaan dan kebutuhan lainnya yang dibutuhkan mahasiswa . kemudian telah di rubah dengan lantai tiga sebagai tempat acara-acara yang akan dilakukan oleh pihak kampus itu sendiri contohnya acara wisuda. berisikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Pada kehidupan setiap manusia di bumi ini tidak lepas dari yang namanya berinteraksi sosial, baik interaksi dengan orang yang lebih dewasa, maupun dengan teman sebaya banyak faktor yang bisa menjadi alat interaksi diantaranya komunikasi secara *face to face* (tatap muka)

Pada awalnya penjual penjual yang ada di balai sidang ada di luar kampus dengan seiringnya waktu kampus unismuh mendirikan gedung baru yang dinamakan *students mall* atau balaisidang maka pihak kampus memutuskan untuk menampung semua penjual yang mau berjualan atau berdagang di gedung tersebut dengan prosedur dan tata tertib yang telah dibuat dan di patuhi. Dengan adanya *students mall* ini ruang interaksi mahasiswa Di dalam kampus terdapat

ruang-ruang sebagai tempat terjadinya kontak informal antara mahasiswa, yang disebut sebagai ruang komunal seperti dipelataran musholah, ditangga. Ruang komunal merupakan ruang publik, digunakan untuk melakukan kegiatan informal seperti duduk santai melepas lelah, menunggu kuliah sambil makan, jalur sirkulasi dan untuk berinteraksi sosial. Interaksi sosial dilakukan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan ruang publik yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi seperti *students mall* untuk kegiatan informal seperti menunggu kuliah atau dosen, mengerjakan tugas sambil duduk di lantai atau trap tangga. Tipe interaksi bagaimana yang terjadi di tempat-tempat tersebut?



BAB V

HASIL PENELITIAN

A. Daya Tarik dan Bentuk Perilaku Komsuntif Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar Sebagai Ruang interaksi dengan adanya students mall

1. Daya tarik

Daya tari merupakan minat seseorang dengan sesuatu yang dapat mendorong keinginannya, seperti dengan ingin membeli sesuatu maka seseorang terdorong untuk membeli barang tersebut karna mungkin kebutuhannya atau memang keinginannya dengan barang tersebut. Sama halnya dengan mahasiswa apa yang membuat mahasiswa tertarik dengan mengunjungi students mall atau balai sidang. Seperti apa yang telah di ungkapkan oleh informan mahasiswa NF bahwa:

“menurut saya sebagai mahasiswa, dengan adanya students mall sangat bagus karena mahasiswa tidak kesusahan saat butuh sesuatu dan tidak susah paya lagi keluar kampus mencari apa apa yg dibutuhkan cukup dengan ke student mall ini semuanya kebutuhan sudah terpenuhi. Bias jadi tempat untuk nongkrong dan jalan jalan sama teman saat untuk menunggu dosen atau kuliah, fasilitasnya cukup memadai dan nda sering jika juga datang dan ketika kesini saya bersama teman-teman”

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan mahasiswa JA bahwa:

“pendapatku mengenai dengan students mall atau balai sidang ini sangat baguski sangat membantuki kebutuhannya mahasiswa pada saat proses perkuliahan yang selain tempatnya menyediakan kebutuhan mahasiswa seperti foto copy,tempat FC print dan lain-lain.dan berbagai kebutuhan mah 76 ida disini vasilitasnya iya sangat memadai dan Alhamdulillah , kekampus sy selalu menyempatkan kesini. Sering saya temani kesini itu teman sekelas saya”

Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa RA bahwa:

“menurutku students mall bagus karena membuat mahasiswa betah dalam kampus. Membantu kebutuhan mahasiswa selama proses perkuliahan misalnya tempat fc. Yang membuat saya sering kestudents mall ialah banyak makananya, banyak teman teman yang dapat dijumpai dari berbagai fakultas baik teman sekampung maupun teman organisasi kemudian vasilitas yang cukup memadai dan saya

setiap kekampus pasti menyempatkan ke balai sidang dan lebih sering sendiri kesini tapi sesampai saya disini banyak teman teman yang bias dijumpai karna banyak juga temanku menjual disini.”

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan mahasiswa MS

bahwa:

“baguski ini students mall karna menetapkan kantinya dan tidak terpisah pisahmi dan tidak jauh maki keluar kampus vari kebutuhan yang diperlukan kalau kuliahki. Daya tariknya karna mahasiswa semua berkumpul distudent mall dan jadi tempat nongkrong sesame teman-teman dari berbagai organisasi, vasilitasnya juga lumayan memadai dan selalu ka kebalai sidang dimana lagi kalau bukan disini kalau kesini juga bersama sama teman kelas.”

Sama halnya yang diungkapkan oleh informan mahasiswa SH bahwa:

“Pendapatku mengenai balai sidang ini cukup membantu dalam dalam fasilitas pembelajaran seperti print, fc dan lain-lain dan sangat membantu karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Kemudian daya tarik balai sidang ini pusat dari tempat makan dan tempat print, foto copy dan sebagainya. Fasilitasnya cukup memadai dan saya kesini pada saat ada keperluan saja. Saya kesini bersama teman-teman.”

Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa NB

bahwa:

“Cukup bagus dengan adanya student mall karena dapat membantu proses pengurusan dikampus seperti mengurus transkrip nilai, krs, dsn persuratan bagi mahasiswa akhir. Iya sangat membantu karena setiap mau print tugas, foto copy, urus ini itu dan lain-lain selalu ke balai sidang. Vasilitasnya masih kurang memadai. Dan kadang kadang jie juga ke balai sidang dank au kesini selalu bersama teman dan daya tarinya bias dijadikan tempat nongkrong dengan teman-teman”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiwa universitas

muhammadiyah Makassar telah tertarik dengan adanya students mall (baiai sidang) karena dapat membantu mereka dalam kebutuhan selama proses perkuliahan dan kebutuhan sehari hari mereka bukan hanya itu mereka dapat berinteraksi dengan teman temanya dan dapat membangun silatuhrami dan

mempererat persaudaraan dan pertemanan mereka dalam balai sidang dan dijadikan tempat titik berinteraksi sosial.

2. Bentuk perilaku konsumtif mahasiswa

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006) Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa RA bahwa:

banyak yang dapat kita butuhkan dan students mall dapat menyediakan kebutuhan selama proses perkuliahan dan memenuhi gaya hidup yang diinginkan bukan itu saja pola hidup pun memberikan suatu yang berbeda dari sebelumnya

Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”. Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa NK bahwa:

Menurut saya ada perubahan dalam gaya hidup mahasiswa sekarang dan merupakan suatu simbol dengan adanya stidents mall membantu kebutuhan mahasiswa dalam lingkungan kampus dan banyak jenis kebutuhan yang terpenuhi dari hal yang modern misalnya dalam makanannya terdapat makanan yang bernama susi dan kebab turki dan kopi prancis, itu adalah salah satu contoh makanan dan minuman gaya hidup modern.

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan

dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

1. Wadah Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Wadah atau tempat untuk mahasiswa berinteraksi yaitu dalam ruangan atau pun diluar ruangan bahkan dimana mana mereka dapat berinteraksi antara mahasiswa yang satu dengan yang lainnya yang dimana didalam ruangan dapat berinteraksi ketika mereka proses belajar bersama didalam kelas dan ketika beristirahat dan tempat yang sering melakukan interaksi secara bebas dapat dilakukan ketika berada di kantin atau pusat perbelanjaan yang ada disekitar kampus universitas muhammadiyah Makassar. Mereka berinteraksi dalam ruangan atau di gedung balai sidang atau student mall mereka dapat berinteraksi satu sama lain bahkan satu kelas maupun dari mahasiswa fakultas

lain. Untuk lebih jelasnya berikut adalah wadah atau tempat mahasiswa berinteraksi yaitu:

1. *Students mall* (balai sidang)

Kantin dan pusat perbelanjaan (*students mall*) berintikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Pada kehidupan setiap manusia di bumi ini tidak lepas dari yang namanya berinteraksi sosial, baik interaksi dengan orang yang lebih dewasa, maupun dengan teman sebaya banyak faktor yang bisa menjadi alat interaksi diantaranya komunikasi secara *face to face* (tatap muka)

2. Ruang belajar mahasiswa

Selain dari *students mall* sebagai wadah berinteraksi antar mahasiswa yaitu ruang belajar atau kelas juga dijadikan sebagai wadah berinteraksi antar mahasiswa yang satu dengan lainnya tempat bertemunya tiap hari dalam kelas mereka membahas pelajaran dan tugas-tugas dari dosen atau pun masalah pribadi sehari hari mereka bersama teman teman terdekatnya. Mereka menjadikan ruang belajar sebagai rumah kedua mereka untuk mempererat keakraban diantara setiap mahasiswa.

3. Tangga atau musholah *students mall*

Adapun tempat lainnya yang biasa dijadikan sebagai wadah atau tempat untuk berinteraksi antar mahasiswa adalah tangga balai sidang atau tangga tangga yang ada dalam kampus. Setelah mereka makan atau menunggu jam pelajaran selanjutnya di balai sidang biasanya mereka duduk dan menunggu di setiap tangga. Adapun aturan yang diterapkan bahwa mahasiswa dilarang duduk di tangga namun mahasiswa tetap saja dan masih ada yang tidak menaati aturan itu.

Dalam melakukan interaksi mereka mencari tempat yang nyaman untuk melakukan percakapan tersebut tempat mereka sering datang ke tangga atau pun pelataran musholah bahkan mereka pun mencari ruangan yang kosong atau ruangan yang tidak dipakai.

4. Perpustakaan atau musholah

Selain di tempat makan atau kantin Mahasiswa juga dapat saling bertemu dan berinteraksi di perpustakaan. Tidak ada kantin yang lain maka mereka juga mereka dapat bertemu di perpustakaan. Mereka dapat bertukar pikiran antara mahasiswa yang satu untuk menambah nambah ilmu mereka dan belajar bersama berjalan dengan baik.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa wadah yang digunakan untuk berinteraksi antara mahasiswa yang satu dengan yang lainnya ialah students mall (balai sidang), ruang belajar mahasiswa (kelas), tangga atau musholah, dan perpustakaan dari setiap wadah inilah sehingga mereka dapat saling berinteraksi dan menjaga silaturahmi yang baik antar mahasiswa.

2. Bentuk-bentuk Interaksi Sosial Antar mahasiswa universitas muhammadiyah makassar

1. Saling berpartisipasi

Bentuk bentuk interaksi sosial antar mahasiswa yang sering terjadi adalah adanya sebuah kegiatan yang mengikut sertakan mahasiswa yang satu dengan yang lainnya. Yang membutuhkan bantuan temannya sering membantu mereka yang kesusahan contohnya kadang ada mahasiswa yang pergi penggalangan dana untuk membantu teman yang kesusahan dan memperlancar kegiatan yang ada dikampus.

Salah satu bentuk interaksi yang terjadi antar mahasiswa pada saat teman mereka membutuhkan sesuatu atau lapar maka mereka memanggil temannya untuk menemaninya ketempat makan atau membeli yang diperlukan itu dan ketika mereka bersama sama maka mereka terjadi interaksi dan mempererat pertemanan mereka antara mahasiswa yang satu dengan yang lainnya.itulah salah satu bentuk interaksi antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

2. Saling membantu dalam sumber daya manusia

Bentuk interaksi kedua antar mahasiswa ialah ketika antar mahasiswa ini membutuhkan sesuatu baik itu moril maupun dari sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia yang dimaksudkan ketika mahasiswa yang satu membutuhkan teman untuk menemaninya ketempat yang ingin dikunjungi dan mahasiswa atau temannya dapat menemaninya. Begitu pun sebaliknya dengan temannya yang memerlukan bantuan.

Dari bentuk bentuk interaksi sosoal diatas antara mahasiswa dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ini saling mendukung dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan selalu menjaga hubungan baik antara yang satu dengan yang lainnya. Menghindari adanya suatu konflik dan menjaga silaturahmi antar mahasiswa yang satu dengan yang lainnya.

3. Simbol-smbol dalam interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar

Simbol adalah suatu tanda yang diberikan kepada seseorang kemudian orang tersebut berusaha untuk mencari arti dari simbol-simbol yang telah diberikan.begitu pula dengan mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam berkomunikasi mereka terkadang hanya menggunakan sebuah simbol untuk berinteraksi dengan mara mahasiswa. Simbol yang mereka berikan akan memberikan suatu respon kepada seorang yang menerima respon tersebut.

Simbol-simbol yang dimaksud ialah simbol yang mengisyaratkan sesuatu terhadap orang lain sehingga orang tersebut dapat memaknai apa yang terjadi terhadap orang tersebut. Simbol-simbol yang dapat menghubungkan komunikasi antar mahasiswa yang satu dengan manasiswa yang lainnya.

a. Penggunaan bahasa

Simbol-simbol ini dapat berupa bahasa yang mereka gunakan sehingga orang tersebut mampu untuk menafsirkan dan memaknai apa yang mereka sampaikan seperti misalnya mahasiswa yang satu dengan yang

lainnya ketika ingin berkomunikasi mereka mengajak bekerja sama dengan menggunakan bahasa yang baik dan sopan sehingga dalam penyampaianya mudah dipahami atau memaknai apa yang dimaksud dalam kalimat itu.

Penggunaan bahasa juga dapat kita lihat dari cara menyampaikan sebuah pidato, karena mahasiswa ini terlahir dari dan berasal dari ortom muhammadiyah maka bahasa yang digunakan ada kesamaan seperti dalam halnya menyampaikan pidato mereka sering menggunakan kata-kata “*’fastabiqul khairat*”. Mereka menggunakan kalimat itu baik membuka atau mengakhiri pidato. Dan itu merupakan sebuah simbol yang digunakan oleh mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam berbahasa, simbol tersebut akan dimaknai oleh orang yang mendengarnya.

b. Memberi salam

Saling menyapa dan memberi salam ketika bertemu dengan seseorang adalah hal wajar dalam kehidupan sehari-hari begitu pula dengan setiap mahasiswa ketika bertemu dengan seseorang yang sama-sama berkecimpung dalam naungan kampus. Namun terkadang dalam penyampaian salam dan jabat tangannya sama tidak ada perbedaan karena mereka mahasiswa yang merupakan ortom muhammadiyah yang sama-sama berdakwah.

c. Lambang

Lambang merupakan sebuah simbol dari organisasi kampus yang membedakan antar fakultas satu dengan fakultas lainnya. Orang dapat

mengetahui dengan melihat lambangnya . setiap lambing memiliki makna tersendiri

d. Warna pakaian

Dapat juga dilihat dari simbol dalam segi pakaian .pakaiaan yang membedakan hanyalah pakaian dari jurusan pgsd yang lainnya menggunakan pakaian biasa yang baik rapid an sopan . warna dari pakaian anak pgsd kadang hitam putih kadang biru putih dan baju batik. Pakaian inilah yang membedakan antara mahasiswa ketika mereka berada dalam keramaian.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan simbol-simbol tersebut antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar saling memaknai dalam berinteraksi. Dari semua simbol simbol tersebut ada yang memiliki persamaan da nada yang memiliki persamaan yaitu dari segi penggunaan.

4. Interaksi Sosial Antar Pelaku Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Begitu pula dengan interaksi antar pelaku mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar yang merupakan naungan muhammadiyah dan melahirkan kader-kader yang berkualitas, salah satunya adalah kampus universitas muhammadiyah Makassar.

Dan hasil penelitian yang peneliti dapatkan melalui wawancara dan observasi lapangan, begitu banyak pelajaran yang dapat memberikan inspirasi peneliti dan mahasiswa untuk melihat keadaan dan budaya interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar. Ternyata ada moment-moment tertentu yang membuat mereka bersatu demi kemaslatan umat bersama.

Manusia pada dasarnya memiliki sifat tolong menolong antar sesama manusia, yang mempunyai kesulitan atau terkena musibah. Didalam didalam interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar sering kali bekerja sama dan sering kali menciptakan suasana untuk saling bertemu untuk menciptakan komunikasi dengan sesama teman dengan itu mahasiswa tersebut untuk menjalin silaturahmi yang baik kepada semua sesama mahasiswa. Seperti yang telah disampaikan oleh salah satu informan dari mahasiswa bahwa:

“sangat membantu karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Fasilitasnya cukup memadai dan saya kesini pada saat ada keperluan saja. Saya kesini bersama teman-teman.”

Seperti halnya juga yang diungkapkan oleh seorang informan mahasiswa bahwa:

“karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Kemudian daya tarik balai sidang ini pusat dari tempat makan dan tempat print, foto copy dan sebagainya”

berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa mereka menjadikan tempat students mall sebagai tempat atau pusat titik bersilahturahmi bersama teman-temannya dan itu artinya bahwa proses interaksi mereka dalam balai sidang

atau students mall ini sangat membantu dan memberikan dampak positif bagi mahasiswa universitas muhammadiyah makassar.

B. Pembahasan Teoritik

1. Sinergitas teori interaksionis simbolis terhadap interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar

Interaksi sosial adalah kunci dari kehidupan sosial, karena tanpa adanya interaksi maka tak akan mungkin ada kehidupan bersama. Harlod Bethel menjelaskan bahwa *the basic condition of a common life* dapat tercermin pada faktor-faktor berikut:

- a. *Grouping of people*, artinya adanya kumpulan orang-orang.
- b. *Definite place*, artinya adanya wilayah/tempat tinggal tertentu.
- c. *Mode of living*, artinya adanya pemilihan cara-cara hidup.

Interaksi merupakan bentuk utama dari proses sosial aktivitas sosial terjadi karena adanya aktivitas dari manusia dalam hubungannya dengan manusia lain. Yang bertindak yang berhubungan itu adalah manusia. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok.

Didalam masyarakat, setiap manusia atau individu selalu beraktivitas maupun melakukan perbuatan demi memnuhi kebutuhan hidupnya, untuk itu manusia berinteraksi satu sama lain. Dalam interaksi sosial, setiap aktivitas atau perbuatan yang dilakukan manusia pada intinya menunjukkan suatu penyampaian makna atau maksud kepada manusia lainnya.

Teori interaksionisme simbolik merupakan sebuah teori yang berusaha menjelaskan tingkah laku manusia melalui analisis makna. Adanya reaksi yang menimbulkan makna dari individu satu dengan yang lain dapat timbul karena adanya suatu interaksi sosial.²⁰ Inti dari teori interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Hal ini bisa kita lihat pada interaksi sosial Himpunan Mahasiswa Lampung yang berinteraksi antar anggotanya satu sama lain dan mereka memiliki simbol-simbol tersendiri dalam berkomunikasi. Atau bahkan mereka menggunakan bahasa atau simbol-simbol baru yang mereka peroleh dari lingkungan barunya.

Teori tidak selamanya berdampak negatif bagi kehidupan masyarakat atau kelompok. Konflik atau pertentangan dapat juga menjadi sarana untuk mencapai sebuah keseimbangan antara kekuatan-kekuatan dalam masyarakat atau kelompok.

Konflik atau pertentangan tak jarang dapat menghasilkan sebuah kerja sama dan hubungan yang lebih solid, karena dengan adanya konflik masing-masing pihak akan mengadakan intropeksi diri maka akan diketahui kelemahan masing-masing, sehingga akan muncul kecenderungan untuk kerja sama. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat yang dikemukakan oleh Coser. Menurut Coser konflik sebagai mekanisme perubahan sosial dan penyesuaian, dapat memberi peran positif, atau fungsi positif, dalam masyarakat atau kelompok.²¹ Konflik dapat merupakan proses yang bersifat instrumental dalam pembentukan penyatuan dan pemeliharaan struktur sosial. Konflik dapat

menempatkan dan menjaga garis batas antara dua atau lebih kelompok. Konflik dengan kelompok lain dapat memperkuat kembali identitas kelompok dan melindunginya agar tidak lebur ke dalam dunia sosial sekelilingnya.

Begitu pula dengan interaksi sosial yang terjadi antar setiap kelompok mereka saling memberi sebuah reaksi terhadap individu sehingga kelompok memberikan sebuah respon terhadap setiap reaksi yang telah diberikan oleh kelompok lain. Dari hal tersebut dapat kita dapat interaksi sosial yang terjadi antar setiap pelaku mahasiswa yang ada. Setiap pelaku mahasiswa yang satu dengan mahasiswa yang lain dapat berinteraksi dengsn baik apa bila mereka saling berinteraksi ketika mahasiswa memberikan reaksi dengan mahasiswa lainnya. Misalnya mahasiswa yang satu melakukan suatu kegiatan maka mahasiswa yang lainnya ikut berpartisipasi. Dengan adanya respon tersebut maka akan menimbulkan suatu ruang interaksi dan menafsirkan dan membatasi tindakan-tindakan tersebut.

Ketika mahasiswa yang satu dengan mahasiswa lainnya memberikan respon maka akan terjadi kerja sama yang baik dan mereka dapat berinteraksi satu sama lain dengan nyaman dengan memperhatikan makna penafsiran serta membatasi tindakan satu sama lainnya. Setiap mahasiswa memberikan dampak positif dalam berinteraksi satu sama lain dan selalu mengarah ke hal-hal yang baik untuk setiap mahasiswa. Sehingga terjalin komunikasi yang baik antar setiap mahasiswa yang berkecimpung dalam naungan perguruan tinggi swasta tersebut.

2. Sinergitas teori interaksionis simbolik terhadap bentuk-bentuk dari adanya interaksi sosial

Sebagai realitas sosial, hubungan sesuatu dan makna ini tidak interen, voluminteristik. Sebab, kata Gillin dan Gillin Di dalam interaksi disamping memiliki unsur dasar yakni, kontak sosial dan komunikasi, juga memiliki beberapa bentuk. Bentuk interaksi sosial bisa berupa kerja sama (cooperation), persaingan (competition) bahkan dapat juga berbentuk pertentangan (conflict). Banyak tokoh yang mengidentifikasi beberapa bentuk dari interaksi sosial tersebut. Gillin dan Gillin mengidentifikasi interaksi sosial itu dalam dua bentuk, yakni: proses yang asosiatif dan disosiatif. Proses asosiatif ini terbagi menjadi tiga bentuk khusus lagi yakni:

Begitu pula dengan antar mahasiswa yang satu dengan mahasiswa yang lainnya dalam berinteraksi. Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar memberikan suatu reaksi yang sehingga menghasilkan suatu bentuk-bentuk interaksi seperti yang telah dikemukakan Gillin dan Gillin.

Bentuk-bentuk interaksi sosial yang terwujud dalam porses asosiatif di atas dapat kita lihat dalam kehidupan Himpunan Mahasiswa Makassar yang berada di luar kota. Salah satunya adalah dalam hal kerja sama, ini dapat kita lihat ketika mereka melaksanakan kegiatan dalam himpunan tersebut. Selain itu, terdapat juga keinginan dan tujuan bersama yakni, menjalani kehidupan dengan keadaan jauh dari orang tua dan juga tujuan untuk memperkenalkan kebudayaan makassar kepada khalayak luas.

Untuk memenuhi kebutuhan dan juga tujuan tersebut individu-individu yang ada dalam Himpunan tersebut melalui proses akomodasi dan asimiliasi. Sedangkan proses disosiatif atau juga disebut dengan *oppositional processes*



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilaksanakan tentang student mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dapat ditarik kesimpulan bahwa interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar terjalin dengan baik. Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar menjadikan students mall sebagai tempat bersilaturahmi dan tempat nongkrong para mahasiswa bukan hanya para mahasiswa yang biasa kesana tetapi yang saya lihat biasa para dosenpun sering kesana dan memberikan dampak yang positif. Para mahasiswa pun berpendapat yang positif dengan adanya students mall dan dapat mempermudah kebutuhan mahasiswa selama proses perkuliahan berproses. Para mahasiswa sangat senang ke student mall dengan teman-temannya. Kadang mahasiswa yang datang ke kampus pasti selalu menyempatkan kegedung students mall dengan alasan ada keperluan atau ingin hendak mengisi perus yang sedang kosong dan banyak teman-teman yang dapat dijumpai disana karna merupakan tempat pusat berbelanja dan sekaligus tempat bersilaturahmi sesama mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

Adapun dampak dari adanya ruang interaksi sosial antar pelaku mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar mengarah pada dampak positif saja. Dari penelitian yang dilakukan bahwa setiap pelaku mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar sangat senang dengan adanya students mall karena mereka telah merasakan manfaatnya. Adapun manfaat yang mereka rasakan ialah

kebutuhan mereka selama proses perkuliahan sangat terbantu dan mempermudahnya tak jauh-jauh lagi keluar kampus karna sudah ada students mall yang menyediakan kebutuhan mereka. Kemudian mereka dapat memperbanyak teman dan saling bersilahturahmi dan dan menjalin komunikasi dengan baik.

B. SARAN

Berdasarkan dari kesimpulan tentang students mall sebagai ruang interaksi sosial mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar tersebut diatas maka peneliti mengemukakan saran bahwa:

1. Hendaknya para mahasiswa tetap dan selalu menjaga hubungan yang baik diantara mereka maupun mahasiswa yang ada didalam kampus maupun mahasiswa yang ada diluar kampus
2. Hendaknya para mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar tersebut bersatu seiring perkembangan zaman sebagai mana para mahasiswa ini terikat dalam naungan ortom muhammadiyah.
3. Hendaknya para mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar agar tetap memikirkan kemajuan muhammadiyah kedepannya untuk kemaslatan umat bersama dan membangun intelektual mahasiswa.
4. Hendaknya para mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar agar tetap melestarikan dan membudayakan students mall dalam kemajuan kampus seperti pada zaman modern saat ini.

BAB I

PENDAHULUAN

J. Latar Belakang

Universitas Muhammadiyah Makassar atau biasa disebut dengan Unismuh Makassar adalah salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam mengembangkan pendidikan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi. Universitas Muhammadiyah Makassar sekarang ini sudah menjadi salah satu kampus yang memiliki daya tarik tersendiri dimasyarakat. Itu terbukti dengan banyaknya peminat yang mendaftarkan dirinya untuk kuliah di universitas Muhammadiyah Makassar, baik dari Sulawesi selatan maupun daerah lain khususnya kawasan Indonesia bagian timur. Universitas Muhammadiyah Makassar juga terkenal dengan mahasiswa terbanyak yang ada Sulawesi selatan.

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

Menyandang gelar mahasiswa merupakan suatu kebanggaan sekaligus tantangan. Betapa tidak, ekspektasi dan tanggung jawab yang diemban oleh

mahasiswa begitu besar. Pengertian mahasiswa tidak bisa diartikan kata per kata, Mahasiswa adalah Seorang agen pembawa perubahan. Menjadi seorang yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh suatu masyarakat bangsa di berbagai belahan dunia.

Dengan seiring berjalannya waktu di universitas muhammadiyah Makassar telah mengalami revolusi yang sangat pesat seperti gedung gedung yang ada dikampus unismuh. mulai Bangunan yang paling tertinggi yaitu menara iqra yang memiliki 18 lantai dan bangunan baru balai sidang yang berlantai tiga di jadikan sebagai students mall (pusat perbelanjaan mahasiswa)

Students Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur yang biasa disebut balai sidang oleh para mahasiswa universitas muhammadiyah makassar. berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai tetapi di gedung *students mall* yang berada di dalam kampus universitas muhammadayah makassar ini hanya lantai dua yang dipergunakan sebagai tempat jual beli mahasiswa. Mahasiswa sangat terbantu dengan adanya students mall ini karna mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan dalam perkuliahan tidak perlu jauh jauh lagi keluar kampus untuk mencari apa yang diperlukan dalam proses perkuliahan.

Student Mall juga dapat diartikan sebagai kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan perkuliahan mahasiswa serta memberikan

kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi Mahasiswa. Banyak kebutuhan mahasiswa pada saat proses perkuliahan berlangsung baik dari segi kebutuhan makanan, pakaian, alat tulis, print, foto copy dan lain sebagainya yang dapat membantu berjalannya proses perkuliahan.

Arti lain tentang *students Mall* Adalah merupakan pusat perbelanjaan yang berisikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Pada kehidupan setiap manusia di bumi ini tidak lepas dari yang namanya berinteraksi sosial, baik interaksi dengan orang yang lebih dewasa, maupun dengan teman sebaya banyak faktor yang bisa menjadi alat interaksi diantaranya komunikasi secara *face to face* (tatap muka)

Dengan adanya *students mall* ini ruang interaksi mahasiswa Di dalam kampus terdapat ruang-ruang sebagai tempat terjadinya kontak informal antara mahasiswa, yang disebut sebagai ruang komunal seperti dipelataran musholah, ditangga. Ruang komunal merupakan ruang publik, digunakan untuk melakukan kegiatan informal seperti duduk santai melepas lelah, menunggu kuliah sambil makan, jalur sirkulasi dan untuk berinteraksi sosial. Interaksi sosial dilakukan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan ruang publik yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi seperti *students mall* untuk kegiatan informal seperti menunggu kuliah

atau dosen, mengerjakan tugas sambil duduk di lantai atau trap tangga. Tipe interaksi bagaimana yang terjadi di tempat-tempat tersebut?

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok maupun individu dengan kelompok. Adapun beberapa faktor yang 4 mendorong terjadinya suatu interaksi sosial, yakni tindakan sosial, kontak sosial dan juga komunikasi sosial. Adanya ketiga faktor tersebut maka suatu interaksi sosial dapat tercapai dengan baik

Prof.DR. Soerjono Soekanto (2012) mengemukakan interaksi sosial sebagai sebagai bentuk-bentuk yang tampak, apabila orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia itu mengadakan hubungan satu dengan yang lain, dengan terutama mengetengahkan kelompok sosial serta lapisan-lapisan sosial sebagai unsur-unsur pokok dari struktur sosial.

Dengan banyaknya penelitian hasil temuan-temuan dari penelitian terdahulu memberikan kerangka mengenai variabel-variabel yang berhubungan dengan interaksi dan mengenai *minimarket* atau *mall*.

Seorang peneliti terdahulu yang bernama Hasman (2015) telah melakukan penelitian yang berjudul intraksi eksklusivitas mahasiswa dan pengaruhnya terhadap konflik sosial (studi kasus mahasiswa Maluku). Hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antar sikap eksklusivitas mahasiswa terhadap konflik sosial yaitu semakin tinggi eksklusivitas maka semakin tinggi konflik.

Peneliti yang kedua bernama Nurul Mutya Utami (2014) telah melakukan penelitian yang berjudul analisis pengaruh *merchandise store atmosphere*, interaksi antar pelanggan dan pelayan toko terhadap *impulse buying* pada toko siranda yang dapat disimpulkan dari hasil penelitiannya interaksi pelanggan dengan pelayan toko secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada toko siranda

Kemudian pada peneliti ketiga yang bernama Loreno Galaxy Deo Perdana (2013) telah melakukan penelitian yang hampir sama yang berjudul pola komunikasi dalam hubungan antar karyawan *tenacy mall Olympic garden* dengan *tenant*. Hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan komunikasi antara belah pihak karena adanya ruang pembatas yang menyebabkan adanya ketidak lancaran dalam kedua belah pihak.

Dengan penelitian ini, Peneliti mempunyai tujuan untuk menemukan pola setting ruang komunal sebagai sarana kegiatan interaksi mahasiswa di balai sidang dan untuk menemukan indikasi yang muncul dari perilaku mahasiswa saat melakukan interaksi sosial terhadap ruang yang dianggap (oleh mahasiswa) sebagai ruang komunal. Interaksi mahasiswa sebagai variabel bebas, sedangkan setting ruang komunal menjadi variabel terikat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan arsitektur dan perilaku. Analisa data menggunakan kategorisasi dan kesamaan isi. Metoda pengumpulan data melalui pemetaan perilaku observasi dan wawancara.

Mahasiswa berkumpul di ruang yang menjadi tujuan kegiatannya, yang memiliki kedekatan dan kemudahan pencapaian (aksesibilitas). Aksesibilitas

meliputi kedekatan jarak yang dicapai dan kemudahan pencapaian. Mahasiswa berkumpul di tempat yang memberikan visibilitas tinggi, ke arah tempat parkir dan kearah untuk mengetahui kedatangan temannya.

Fenomena itulah yang melatar belakangi peneliti melakukan penelitian secara mendalam mengenai Ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

K. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah

3. Bagaimana daya tarik *students mall* terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar sebagai tempat interaksi sosial?
4. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar di *students mall*?

L. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan diadakannya penelitian ini yaitu:

3. Untuk mengetahui daya tarik *students mall* terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam menyediakan kebutuhan?
4. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar di *students mall*?

M. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis, penelitian ini akan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pengembangan ilmu sosial pada umumnya, dan pengembangan ilmu sosiologi pada khususnya, dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik membahas mengenai penelitian serupa.
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk masyarakat, dapat menjadi acuan untuk memperkenalkan students mall atau balai sidang pada masyarakat luas.
 - b. Untuk pemerintah, penelitian ini dapat bermanfaat untuk pemerintah universitas muhammadiyah makassar
 - c. Untuk penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam mengaplikasikan pengetahuan teoretik terhadap masalah praktis.

N. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah penjelasan mengenai istilah istilah yang digunakan agar dapat kesamaan penafsiran dan terhindar dari kekaburan. Bagian ini juga memberikan keterangan rinci pada bagian bagian yang memerlukan uraian. Guna memahami secara utuh uraian penulis dalam penelitian yang berjudul “*Students Mall* Sebagai Ruang Interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar”, maka penulis terlebih dahulu menjelaskan beberapa hal yang dianggap memiliki peranan penting dalam membangun teori konsep tersebut, yakni:

6. *Students Mall*

Students Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai. *Mall* juga dapat diartikan sebagai kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa serta memberikan kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi pembeli.

7. Ruang interaksi

Ruang Interaksi adalah proses timbal balik antara ruang yang satu dengan ruang yang lain. Contohnya: wilayah pegunungan umumnya merupakan penghasil sayuran, sedangkan daerah pesisir menghasilkan ikan laut. Penduduk daerah pantai membutuhkan sayuran dari daerah pegunungan dan sebaliknya penduduk dari daerah pegunungan membutuhkan ikan dari penduduk daerah pantai. Kedua wilayah kemudian saling berinteraksi melalui aktivitas perdagangan. Interaksi antar ruang dapat berupa pergerakan orang, barang, informasi dari daerah asal menuju daerah tujuan.

8. Interaksi

interaksi adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif.

Dalam proses interaksi tidak saja terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat, melainkan terjadi saling memengaruhi satu sama lainnya.

9. Mahasiswa

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

10. Universitas muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar atau biasa disebut Unismuh Makassar adalah salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam mengembangkan pendidikan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi. Universitas muhammadiyah Makassar bertempat di Jalan Sultan Alauddin No.259, Gunung Sari, Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

C. Kajian pustaka

4. Konsep Ruang Publik

Sistem teoretis Habermas diabdikan untuk mengungkapkan kemungkinan nalar, emansipasi, dan komunikasi rasional-kritis yang laten dalam institusi-institusi modern dan dalam kapasitas manusia untuk mempertimbangkan secara sungguh-sungguh dan mengejar kepentingan-kepentingan rasional. Berikut teori teori dari Jorgen Habermas:

Ruang publik merupakan media untuk mengomunikasikan informasi dan juga pandangan. Sebagaimana yang tergambarkan di Inggris dan Prancis, masyarakat bertemu, ngobrol, berdiskusi tentang buku baru yang terbit atau karya seni yang baru diciptakan. Dalam keadaan masyarakat bertemu dan berdebat akan sesuatu secara kritis maka akan terbentuk apa yang disebut dengan masyarakat madani. Secara sederhana masyarakat madani bisa dipahami sebagai masyarakat yang berbagi minat, tujuan, dan nilai tanpa paksaan yang dalam teori dipertentangkan dengan konsep negara yang bersifat memaksa.

Pada perkembangan selanjutnya ruang publik juga menyangkut ruang yang tidak saja bersifat fisik, seperti lapangan, warung-warung kopi dan salon, tetapi juga ruang di mana proses komunikasi bisa berlangsung. Misal dari

ruang publik yang tidak bersifat fisik ini adalah media massa. Di media massa itu masyarakat membicarakan kasus-kasus yang terjadi di lingkungannya. Penguasa yang tidak menerima dikritik dan media massa yang menolak memuat sebuah artikel karena takut kepada penguasa juga sebagai tanda bahwa sebuah ruang publik belum tercipta. Dalam bukunya Transformasi Struktural Ranah Publik, [Habermas](#) mengembangkan konsepnya yang berpengaruh, tentang ranah publik. Karya Habermas ini sangat kaya dan memberi dampak besar pada berbagai disiplin ilmu. Habermas pertama membuat sketsa sebuah model yang disebutnya “ranah publik borjuis”, Ia kemudian juga menganalisis kemunduran ranah publik ini pada abad ke-20. Ranah publik borjuis, yang mulai muncul pada sekitar tahun 1700 dalam penafsiran Habermas, adalah berfungsi untuk memperantarai keprihatinan privat individu dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan keluarga, yang dihadapkan dengan tuntutan-tuntutan dan keprihatinan dari kehidupan sosial dan publik.

Ini mencakup fungsi menengahi kontradiksi antara kaum borjuis dan citoyen (kalau boleh menggunakan istilah yang dikembangkan oleh Hegel dan Marx awal), mengatasi kepentingan-kepentingan dan opini privat, guna menemukan kepentingan-kepentingan bersama, dan untuk mencapai konsensus yang bersifat sosial.

[Ranah publik](#) di sini terdiri dari organ-organ informasi dan perdebatan politik, seperti suratkabar dan jurnal. Serta institusi diskusi politik, seperti parlemen, klub politik, salon, majelis publik, tempat minum dan kedai kopi, balai pertemuan, dan ruang-ruang publik lain, di mana diskusi sosio-politik

berlangsung. Konsep ranah publik yang diangkat Habermas ini adalah ruang bagi diskusi kritis, terbuka bagi semua orang. Pada ranah publik ini, warga privat (private people) berkumpul untuk membentuk sebuah publik, di mana nalar publik tersebut akan bekerja sebagai pengawas terhadap kekuasaan negara. Untuk pertama kalinya dalam sejarah, individu dan kelompok dapat membentuk opini publik, memberikan ekspresi langsung terhadap kebutuhan dan kepentingan mereka, seraya mempengaruhi praktik politik. Ranah publik borjuis memungkinkan terbentuknya area aktivitas opini publik, yang menentang kekuasaan negara yang opresif, serta kepentingan-kepentingan kuat yang membentuk masyarakat borjuis.

Prinsip-prinsip ranah publik melibatkan suatu diskusi terbuka tentang semua isu yang menjadi keprihatinan umum, di mana argumentasi-argumentasi diskursif (bersifat informal, dan tidak ketat diarahkan ke topik tertentu) digunakan untuk menentukan kepentingan umum bersama. Ranah publik dengan demikian mengandaikan adanya kebebasan berbicara dan berkumpul, pers bebas, dan hak untuk secara bebas berpartisipasi dalam perdebatan politik dan pengambilan keputusan. Sesudah terjadinya revolusi-revolusi demokratis, Habermas menyarankan, agar ranah publik borjuis ini dilembagakan dalam aturan konstitusional, yang menjamin hak-hak politik secara meluas. Serta, mendirikan sistem yudisial untuk menengahi klaim-klaim antara berbagai individu atau berbagai kelompok, atau antara individu dan kelompok dan negara.

Dalam konsep Habermas, media dan ranah publik berfungsi di luar sistem politis-kelembagaan yang aktual. Fungsi media dan ranah publik ini sebagai tempat diskusi, dan bukan sebagai lokasi bagi organisasi, perjuangan, dan transformasi politik. Dalam bukunya itu, Habermas juga mengkontraskan berbagai bentuk ranah publik borjuis. Mulai dari ranah publik yang bersifat partisipatoris dan aktif di era heroik demokrasi liberal, sampai dengan bentuk-bentuk ranah publik yang lebih privat dari pengamat politik dalam masyarakat industri birokratis. Pada masyarakat semacam itu, kalangan media dan elite mengontrol ranah publik. Sesudah menyatakan gagasan tentang ranah publik borjuis, opini publik, dan publisitas, Habermas menganalisis struktur sosial, fungsi-fungsi politis, dan konsep serta ideologi ranah publik. Kemudian, Habermas menggambarkan transformasi sosial-struktural ranah publik, perubahan-perubahan dan fungsi publiknya, serta pergeseran-pergeseran dalam konsep opini publik dalam tiga bab penyimpulan.

Dua tema utama dari buku Habermas itu mencakup analisis kelahiran historis ranah publik borjuis, yang diikuti dengan ulasan tentang perubahan struktural ranah publik di era kontemporer. Habermas menganalisis kemerosotan ranah publik itu pada abad ke-20. Yaitu, dengan bangkitnya kapitalisme negara, industri budaya, dan posisi yang semakin kuat di pihak perusahaan ekonomi dan bisnis besar dalam kehidupan publik. Dalam ulasannya ini, ekonomi besar dan organisasi pemerintah telah mengambil alih ruang publik, di mana warga negara hanya diberi kepuasan untuk menjadi konsumen bagi barang, layanan, administrasi politik, dan pertunjukan publik.

Menurut Habermas, berbagai faktor akhirnya mengakibatkan kemerosotan ranah publik. Salah satu faktor itu adalah pertumbuhan media massa komersial, yang mengubah publik menjadi konsumen yang pasif. Mereka menjadi tenggelam dalam isu-isu yang bersifat privat, ketimbang isu-isu yang menyangkut untuk kebaikan bersama dan partisipasi demokratis.

Faktor lain, adalah munculnya negara kesejahteraan, yang menyatukan negara dan masyarakat sebegitu mendalam, sehingga ranah publik menjadi tertekan habis. Negara mulai memainkan peran yang lebih fundamental dalam kehidupan sehari-hari dan lingkungan aktivitas privat, sehingga mengikis perbedaan antara negara dan masyarakat sipil, serta antara ranah publik dan privat. Faktor-faktor ini juga mengubah 'ranah publik' menjadi sebuah situs bagi kontestasi atas sumber-sumber negara, yang lebih ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, ketimbang menjadi ruang bagi pengembangan konsensus rasional yang mendahulukan kepentingan publik.

Menurut analisis Habermas, dalam ranah publik borjuis, opini publik dibentuk oleh konsensus dan perdebatan politik. Sedangkan dalam ranah publik yang sudah merosot kualitasnya di kapitalisme negara kesejahteraan (welfare state capitalism), opini publik diatur oleh para elite politik, ekonomi, dan media, yang mengelola opini publik sebagai bagian dari manajemen sistem dan kontrol sosial. Jadi, pada tahapan yang lebih awal dari perkembangan borjuis, opini publik dibentuk dalam debat politik terbuka, berkaitan dengan kepentingan umum bersama, dalam upaya membentuk sebuah konsensus yang menghargai kepentingan umum. Sebaliknya, dalam tahapan kapitalisme

kontemporer, opini publik dibentuk oleh kalangan elite yang dominan, dan dengan demikian sebagian besar mewakili kepentingan privat partikular mereka.

Tidak ada lagi konsensus rasional di antara para individu dan kelompok, demi kepentingan artikulasi kebaikan bersama, yang dijadikan sebagai norma. Sebaliknya, yang terjadi adalah pertarungan di antara berbagai kelompok untuk memajukan kepentingan privat mereka sendiri, dan inilah yang menjadi ciri panggung politik kontemporer. Karena itu, Habermas menjabarkan transisi dari ranah publik liberal, yang berasal dari Pencerahan (Enlightenment) serta revolusi Amerika dan Perancis, ke ranah publik yang didominasi media di era masa sekarang, yang disebutnya 'kapitalisme negara kesejahteraan dan demokrasi massa. Transformasi historis ini, sebagaimana bisa kita catat, didasarkan pada analisis Horkheimer dan Adorno tentang industri budaya. Yakni, kondisi di mana perusahaan-perusahaan raksasa mengambil alih ranah publik, dan mengubah ranah publik itu dari ranah perdebatan rasional menjadi ranah konsumsi yang manipulatif dan pasifitas.

Dalam transformasi ini, opini publik bergeser dari konsensus rasional yang muncul dari debat, diskusi, dan refleksi, menjadi opini yang direkayasa lewat jajak pendapat atau pakar media. Jadi, perdebatan rasional dan konsensus telah digantikan oleh diskusi yang diatur dan manipulasi lewat mekanisme periklanan dan badan-badan konsultasi politik. Bagi Habermas, fungsi media dengan demikian telah diubah dari memfasilitasi wacana dan perdebatan rasional dalam ranah publik, menjadi membentuk, mengkonstruksi, dan

membatasi wacana publik ke tema-tema yang disahkan dan disetujui oleh perusahaan-perusahaan media. Maka, saling-hubungan antara ranah debat publik dan partisipasi individu sudah patah, dan berubah bentuk ke dalam lingkungan aktivitas informasi politik atau pertunjukan publik. Dalam lingkungan semacam itu, warga-konsumen menyerap dan mencernakan hiburan dan informasi secara pasif. Warga negara dengan demikian sekadar menjadi penonton pertunjukan dan wacana media, yang membentuk opini publik, dan menurunkan derajat konsumen/warganegara itu menjadi sekadar obyek bagi berita, informasi, dan urusan-urusan publik.

Dalam magnum opusnya, *The Theory of Communicative Action* (1981), Habermas mengeritik proses modernisasi sepihak, yang dipimpin oleh kekuatan-kekuatan rasionalisasi ekonomi dan administratif. Habermas memandang, intervensi yang semakin meningkat dari sistem formal terhadap kehidupan kita sehari-hari, itu sejalan dengan pertumbuhan negara kesejahteraan, kapitalisme korporat, dan budaya konsumsi massa. Kecenderungan yang semakin kuat ini telah memberi pembenaran bagi perluasan area kehidupan publik, dan menundukkan mereka di bawah logika pukul rata tentang efisiensi dan kontrol. Partai-partai politik, yang diregulerkan, dan kelompok-kelompok kepentingan telah menjadi pengganti dari demokrasi partisipatoris. Masyarakat pun semakin diatur pada tingkatan yang jauh dari masukan warga negara. Akibatnya, batas-batas antara publik dan privat, antara individu dan masyarakat, serta antara sistem dan dunia kehidupan, semakin memudar.

Sistem teoritis Henri Lefebvre, seorang sosiolog Prancis, menganjurkan bahwa sesungguhnya tidak ada ruang yang sepenuhnya “ideal” karena ruang diferensial itu sendiri secara spasial dalam masyarakat kapitalis modern merupakan arena pertarungan yang tidak akan pernah selesai diperebutkan. Semua pihak yang berkepentingan akan terus berusaha mencari cara untuk mendominasi pemakaian atau pemanfaatan atas suatu ruang dan mereproduksi segala pengetahuan untuk mempertahankan hegemoni mereka atas pemanfaatan ruang tersebut. Dengan kata lain, ruang bersama (*common space*) akan selalu menyesuaikan kepentingan kapital dalam rangka menjamin relasi atau hubungan produksi dan reproduksi yang bersifat kapitalistik. Dalam pengertian ini pulalah produksi ruang secara spasial akan mempengaruhi mentalitas para penghuninya sehingga menciptakan apa yang disebut oleh Henri Lefebvre sebagai produksi ruang sosial, yakni relasi produksi antara ruang secara spasial dengan masyarakat. Oleh karena itu, Lefebvre menganjurkan supaya kita memahami ruang dalam kaitannya dengan sejarah dan konteks secara spesifik.

Dalam pengertian ini, produksi ruang (baik secara spasial maupun secara sosial) erat kaitannya dengan perkembangan “*mode of production*” suatu masyarakat modern, di mana produksi pengetahuan mengenai ruang merupakan refleksi atas relasi keduanya. Konstruksi atas ruang merupakan hal yang bersifat esensial dalam perkembangan kapitalisme. Untuk memahami logika ini, saya mengutip dari Lefebvre sebagai berikut:

Sebagai dampaknya, hegemoni pengetahuan terus direproduksi untuk mempertahankan konsep ruang sebagai suatu hasrat untuk memamerkan diri. Konsekuensinya adalah pengetahuan mengenai kota (*the science of the city*) mengukuhkan konsep kota hanya sebagai “objek” melalui ideologi yang bersandar pada netralitas ilmu pengetahuan dan mengabaikan konteks sejarah sosial perkembangan masyarakat yang menghidupkan ruang itu. Oleh karena itulah, Lefebvre menggarisbawahi pentingnya mengartikulasikan “produksi ruang sosial” sebagai basis ideologis dalam arena reproduksi pengetahuan mengenai kota.

Ruang diferensial dibentuk oleh tindakan sosial (*social action*), baik secara individual maupun secara kolektif. Tindakan sosiallah yang memberi “makna” pada bagaimana suatu ruang spasial dikonsepsikan oleh mereka yang mengisi dan menghidupkan ruang tersebut. Produksi ruang sosial berkenaan dengan bagaimana praktik spasial diwujudkan melalui persepsi atas lingkungan (*environment*) yang dibangun melalui jaringan (*networks*) yang mengaitkan aktivitas-aktivitas sosial seperti pekerjaan, kehidupan pribadi (*private life*), dan waktu luang (*leisure*). Lefebvre mendeskripsikan itu sebagai relasi yang bersifat dialektis antara ruang (spasial dan sosial) yang hidup, ruang yang dipersepsikan, dan ruang yang dikonsepsikan, atau apa yang disebut sebagai “tiga rangkaian konseptual atas ruang” (*a conceptual triad of social space production*). Adalah pemahaman yang komprehensif tentang cara kerja tiga rangkaian konseptual atas produksi ruang sosial itu yang juga menjadi bagian penting dari reproduksi pengetahuan yang bersifat ideologis bagi

perkembangan suatu kota, khususnya karena hegemoni pengetahuan tentang tata ruang kota semata-mata menjadikan kota sebagai objek komoditas kapitalisme belaka. Tiga rangkaian konseptual atas ruang yang dimaksud Lefebvre menjelaskan bagaimana suatu ruang sosial dihasilkan, yaitu sebagai berikut:

Praktik spasial mengacu pada produksi dan reproduksi hubungan spasial antar objek dan produk. Hal inilah yang turut menjamin berlangsungnya kontinuitas produksi ruang sosial dan kohesivitasnya. Dalam pengertian ini, ruang sosial meliputi pula keterlibatan setiap anggota masyarakat yang memiliki hubungan atau keterkaitan tertentu terhadap kepemilikan atas ruang itu. Dengan demikian, kohesi sosial atas suatu ruang ditentukan oleh derajat kompetensi dan tingkat kinerja atas pemakaian ruang (fisik atau material). Praktik spasial semacam inilah yang dipahami sebagai “ruang yang hidup”

Ruang diferensial-diferensial yang dihasilkan oleh suatu ruang oleh karena itu menjadi “beragam”. Representasi-representasi semacam itu merujuk pada suatu ruang yang “dikonsepsikan”, seperti misalnya ruang untuk para ilmuwan, para perencana tata ruang, masyarakat urban, para pengkaji dan pelaksana teknokrat, dan para perekayasa sosial lainnya, seperti dari para seniman yang memiliki ekspresi dan sikap mental misalnya yang unik dalam mengidentifikasi “ruang” – sementara para pengkaji memandang proses pembentukan atas ruang sebagai suatu rekayasa ilmiah – seperti melalui kajian (studi) atau penelitian dengan cara mengidentifikasi apa saja yang menghidupi

suatu ruang, konsekuensi apa yang dirasakan oleh orang atas “ruang” itu serta apa yang mereka pahami tentang ruang tersebut dan dinamikanya. Pada konteks inilah ruang merupakan suatu produksi yang muncul dari konsepsi orang dan/atau beberapa orang atau orang pada umumnya; “ruang” yang dikonsepsikan

Ruang diferensial mengacu pada ruang yang secara nyata “hidup” (*lived space*) dan berkaitan secara langsung dengan berbagai bentuk pencitraan serta simbol yang terkait dengannya. Hal ini termasuk bagaimana para penghuni ruang atau orang-orang yang menggunakannya saling berinteraksi melalui praktik dan bentuk visualisasi di dalam suatu ruang. Konsepsi atas ruang pun muncul berdasarkan berbagai pengalaman nyata yang dialami oleh setiap orang sebagai sebab-akibat dari suatu hubungan yang bersifat dialektis antara praktik spasial dan representasi ruang. Ruang menjadi sesuatu yang secara khusus dipersepsikan oleh individu, kelompok, atau suatu masyarakat; ruang yang dipersepsikan (*perceived space*).

Lefebvre kemudian juga menerapkan tiga rangkaian konsepsi atas ruang diferensial sebagai metode untuk menganalisis sejarah spasial. Ia berpendapat bahwa ruang sosial diproduksi dan direproduksi dalam kaitannya dengan berbagai kekuatan yang mempengaruhi produksi ruang dan juga dengan berbagai relasi yang terbentuk di dalam produksi ruang fisik atau material. Kekuatan-kekuatan tersebut bukan sekadar menjadi “kompetisi” atas ruang fisik yang sepenuhnya “hampa” atau “kosong” atau bahkan “netral”,

melainkan proses tarik-menarik kepentingan antar berbagai macam “kekuatan” yang saling mempengaruhi upaya untuk menghuni “ruang material” (fisik) yang sebenarnya telah “ada”.

Secara konkret, Lefebvre menjabarkan bahwa perkembangan hegemoni kapitalisme modern secara paralel berkonsekuensi logis pada produksi “ruang abstrak”. Pada ruang “abstrak” inilah kapitalisme menciptakan bentuk-bentuk homogenisasi, hierarki, dan berbagai macam fragmentasi sosial lainnya. Di sisi lain, kapitalisme dan globalisasi, atau kapitalisme yang berlangsung secara global dan secara spasial di berbagai tempat, melahirkan berbagai bentuk dan pola relasi yang “sama”, “serupa”, “hampir mirip” di berbagai belahan dunia, tetapi juga sekaligus melahirkan “perbedaan-perbedaan” praktik dan konsepsi terhadap “ruang” itu sendiri. Ruang komunal, sejarah lokal suatu tempat, serta kekhususan yang dimiliki suatu masyarakat atas tempat yang mereka huni bersama merupakan proses budaya yang ikut mempengaruhi konsepsi atas ruang “representasional” dan keunikan yang dimilikinya masing-masing.

Sementara di sisi lain, modernisme dan implikasinya terhadap “ruang fisik” membentuk suatu pola mental yang nyaris menuju pada berbagai bentuk “penyeragaman” sikap mental – perilaku atas penggunaan atau pemakaian ruang. Hal ini karena kehidupan modern menekankan berbagai bentuk “kepemilikan” sebagai sesuatu yang secara rigid berdasarkan pada “kepemilikan pribadi” (*personal belonging*). Konsep kepemilikan pribadi

inilah yang dikembangkan melalui “pasar” dan relasi yang terbangun di dalam “hubungan produksi”.

Meski demikian, Lefebvre tidak sepenuhnya memandang “ruang modern” secara sinis (pesimistis). Baginya, memang modernisme telah melahirkan berbagai macam kontradiksi-kontradiksi termasuk kontradiksi yang bersifat spasial. Akan tetapi, menurutnya, berbagai tekanan yang muncul akibat kontradiksi yang mempengaruhi gangguan atas tatanan dan kohesi sosial melahirkan berbagai macam atau keberagaman konsepsi “ruang abstrak” sebagai suatu bentuk tawaran-tawaran alternatif atas pemakaian ruang “bersama”. Dengan kata lain, kontradiksi yang muncul atas “produksi ruang” (sebagai kesatuan proses secara material sosial) terus akan melahirkan “perlawanan atas upaya-upaya untuk menghemonisasikan cara (praktik) penggunaan, kepemilikan, dan rasa yang dimiliki atas suatu ruang yang dihuni oleh suatu masyarakat”.

Henri Lefebvre pula yang pertama kali memperkenalkan konsep mengenai “Hak atas Kota” kepada khalayak, khususnya para intelektual dan aktivis gerakan sosial. Menurutny, hak atas kota melampaui kebebasan individu untuk mengakses sumber-sumber daya yang dimiliki suatu kota. Hak atas kota adalah hak untuk mengubah warga penghuni kota dengan mengubah kota itu sendiri. Secara khusus, hak atas kota bukanlah bersifat individual melainkan komunal, yang harus diwujudkan melalui serangkaian transformasi berdasarkan kekuatan kolektif yang dapat ikut membentuk proses urbanisasi.

Tesis Lefebvre mengenai hak atas kota (atau yang acapkali juga diterjemahkan sebagai kedaulatan para penghuni kota) didasari oleh argumen mendasar bahwa urbanisasi secara menyeluruh dalam suatu masyarakat adalah proses yang tak dapat dihindari. Oleh karena itu, untuk mempengaruhi proses itu dibutuhkan interpretasi baru dan kritik atas pendekatan yang selama ini secara hegemonik dan dominan menjadi landasan penentuan kebijakan dalam produksi ruang secara spasial dan kebijakan lain yang mempengaruhi kondisi dan implikasi proses urbanisasi itu sendiri. Kebijakan yang paling dominan dalam memahami urbanisasi, terutama dalam perencanaan tata kelola ruang di perkotaan, selama ini didasari oleh logika kapitalis pasar dan negara di mana produksi atas ruang khususnya di perkotaan ditujukan bagi kontestasi komodifikasi melalui serangkaian modus “kehendak untuk memamerkan diri”. Dalam konteks untuk “memamerkan diri” itulah kota dibangun dan acapkali harus mengabaikan kepentingan paling esensial dari para penghuni kota itu sendiri, yakni menurut Lefebvre, hak-hak asasi manusia.

Hak atas kota kemudian didefinisikan bukan semata-mata sebagai hak untuk hidup atau mengokupasi ruang untuk tinggal di wilayah perkotaan bagi siapa saja (*the right to inhabit*), melainkan juga hak untuk mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik bagi warga penghuni yang menghidupi kota itu sendiri; kehidupan yang layak. Oleh karena itu, hak atas kota berarti juga hak untuk mengklaim kembali “sentralitas” atas kota yang memungkinkan kesetaraan, misalnya melalui revitalisasi keberadaan ruang publik, serta mendorong partisipasi dan keberdayaan warganya. Untuk itu, Lefebvre

menganjurkan cara pandang atas kehidupan urban (urbanisme) yang dapat mengakhiri segregasi spasial sebagai peneguh pembedaan kelas-kelas sosial dengan cara memperkuat basis-basis pembedaan ruang secara plural dan egalitarian. Hal ini tak dapat dilakukan tanpa pengorganisasian warga kota melalui suatu gerakan sosial untuk merebut kembali kedaulatan mereka sebagai penghuni kota. Para birokrat dan teknokrat yang merupakan agen pemerintah harus didorong untuk memahami kepentingan publik agar dapat menyeimbangkan praktik spasial atas ruang yang mengakomodasi pluralitas dan mengakhiri diskriminasi pemanfaatan ruang akibat kepentingan-kepentingan kapitalistik yang mengabaikan keseimbangan ekologi, sosial, dan kultural. Para agen kapitalis yang menguasai praktik spasial dalam pertumbuhan kota harus mendasarkan kinerja mereka berdasarkan norma dan etika yang mengedepankan keseimbangan sosial, kultural, dan ekologis. Secara spesifik, Lefebvre menerjemahkan itu sebagai suatu “revolusi urban” yang harus dimulai agar ketegangan-ketegangan konflik sosial dan fisik akibat praktik spasial secara brutal yang diteguhkan oleh instrumen sosial-politik tidak akan berakhir sebagai kerusuhan dan tindak kekerasan. Karena itu, revolusi urban juga berkenaan dengan upaya untuk mengubah instrumen politik di mana kebijakan yang dihasilkan mengutamakan upaya memperjuangkan kedaulatan bagi kehidupan yang lebih layak untuk setiap orang..

Konsep pedagogi atas ruang dan waktu berkenaan dengan bagaimana “masyarakat” merupakan subjek yang mereproduksi pengetahuan kritis

berdasarkan pengalaman dan praktik kehidupan yang mereka lakukan sehari-hari. Pengetahuan kritis itu berangkat dari apa yang menjadi beban masyarakat yang beragam (secara kelas sosial dan identitas kultural), khususnya yang menanggung risiko dalam interaksi dalam praktik spasial. Pengetahuan itu menjadi basis untuk “menduduki” (mengokupasi) suatu ruang sebagai arena reproduksi pengetahuan.

Untuk mengenali kebutuhan itu, Lefebvre membedakan fungsi ruang sosial menjadi dua, yakni ruang publik dan ruang komunal. Dalam pembahasannya, ruang publik dimaknai sebagai ruang yang memfasilitasi pertemuan banyak orang secara inklusif dan tak mengenal batasan-batasan latar belakang sosial seseorang. Sementara itu, ruang komunal adalah ruang yang mempertemukan sekelompok orang melalui seleksi atas keanggotaan setiap orang, dengan mempertimbangkan pula rasa memiliki (*sense of belonging*) keanggotaan dalam suatu kelompok. Hal yang membedakan keduanya adalah “seleksi sosial”. Meskipun, misalnya, ruang komunal dapat berkembang menjadi ruang yang memfasilitasi setiap orang secara inklusif, ruang komunal tetap memiliki pelabelan sosial – yakni identitas yang berbasis komunalitas. Sementara itu, ruang publik secara umum merupakan ruang di mana setiap orang dapat melakukan perjumpaan tanpa terikat seleksi sosial dan menjadi alternatif bagi ekspresi bersama warga; juga sebagai ruang yang memungkinkan setiap orang untuk memperoleh hak setara dalam mengakses fasilitas publik.

Oleh karena itu, metode pembelajaran dan praktik pedagogi ruang dan waktu harus berangkat dari pemetaan diri warga secara individual maupun secara kolektif dalam relasinya dengan praktik menghuni suatu ruang. Mereka sebaiknya tidak berangkat semata-mata dari gagasan “ideal” akan sekelompok orang yang kritis dalam upaya untuk menyadarkan mereka yang dianggap tertindas. Hal ini menjadi penting karena upaya untuk menandai kebutuhan bersama secara kolektif atas suatu ruang yang lebih humanis merupakan basis bagi suatu gerakan sosial yang memperjuangkan perubahan konsep dan praktik spasial yang acapkali dijalani melulu dalam logika produksi kapitalistik yang nyaris meniadakan esensi kemanusiaan.

5. Konsep Interaksi sosial

Pada hakikatnya manusia tidak hanya sebagai makhluk individu tetapi juga sebagai makhluk sosial. Untuk menjalani kehidupannya manusia pasti membutuhkan bantuan dari manusia lainnya, oleh karena itu manusia melakukan interaksi sosial. Interaksi sosial adalah kunci dari kehidupan sosial, karena tanpa adanya interaksi maka tak akan mungkin ada kehidupan bersama. Harlod Bethel menjelaskan bahwa *the basic condition of a common life* dapat tercermin pada faktor-faktor berikut:

- a. *Grouping of people*, artinya adanya kumpulan orang-orang.
- b. *Definite place*, artinya adanya wilayah/tempat tinggal tertentu.
- c. *Mode of living*, artinya adanya pemilihan cara-cara hidup.

Interaksi merupakan bentuk utama dari proses sosial aktivitas sosial terjadi karena adanya aktivitas dari manusia dalam hubungannya dengan

manusia lain. Yang bertindak yang berhubungan itu adalah manusia. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok.

a. Unsur Dasar Interaksi Sosial

Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apa bila tidak memenuhi dua syarat, yaitu:

1) Adanya kontak sosial (*social-contac*)

Kata kontak berasal dari bahasa Latin *con* atau *cum* (yang artinya bersama-sama) dan *tango* (yang artinya menyentuh), jadi artinya secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh. Pada interaksi sosial mengandung makna tentang kontak sosial secara timbal balik atau inter-stimulasi dan respon antara individu-individu dan kelompok-kelompok. Kontak pada dasarnya merupakan aksi dari individu atau kelompok dan mempunyai makna bagi pelakunya, yang kemudian ditangkap oleh individu atau kelompok lain. Kontak sosial dapat bersifat positif ataupun negatif. Yang bersifat positif mengarah pada suatu kerja sama, sedangkan yang bersifat negatif mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan suatu interaksi sosial. Suatu kontak sosial dapat pula bersifat primer ataupun sekunder. Kontak primer terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka, sedangkan kontak yang sekunder memerlukan suatu perantara. Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Antara orang perorangan.
- b. Antara orang perorangan dengan suatu kelompok manusia atau sebaliknya.
- c. Antara suatu kelompok manusia dengan kelompok manusia lainnya.

2). Adanya Komunikasi

Komunikasi muncul setelah kontak berlangsung. Komunikasi timbul apabila seseorang individu memberi tafsiran pada perilaku orang lain. Dengan tafsiran tersebut, lalu seorang itu mewujudkan perilaku, dimana perilaku tersebut merupakan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain tersebut.

Komunikasi merupakan awal mula terjalinnya suatu hubungan, baik hubungan kerjasama ataupun hubungan apapun itu dalam kehidupan manusia. Di sisi lain komunikasi juga terkadang mengakibatkan suatu pertentangan atau pertikaian. Hal ini disebabkan karena adanya kesalahpahaman atau masing-masing pihak tidak ada yang mau mengalah ketika berkomunikasi satu sama lain.

b. Faktor-faktor Proses Interaksi Sosial

Berlangsungnya suatu proses interaksi didasarkan pada pelbagai faktor, antara lain:

- 1) Imitasi, adalah suatu proses meniru seseorang untuk menjadi sama dengan orang lain.
- 2) Sugesti, faktor ini berlangsung apabila seseorang memberi suatu pandangan atau sesuatu sikap yang berasal dari dirinya yang kemudian diterima oleh pihak lain.

- 3) Identifikasi, merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain.
- 4) Simpati, suatu proses dimana seseorang merasa tertarik pada pihak lain.

C. Ciri-ciri Interaksi Sosial

Charles P. Loomis mencantumkan ciri penting dari interaksi sosial, yaitu:

- 1) Jumlah pelaku lebih dari seorang, bisa dua atau lebih.
- 2) Adanya komunikasi antara para pelaku dengan menggunakan simbol-simbol.
- 3) Adanya suatu dimensi waktu yang meliputi masa lampau, kini dan akan datang, yang menentukan sifat dan aksi yang sedang berlangsung.
- 4) Adanya tujuan-tujuan tertentu, terlepas dari sama atau tidak sama dengan yang diperkirakan oleh para pengamat. Apabila interaksi sosial itu diulang menurut pola yang sama dan bertahan untuk waktu yang lama, maka akan terwujud Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar jelas menunjukkan adanya ciri ciri dari interaksi yang biasanya ditunjukkan dalam bahasa daerah yang mereka gunakan ataupun menggunakan simbol-simbol yang bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dari kelompoknya tersebut.

d. Bentuk-bentuk Interaksi Sosial

Di dalam interaksi disamping memiliki unsur dasar yakni, kontak sosial dan komunikasi, juga memiliki beberapa bentuk. Bentuk interaksi

sosial bisa berupa kerja sama (cooperation), persaingan (competition) bahkan dapat juga berbentuk pertentangan (conflict). Banyak tokoh yang mengidentifikasi beberapa bentuk dari interaksi sosial tersebut. Gillin dan Gillin mengidentifikasi interaksi sosial itu dalam dua bentuk, yakni: proses yang asosiatif dan disosiatif. Proses asosiatif ini terbagi menjadi tiga bentuk khusus lagi yakni:

1. Kerja sama

Kerja sama merupakan sebuah proses dimana terjadi sebuah kesadaran adanya kepentingan dan tujuan yang sama didalamnya yang kemudian melakukan sebuah tindakan guna memenuhi kebutuhannya tersebut. Dalam bentuk kerjasama ada kesediaan dari anggota kelompok untuk mengganti kegiatan anggota kelompok lainnya karena kegiatan yang dilaksanakan saling bergantung dengan kegiatan yang lain dalam hubungannya dengan pencapaian tujuan bersama. Dalam hal ini kerjasama dibagi menjadi lima bentuk yaitu pertama, kerukunan yang mencakup gotong royong dan tolong menolong. Kedua, bergaining atau yang biasa disebut dengan suatu proses perjanjian mengenai pertukaran barang atau jasa.

Ketiga, kooptasi yaitu suatu proses dimana terjadi penerimaan unsur-unsur baru guna menciptakan suatu stabilitas didalam kehidupan masyarakat. Keempat, koalisi adalah suatu kombinasi antara dua organisasi atau lebih yang mempunyai tujuan-tujuan yang sama, kelima, joint venture merupakan sebuah proses kerjasama dalam sebuah proyek tertentu.

2. Akomodasi

Akomodasi adalah sebuah bentuk usaha untuk mengurangi pertentangan antara orang perorangan atau antar kelompokkelompok di dalam masyarakat akibat perbedaan paham atau pandangan. Mencegah timbulnya suatu pertentangan untuk sementara waktu atau temporer.¹³ Akomodasi juga mengupayakan peleburan antara kelompok-kelompok yang terpisah dan bahkan memungkinkan terjadinya sebuah kerjasama didalamnya. Dalam hal ini akomodasi diterapkan dalam masyarakat yang cenderung mengenal adanya sebuah kasta akibat faktor sosiologis dimana mereka terkotak-kotak dalam kelasnya masing-masing.

3. Asimilasi

Asimilasi merupakan suatu proses sosial dalam taraf kelanjutan, yang ditandai dengan adanya usaha-usaha mengurangi perbedaan-perbedaan yang terdapat antara individu atau kelompok dan juga meliputi usaha-usaha untuk mempertinggi kesatuan tindak, sikap dan proses-proses mental dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan dan tujuan bersama.¹⁴ Dalam konteks ini proses asimilasi harus didukung dengan adanya sebuah toleransi para pelakunya, namun terkadang proses asimilasi sendiri terhambat karena factor kehidupan masyarakat yang terisolasi, yang cenderung mempunyai pengetahuan yang relatif rendah.

Bentuk-bentuk interaksi sosial yang terwujud dalam porses asosiatif di atas dapat kita lihat dalam kehidupan Himpunan Mahasiswa Lampung yang berada di Yogyakarta ini. Salah satunya adalah dalam hal kerja sama, ini dapat kita lihat ketika mereka melaksanakan kegiatan dalam himpunan

tersebut. Selain itu, terdapat juga keinginan dan tujuan bersama yakni, menjalani kehidupan dengan keadaan jauh dari orang tua dan juga tujuan untuk memperkenalkan kebudayaan Lampung kepada khalayak luas.

Untuk memenuhi kebutuhan dan juga tujuan tersebut individu-individu yang ada dalam Himpunan tersebut melalui proses akomodasi dan asimiliasi. Sedangkan proses disosiatif atau juga disebut dengan *oppositional processes* terdiri dari:

1. Persaingan (*competition*)

Persaingan dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu atau kelompok yang bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa jadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian atau mempertajam prasangka yang telah ada, tanpa mempergunakan kekerasan atau ancaman.¹⁵ Persaingan sendiri dalam hal ini meliputi berbagai hal yaitu persaingan ekonomi, budaya, kedudukan atau peran, dan juga kesukuan/ras. Adapun fungsi dari persaingan salah satunya adalah untuk menyalurkan sebuah keinginan individu yang bersifat kompetitif dalam masyarakat, yang kemudian secara output dengan adanya persaingan timbul sebuah perubahan sosial dimana akan merujuk pada sebuah kemajuan masyarakat.

2. Kontravensi (*contravention*)

Kontravensi merupakan bentuk proses sosial yang berada antara persaingan dan pertentangan atau pertikaian kontraversi merupakan sikap mental yang tersembunyi terhadap orang-orang lain atau terhadap orang-orang

lain atau terhadap unsur unsur kebudayaan golongan tertentu.¹⁶ Kontravensi ini identic dengan sebuah perbuatan penolakan dan perlawanan yang memungkinkan terjadinya sebuah penghasutan untuk menjatuhkan lawan-lawanya. Menurut von Wiese dan Backer, terdapat tiga tipe umum kontravensi, yaitu kontravensi generasi masyarakat, kontravensi yang menyangkut.

3. Pertentangan (*conflict*)

Pertentangan atau pertikaian adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha memenuhi kebutuhan atau tujuannya dengan jalan menantang pihak lawan dengan sebuah acmanan atau kekerasan. Di dalam diri seseorang biasanya terdapat sejumlah kebutuhan dan peran yang saling

berkompetisi, berbagai macam cara untuk mengekspresikan usaha dan peran, berbagai macam halangan yang terjadi antara usaha dan tujuan, dan juga adanya aspek-aspek positif dan negatif yang terkait dengan tujuan yang diinginkan. Secara umum terjadinya pertentangan dikarenakan adanya sebuah perbedaan yang sangat mencolok, mulai dari perbedaan individu, kepentingan hingga perbedaan sosial. Konflik dalam pun sering disebabkan oleh tidak sesuainya tujuan, perbedaan-perbedaan interpretasi dari berbagai fakta, ketidasetujuan yang didasarkan pada bermacam ekspektasi perilaku. Pertentangan dalam hal ini tidak serta merta bersifat negatif, namun juga bersifat positif. Dalam hal ini dijelaskan mengenai akibat-akibat dari bentuk pertentangan yaitu yang bersifat positif adalah terjadi sebuah solidaritas dalam

suatu kelompok dan kemudian memungkinkan terjadinya perubahan kepribadian, sedangkan yang bersifat negatif adalah goyah atau retaknya kesatuan sosial masyarakat yang memungkinkan terjadinya perpecahan atau disorganisasi. Masalah sosial tidak muncul secara alami, namun masalah sosial ada karena “social creation”, yang tercipta sebagai hasil dari pemikiran manusia dalam kebudayaan yang dimiliki oleh manusia itu sendiri yang terwujud dari peranan-perenannya yang terwujud karena interaksi sosial dalam suatu arena tertentu.¹⁹ Perwujudan sosial tidak hanya bersifat positif saja, melainkan juga bersifat negatif berupa masalah-masalah sosial. Bentuk interaksi sosial yang bersifat disasosiatif merupakan bagian di dalamnya yang pembahasannya adalah, dimana setiap kerangka perubahan

yang terjadi pasti terdapat proses yang kadang kala dimulai dengan adanya benturan-benturan satu sama lain, yang mana kondisi ini dapat berupa kontravensi bahkan pertentangan. Secara umum hal tersebut sangat wajar karena untuk membentuk sebuah keseimbangan atau equilibrium. Proses interaksi disasosiatif ini juga menjadi tinjauan konsep dalam menganalisis interaksi sosial Himpunan Mahasiswa Lampung yang berada di Yogyakarta dimana proses yang terjadi di dalamnya juga terdapat unsur yang bersifat pro kontra diantara anggotanya, serta perbedaan pendapat bahkan pertentangan turut menjadi bentuk interaksinya.

e. Teori-teori Interaksi Sosial

1. Teori Interaksionisme Simbolik

Didalam masyarakat, setiap manusia atau individu selalu beraktivitas maupun melakukan perbuatan demi memnuhi kebutuhan hidupnya, untuk itu manusia berinteraksi satu sama lain. Dalam interaksi sosial, setiap aktivitas atau perbuatan yang dilakukan manusia pada intinya menunjukkan suatu penyampaian makna atau maksud kepada manusia lainnya.

Teori interaksionisme simbolik merupakan sebuah teori yang berusaha menjelaskan tingkah laku manusia melalui analisis makna. Adanya reaksi yang menimbulkan makna dari individu satu dengan yang lain dapat timbul karena adanya suatu interaksi sosial.²⁰ Inti dari teori interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Hal ini bisa kita lihat pada interaksi sosial Himpunan Mahasiswa Lampung yang berinteraksi antar anggotanya satu sama lain dan mereka memiliki simbol-simbol tersendiri dalam berkomunikasi. Atau bahkan mereka menggunakan bahasa atau simbol-simbol baru yang mereka peroleh dari lingkungan barunya.

6. Konsep perilaku konsumtif

3. Masyarakat komsumtif

Menurut Jean Baudrillard mendefenisikan masyarakat postmodern sebagai masyarakat konsumen, dengan akibat konsumsi memainkan peran penting dalam teori itu. Pemikiran Baudrillard disebut dengan teori simulasi. Pada waktu Baudrillard masih muda, pemikirannya dipengaruhi oleh strukturalis, sehingga ia memandang system objek konsumen dan system komunikasi periklanan sebagai pembentuk kode

yang mengontrol objek dan individu ditengah masyarakat melalui objek ini, setiap individu dan kelompok secara tidak langsung benda pada tatanan nerdasar garis tempat, maksudnya posisi individu terletak pada apa yang dikonsumsi sehingga ketika ada perbedaan dalam mengkonsumsi maka akan diiringi dengan perbedaan dalam masyarakat

Masyarakat dewasa ini cenderung menuju masyarakat simulasi masyarakat kini hidup dalam kode-kode, tanda, dan model yang diatur sebagai produksi dan reproduksi dengan menuntuk dengan adanya pengemasan, pesona, kejutan, provokasi dan daya tarik sebagai logika komoditi itu sendiri. Kemasan tanda dianggap lebih menarik perhatian masyarakat dari pada pesan dan makna yang disampaikan dalam seni tersebut.

Tidak dapat dipungkiri telah terjadi pergeseran kebudayaan dari modern menjadi post modern. Kondisi post modern sebenarnya adalah wajah dari modern itu sendiri yang radikal atau sebagai dalam pemikiran habermas sebagai tahap modern modernism yang memang belum selesai. Perubahan post modern ditandai dengan perubahan orientasi masyarakat yang produk-produk yang dianggap atau menaikkan status sosial. Tanpa memperdulikan apakah produk-produk tersebut dibutuhkan atau tidak.

Baudrillard memandang objek konsumsi sebagai konsumsi yang diorganisir oleh tatanan yang produksi. Dalam arti lain kebutuhan dan konsumsi adalah perluasan produksi diorganisir, ia memandang objek konsumsi konsumen dan system komunikasi pada dasar periklanan

sebagai pembentukan “kode signifikan” yang mengontrol objek dan individu ditengah masyarakat. Dalam arti bahwa objek dan objek menjadi tanda nilainya ditentukan oleh aturan kode.

Baudrillard juga menceritakan shopping mall. Mall juga menganalisis ruang pembatasan dalam menjadi barang-baang dalam partai besar berasal dari berbagai tempat didunia. Baudrillard mengikhtisarkan disinilah kita berada dalam jantung komsumsi sebagai organisasi total dari kehidupan sehari-hari, sebagai hemoganisasi sempurna. Shopping yang terus menerus pusat shopping yang hebat tempat ibadah baru kita terus menyampaikan semua pada tuhan-tuhan atau iblis-iblis komsumsi.

4. Pengertian Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006)

Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat

ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”.

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk

mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

3. Pengertian Perilaku Konsumtif pada Remaja

Menurut Irwanto (1994) periode remaja adalah dianggap masa transisi dalam periode anak-anak ke periode dewasa. Periode ini dianggap sebagai masa-masa yang sangat penting dalam kehidupan seseorang khususnya dalam pembentukan kepribadian individu. Kebanyakan ahli memandang masa remaja harus dibagi dalam dua periode karena terdapat ciri-ciri yang cukup banyak berbeda dalam kedua (sub) periode tersebut. Pembagian ini biasanya menjadi periode remaja akhir, yaitu berkisar antara umur 17 sampai 18 tahun (umur dewasa menurut hukum yang berlaku di suatu negara). Lebih jauh Irwanto, dkk. (1994) menambahkan bahwa periode remaja merupakan klimaks dari periode-periode perkembangan sebelumnya. Dalam periode ini apa yang diperoleh dalam masa-masa sebelumnya diuji dan

dibuktikan sehingga dalam periode selanjutnya individu telah mempunyai suatu pola pribadi yang lebih mantap.

Berdasarkan pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuik iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik, romantis dan impulsif. Karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjat dalam perilaku membeli kurang efisien. Selain karakteristik tersebut, Solomon (dalam Zebua, dkk. 2001) mengemukakan bahwa perubahan-perubahan yang terjadi pada remaja terkadang menciptakan hal-hal yang tidak menentu sehingga mendorong mereka untuk menemukan dan memiliki jati diri yang unik sebagai individu yang berarti. Pada masa sekarang ini, pilihan aktivitas, teman dan penampilan seringkali menjadi hal penting untuk diterima secara sosial. Lebih jauh Solomon menjelaskan bahwa remaja menaruh perhatian yang lebih besar dalam hal penampilan. Sehubungan dengan hal tersebut, biasanya remaja akan bersikap lebih aktif mencari masukan dari teman maupun iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik. Akibat selanjutnya adalah banyak remaja yang terjat dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja putri adalah bentuk perilaku remaja putri untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan karena mudah tertarik

pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, tidak realistis sehingga memudahkan bagi para remaja putri berperilaku membeli yang kurang efisien.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.

Bila berbicara tentang perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Sigit (dalam Lestari, 2006) ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi-situasi yang tidak terduga. Perilaku konsumtif menurut Kotler (1997) dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

4. Peran budaya.

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

5. Sub budaya.

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

6. Kelas sosial pembeli.

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial.

4. Strata tersebut biasanya terbentuk system kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

b. Faktor Sosial

Sebagai tambahan atas faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

4. Kelompok Acuan.

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk actual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

5. Keluarga.

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara

kandung. Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

6. Peran dan Status.

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:

6. Usia dan Tahap Siklus Hidup.

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sebagai sasaran mereka, beberapa peneliti baru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis. Orang dewasa mengalami “perjalanan dan transformasi” sepanjang perjalanan hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidupnya. Pemasar memberikan

perhatian yang besar pada situasi hidup yang berubah, bercerai dan dampak mereka terhadap perilaku konsumtif.

7. Pekerjaan.

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pekerja kerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasikan kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

8. Keadaan Ekonomi.

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau likuid), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan trend penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. jika indikator ekonomi menandakan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan sasaran.

9. Gaya Hidup.

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Pemasar mencari hubungan antara produk dan gaya hidup kelompok. Misalnya sebuah pabrik computer menemukan sebagian besar pembeli computer berorientasi pada prestasi, sehingga pemasar dapat mengarahkan merk pada gaya hidup achiever. Copywriter iklan kemudian dapat menggunakan kata-kata dan symbol yang menarik bagi achiever.

10. Kepribadian dan Konsep Diri.

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti percaya diri, dominasi otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Jika jenis kepribadian dengan pilihan produk atau merk yang berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri (citra pribadi) seseorang. Pemasar berusaha mengembangkan citra merk yang sesuai dengan citra pribadi sasaran.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian dipengaruhi oleh enam faktor psikologis utama yaitu:

7. Motivasi.

Motivasi berasal dari kata motif, merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang selalu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk.

8. Persepsi.

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tapi bagaimana individu yang termotivasi tersebut bertindak? Adalah dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi tempat ia tinggal. Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa.

9. Konsep Diri.

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Setiap orang memiliki suatu konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan-pandangan atau persepsi yang

berbeda-beda pula terhadap suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

10. Kepribadian.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi dan faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan fisik, keluarga, masyarakat. Pada dasarnya kepribadian mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli.

11. Pengalaman Belajar.

Belajar sebagai suatu proses yang membawa perubahan dalam performance sebagai akibat dari latihan atau pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

12. Sikap dan Keyakinan (agama).

Sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka. Secara emosional tindakannya cenderung kearah berbagai objek dan ide.

Assuari (1987), mengatakan bahwa tingkat keinginan seseorang menempati strata yang tertinggi dalam pembelian. Keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa bisa terjadi karena suatu pembelian terhadap sesuatu yang ingin tampak berbeda dan menonjol dari yang lain

(distinctiveness), kebanggaan karena penampilan pribadinya (pride of personal appearance), dan pencapaian terhadap suatu status sosial tertentu (social achievement).

Kemudian Assuari (1987) menambahkan, bahwa perilaku konsumtif dapat terjadi karena:

- a. Seorang pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, biasanya remaja melakukan pembelian atau mengkonsumsi jasa dengan maksud untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dari yang lain.
- b. Kebanggaan akan penampilan dirinya seseorang membeli sesuatu didasarkan pada kebutuhan memamerkan dirinya.
- c. Adanya sikap positif terhadap diskon/potongan harga, dengan dalih sebelum masa tahu tempo diskon tersebut berakhir, maka konsumen akan membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang rasional.
- d. Ikut-ikutan, bahwa seseorang akan melakukan tindakan pemberian hanya sekedar meniru orang lain atau kelompoknya saja, dan mengikuti mode yang sedang marak-maraknya.
- e. Menarik perhatian orang lain, pembelian akan dilakukan seseorang karena ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, sehingga ada sesuatu yang mendorong orang tersebut untuk membeli suatu produk tanpa pertimbangan yang matang.

Selain adanya teori-teori di atas yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, adapula penelitian yang dilakukan oleh Betty dan Kahle (Sutisna, 2001) menemukan bahwa

faktor-faktor yang mendukung perilaku konsumtif, yaitu adanya peran sikap yang ikut mempengaruhi perilaku pembelian. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

b. Pengaruh keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan (pembelian). Dengan mengabaikan kecenderungan anak yang sering memberontak pada orang tua, sebenarnya terdapat hubungan yang kuat antara sikap orang tua dengan sikap si anak. Menurut Bennet dan Kassarian (Sutisna 2001) menyatakan bahwa sikap terhadap kesehatan pribadi, pilihan item-item produk kepercayaan mengenai nilai modis tentang suatu produk semua itu akan diperoleh dari orang tua.

b. Pengaruh kelompok kawan sebaya (Peer Group Influence).

Beberapa studi memperlihatkan bahwa kawan sebaya atau sejawat dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku (pembelian). Salah satunya menurut Kazt dan Kazarsfeld mempengaruhi sikap dan perilaku pembelian terhadap suatu produk, karena teman dekatnya telah membeli produk tersebut terlebih dahulu.

c. Pengalaman.

Pengalaman masa lalu mempengaruhi sikap terhadap pemilihan produk tertentu. Pengalaman atas penggunaan suatu produk pada masa lampau akan memberikan evaluasi atas produk tersebut, tergantung apakah pengalaman itu menyenangkan atau tidak. Jika pengalaman

masa lampau itu kurang menyenangkan, maka konsumen akan cenderung untuk mempunyai sikap negative terhadap produk tersebut. Dan sebaliknya, jika pengalaman penggunaan suatu produk cukup menyenangkan, maka sikap terhadap produk tersebut dimasa datang akan positif.

d. Kepribadian

Seperti yang telah diketahui bahwa kepribadian individu atau konsumen sangat mempengaruhi proses pembelian. Sifat-sifat seperti suka terbuka, kepatuhan atau otoritarianisme mungkin lebih terlibat dalam persaingan mendapatkan sesuatu produk dengan merk yang mahal dalam usaha mengungguli lawan-lawannya.

Pendapat yang berbeda dikemukakan Harsono (Lestari, 2006) yang menyatakan bahwa motif pembelian konsumen merupakan faktor-faktor yang menyebabkan seorang konsumen membeli suatu produk untuk digunakan secara pribadi. Faktor-faktor tersebut menggambarkan kebutuhan, keinginan, sikap dan kesan orang tentang suatu produk. Faktor-faktor itu juga menunjukkan pengalaman seseorang dan pengaruh-pengaruh kelompok sosial, budaya, dan keluarga. Motif pembelian konsumen dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

b. Motif emosional

Motif emosional adalah alasan konsumen membeli produk yang berasal dari kebutuhan impulsif dan kebutuhan psikologis seseorang tanpa mempertimbangkan kualitas produk yang mahal dan alasan-

alasan rasional lainnya. Pembelian produk itu disebabkan oleh alasan-alasan emosional seperti untuk kebanggaan, gengsi, ikut-ikutan, kesenangan, dan lain-lain. Motif pembelian emosional ini sering dimanfaatkan oleh para pemasur (marketer) untuk meningkatkan pembelian produk mereka.

b. Motif rasional

Motif rasional adalah alasan pembelian yang direncanakan secara hati-hati dan dianalisis semua informasi tentang produk yang dibeli. Produk yang akan dibeli tersebut dipertimbangkan memang sangat dibutuhkan, kualitas produknya baik, harganya tidak mahal, dan pertimbangan-pertimbangan rasional lainnya tentang kondisi tersebut.

c. Motif patronage

Motif patronage adalah alasan pembelian yang didasarkan karakteristik khusus toko atau tempat pembelian, juga dapat karena alasan merk suatu produk. Konsumen membeli suatu produk karena tempat penjualannya nyaman, karena pelayanannya baik, karena pelayannya cantik, atau karena merknya terkenal.

Jadi berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada konsumen antara lain: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi. Adapun faktor-faktor lain yang tidak kalah penting adalah faktor psikologis, meliputi motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian pengalaman, belajar, sikap dan keyakinan. Selain itu ada: pengaruh

keluarga, pengaruh kelompok kawan sebaya, pengalaman, kepribadian, motif emosional, motif rasional, dan motif patronage.

D. Kerangka Konsep

students Mall Adalah merupakan pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (mall), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Dengan adanya students mall ini ruang interaksi mahasiswa Di dalam kampus terdapat ruang-ruang sebagai tempat terjadinya kontak informal antara mahasiswa, yang disebut sebagai ruang komunal; seperti dipelataran musholah, ditangga. Ruang komunal merupakan ruang publik, digunakan untuk melakukan kegiatan informal seperti duduk santai melepas lelah, menunggu kuliah sambil makan, jalur sirkulasi dan untuk berinteraksi sosial. Interaksi sosial dilakukan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan ruang publik yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi seperti students mall untuk kegiatan informal seperti menunggu kuliah atau dosen, mengerjakan tugas sambil duduk di lantai atau trap tangga. Tipe interaksi bagaimana yang terjadi di tempat-tempat tersebut? maka keluarga yang lain akan berusaha menyaingi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan kerangka pikir berikut:



Gambar 2.1. Skema Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

D. Jenis Penelitian

Sugiyono (2013:14), jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian mengenai *students mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar* ini adalah penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian yang data-datanya dalam bentuk kata-kata atau kalimat. Metode penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan secara objektif menganalisis data-data yang diperoleh, dan kemudian memakai studi kasus dengan bentuk intrinsik yang menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap kasus tunggal yang disebabkan kasus tersebut menarik.

Sugiyono (2013:300), teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dengan maksud menemukan apa yang sesuai dengan tujuan penelitian. dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan memilih orang-orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.

E. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada mahasiswa di universitas muhammadiyah makassar, yang bertempat di jalan sultan alauddin Yaitu student

mall atau balai sidang yang ada dalam ruang lingkup universitas muhammadiyah makassar. Lokasi penelitian yang menjadi objek penelitian ini adalah di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.

F. Informan penelitian

Moleong dalam prastowo (2014: 195) informan adalah “orang dalam” yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar (lokasi atau tempat) penelitian. Jadi syaratnya, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang lokasi penelitian. Sedangkan kewajiban adalah secara suka rela menjadi anggota tim peneliti walaupun hanya bersifat informal. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan dengan kesukarelaanya, ia dapat memberikan pandangan dari segi “orang-orang” tentang nilai-nilai sikap membangun, proses dan kebudayaan yang menjadi latar belakang (lokasi) penelitian tersebut.

Guba serta bonglan dan biklen dalam prastowo (2014: 196) menerangkan bahwa kegunaan informan bagi penelitian kita adalah sebagai berikut:

4. Membantu agar secepatnya dan tetap seteliti mungkin dapat membenamkan diri dalam konteks setempat, teruta belum mengalami latihan etnografi.
5. Agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terkumpul sebagai sampling internal karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan oleh suatu subjek lainnya dapat dilakukan.

Jadi didalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian pada saat mengumpulkan data dalam pelaku mahasiswa masing masing.

D. Fokus penelitian

Spradley dalam Sugiyono (2013: 286) menyatakan bahwa fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Dengan demikian penentuan fokus penelitian dengan proposal lebih didasarkan tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan)

Berdasarkan hasil pengayaan di lapangan bahkan sampai pada perolehan berkali-kali terdapat dimensi-dimensi menarik di lapangan, sehingga dari banyaknya dimensi tersebut untuk pembatasan lingkup penelitian maka perlu ditentukan fokus penelitian yaitu tentang Students mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah makassar, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana daya tarik students mall terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam menyediakan kebutuhan?
2. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar di students mall?

E. Instrumen penelitian

afrizal (2014: 134) instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan di pergunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif alat atau instrument utama pengumpulan data adalah manusia yaitu, peneliti sendiri atau

orang lain untuk mengumpulkan data, dengan cara bertanya, meminta, mendengar, dan mengambil.

Instrument penelitian adalah alat bantu atau fasilitas yang digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan alat bantu perekam suara atau handycan atau bias menggunakan perekam handpone(hp) dan berupa kusioner(lembaran pertanyaan). melalui wawancara dan alat bantu yang digunakan dalam proses wawancara adalah handycam sebagai alat perekam gambar, pulpen, pensil, pedoman wawancara dan kamera untuk dokumentasi.

O. jenis dan sumber data penelitian

arifin, dkk (2015:22:23) jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah jenis data primer, data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara atau observasi. Sedangkan sekunder adalah data yang didapatkan dari hasil telaah buku referensi dokumentasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sumber informan kunci, informan ahli, dan informan biasa.

Jenis data yang digunakan penulis ada dua yaitu jenis data primer dan jenis data sekunde. Data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara atau observasi sedangkan data primer adalah data hasil telaah buku referensi dan dokumentasi. Sumber data terdiri sumber informasi kunci dan informan

P. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

2. Observasi

Irwin dalam Bushnel (1984), observasi adalah sarana untuk menggeneralisasi hipotesis atau ide Melalui observasi terhadap anak yang sedang bermain bebas di area bermain (play ground), kita dapat mengetahui aktivitas-aktivitas apa yang menarik bagi anak dan bagaimana anak menikmati aktivitas yang dilakukannya. Pemahaman yang diperoleh dari observasi tersebut dapat dijadikan landasan untuk merancang aktivitas yang akan dilakukan dalam proses pembelajaran di sekolah. Dengan demikian kita dapat merancang proses pembelajaran yang menyenangkan bagi anak dengan melakukan generalisasi pengetahuan yang diperoleh dari observasi. Harapannya dengan cara tersebut anak dapat mengikuti proses pembelajaran dengan optimal.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu dari sekian teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa orang siswa eksternal maupun internal, mengenai bagaimana ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

6. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian dan penyediaan dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan

dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan. Dokumentasi biasanya juga digunakan dalam sebuah laporan pertanggung jawaban dari sebuah acara.

Q. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data tersebut yang disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan. Proses awal pengolahan data itu dimulai dengan melakukan editing setiap data yang masuk. Setelah dilakukan proses editing, dilanjutkan dengan proses coding, yaitu mengklasifikasikan jawaban responden menurut macamnya. Kemudian untuk memperjelas melihat kategori atau klasifikasi data tersebut, dibuat tabel frekuensinya. Tabel tersebut dapat berisi satu variable (univariat), dua variable (bivariat), atau lebih dari dua variable (multivariat). Teknik kuantitatif lebih cocok digunakan apabila data yang berjumlah besar dan mudah diklasifikasi dalam berbagai kategori. Analisis kuantitatif sering juga disebut dengan analisis statistik. Cara menggunakan analisis model kuantitatif ini acap kali dibagi menjadi tiga tahap, yaitu (1) pengolahan data; (2) pengorganisasian data; (3) penemuan hasil. Pada analisis ini pengetahuan dan pengukuran yang cermat menurut ilmu statistik sangat diperlukan.

R. Teknik Keabsahan Data

Menurut (Bungin, 2005: 395) dalam (Ardial, 2014: 395) analisis data kuantitatif dengan teknik statistik pada dasarnya adalah proses pemberian kode (identitas) terhadap data penelitian melalui angka-angka. Penggunaan teknik statistik dalam analisis data pada umumnya didasarkan pada tujuan penelitian.

Penelitian deskriptif dengan satu variabel, misalnya yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik tentang suatu sample dan biasanya dengan menggunakan ukuran penyebaran, pemusatan, dan penyimpangan baku. Ukuran penyebaran dapat dilihat dengan distribusi frekuensi, baik mutlak maupun relatifnya (persentase). Sedangkan ukuran pemusatan diukur dengan menggunakan teknik statistik deskriptif, seperti Mean (M), Median (Md), dan Mode(Mo) dan ukuran penyimpangan, diukur dengan menggunakan Standar Deviasi (SD), dan sebagainya.



BAB IV

GAMBARAN DAN HISTORIS LOKASI PENELITIAN

C. Deskripsi Umum Objek Penelitian

8. Letak geografis universitas muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar (unismuh) adalah perguruan tinggi swasta yang berdiri pada tanggal 19 juni 1963. Universitas muhammadiyah Makassar ini dulu memiliki 3 kampus. Kampus I alamat di jl. Sultan alauddin No 259 makassar 90221. Fax (0411)860. Kampus II di jl. Letjen A. Mappaodang II No 17 Makassar 90221. Telp. 0411- 851914 dan Fax 0411- 865588. Kampus III di jl. Ranggong Dg.romo No.21 makassar 90112. Telp(0411)318791. Tapi sekarang sudah disatuhkan secara keseluruhan di jln sultan alauddin dikampus I. fakultas yang telah disediakan oleh pihak universitas muhammadiyah Makassar (unismuh) adalah:

- h. Fakultas FKIP
- i. Fakultas teknik
- j. Fakultas pertanian
- k. Fakultas agama islam
- l. Fakultas kedokteran
- m. Fakultas ekonomi
- n. Pasca sarjana

9. Sejarah berdirinya universitas muhammadiyah Makassar

Universitas muhammadiyah Makassar yang lebih dikenal dengan sebutan UNISMUH Makassar ini adalah realisasi dari hasil musyawarah wilayah muhammadiyah Sulawesi selatan dan tenggara dikabupaten bantaeng. Al hasilnya pada tanggal 19 juni 1963 melalui surat pendirian yang bernomor. E-6/098/1968 tertanggal 22 jumadil akhir 1394H/12 juni 1963 oleh persyarikatan muhammadiyah sebagai organisasi sosial yang bergerak dibidang pendidikan pengajaran dakwah amar ma'ruf nabi mungkar, serta melalui akte pendirian yang disaat itu dibuat oleh notaris R. sinojo wonsowidjojon pada tanggal 17 tanggal 19 juni 1963 akhirnya universitas muhammadiyah Makassar secara resmi didirikan. Namun, universitas muhammadiyah Makassar baru dinyatakan terdaftar sebagai perguruan tinggi swasta sejak tanggal 1 oktober 1965. Sebelum itu, universitas muhammadiyah Makassar hanya merupakan cabang dari universitas muhammadiyah Jakarta.

Awal berdirinya, unismuh Makassar hanya memiliki dua fakultas yakni fakultas ilmu pendidikan dan keguruan yang menggunakan kurikulum yang sama dengan IKIP Makassar, dan fakultas tarbiyah yang menggunakan kurikulum yang sama dengan IAIN Alauddin Makassar. Dalam perkembangannya kedua fakultas ini dikembangkan dengan membuka cabang diberbagai kabupaten dan dikota disulawesi selatan. Saat itu cabang untuk fakultas ilmu pendidikan dan keguruan dibuka dikabupaten bone, bulukumba, sidrap, enrekang, dan pare-pare. Kesemua cabang FKIP ini, akhirnya dapat berdiri sendiri sebagai sekolah tinggi keguruan dan ilmu pendidikan (STKIP)

kecuali cabang pare-pare yang berubah menjadi universitas muhammadiyah pare-pare (UMPAR) sementara untuk cabang fakultas tarbiyah saat itu membuka cabang di kabupaten jeneponto, sinjai, enrekang, maros dan pangkep.

Dalam eksistensinya universitas muhammadiyah Makassar mengemban tugas dan amanah besar bagi agama, bangsa, dan Negara. selain posisinya sebagai salah satu PTM dan PTS di kawasan timur Indonesia yang tergolong besar yang muhammadiyah dengan terintegrasinya nama muhammadiyah dalam nama unismuh makassar terbentang terpadunya budaya, keilmuan dan nafas keagamaan dalam setiap aktivitasnya.

Universitas muhammadiyah Makassar selain telah memiliki 7 fakultas, 1 program pascasarjana dan 29 program studi, unismuh Makassar juga senantiasa mendorong tumbuhnya dana abadi dan aksip yang luas dalam lingkup PTM se-indonesia maupun akses jaringan kerja sama internal antar instansi pendidikan birokrasi, ekonomi dan sosial kemasyarakatan, unismuh Makassar juga menjadi Pembina bagi bagi seluruh perguruan tinggi muhammadiyah yang ada disulawesi selatan yang terdiri dari universitas, 7 akademik, dan 10 sekolah tinggi. Dalam pengembangan agama persyarikatan, visi dan misi-nya, universitas muhammadiyah Makassar senantiasa melakukan aktivitas pengabdian sebagai upaya pemberian layanan terbaik untuk meningkatkan kualitas tridarma perguruan tinggi.

Yang tergolong sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terbesar di kawasan timur Indonesia terus berbenah diri untuk memberikan kualitas

akademika yang lebih baik kepada masyarakat. Letak yang strategis dibagian selatan kota Makassar menyebabkan unismuh Makassar mudah dicapai dari berbagai arah dan sarana angkutan. Ketersediaan sarana dan prasarana yang cukup memadai sebagai penunjang keberhasilan dari seluruh proses akademik dan adanya usaha yang serius pencapaian visi dan misinya, serta adanya tekad yang bulat untuk mengembangkan unismuh Makassar kedepan sebagai kampus yang bernuansa islami menyebabkan universitas muhammadiyah Makassar semakin banyak dilirik dan digemari oleh banyak kalangan khususnya oleh para siswa melonjaknya angka pendaftar disetiap tahun penerimaan mahasiswa baru.

10. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar

d. Visi

Visi Universitas Muhammadiyah Makassar adalah menjadi perguruan tinggi islami terkemuka, unggul, dan mandiri serta menjadi perguruan tinggi muhammadiyah berkelas nasional berbasis pada nilai keulamaan dan keislaman.

e. Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, universitas muhammadiyah Makassar menetapkan misi sebagai berikut:

- 4) Menyelenggarakan program-program akademik bermutu dan relevan dengan tujuan persyarikatan dalam suasana kampus islam.
- 5) Menyelenggarakan penelitian yang berorientasi pada integrasi seluruh bidang keilmuan untuk pencapaian masyarakat islam.

- 6) Memberikan layanan kepakaran yang berorientasi pada pembentukan ulama muhammadiyah dan kader muhammadiyah.

Hal-hal yang harus dilakukan untuk mewujudkan misi tersebut diatas adalah mengadakan penelitian bagi mahasiswa yang sudah memprogram semester VII sampai semester VIII yaitu melakukan pengabdian kepada masyarakat dan mengaplikasikan hal-hal yang didapat dibangku kuliah ditengah masyarakat, dan mengadakan program program akademik seperti pesantren maba, jadi sebelum perkuliahan mahasiswa baru diselenggarakan terlebih dahulu peserta maba melewati berbagai rangkaian pengkaderan yang dilahirkan dari organisasi Muhammadiyah dengan tujuan menambah wawasan mahasiswa tentang penyembahan kepada Allah SWT. Sesuai dengan tindakan dan anjuran yang dibawa Nabi Muhammad SAW.

f. Tujuan

Adapun tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar

- 4) Membentuk peserta didik untuk menjadi sarjana
- 5) Muslim yang beriman, bertaqwa, dan berahlak mulia yang mempunyai kemampuan akademik, professional dan beramal menuju terwujudnya masyarakat islam yang sebenar benarnya.
- 6) Membentuk peserta didik menjadi kader ulama' dan pemimpin yang berkepribadian Muhammadiyah.

11. Penyelenggaraan pendidikan universitas muhammadiyah Makassar

Sebagai penyelenggara pendidikan tinggi dan peneliti serta pengabdian pada masyarakat yang berazaskan islam universitas muhammadiyah

Makassar berfungsi sebagai pencetak akademik yang berjiwa tauhid sebagai pemandu dan pencerah kepada seluruh lapisan dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan pola ilmiah pokok (PIP) yang dimiliki universitas muhammadiyah Makassar akan semakin memacu untuk mewujudkan kemandirian dan kewirausahaan yang islami. Demikian halnya penerapan ciri khusus seluruh civitas akademik pemberian tambahan pelajar al islam dan kemuhammadiyah disetiap semester adalah wahana, selain untuk mempersiapkan kader-kader tangguh persyarikatan sebagai sebagai upaya untuk menghasilkan manusia-manusia terdidik dan berdedikasi tinggi pada masyarakat, bangsa dan Negara.

System penyelenggaraan pendidik di universitas muhammadiyah Makassar adalah pendidik akademik dan pendidikan professional khusus system pendidik akademik, sementara ini terdiri atas jenjang program strata satu (S1) dan program pascasarjana (S2) kedua program akademik ini akan diarahkan terutama pada penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Adapun penyelenggaraanya dilaksanakan pada setiap awal bulan September dan berakhir pada bulan juni tahun berikutnya. Setiap proses satu tahun akademik dibagi dalam dua semester yakni semester ganjil dan semester genap masing-masing dipembagian semester tersebut dibebani beban belajar sebanyak 16 kali pertemuan dalam bentuk proses belajar mengajar ini dapat berupa prose belajar dikelas (tatap muka) walaupun dalam bentuk seminar, mid semester, praktikum, ujian akhir semester (*final*) dan kegiatan ilmiah lainnya.

Adapun system administrasi akademik di universitas muhammadiyah Makassar dilaksanakan dengan menerapkan system kredit semester (SKS) dengan menggunakan kurikulum yang berwawasan kompetensi (KBK), atau kurikulum yang sesuai dengan kurikulum yang ditetapkan oleh menteri pendidikan nasional RI dan menteri agama RI. Untuk muatan local dilaksanakan dengan sesuai ketetapan rector unismuh Makassar, sedangkan untuk mempertanggung jawabkan hasil proses belajar mengajar yang telah dilaksanakan, universitas muhammadiyah Makassar melakukan pelaporan secara rutin kederoktorat jendral pendidikan tinggi (DIKTI) mulai pelaporan elektronik evaluasi program studi berdasarkan evaluasi diri (EPSBED) melalui kopertis IX untuk fakultas non keagamaan. Sedangkan untuk fakultas agama pelaksanaan pelaporan pertanggung jawabannya kedepertemen agama melalui kopertis VIII.

12. Prosedur penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Makassar

Seluruh rangkaian penerimaan mahasiswa baru terselesaikan dalam pelayanan sehari penerimaan mahasiswa baru tahun 2014-2017 universitas muhammadiyah Makassar menerapkan system “one day service”. Penerapan system ini selain untuk mendapatkan mahasiswa baru yang berkualitas juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas lulusan lebih detail penerimaan system “ODS” ini juga bertujuan selain menghindari praktik perijokian juga untuk efisiensi dan efektifitas dalam proses penerimaan mahasiswa baru.

Dalam praktik ODS pelayanan penerimaan mahasiswa baru didapatkan di kantor UPT-PPMB dengan system pelayanan sehari. Dimulai dari pembayaran dan pengambilan kelengkapan pendaftaran di bank mitra Unismuh. Selanjutnya calon maba mengisi formulir secara online dan dipandu oleh panitia yang telah ditugaskan. Proses pendaftaran ini berakhir dengan diterbitkannya kartu tes untuk mengikuti proses seleksi ini dilakukan dalam dua tahap pertama calon maba yang telah memiliki kartu tes, setelah itu diarahkan ke ruang tes untuk menyelesaikan soal-soal tersebut, kemudian diarahkan dengan wawancara. Calon maba yang telah mengikuti kedua tahap proses seleksi ini selanjutnya diarahkan ke ruang tunggu untuk menunggu hasil sertifikasi kelulusan. Kartu sertifikasi kelulusan ini mencantumkan informasi “lulus” atau “tidak lulus” maka yang ditetapkan dan proses deadline tersebut calon maba tersebut telah diterima sebagai mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Makassar tahun akademik 2017-2018.

Sebaliknya calon maba yang mendapatkan sertifikat kelulusan dengan informasi “tidak lulus”, maka calon maba tersebut masih diberi kesempatan untuk mengikuti tes dua kali lagi. Seluruh proses rangkaian penerimaan mahasiswa baru ini terselesaikan dalam pelayanan sehari.

13. Sumber daya universitas Muhammadiyah Makassar

Untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat serta mewujudkan ketercapaian visi dan misinya, Universitas Muhammadiyah Makassar, senantiasa berupaya, selain untuk menciptakan kampus bernuansa akademik yang islami, juga berupaya mengembangkan kepribadian dan

keterampilan seluruh mahasiswa agar mereka selain memiliki keunggulan akademik juga memiliki keunggulan teknologi yang bernuansa keislaman yang sejati. Untuk tujuan ini universitas muhammadiyah Makassar benar-benar memperhatikan keprofesionalan dan kualitas sumber daya manusianya

Selain ini universitas muhammadiyah Makassar memiliki dan memanfaatkan tenaga edukatif yang berkualifikasi guru besar, doctor dan magister yang tersebut disemua fakultas. Demikian halnya dengan pelayanan administrasinya, baik mahasiswa maupun untuk keperluan lain. Universitas muhammadiyah Makassar mengangkat dan menempatkan karyawan-karyawan yang profesional, berdedikasi tinggi pada unit-unit pelayanan yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan layanan keprofesionalan akademik.

14. Fasilitas kampus universitas muhammadiyah Makassar

Selain fasilitas dua kampus yang dimiliki universitas muhammadiyah Makassar dalam memberikan pelayanan, baik pelayanan administrasi maupun pelayanan pengembangan keterampilan dan keintelektualan mahasiswa juga juga disediakan sarana-sarana yang berupa gedung dan ruang belajar yang permanen, gedung dan ruang untuk pelayanan administrasi, laboratorium computer, laboratorium teknik, laboratorium MIPA, laboratorium bahasa, laboratorium microteaching, laboratorium anatomi, laboratorium akuntansi, laboratorium dan pengetahuan pendidikan, laboratorium school, kebun percobaan “Bissoloro”, lapangan olah raga dan arena panjat tebing, perpustakaan, area free hotspot, tempat ibadah, ruang pusat kegiatan mahasiswa, studio gambar dan radio FM , medical center, apartemen

mahasiswa, bank, kendaraan bis untuk kegiatan akademik, koperasi karyawan dan mahasiswa dan *student mall* (balai sidang).

Selain fasilitas kampus yang dimiliki universitas muhammadiyah Makassar dalam memberikan pelayanan baik pelayanan administrasi maupun pelayanan pengembangan keterampilan dan keintelektualan mahasiswa juga disediakan sarana sarana berupa

- z) Gedung dan ruang belajar yang permanen
- aa) Gedung dan ruang untuk pelayanan administrasi
- bb) Laboratorium computer
- cc) Laboratorium teknik
- dd) Laboratorium MIPA
- ee) Laboratorium bahasa
- ff) Laboratorium microteaching
- gg) Laboratorium anatomi
- hh) Laboratorium akuntansi
- ii) Laboratorium dan hutan pendidikan
- jj) Laboratorium school
- kk) Kebun percobaan ‘bissoloro’
- ll) Lapangan olahraga dan arena panjat tebing
- mm) Perpustakaan
- nn) Area free hospot
- oo) Tempat ibadah
- pp) Ruang pusat kegiatan mahasiswa

- qq) Studio gambar dan radio FM
- rr) Medical center
- ss) Apartement mahasiswa
- tt) Bank
- uu) Kendaraan bis untuk kegiatan akademik
- vv) Koperasi kariawan dan mahasiswa
- ww) Students mall (balai sidang)
- xx) Koran kampus “Al Amin”

D. Profil sejarah gedung *student mall* (balai sidang)

Universitas muhammadiyah Makassar pemilik balai sidang terbesar kampus di Indonesia timur. Melihat dari dekat gedung balai sidang universitas muhammadiyah Makassar balai sidang ini adalah pusat dari perhelatan muktamar muhammadiyah ke 47 dikampus universitas muhammadiyah Makassar pada 03 07 agustus 2015 lalu. Telah terlihat megah saat melintasi jl.sultan alauddin. Tepat di depan kampus yang dahulu dipenuhi dengan bangunan pra permanen milik para pedagang kaki lima, kini telah nampak indah dengan taman mini nan hijau. Para mahasiswa juga tampak ramai menikmati kesejukan di taman buatan tersebut.

Saat masuk di area kampus, nuansa biru Mendominasi. Warna dan bentuknya tentu saja menyerupai gedung menara Iqra. Di samping gedung tertinggi Unismuh tersebut, terdapat pula gedung balai sidang yang kini menjadi salah satu simbol dari kampus Unismuh.

Pimpinan Muhammadiyah menyepakati bahwa gedung tersebut diberi nama Gedung Balai Sidang Muktamar. Itu karena pengerjaan dan

penyelesaiannya bertepatan dengan jelang pelaksanaan muktamar ke-47 di kota metropolitan ini awal Agustus lalu.

Beberapa hari yang lalu, saat penulis mengunjungi gedung ini, terlihat logo Muhammadiyah terpajang tepat di atas langit-langit jalur masuk. Gambar logo itu cukup besar. Nyaris menutupi seluruh plafon jalur masuk. Di sisi kanan jalur itu, ada tangga eskalator.

Menurut ketua BPH Unismuh Makassar, Muh Syaiful Saleh, gedung tersebut mampu menampung lebih dari 6000 orang. Pria yang juga sebagai ketua panitia Muktamar ke 47 Muhammadiyah ini mengklaim, gedung itu merupakan balai sidang terbesar untuk ukuran kampus se-Indonesia Timur.

“Selain mampu menampung jumlah yang lebih banyak, fasilitasnya juga lebih baik. Ada eskalator untuk memudahkan pengunjung naik dan turun di balai sidang,” katanya.

Selain itu, lanjut dia, basement gedung mampu menampung ratusan kendaraan bermotor. Diberi nama Balai Sidang Muktamar, karena gedung berlantai tiga ini memang didirikan sebagai arena utama perhelatan muktamar Muhammadiyah pada 3-7 Agustus 2015 lalu. Gedung tersebut menjadi pusat kegiatan muktamar Muhammadiyah. Arsitek gedung, Abd Rahim Nanda, menyampaikan, gedung tersebut berukuran 80×40 meter. Terdiri atas empat lantai. Lantai pertama berupa basement sebagai area parkir. “Lantai kedua merupakan ruang multi guna,” katanya.

Lantai selanjutnya, kata dia, sebagai ruang sidang utama Muktamar Muhammadiyah ke-47. Kemudian, ada lantai balkon. “Khusus lantai tiga plus

balkon kapasitasnya mencapai 6.000 orang. Disitulah ruang sidang utama,” tandasnya. Gedung tersebut dikerjakan dengan interval waktu sekitar satu tahun enam bulan. Gedung ini disebut-sebut representasi gedung monumental abad kedua Muhammadiyah. Sesuai proyeksi awal, rencananya, juga akan disiapkan perpustakaan yang lebih representatif di gedung itu untuk menunjang kebutuhan mahasiswa Unismuh

sedangkan Balai Sidang Muktamar Muhammadiyah dibangun mulai 1 Juli 2013 yang mampu menampung 7.000 orang. Pada kesempatan tersebut selain menandatangani prasasti Jusuf Kalla juga meninjau Balai Sidang Muktamar dan Menara Iqra.

Students Mall (balai sidang) adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur yang biasa disebut balai sidang oleh para mahasiswa universitas muhammadiyah makassar. berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai tetapi di gedung *students mall* yang berada di dalam kampus universitas muhammadayah makassar ini hanya lantai dua yang dipergunakan sebagai tempat jual beli mahasiswa. Mahasiswa sangat terbantu dengan adanya *students mall* ini karna mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan dalam perkuliahan tidak perlu jauh jauh lagi keluar kampus untuk mencari apa yang diperlukan dalam proses perkuliahan.

Yang pertama kali mendirikan *students mall* (balai sidang) adalah pada tanggal Bahkan *students mall* dijadikan tempat untuk melakukan acara-acara

penting bagi pihak kampus seperti acara wisuda atau acara formal yang akan dilaksanakan kampus universitas muhammadiyah Makassar

Student Mall juga mulai berkembang dengan banyaknya penjual dan dibentuk suatu ruang jual beli antar penjual diartikan sebagai kompleks pertokoan yang dikunjungi untuk membeli atau melihat dan membandingkan barang-barang dalam memenuhi kebutuhan perkuliahan mahasiswa serta memberikan kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi Mahasiswa. Banyak kebutuhan mahasiswa pada saat proses perkuliahan berlangsung baik dari segi kebutuhan makanan, pakaian, alat tulis, print, foto copy dan lain sebagainya yang dapat membantu berjalannya proses perkuliahan.

students Mall merupakan pusat perbelanjaan yang awalnya hanya sebagai tempat acara yang resmi seperti acara wisuda dikarenakan students mall ini memiliki tiga lantai maka telah dibagi dan ditetapkan lantai 2 sebagai tempat pusat perbelanjaan dan kebutuhan lainnya yang dibutuhkan mahasiswa . kemudian telah di rubah dengan lantai tiga sebagai tempat acara-acara yang akan dilakukan oleh pihak kampus itu sendiri contohnya acara wisuda. berintikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Pada kehidupan setiap manusia di bumi ini tidak lepas dari yang namanya berinteraksi sosial, baik interaksi dengan orang yang lebih dewasa, maupun dengan teman sebaya banyak

faktor yang bisa menjadi alat interaksi diantaranya komunikasi secara *face to face* (tatap muka)

Pada awalnya penjual penjual yang ada di balai sidang ada di luar kampus dengan seiringnya waktu kampus unismuh mendirikan gedung baru yang dinamakan students mall atau balaisidang maka pihak kampus memutuskan untuk menampung semua penjual yang mau berjualan atau berdagang di gedung tersebut dengan prosedur dan tata tertib yang telah dibuat dan di patuhi. Dengan adanya *students mall* ini ruang interaksi mahasiswa Di dalam kampus terdapat ruang-ruang sebagai tempat terjadinya kontak informal antara mahasiswa, yang disebut sebagai ruang komunal seperti dipelataran musholah, ditangga. Ruang komunal merupakan ruang publik, digunakan untuk melakukan kegiatan informal seperti duduk santai melepas lelah, menunggu kuliah sambil makan, jalur sirkulasi dan untuk berinteraksi sosial. Interaksi sosial dilakukan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan ruang publik yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi seperti *students mall* untuk kegiatan informal seperti menunggu kuliah atau dosen, mengerjakan tugas sambil duduk di lantai atau trap tangga. Tipe interaksi bagaimana yang terjadi di tempat-tempat tersebut?

BAB V

HASIL PENELITIAN

C. Daya Tarik dan Bentuk Perilaku Komsuftif Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar Sebagai Ruang interaksi dengan adanya students mall

3. Daya tarik

Daya tarik merupakan minat seseorang dengan sesuatu yang dapat mendorong keinginannya, seperti dengan ingin membeli sesuatu maka seseorang terdorong untuk membeli barang tersebut karna mungkin kebutuhannya atau memang keinginannya dengan barang tersebut. Sama halnya dengan mahasiswa apa yang membuat mahasiswa tertarik dengan mengunjungi students mall atau balai sidang. Seperti apa yang telah di ungkapkan oleh informan mahasiswa NF bahwa:

“menurut saya sebagai mahasiswa, dengan adanya students mall sangat bagus karena mahasiswa tidak kesusahan saat butuh sesuatu dan tidak susah paya lagi keluar kampus mencari apa apa yg dibutuhkan cukup dengan ke student mall ini semuanya kebutuhan sudah terpenuhi. Bias jadi tempat untuk nongkrong dan jalan jalan sama teman saat untuk menunggu dosen atau kuliah, fasilitasnya cukup memadai dan nda sering jaka juga datang dan ketika kesini saya bersama teman-teman”

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan mahasiswa JA bahwa:

“pendapatku mengenai dengan students mall atau balai sidang ini sangat baguski sangat membantuki kebutuhannya mahasiswa pada saat proses perkuliahan yang selain tempatnya menyediakan kebutuhan mahasiswa seperti foto copy,tempat FC print dan lain-lain.dan

berbagai kebutuhan mahasiswa ada disini vasilitasnya iya sangat memadai dan Alhamdulillah setiap kekampus sy selalu menyempatkan kesini. Sering saya temani kesini itu teman sekelas saya”

Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa RA

bahwa:

“menurutku students mall bagus karena membuat mahasiswa betah dalam kampus. Membantu kebutuhan mahasiswa selama proses perkuliahan misalnya tempat fc. Yang membuat saya sering kestudents mall ialah banyak makananya, banyak teman teman yang dapat dijumpai dari berbagai fakultas baik teman sekampung maupun teman organisasi kemudian vasilitas yang cukup memadai dan saya setiap kekampus pasti menyempatkan ke balai sidang dan lebih sering sendiri kesini tapi sesampai saya disini banyak teman teman yang bias dijumpai karna banyak juga temanku menjual disini.”

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan mahasiswa MS

bahwa:

“baguski ini students mall karna menetapkan kantinya dan tidak terpisah pisahmi dan tidak jauh maki keluar kampus vari kebutuhan yang diperlukan kalau kuliahki. Daya tariknya karna mahasiswa semua berkumpul distudent mall dan jadi tempat nongkrong sesame teman-teman dari berbagai organisasi, vasilitasnya juga lumayan memadai dan selalu ka kebalai sidang dimana lagi kalau bukan disini kalau kesini juga bersama sama teman kelas.”

Sama halnya yang diungkapkan oleh informan mahasiswa SH bahwa:

“Pendapatku mengenai balai sidang ini cukup membantu dalam dalam fasilitas pembelajaran seperti print, fc dan lain-lain dan sangat membantu karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Kemudian daya tarik balai sidang ini pusat dari tempat makan dan tempat print, foto copy dan sebagainya. Fasilitasnya cukup memadai dan saya kesini pada saat ada keperluan saja. Saya kesini bersama teman-teman.”

Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa NB

bahwa:

“Cukup bagus dengan adanya student mall karena dapat membantu proses pengurusan dikampus seperti mengurus transkip nilai, krs, dsn

persuratan bagi mahasiswa akhir. Iya sangat membantu karena setiap mau print tugas, foto copy, urus ini itu dan lain-lain selalu ke balai sidang. Vasilitasnya masih kurang memadai. Dan kadang kadang jie juga ke balai sidang dank au kesini selalu bersama teman dan daya tarinya bias dijadikan tempat nongkrong dengan teman-teman”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiwa universitas

muhammadiyah Makassar telah tertarik dengan adanya students mall (baiai sidang) karena dapat membantu mereka dalam kebutuhan selama proses perkuliahan dan kebutuhan sehari hari mereka bukan hanya itu mereka dapat berinteraksi dengan teman temanya dan dapat membangun silaturahmi dan mempererat persaudaraan dan pertemanan mereka dalam balai sidang dan dijadikan tempat titik berinteraksi sosial.

4. Bentuk perilaku konsumtif mahasiswa

★ Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006) Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa RA bahwa:

banyak yang dapat kita butuhkan dan students mall dapat menyediakan kebutuhan selama proses perkuliahan dan memenuhi

gaya hidup yang diinginkan bukan itu saja pola hidup pun memberikan suatu yang berbeda dari sebelumnya

Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”. Begitu pun dengan yang diungkapkan oleh informan mahasiswa NK bahwa:

Menurut saya ada perubahan dalam gaya hidup mahasiswa sekarang dan merupakan suatu simbol dengan adanya students mall membantu kebutuhan mahasiswa dalam lingkungan kampus dan banyak jenis kebutuhan yang terpenuhi dari hal yang modern misalnya dalam makanannya terdapat makanan yang bernama susi dan kebab turki dan kopi prancis, itu adalah salah satu contoh makanan dan minuman gaya hidup modern.

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

5. Wadah Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Wadah atau tempat untuk mahasiswa berinteraksi yaitu dalam ruangan atau pun diluar ruangan bahkan dimana mana mereka dapat berinteraksi antara

mahasiswa yang satu dengan yang lainnya yang dimana didalam ruangan dapat berinteraksi ketika mereka proses belajar bersama didalam kelas dan ketika beristirahat dan tempat yang sering melakukan interaksi secara bebas dapat dilakukan ketika berada di kantin atau pusat perbelanjaan yang ada disekitar kampus universitas muhammadiyah Makassar. Mereka berinteraksi dalam ruangan atau di gedung balai sidang atau student mall mereka dapat berinteraksi satu sama lain bahkan satu kelas maupun dari mahasiswa fakultas lain. Untuk lebih jelasnya berikut adalah wadah atau tempat mahasiswa berinteraksi yaitu:

5. *Students mall* (balai sidang)

Kantin dan pusat perbelanjaan (*students mall*) berisikan satu atau beberapa departement store sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar mahasiswa dan penjual. Pada kehidupan setiap manusia di bumi ini tidak lepas dari yang namanya berinteraksi sosial, baik interaksi dengan orang yang lebih dewasa, maupun dengan teman sebaya banyak faktor yang bisa menjadi alat interaksi diantaranya komunikasi secara *face to face* (tatap muka)

6. Ruang belajar mahasiswa

Selain dari *students mall* sebagai wadah berinteraksi antar mahasiswa yaitu ruang belajar atau kelas juga dijadikan sebagai wadah berinteraksi antar

mahasiswa yang satu dengan lainnya tempat bertemunya tiap hari dalam kelas mereka membahas pelajaran dan tugas-tugas dari dosen atau pun masalah pribadi sehari-hari mereka bersama teman-teman terdekatnya. Mereka menjadikan ruang belajar sebagai rumah kedua mereka untuk mempererat keakraban di antara setiap mahasiswa.

7. Tangga atau musholah *students mall*

Adapun tempat lainnya yang biasa dijadikan sebagai wadah atau tempat untuk berinteraksi antar mahasiswa adalah tangga balai sidang atau tangga-tangga yang ada dalam kampus. Setelah mereka makan atau menunggu jam pelajaran selanjutnya di balai sidang biasanya mereka duduk dan menunggu di setiap tangga. Adapun aturan yang diterapkan bahwa mahasiswa dilarang duduk di tangga namun mahasiswa tetap saja dan masih ada yang tidak menaati aturan itu.

Dalam melakukan interaksi mereka mencari tempat yang nyaman untuk melakukan percakapan tersebut tempat mereka sering datang ke tangga atau pun pelataran musholah bahkan mereka pun mencari ruangan yang kosong atau ruangan yang tidak dipakai.

8. Perpustakaan atau musholah

Selain di tempat makan atau kantin Mahasiswa juga dapat saling bertemu dan berinteraksi di perpustakaan. Tidak ada kantin yang lain maka mereka juga dapat bertemu di perpustakaan. Mereka dapat bertukar pikiran antara mahasiswa yang satu untuk menambah ilmu mereka dan belajar bersama berjalan dengan baik.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa wadah yang digunakan untuk berinteraksi antara mahasiswa yang satu dengan yang lainnya ialah students mall (balai sidang), ruang belajar mahasiswa (kelas), tangga atau musholah, dan perpustakaan dari setiap wadah inilah sehingga mereka dapat saling berinteraksi dan menjaga silaturahmi yang baik antar mahasiswa.

6. Bentuk-bentuk Interaksi Sosial Antar mahasiswa universitas muhammadiyah makassar

3. Saling berpartisipasi

Bentuk bentuk interaksi sosial antar mahasiswa yang sering terjadi adalah adanya sebuah kegiatan yang mengikut sertakan mahasiswa yang satu dengan yang lainnya. Yang membutuhkan bantuan temannya sering membantu mereka yang kesusahan contohnya kadang ada mahasiswa yang pergi penggalangan dana untuk membantu teman yang kesusahan dan memperlancar kegiatan yang ada dikampus.

Salah satu bentuk interaksi yang terjadi antar mahasiswa pada saat teman mereka membutuhkan sesuatu atau lapar maka mereka memanggil temannya untuk menemaninya ketempat makan atau membeli yang diperlukan itu dan ketika mereka bersama sama maka mereka terjadi interaksi dan mempererat pertemanan mereka antara mahasiswa yang satu dengan yang lainnya.itulah salah satu bentuk interaksi antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

4. Saling membantu dalam sumber daya manusia

Bentuk interaksi kedua antar mahasiswa ialah ketika antar mahasiswa ini membutuhkan sesuatu baik itu moril maupun dari sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia yang dimaksudkan ketika mahasiswa yang satu membutuhkan teman untuk menemaninya ketempat yang ingin diakunjungi dan mahasiswa atau temannya dapat menemaninya. Begitu pun sebaliknya dengan temannya yang memerlukan bantuan.

Dari bentuk bentuk interaksi sosial diatas antara mahasiswa dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ini saling mendukung dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan selalu menjaga hubungan baik antara yang satu dengan yang lainnya. Menghindari adanya suatu konflik dan menjaga silaturahmi antar mahasiswa yang satu dengan yang lainnya.

7. Simbol-smbol dalam interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar

Simbol adalah suatu tanda yang diberikan kepada seseorang kemudian orang tersebut berusaha untuk mencari arti dari simbol-simbol yang telah diberikan. begitu pula dengan mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam berkomunikasi mereka terkadang hanya menggunakan sebuah simbol untuk berinteraksi dengan mara mahasiswa. Simbol yang mereka berikan akan memberikan suatu respon kepada seorang yang menerima respon tersebut.

Simbol-simbol yang dimaksud ialah simbol yang mengisyaratkan sesuatu terhadap orang lain sehingga orang tersebut dapat memaknai apa yang terjadi terhadap orang tersebut. Simbol-simbol yang dapat

menghubungkan komunikasi antar mahasiswa yang satu dengan mahasiswa yang lainnya.

e. Penggunaan bahasa

Simbol-simbol ini dapat berupa bahasa yang mereka gunakan sehingga orang tersebut mampu untuk menafsirkan dan memaknai apa yang mereka sampaikan seperti misalnya mahasiswa yang satu dengan yang lainnya ketika ingin berkomunikasi mereka mengajak bekerja sama dengan menggunakan bahasa yang baik dan sopan sehingga dalam penyampaianya mudah dipahami atau memaknai apa yang dimaksud dalam kalimat itu.

Penggunaan bahasa juga dapat kita lihat dari cara menyampaikan sebuah pidato, karena mahasiswa ini terlahir dari dan berasal dari orotom muhammadiyah maka bahasa yang digunakan ada kesamaan seperti dalam halnya menyampaikan pidato mereka sering menggunakan kata-kata “*fastabiqul khairat*”. Mereka menggunakan kalimat itu baik membuka atau mengakhiri pidato. Dan itu merupakan sebuah simbol yang digunakan oleh mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam berbahasa, simbol tersebut akan dimaknai oleh orang yang mendengarnya.

f. Memberi salam

Saling menyapa dan memberi salam ketika bertemu dengan seseorang adalah hal wajar dalam kehidupan sehari-hari begitu pula dengan setiap mahasiswa ketika bertemu dengan seseorang yang sama-sama berkecimpung dalam naungan kampus. Namun terkadang dalam penyampaian salam dan jabat tangannya sama tidak ada perbedaan karena

mereka mahasiswa yang merupakan ortom muhammadiyah yang sama-sama berdakwah.

g. Lambang

Lambang merupakan sebuah simbol dari organisasi kampus yang membedakan antar fakultas satu dengan fakultas lainnya. Orang dapat mengetahui dengan melihat lambangnya . setiap lambing memiliki makna tersendiri

h. Warna pakaian

Dapat juga dilihat dari simbol dalam segi pakaian .pakaiaan yang membedakan hanyalah pakaian dari jurusan pgsd yang lainnya menggunakan pakaian biasa yang baik rapid an sopan . warna dari pakaian anak pgsd kadang hitam putih kadang biru putih dan baju batik. Pakaian inilah yang membedakan antara mahasiswa ketika mereka berada dalam keramaian.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan simbol-simbol tersebut antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar saling memaknai dalam berinteraksi. Dari semua simbol simbol tersebut ada yang memiliki persamaan da nada yang memiliki persamaan yaitu dari segi penggunaan.

8. Interaksi Sosial Antar Pelaku Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok.

Begitu pula dengan interaksi antar pelaku mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar yang merupakan naungan muhammadiyah dan melahirkan kader-kader yang berkualitas, salah satunya adalah kampus universitas muhammadiyah Makassar.

Dan hasil penelitian yang peneliti dapatkan melalui wawancara dan observasi lapangan, begitu banyak pelajaran yang dapat memberikan inspirasi peneliti dan mahasiswa untuk melihat keadaan dan budaya interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar. Ternyata ada moment-moment tertentu yang membuat mereka bersatu demi kemaslatan umat bersama.

Manusia pada dasarnya memiliki sifat tolong menolong antar sesama manusia, yang mempunyai kesulitan atau terkena musibah. Didalam didalam interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar sering kali bekerja sama dan sering kali menciptakan suasana untuk saling bertemu untuk menciptakan komunikasi dengan sesama teman dengan itu mahasiswa tersebut untuk menjalin silaturahmi yang baik kepada semua sesama mahasiswa. Seperti yang telah disampaikan oleh salah satu informan dari mahasiswa bahwa:

“sangat membantu karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Fasilitasnya cukup memadai dan saya kesini pada saat ada keperluan saja. Saya kesini bersama teman-teman.”

Seperti halnya juga yang diungkapkan oleh seorang informan mahasiswa bahwa:

“karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Kemudian daya tarik balai sidang ini pusat dari tempat makan dan tempat print, foto copy dan sebagainya”

berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa mereka menjadikan tempat students mall sebagai tempat atau pusat titik bersilahturahmi bersama teman-temannya dan itu artinya bahwa proses interaksi mereka dalam balai sidang atau students mall ini sangat membantu dan meberikan dampak posotif bagi mahasiswa universitas muhammadiyah makassar.

D. Pembahasan Teoritik

3. Sinergitas teori interaksionis simbolis terhadap interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar

Interaksi sosial adalah kunci dari kehidupan sosial, karena tanpa adanya interaksi maka tak akan mungkin ada kehidupan bersama. Harlod Bethel menjelaskan bahwa *the basic condition of a common life* dapat tercermin pada faktor-faktor berikut:

- a. *Grouping of people*, artinya adanya kumpulan orang-orang.
- b. *Definite place*, artinya adanya wilayah/tempat tinggal tertentu.
- c. *Mode of living*, artinya adanya pemilihan cara-cara hidup.

Interaksi merupakan bentuk utama dari proses sosial aktivitas sosial terjadi karena adanya aktivitas dari manusia dalam hubungannya dengan manusia lain. Yang bertindak yang berhubungan itu adalah manusia. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok.

Didalam masyarakat, setiap manusia atau individu selalu beraktivitas maupun melakukan perbuatan demi memnuhi kebutuhan hidupnya, untuk itu manusia berinteraksi satu sama lain. Dalam interaksi sosial, setiap aktivitas atau perbuatan yang dilakukan manusia pada intinya menunjukkan suatu penyampaian makna atau maksud kepada manusia lainnya.

Teori interaksionisme simbolik merupakan sebuah teori yang berusaha menjelaskan tingkah laku manusia melalui analisis makna. Adanya reaksi yang menimbulkan makna dari individu satu dengan yang lain dapat timbul karena adanya suatu interaksi sosial.²⁰ Inti dari teori interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Hal ini bisa kita lihat pada interaksi sosial Himpunan Mahasiswa Lampung yang berinteraksi antar anggotanya satu sama lain dan mereka memiliki simbol-simbol tersendiri dalam berkomunikasi. Atau bahkan mereka menggunakan bahasa atau simbol-simbol baru yang mereka peroleh dari lingkungan barunya.

Teori tidak selamanya berdampak negatif bagi kehidupan masyarakat atau kelompok. Konflik atau pertentangan dapat juga menjadi sarana untuk mencapai sebuah keseimbangan antara kekuatan-kekuatan dalam masyarakat atau kelompok.

Konflik atau pertentangan tak jarang dapat menghasilkan sebuah kerja sama dan hubungan yang lebih solid, karena dengan adanya konflik masing-masing pihak akan mengadakan intropeksi diri maka akan diketahui kelemahan masing-masing, sehingga akan muncul kecenderungan untuk kerja sama. Hal

tersebut diperkuat dengan pendapat yang dikemukakan oleh Coser. Menurut Coser konflik sebagai mekanisme perubahan sosial dan penyesuaian, dapat memberi peran positif, atau fungsi positif, dalam masyarakat atau kelompok.²¹ Konflik dapat merupakan proses yang bersifat instrumental dalam pembentukan penyatuan dan pemeliharaan struktur sosial. Konflik dapat menempatkan dan menjaga garis batas antara dua atau lebih kelompok. Konflik dengan kelompok lain dapat memperkuat kembali identitas kelompok dan melindunginya agar tidak lebur ke dalam dunia sosial sekelilingnya.

Begitu pula dengan interaksi sosial yang terjadi antar setiap kelompok mereka saling memberi sebuah reaksi terhadap individu sehingga kelompok memberikan sebuah respon terhadap setiap reaksi yang telah diberikan oleh kelompok lain. Dari hal tersebut dapat kita dapat interaksi sosial yang terjadi antar setiap pelaku mahasiswa yang ada. Setiap pelaku mahasiswa yang satu dengan mahasiswa yang lain dapat berinteraksi dengsn baik apa bila mereka saling berinteraksi ketika mahasiswa memberikan reaksi dengan mahasiswa lainnya. Misalnya mahasiswa yang satu melakukan suatu kegiatan maka mahasiswa yang lainnya ikut berpartisipasi. Dengan adanya respon tersebut maka akan menimbulkan suatu ruang interaksi dan menafsirkan dan membatasi tindakan-tindakan tersebut.

Ketika mahasiswa yang satu dengan mahasiswa lainnya memberikan respon maka akan terjadi kerja sama yang baik dan mereka dapat berinteraksi satu sama lain dengan nyaman dengan memperhatikan makna penafsiran serta membatasi tindakan satu sama lainnya. Setiap mahasiswa memberikan dampak

positif dalam berinteraksi satu sama lain dan selalu mengarah ke hal-hal yang baik untuk setiap mahasiswa. Sehingga terjalin komunikasi yang baik antar setiap mahasiswa yang berkecimpung dalam naungan perguruan tinggi swasta tersebut.

4. Sinergitas teori interaksionis simbolik terhadap bentuk-bentuk dari adanya interaksi sosial

Sebagai realitas sosial, hubungan sesuatu dan makna ini tidak interen, voluminteristik. Sebab, kata Gillin dan Gillin Di dalam interaksi disamping memiliki unsur dasar yakni, kontak sosial dan komunikasi, juga memiliki beberapa bentuk. Bentuk interaksi sosial bisa berupa kerja sama (cooperation), persaingan (competition) bahkan dapat juga berbentuk pertentangan (conflict). Banyak tokoh yang mengidentifikasi beberapa bentuk dari interaksi sosial tersebut. Gillin dan Gillin mengidentifikasi interaksi sosial itu dalam dua bentuk, yakni: proses yang asosiatif dan disosiatif. Proses asosiatif ini terbagi menjadi tiga bentuk khusus lagi yakni:

Begitu pula dengan antar mahasiswa yang satu dengan mahasiswa yang lainnya dalam berinteraksi. Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar memberikan suatu reaksi yang sehingga menghasilkan suatu bentuk-bentuk interaksi seperti yang telah dikemukakan Gillin dan Gillin.

Bentuk-bentuk interaksi sosial yang terwujud dalam porses asosiatif di atas dapat kita lihat dalam kehidupan Himpunan Mahasiswa Makassar yang berada di luar kota. Salah satunya adalah dalam hal kerja sama, ini dapat kita lihat ketika mereka melaksanakan kegiatan dalam himpunan tersebut. Selain

itu, terdapat juga keinginan dan tujuan bersama yakni, menjalani kehidupan dengan keadaan jauh dari orang tua dan juga tujuan untuk memperkenalkan kebudayaan makassar kepada khalayak luas.

Untuk memenuhi kebutuhan dan juga tujuan tersebut individu-individu yang ada dalam Himpunan tersebut melalui proses akomodasi dan asimiliasi. Sedangkan proses disosiatif atau juga disebut dengan *oppositional processes*



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

C. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilaksanakan tentang student mall sebagai ruang interaksi mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dapat ditarik kesimpulan bahwa interaksi sosial antar mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar terjalin dengan baik. Mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar menjadikan students mall sebagai tempat bersilaturahmi dan tempat nongkrong para mahasiswa bukan hanya para mahasiswa yang biasa kesana tetapi yang saya lihat biasa para dosenpun sering kesana dan memberikan dampak yang positif. Para mahasiswa pun berpendapat yang positif dengan adanya students mall dan dapat mempermudah kebutuhan mahasiswa selama proses perkuliahan berproses. Para mahasiswa sangat senang ke student mall dengan teman-temannya. Kadang mahasiswa yang datang ke kampus pasti selalu menyempatkan kegedung students mall dengan alasan ada keperluan atau ingin hendak mengisi perus yang sedang kosong dan banyak teman-teman yang dapat dijumpai disana karna merupakan tempat pusat berbelanja dan sekaligus tempat bersilaturahmi sesama mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar.

Adapun dampak dari adanya ruang interaksi sosial antar pelaku mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar mengarah pada dampak positif saja. Dari penelitian yang dilakukan bahwa setiap pelaku mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar sangat senang dengan adanya students mall karena mereka telah merasakan manfaatnya. Adapun manfaat yang mereka rasakan ialah

kebutuhan mereka selama proses perkuliahan sangat terbantu dan mempermudahnya tak jauh-jauh lagi keluar kampus karna sudah ada students mall yang menyediakan kebutuhan mereka. Kemudian mereka dapat memperbanyak teman dan saling bersilahturahmi dan dan menjalin komunikasi dengan baik.

D. SARAN

Berdasarkan dari kesimpulan tentang students mall sebagai ruang interaksi sosial mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar tersebut diatas maka peneliti mengemukakan saran bahwa:

5. Hendaknya para mahasiswa tetap dan selalu menjaga hubungan yang baik diantara mereka maupun mahasiswa yang ada didalam kampus maupun mahasiswa yang ada diluar kampus
6. Hendaknya para mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar tersebut bersatu seiring perkembangan zaman sebagai mana para mahasiswa ini terikat dalam naungan ortom muhammadiyah.
7. Hendaknya para mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar agar tetap memikirkan kemajuan muhammadiyah kedepannya untuk kemaslatan umat bersama dan membangun intelektual mahasiswa.
8. Hendaknya para mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar agar tetap melestarikan dan membudayakan students mall dalam kemajuan kampus seperti pada zaman modern saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, jamaluddin. Suardi, syarifuddin, dan risfaisal. 2015. *Buku pedoman penulisan skripsi*, Makassar: pendidikan sosiologi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah Makassar.
- Charles P.Lomis. 2008. *"ciri penting dari bentuk interaksi sosial*. 1974, dalam Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta
- Fromm dan kartodiharjo. 1995. Perilaku konsumtif, Tersedia pada <http://sansigner.perilaku.konsumtif.wordpress.com/>, Diakses pada tanggal 3 Mei 2017
- Irwanto dan Solomon dkk. 1994. Pengertian Perilaku Konsumtif pada remaja, Tersediapada <http://sansigner.perilaku.konsumtif.wordpress.com/>, Diakses pada tanggal 5 Mei 2017
- Jurgen Habermas. 2003. *Ruang Publik*, Jakarta: Rajawali, Edutama
- Jurgen Habermas 1981. *The theory of communication action Rana Publik Borjuis*. Jakarta timur: jl. Pemuda 1.No.5 Rawamangun Perc.Edutama
- KBBI. 2008. Kamus besar bahasa Indonesia, Jakarta: PT gramedia pustaka.
- Mariati. 2016. *Iteraksi sosial antar pelaku organisasi mahasiswa di kampus universitas muhammadiyah makassar* (skripsi) tidak diterbitkan. makassar: program studi pendidikan sosiologi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah Makassar.
- Novri Susan, Teori Konflik Struktural dan Kritis, Tersedia pada <http://sansigner.wordpress.com/>, Diakses pada tanggal 3 Mei 2017
- Syamsuri, andi, sukri. khaeruddin. bahri, aliem. Munirah. Husniati, andi. Nasrudin. 2014. *pedoman penulisan skripsi*, Makassar: pendidikan sosiologi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah Makassar
- Soerjono Soekanto. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Slamet Santosa. 2014. *Dinmika Kelompok*, Jakarta: Bumi Aksara,

Soleman B. Taneko, *Struktur dan Proses Sosial: Suatu Pengantar Sosiologi Pembangunan*, Jakarta: Rajawali, 1982, hlm.110 Soerjono Soekanto, *op. cit.*, hlm.61

Soerjono Soekanto, *"Faktor-faktor Dasar Interaksi Sosial dan Kepatuhan pada Hukum*. Hukum Nasional Nomor 25. 1974, dalam Soerjono Soekanto, *Sosiologi suatu Pengantar*. Jakarta

Sons & John R.Willy 1932. Tersedia pada Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada,

sukirman, silvia. 2014. *Tuntunan belajar di perguruan tinggi*. Jakarta: pelangi cendekia.

Widyaningsih, ika. 2010. *Interaksi sosial himpunan mahasiswa lampung di Yogyakarta*. (skripsi) tidak diterbitkan. Yogyakarta: program studi pendidikan sosiologi jurusan pendidikan sejarah fakultas ilmu sosial dan ekonomi universitas negeri Yogyakarta



L

A

M

P

I

R

A

N



DOKUMENTASI











LAMPIRAN 1

**PEDOMAN OBSERVASI RUANG INTERAKSI SOSIAL
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

NO	ASPEK YANG DIAMATI	KETERANGAN
1	Lokasi	
2	Waktu observasi	
3	Keadaan fisik gedung <i>students mall</i>	
4	Keadaan fisik kampus universitas muhammadiyah Makassar	
5	Bentuk interaksi antar mahasiswa	
6	Hasil interaksi antar mahasiswa	

LAMPIRAN 2

Pedoman Wawancara

Ruang Interaksi Sosial Mahasiswa Universitas Muhammadiyah

Makassar

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Fak/jurusan :

Waktu :

Pertanyaan Wawancara dengan mahasiswa

1. Bagaimana pendapat anda dengan adanya *students mall*
2. Apakah dengan adanya *students mall* dapat membantu kebutuhan anda selama proses perkuliahan?
3. Apa daya tarik *students mall* bagi anda?
4. Apakah vasilitas distudents mall ini sangat memadai?
5. Apakah setiap kali anda kekampus anda selalu menyempatkan atau mengunjungi gedung *students mall*?
6. Bersama siapa anda sering ke gedung *student mall*?
7. Manfaat apa yang anda peroleh dari adanya *students mall*?
8. menurut anda, pada saat anda kesini bersama teman apakah terjalin komunikasi yang baik?
9. Apakah anda membatasi pergaulan pertemanan anda selama berada di gedung *students mall*?

LAMPIRAN 3

DATA INFORMAN

NO	NAMA	L/P	UMUR	JURUSAN/FAK	STATUS
1	Nur baeti	P	21 tahun	b.indonesia/fkip	Mahasiswa
2	Sulastri handayani	P	21 tahun	Pertanian/agribisnis	Mahasiswa
3	m. Suharto	L	20 tahun	Ekonomi dan bisnis	Mahasiswa
4	Jumriati ariska	P	21 tahun	Pend.sosiologi/fkip	Mahasiswa
5	Nadira fitrayani	P	21 tahun	Pend. Seni rupa/fkip	Mahasiswa
6	Rusman adiatman	L	24 tahun	Akuntansi/ekonomi	Mahasiswa
7	Ika merdekawati	P	22 tahun	b.inggris/fkip	Mahasiswa
8	Muh. Idris k	L	22 tahun	Pend. sosilogi	Mahasiswa
9	handayani	P	21 tahun	Agribisnis/ekonomi	Mahasiswa
10	Rusman	L	22 tahun	ekonomi	Mahasiswa

LAMPIRAN 4

DATA HASIL PENELITIAN

NO	NAMA INFORMAN	UMUR	L /P	KETERANGAN
1	Nur baeti	21 tahun	P	“Cukup bagus dengan adanya student mall karena dapat membantu proses pengurusan dikampus seperti mengurus transkip nilai, krs, dsn persuratan bagi mahasiswa akhir. Iya sangat membantu karena setiap mau print tugas, foto copy, urus ini itu dan lain-lain selalu ke balai sidang. Vasilitasnya masih kurang memadai. Dan kadang kadang jie juga ke balai sidang dank au kesini selalu bersama teman dan daya tarinya bias dijadikan tempat nongkrong dengan teman-teman”
2	Sulastri handayani	21 tahun	P	“Pendapatku mengenai balai sidang ini cukup membantu dalam dalam fasilitas pembelajaran seperti print, fc dan lain-lain dan sangat membantu karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Kemudian daya tarik balai sidang ini pusat dari tempat makan dan tempat print, foto copy dan sebagainya. Fasilitasnya cukup memadai dan saya kesini pada saat ada keperluan saja. Saya kesini bersama teman-teman.”

3	m. Suharto	20 tahun	L	“baguski ini students mall karna menetapkan kantinya dan tidak terpisah pisahmi dan tidak jauh maki keluar kampus vari kebutuhan yang diperlukan kalau kuliahki. Daya tariknya karna mahasiswa semua berkumpul distudent mall dan jadi tempat nongkrong sesame teman-teman dari berbagai organisasi, vasilitasnya juga lumayan memadai dan selalu ka kebalai sidang dimana lagi kalau bukan disini kalau kesini juga bersama sama teman kelas.”
4	Jumriati ariska	21 tahun	P	“pendapatku mengenai dengan students mall atau balai sidang ini sangat baguski sangat membantuki kebutuhanya mahasiswa pada saat proses perkuliahan yang selain tempatnya menyediakan kebutuhan mahasiswa seperti foto copy,tempat FC print dan lain-lain.dan berbagai kebutuhan mahasiswa ada disini vasilitasnya iya sangat memadai dan Alhamdulillah setiap kekampus sy selalu menyempatkan kesini. Sering saya temani kesini itu teman sekelas saya”
5	Nadira fitrayani	21 tahun	P	“menurut saya sebagai mahasiswa, dengan adanya students mall sangat bagus karena mahasiswa tidak kesusahan saat butuh sesuatu dan tidak susah paya lagi keluar kampus mencari apa apa yg dibutuhkan cukup dengan ke student mall

				ini semuanya kebutuhan sudah terpenuhi. Bias jadi tempat untuk nongkrong dan jalan jalan sama teman saat untuk menunggu dosen atau kuliah, fasilitasnya cukup memadai dan nda sering jaka juga datang dan ketika kesini saya bersama teman-teman”
6	Rusman adiatman	24 tahun	L	“menurutku students mall bagus karena membuat mahasiswa betah dalam kampus. Membantu kebutuhan mahasiswa selama proses perkuliahan misalnya tempat fc. Yang membuat saya sering kestudents mall ialah banyak makananya, banyak teman teman yang dapat dijumpai dari berbagai fakultas baik teman sekampung maupun teman organisasi kemudian vasilitas yang cukup memadai dan saya setiap kekampus pasti menyempatkan ke balai sidang dan lebih sering sendiri kesini tapi sesampai saya disini banyak teman teman yang bias dijumpai karna banyak juga temanku menjual disini.”
7	Ika merdekawati	22 tahun	P	banyak yang dapat kita butuhkan dan students mall dapat menyediakan kebutuhan selama proses perkuliahan dan memenuhi gaya hidup yang diinginkan bukan itu saja pola hidup pun memberikan suatu yang berbeda dari sebelumnya

8	Muh. Idris k	22 tahun	L	Menurut saya ada perubahan dalam gaya hidup mahasiswa sekarang dan merupakan suatu simbol dengan adanya students mall membantu kebutuhan mahasiswa dalam lingkungan kampus dan banyak jenis kebutuhan yang terpenuhi dari hal yang modern misalnya dalam makanannya terdapat makanan yang bernama susi dan kebab turki dan kopi prancis, itu adalah salah satu contoh makanan dan minuman gaya hidup modern.
9	handayani	21 tahun	P	“sangat membantu karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Fasilitasnya cukup memadai dan saya kesini pada saat ada keperluan saja. Saya kesini bersama teman-teman.”
10	Rusman	22 tahun	L	“karena menjadi sumber titik tempat bersilaturahmi dengan teman teman. Kemudian daya tarik balai sidang ini pusat dari tempat makan dan tempat print, foto copy dan sebagainya”

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan pada tanggal 03 Maret 1996 dari Ayah bernama Amiruddin dan Ibu bernama Pate. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 102 bisoli bangkala barat

KabupatenJeneponto pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2007. Kemudian Penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 bangkala barat Kec.bangkala barat, Kab. Jeneponto dan tamat pada tahun 2010. Penulis Melanjutkan pendidikannya di SMA Negeri 1 bangkala barat Kab. Jeneponto dan lulus pada tahun 2013. pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa difakultas keguruan dan ilmu pendidikan jurusan pendidikan sosiologi. Penulis melakukan kegiatan magang 1dan 2 di SMA Negeri 1 Bangkala Barat, kemudian magang tiga di SMA Muhammadiyah Limbung. Selanjutnya, penulis melaksanakan Pada tahun 2017 penulis menyelesaikan profesi pementapan keguruan (P2K), di desa Mandalle, kec. Mandalle Kab. pangkep.