



**PRAKTEK KONSUMSI PRODUK PAKAIAN MEREK LUAR NEGERI
TIRUAN PADA MAHASISWA PAGARALAM
DI KOTA PALEMBANG**

Vina Agustina¹, Dadang H. Purnama², Safira Soraida²

¹Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

²Dosen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

ABSTRACT

This research title is “The Consumption Practices of Artificial Overseas Brand Clothing Products for Pagaralam Students in Palembang City”. The problem raised in this study is how the practice of consumption of Pagaralam students in the city of Palembang. This study aims to analyze how habitus, capital, and the realm of students that occur in the city of Palembang, which have an impact on consumption practices. This study uses the theory of Social Practice from Pierre Bourdieu and used qualitative research method. This research is descriptive qualitative. In determining informants using purposive techniques, the aim is to obtain in-depth information in accordance with the research problem with 15 informants, 11 main informants and 4 supporting informants. The results showed that in practice consumption was the result of a struggle for habitus, capital and the realm. With habitus and capital owned by each individual in his domain, the practice of consuming foreign brand clothing products is carried out by Pagaralam students in the city of Palembang.

INFORMASI ARTIKEL	
<i>Sejarah Artikel</i>	:
Diterima	: 01 Oktober 2017
Disetujui	: 01 Desember 2017
Alamat Email: vinaagustina@gmail.com	
Correspondence Author: Vina Agustina	
ISSN (PRINT) : 1412 – 1441	
ISSN (ONLINE) :	

**Keywords: Consumption practices,
Clothing products, Students.**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Praktek Konsumsi Produk Pakaian Merek Luar Negeri Tiruan Pada Mahasiswa Pagaralam di Kota Palembang. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana praktek konsumsi mahasiswa pagaralam di Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana habitus, modal, dan ranah mahasiswa yang terjadi di Kota Palembang, yang berdampak pada praktek konsumsi. Penelitian ini menggunakan teori Praktik Sosial dari Pierre Bourdieu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bersifat deksriptif kualitatif. Dalam penentuan informan menggunakan teknik *purposive*, bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam sesuai dengan permasalahan penelitian dengan jumlah 15 informan, 11 orang informan utama dan 4 orang informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam praktek konsumsinya adalah hasil dari pertarungan habitus, modal dan ranah. Dengan habitus dan modal yang dimiliki oleh tiap individu di dalam ranahnya menghasilkan praktek konsumsi produk pakaian merek luar negeri yang dilakukan oleh mahasiswa Pagaralam di Kota Palembang

Kata Kunci: praktek konsumsi, produk pakaian, mahasiswa

PENDAHULUAN

Budaya urban yang terjadi pada masyarakat khususnya para mahasiswa, menyebabkan mereka bersifat kekotaan yang secara langsung maupun tidak, terkait dengan urbanisasi. Urbanisasi merupakan perpindahan penduduk dari desa ke kota. Fenomena urban pada hakikatnya terkait erat dengan persoalan tradisi dan modernitas. Masyarakat urban identik dengan industrialisasi dan konsumsi yang telah menyuburkan keberadaan “anggota masyarakat modern” atau sosialita (web.unair.ac.id/artikel_detail-70801. Di akses 24 Nov 2016).

Palembang merupakan kota metropolitan ke delapan setelah Balikpapan dan kota terbesar ke dua setelah Medan di Pulau Sumatera (<http://sahabatnesia.com/kota-termaju-dan-terbesar-indonesia/>, di akses 22 November 2017) dimana praktek konsumsi terjadi pada masyarakat setiap harinya. Fasilitas perbelanjaan yang menjamur di setiap sudut kota Palembang. Terdapat beberapa pusat perbelanjaan di Kota Palembang di antaranya yaitu Palembang Square (PS), Palembang Indah Mall (PIM), Internasional Plaza (IP), Palembang Icon (PI), OPI Mall, Pasar 16 Iilir, JM Store, Palembang Trade Center (PTC), Pasaraya Bandung, Paragon Mall, Megahria Shoopng Center, Lippo Plaza Jakabaring, Ramayana Departement Store. Ruang lingkup perkotaan yang terdapat banyak berdirinya pusat-pusat perbelanjaan seperti pasar grosir tersebut yang menjual barang dagangan dengan harga yang terjangkau dan juga diskon-diskon di mall yang menawarkan barang dengan harga yang miring. Hal ini memberikan alternatif bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan pakaiannya.

Produk pakaian tiruan sangat mudah untuk ditemukan hampir di semua pusat perbelanjaan seperti Mall, pasar grosir dan online shop yang dikunjungi

oleh para remaja. Di pusat perbelanjaan itulah mahasiswa berburu segala macam kebutuhannya (Wijaya dkk, 2013: 115). Produk pakaian merek luar negeri tiruan yang banyak di konsumsi oleh mahasiswa yaitu tas, sepatu, jam tangan, baju, celana dan produk pakaian lainnya. Seiring dengan semakin meningkatnya produk-produk tiruan yang muncul di pasaran, semakin bertambah pula jumlah konsumen terutama para mahasiswa yang membeli produk tiruan. Michon (2007) mengungkapkan bahwa kecenderungan perilaku konsumen Indonesia yang memuja produk pakaian luar negeri dibandingkan dengan produk lokal rasanya bukan menjadi suatu rahasia lagi. Produk pakaian terutama yang bermerek selalu menjadi incaran pengunjung dan menjadi andalan dari pusat-pusat perbelanjaan (dalam Aisyah, 2014: 37).

Saat ini pakaian tidak lagi sekedar kebutuhan primer semata namun juga memiliki fungsi lain yang mencerminkan kepribadian seseorang yang mengenakannya. Seiring dengan tingginya aktifitas seseorang dan juga adanya tuntutan untuk berpenampilan yang proporsional di setiap kesempatan maka kebutuhan akan pakaian dan fashion pun meningkat (Mardani, 2014: 118).

Mahasiswa Kota Pagaralam menggunakan produk pakaian merek luar negeritiruan dengan berbagai merek. Produk tiruan yang banyak beredar dipasaran ialah pakaian, obat-obatan, aksesoris, produk elektronik dan lain sebagainya. Mahasiswa Pagaralam yang sering dikonsumsi terutama, yaitu produk pakaian seperti pemilihan penggunaan barang-barang kesehariannya seperti tas, sepatu, jam tangan, baju, dan celana. Tidak mudah untuk membedakan produk tiruan dan produk yang asli. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat seseorang sulit untuk membedakannya.

Beberapa merk produk tiruan pakaian yang di konsumsi oleh mahasiswa antara lain Converse, Nike, Airmax, Adidas, Prada, Gucci, Hermes, Victoria Bekcham, Chanel, Kickers, Vans, The North Face, Consina, Levis, Louis, Zara, Polo dan lainnya. Merk tersebut tidak hanya menawarkan merk produk pakaian saja tetapi juga menawarkan mode yang menarik dengan harga yang terjangkau.

Sadar atau tidak masyarakat di perkotaan khususnya mahasiswa acapkali masuk ke dalam pola hidup yang konsumtif. Hal ini dikarenakan pola hidup anak perkuliahan identik dengan jalan-jalan, berbelanja barang-barang yang sedang ngetrend. Ditambah lagi ruang lingkup perkotaan yang terdapat banyak berdirinya pusat-pusat perbelanjaan seperti pasar grosir yang menjual barang dagangan dengan harga yang terjangkau dan juga diskon-diskon di mall yang menawarkan barang dengan harga yang miring. Secara tidak langsung, hal ini membuat mahasiswa sering kali terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Berangkat dari permasalahan tersebut, akan semakin terlihat perubahan konsumsi yang terjadi di kalangan mahasiswa meskipun mereka harus mengeluarkan biaya besar demi mendapatkan apa yang diinginkannya agar bisa tampil sama seperti teman-temannya yang lain. Selain itu, mereka juga rela untuk “mengirit” pengeluaran makan hanya untuk bisa membeli barang-barang yang prestisius agar mendapatkan rasa percaya diri dan gengsi. Secara umum batasan konsumtivisme yaitu kecenderungan manusia untuk mengkonsumsi tanpa batas, dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

Dari latar belakang di atas, berdasarkan gejala-gejala yang muncul yaitu praktek konsumsi produk pakaian

merek luar negeri tiruan pada mahasiswa dalam menggunakan produk tiruan menarik untuk diteliti mengingat mahasiswa sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya dan mereka dituntut untuk terus melakukan praktek konsumsi untuk menunjang penampilannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan pendekatan dari Pierre Bourdieu tentang praktik sosial. Inti teori sosiologi kultural Bourdieu adalah “teori tentang praktik manusia” yang memadukan teori yang berpusat pada agen atau aktor (*agent centred*) dengan penjelasan objektivisme yang menekankan dimensi struktur dalam membentuk kehidupan sosial. Bagian dalam pemikiran Bourdieu tentang mengatasi pilihan “wajib” dan “ritual”, antara subjektivisme dan objektivisme. Dimana objektivisme dan subjektivisme disini berada di dalam hubungan dialektis. Dalam proses interaksi dialektis struktur objektif dan penegrtian-pengertian subjektif, struktur dan agen bertemu. Pertemuan itu disebut Bourdieu dengan praktik. Praktik sosial dipahami oleh Bourdieu sebagai hasil dinamika dialektis antara internalisasi ekterior dan eksternalisasi interior. Eskterior adalah struktur objektif yang ada di luar pelaku sosial, sedangkan interior merupakan segala sesuatu yang melekat pada diri pelaku sosial. Segala sesuatu yang diamati dan dialami yang ada diluar diri pelaku sosial bergerak dinamis secara dialektis dengan pengungkapan dari segala sesuatu yang diinternalisasi menjadi bagian dari diri pelaku sosial (Krisdianto, 2014:107).

Modal punya kaitan erat dengan habitus. Modal hadir dalam diri seseorang

atau bersamaan dengan habitus. Sebagaimana habitus, modal menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pertarungan agen di dalam ranah. Habitus senantiasa menemukan dirinya dalam ranah, sedangkan ranah memasang modal sebagai bagian penting di dalam dirinya. Kemudian hubungan ranah, habitus dan modal yaitu dimana ranah bisa mengkondisikan habitus dan sebaliknya habitus bisa membentuk ranah sebagai sesuatu yang bermakna dan bernilai. Sedangkan proses interelasi antara habitus dan ranah, dijumpai oleh apa yang disebut dengan modal. Dimana menurut Bourdieu modal memiliki arti yang luas, mencakup hal material dan immaterial yang dapat memiliki nilai simbolik secara budaya, misalnya nilai prestise, status, dan otoritas yang merujuk pada modal simbolik. Modal di sini harus berada pada sebuah ranah, karena dalam rumusan generatif Bourdieu ada keterkaitan antara habitus, modal, dan ranah yang bersifat langsung. Dimana nilai yang diberikan pada kapital dihubungkan dengan berbagai karakteristik sosial dan habitus adalah sebagai berikut: (Habitus X Modal) + Ranah/Field = Praktek. Melalui persamaan tersebut, Bourdieu hendak menyodorkan konsep-konsep kunci untuk mendalami pertautan antara agen dan agensi, untuk mendamaikan pertikaian objektivisme dan subjektivisme, yaitu konsep habitus (dengan komposisi dan konfigurasi kepemilikan atas modal atau sumber daya atau kapital) dan ranah (*field, champ*)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Kota Palembang, dengan subjek penelitian mahasiswa yang berasal dari Kota Pagaralam menggunakan strategi penelitian studi kasus. Dalam pengambilan data dilapangan peneliti melakukan

observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data yang telah diperoleh ketika dilapangan, diperiksa menggunakan teknik triangulasi metode dan dianalisis menggunakan teknik analisis dari Creswell.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebiasaan Dalam Menggunakan Produk Pakaian Merek Luar Negeri Tiruan Kota Palembang Menurut Bourdieu, Habitus diperoleh melalui latihan ataupun pembelajaran yang berulang-ulang, hal inilah yang menjadikan habitus bersifat prasadar (Mutahir, 2011: 58). Proses yang dilakukan berulang-ulang yang diterapkan oleh lingkungan sehari-hari dari tiap-tiap informan penelitian ini membentuk suatu habitus berupa kecintaan terhadap penggunaan produk pakaian merek luar negeri tiruan. Proses yang dilakukan oleh keluarga maupun teman pergaulan ini dilakukan secara berulang-ulang sehingga para informan mengetahui bahkan menikmati menjadi bagian dari pengguna produk tersebut. Lingkungan sekitar serta keinginan diri sendiri telah mendorong informan secara tidak sadar untuk menggunakan produk tersebut.

Kebiasaan mahasiswa menggunakan produk merek luar negeri tiruan dimulai dari pola pemikiran mereka terhadap merek suatu produk Brand minded. Brand minded mempengaruhi praktek konsumsi mahasiswa. Karena dengan mengetahui kualitas dari produk tersebut timbulnya rasa ingin untuk memiliki guna menunjang penampilannya di lingkungannya. Hal ini dikarenakan brand minded terhadap produk pakaian sangat mempengaruhi praktek konsumsi mahasiswa, khususnya mereka yang telah lama tinggal di Kota Palembang. Mahasiswa merasakan ada kepuasan tersendiri saat menggunakan produk tersebut, sehingga mahasiswa menjadi

fanatik terhadap produk impor yang dilengkapi dengan merek-merek terkenal meskipun mereka harus menggunakan produk tiruan dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan produk yang original.

Produk tersebut mereka gunakan di lingkungannya seperti di pada saat mereka kuliah dan pada saat mereka nongkrong bersama teman-temannya. menjadi mahasiswa berarti menjalani dunia penuh dinamika. Pilihan berpakaian pun sebaiknya mengikuti kebutuhan kita sehari-hari, salah satunya dengan mempertimbangkan aktivitas yang akan dijalani. Memakai pakaian yang kasual dan praktis bukan berarti bebas mengenakan baju apa saja. Pastikan penampilan mahasiswa tetap sopan dan rapi. Tidak salah jika sebagai mahasiswi kita tetap ingin tampil cantik dan modis di kampus. Memadukan tren busana terkini dengan polesan make up pun sah-sah saja. Tetapi perlu diingat, kita tidak perlu memasang make up lengkap seperti hendak menghadiri pesta. Mahasiswa bisa mempercantik penampilan dengan permainan aksesoris, warna, motif, dan model baju.

Secara tidak langsung subjek dengan teman-temannya saling bersaing untuk mendapatkan status, gengsi, serta mendorong rasa percaya diri sehingga saat mengenakannya kuliah sebagai ajang pamer status tanpa memikirkan nilai guna dari barang tersebut. Barang-barang prestisius yang bermerek tersebut terdiri atas tas, baju, celana, sepatu/ sandal. Membeli ataupun menggunakan produk yang bermerek dilakukannya karena alasan-alasan lain seperti mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Bagi mahasiswa seperti ini merupakan jalan yang

tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosialnya. Oleh sebab itu, subjek terlihat cukup boros dalam menggunakan uang kirimannya untuk membeli kebutuhan yang tidak semestinya.

Modal Mahasiswa Pagaram Dalam Menggunakan Produk Pakaian Merek Luar Negeri Tiruan Di Kota Palembang

Modal Ekonomi

Dalam modal ini, berkaitan dengan materi yang harus dimiliki oleh setiap pelaku praktek konsumsi. Pelaku harus mempunyai modal ekonomi selain tetap mengeksplor penampilannya untuk mencampai eksistensi sebagai penggemar produk, misalnya terhadap apa yang mereka gunakan seperti baju, jeans, tas, dan Hal ini karena dalam berpenampilan harus membutuhkan dukungan materi. Di mana dalam penelitian modal ekonomi mahasiswa yaitu uang saku dan meminjam uang teman. Modal ekonomi diukur dari sumber pendapatan yang diperoleh kelompok mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan akan pembelian kebutuhan dalam berpakaian. Dalam kelompok ini yaitu mahasiswa, sehingga modal ekonomi masih dianggap sedang dengan bergantung dari ekonomi orang tua. Modal ekonomi yang berpengaruh besar terhadap pelaku praktek konsumsi pakaian merek luar negeri tiruan dimana masing-masing subjek penelitian ini, modal ekonomi ini dimiliki untuk memperkuat pertarungan dalam arenanya dikalangan mahasiswa.

Modal Sosial

Lingkungan mahasiswa sebagai ranah setiap individu dalam menjalin dan bahkan memperluas jaringan sosialnya yang langsung atau tidak langsung dapat

mendukung keberlanjutan hidupnya didalam berbagai bidang. Seperti hasil penelitian yang dilakukan peneliti dalam kegiatan praktek konsumsi ini, di mana pada awalnya sebagian besar mahasiswa yang berasal dari Kota Pagaralam tidak mengenal satu sama lain teman-teman yang ada di lingkungannya.

Melalui media sosial ini mereka saling berkenalan dan saling melakukan interaksi sosial, membuat para mahasiswa yang awalnya hanya mengenal satu orang dan akhirnya mengenal banyak orang. Bahkan setelah mereka saling mengenal dan memiliki relasi yang cukup luas mereka sering kali memanfaatkannya untuk membuka usaha sampingan dengan cara menjadi resellersuatu produk pakaian tersebut. Hal ini dimanfaatkan oleh mahasiswa disamping untuk menambah uang jajan hal ini juga supaya mereka bisa belanja lebih murah dengan harga reseller. Seperti yang disampaikan AM selain menjadi seorang mahasiswa dia juga menjual berbagai macam tas dengan merek terkenal seperti prada, LV, CK, dan lain sebagainya yang memanfaatkanhubungan relasi yang sudah terjalin antara AM dan temannya DM yang sama-sama sebagai penjual online shop, relasi yangpada awalnya hanya sebagai teman biasa dan sekarang menjadi relasi bisnis. Dengan begitu media sosial tidak hanya menjadi sebuah wadah mahasiswa dalam melihat bagaimana seseorang itu menggunakan produk pakaian yang sedang trend. Namun juga media sosial di sini sebagai wadah mahasiswa dalam menjalin relasi antar sesama mahasiswa baik itu menambah relasi pertemanan semata maupun juga relasi bisnis.

Modal Simbolik

Produk bermerek luar negeri tiruan, selain merupakan kebutuhan sandang juga

merupakan simbol yang melambangkan status sosial ekonomi seseorang. Dengan menggunakan produk bermerek tersebut akan menimbulkan rasa percaya diri siapa yang menggunakannya dan akan mendapatkan pandangan yang lebih dari orang yang melihatnya sebagai orang yang mberada pada kelas sosial yang tinggi. Sehingga produk bermerek yang digunakan tersebut merupakan suatu produk yang memiliki nilai prestise dibanding dengan jenis produk yang lainnya.

Dalam penelitian ini subjek melakukan proses interpelasi dengan jalan mengkonsumsi sesuatu yang dapat memberikannya nilai prestise dimata orang lain. Meskipun berasal dari mahasiswa yang berasal dari dusun, subjek menginginkan sesuatu yang berbeda terhadap dirinya dari apa yang orang lain pandang. Hubungannya disini antara perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa ini adalah pada saat orang lain menganggap diri mereka sebagai orang yang berkelas, modis, dan tampil trendy maka itulah identitas yang mereka ingin sampaikan kepada lingkungan sekitarnya, dengan menggunakan produk tersebutlah mereka ingin menunjukkan modal simbolik yang ada pada diri mereka.

Modal Budaya

Dalam penelitian ini peneliti tidak hanya melihat modal budaya dengan menjelaskan mengenai sumber pengetahuan yang didapat oleh mahasiwa namun penggunaan sumber tersebut yang menjadi sebuah symbol tersendiri bagi setiap individu di dalamnya. Seperti yang dijelaskan pada pembahasan sebelumnya mengenai kepemilikan modal ekonomi mereka, namun dalam hal tersebut juga dapat dilihat kepemilikan modal budaya mereka, dimana pengetahuan mereka akan produk bermerek ataupun modal ekonomi lainnya yang berdampak pada bagaimana

cara mereka menginvestasikan modal ekonomi yang mereka miliki.

Pada saat ini mahasiswa menjadikan kebudayaan yang telah ada sebagai tolak ukur mereka hidup dalam masyarakat yang kian dinamis, khususnya mahasiswa Pagaralam yang ada di Kota Palembang. Dimana mereka hidup dalam masyarakat yang memiliki berbagai nilai-nilai kesopanan, masyarakat yang senantiasa memiliki perubahan yang dapat dikatakan perubahan yang cepat dengan tersentuhnya teknologi yang semakin canggih saat ini. Akan tetapi mereka tidak begitu saja lepas dari kultur dominan yang mengatur mereka agar tidak mendapatkan sanksi sosial dalam lingkungan mereka. Seperti halnya dalam berpakaian mereka masih mempertimbangkan nilai-nilai kesopanan.

Ranah (*Field*)

Praktek konsumsi tersebut dipengaruhi oleh lingkungannya yang menjadi ranah pertarungan dalam perjumpaan modal-modal yang dimiliki oleh mahasiswa tersebut. Seperti halnya pada saat mereka hang-out bersama teman-teman mereka di mana mereka menjumpai modal-modal yang dimiliki oleh setiap individu yang bertarung dalam ranah tersebut dalam membentuk suatu eksistensi dirinya dilingkungan mereka. Tidak hanya dalam ranah tersebut yang menjadi arena pertarungan bagi mahasiswa tersebut namun juga lingkungan dari teman sepeergaulan dari daerah mereka yang berada di Kota Palembang. Di mana mereka saling menunjukkan modal-modal yang mereka miliki dalam melakukan konsumsi produk pakaian di Kota Palembang yang hal ini dapat menunjukkan posisi sosial mereka dilingkungannya. Penjelasan selanjutnya akan

dibahas sebagai berikut. erapa petani jagung sebagai informan utama.

KESIMPULAN

Praktek konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa Pagaralam di Kota Palembang disesuaikan dengan kepemilikan modal dan habitus yang setiap individu miliki, selain itu pertarungan di dalam ranah mereka wujudkan dengan pertarungan kekuatan modal dari individu yang mana yang lebih kuat. Dalam menggunakan produk pakaian merek luar negeri tiruan, di mana mahasiswa memiliki habitus dalam menggunakan produk pakaian merek luar negeri dalam kesehariannya. Begitu juga modal yang mereka miliki dimana pertarungan modal simbolik dan modal budaya menjadi sebuah modal yang diperhitungkan dimana individu yang mempunyai modal paling kuat memiliki modal tersebutlah yang berpengaruh dalam ranahnya. Dengan habitus dan modal yang dimiliki oleh tiap individu di dalam ranahnya menghasilkan praktek konsumsi produk pakaian merek luar negeri yang dilakukan oleh mahasiswa Pagaralam di Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Ismi Nur dan Margono Setiawan Sumarno. 2014. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi pada Konsumen Wanita di Kota Malang). *Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 12 Nomor 4*. UNIBRAW. Malang.
- Krisdianto, Nanang. 2014. Pierre Bourdieu: Sang Juru Damai. *KANAL. Volume 2, Nomor 2. Hal. 107-206*.
- Mardani, Akh dan M. Jacki. 2014. Praktik Konsumtif Mahasiswa Kangean di Surabaya (Kajian Simulakra, Simulasi dan Hiperrealitas J.P. Baudrillard). *Jurnal Paradigma Volume 02 Nomor 03*, Program Studi Sosiologi, UNESA. Surabaya.
- Mutahir, Arizal. 2001. *Intelektual Kolektif Piere Bourdieu: Sebuah Gerakan untuk Melawan Dominas*. Kreasi Wacana. Yogyakarta.
- Wijaya, Mahendra. 2007. *Sosiologi Ekonomi*. Lindu Pustaka. Jawa Tengah.
- Wijaya, Resti Arthardi dkk. 2013. Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan Bermerek Eksklusif pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi Kepribadian Volume 03 Nomor 01*. Universitas 17 Agustus Surabaya