

ABSTRAKSI

BUDAYA KONSUMERISME MAHASISWI DI YOGYAKARTA TERHADAP PRODUK KOSMETIK JEPANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWI PENGGUNA PRODUK KOSMETIK JEPANG DI YOGYAKARTA)

Bernadetta Septi Kusumawardhani
09/286890/SA/15047

Penelitian ini mengkaji mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi munculnya budaya konsumerisme mahasiswi di Yogyakarta terhadap produk kosmetik Jepang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu memahami fenomena yang sedang marak terjadi kemudian mengkaitkannya dengan orang-orang yang berhubungan dengan fenomena tersebut dan lebih menekankan aspek subjektif dari perilaku seseorang. Dalam metode penelitian ini, data penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik *interview* (wawancara), observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini diteliti menggunakan teori kebudayaan milik Koentjaraningrat dan budaya konsumerisme milik Roberta Sassatelli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian dan penggunaan produk kosmetik impor dari Jepang yang dilakukan mahasiswi di Yogyakarta dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial dan psikologis responden. Dengan adanya faktor sosial dan psikologis, maka mendorong munculnya budaya konsumerisme terhadap produk kosmetik impor dari Jepang demi memiliki kecantikan seperti kulit wanita Jepang.

Kata kunci : budaya, konsumerisme, mahasiswi di Yogyakarta, kosmetik impor dari Jepang

ABSTRACT

CONSUMERISM CULTURE OF FEMALE STUDENTS IN YOGYAKARTA TOWARDS JAPANESE COSMETIC PRODUCTS (A CASE STUDY ON FEMALE STUDENTS OF JAPANESE COSMETICS USERS IN YOGYAKARTA)

Bernadetta Septi Kusumawardhani
09/286890/SA/15047

This study examines about the consumer culture of female students in Yogyakarta towards Japanese cosmetic products. There are two factors which cause the consumerism culture.

The method that is used in this research is descriptive-qualitative method. This method is used to gain some understanding then relates it to the people who experience this actual phenomenon by emphasizing the subjective aspect and their behaviour. In this research method, the data are collected from interview, observation, and documentation. This research uses the theory of culture from Koentjaraningrat and consumerism culture from Roberta Sassatelli.

The results of this research show that the purchase and the use of cosmetic products from Japan by female students in Yogyakarta are influenced by social environment and respondent's psychology. These factors cause the consumerism culture toward imported cosmetic products from Japan to have beautiful skin like Japanese woman.

Keywords : culture, consumerism, female students in Yogyakarta, cosmetic products imported from Japan

要旨

ジョグジャカルタにおける女子大生の日本製化粧品消費者文化研究

ベルナデッタ・セプティ・クスマワルダニ
09/286890/SA/15047

本研究では SK-II、カネボウ、資生堂の化粧品であるパウダー、洗顔石鹸、下地クリームなどの日本製化粧品と、ジョグジャカルタに住む 20 歳~24 歳の 6 人女子大学生の消費者文化の関連性を知るためにおこなわれた。

ジャナバドラ大学 Universitas Janabadra、アトマジャヤ大学ジョグジャカル校 Universitas Atmajaya、ジョグジャカルタ国立大学 Universitas Negeri Yogyakarta、アンバルクモ観光高等専門学校 Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Ambarrukmo、Mercubuana に在学する 6 人の女子大学生とのインタビューを主要な資料とした。

本研究では、インドネシア製で広く国民に利用される化粧品ではなく、高価な日本製化粧品を選択する理由について、調査をおこなった。家族や友人などで、日本製化粧品を使用している人がいる場合、どのような影響があるかを考えた。

研究の結果は、ジョグジャカルタにおける女子大学生の日本製化粧品の購入と利用が二つの要因に影響されていることを示す。一つ目は、家族と友人からの情報であり、SK-II、カネボウ、資生堂の化粧品を使っている家族や友人の肌を見ると、回答者はそれに影響されて自分もそれらの化粧品を買って使ってみようと思う。二つ目は美しくなりたいという自らの願望であり、それが回答者に日本製化粧品を買って使ってみようと思わせる。その結果、消費者文化を推し進めた。

キーワード：文化、消費者、日本製化粧品

