

**MAKNA PRODUK DISTRIBUTION STORE (DISTRO) WOODLAND
BAGI REMAJA DI SURABAYA**

Hardani Setiawan

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
kentunk_welikz@yahoo.com

Pambudi Handoyo

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
pam_pam2013@yahoo.com

Abstrak

Pada masyarakat modern saat ini pakaian menjadi salah satu kebutuhan gaya hidup. Kebutuhan ini sudah menjadi kebutuhan *primer* bagi masyarakat khususnya pada remaja. Akan tetapi, semakin berkembangnya zaman pakaian cenderung menjadi fashion yang terus berkembang dan memiliki makna tersendiri bagi penggunaannya. Penelitian ini mengangkat suatu permasalahan yaitu tentang makna produk distributin store (distro) Woodland bagi remaja di kota Surabaya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dibalik tindakan yang melatarbelakangi dan tujuan para remaja menggunakan produk-produk tersebut. Peneliti menggunakan teori Alferd Schutz mengenai fenomenologi dan teori Anthony Giddens mengenai gaya hidup. Sifat penelitian ini deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Untuk pemilihan informan peneliti memilih subjek dengan cara *snowball*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi secara mendalam, sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian ini adalah makna dari penggunaan produk distro tersebut antara lain penggunaan bahan yang berkualitas, desain-desain yang selalu mengikuti trend, dan produk yang berquantity terbatas (limited edition). Sedangkan tujuan yang ingin di dapatkan adalah kenyamanan setiap produknya ketika digunakan, supaya tidak ketinggalan jaman, dan produknya tidak pasaran.

Kata kunci: Remaja, Woodland, Produk Distro

Abstract

In today's modern society clothes become one of the necessities of life style. This need has become a primary need for people, especially in adolescents. However, the growing era of clothing tends to be a fashion that continues to evolve and has significance for its users. This study raised an issue that is of significance products distributin store (distro) Woodland for teenagers in the city of Surabaya, the intent and purpose of this research is to know about the motives behind the actions of the background and purpose of the teens using these products. Researchers using the phenomenological theory of Alfred Schutz and Anthony Giddens's theory regarding lifestyle. The nature of this descriptive qualitative study with a phenomenological approach. The research method used is qualitative. For the selection of informants researchers chose subjects by means of snowball. Data collection techniques with in-depth interviews and observation, whereas data analysis techniques using triangulation techniques. The result of this study is the significance of the use of the product distributions include the use of quality materials, designs always follow the trend, and products berquantity limited (limited edition). While the goal to get is comfort in every product when used, so that is not outdated, and its products are limited.

Keywords: Teen, Woodland, Product Distro

PENDAHULUAN

Pada dasarnya kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder, yang mana kebutuhan primer meliputi sandang, pangan dan papan sedangkan kebutuhan sekunder seperti kebutuhan pelengkap saja seperti barang-barang elektronik dan sebagainya. Namun pada zaman modern ini kebutuhan manusia semakin beragam. Tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan yang mana

kebutuhan sekunder. Pada masyarakat modern, hal seperti ini mengalami banyak pergeseran, misalnya jika kebutuhan pokok telah terpenuhi maka masyarakat modern cenderung untuk mengupayakan pemenuhan kebutuhan yang lain atau bahkan mengupayakan suatu jenis kebutuhan baru untuk dipenuhi.

Kebutuhan akan penghargaan diri ini melibatkan dua kelompok. Pertama, merupakan hasrat akan kekuatan, akan pencapaian, akan kecukupan, akan kenyamanan di mata dunia, dan akan kemerdekaan dan kebebasan. Kedua, adalah hasrat akan reputasi dan

prestise yang didefinisikan sebagai penghormatan dari orang lain, pengenalan, perhatian, kepentingan, atau apresiasi. Pemenuhan kebutuhan ini akan mengakibatkan perasaan nyaman, mempunyai, kuat, mampu, dan berkecukupan untuk menjadi penting di dunia. (Maslow, 1993 : 55)

Menurut pandangan David Chaney dalam bukunya yang berjudul “*Lifestlyle* :Sebuah Pengantar Konprehensif”, gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara orang satu dengan orang lain. Gaya hidup merupakan bentuk kultural yang masing-masing gaya, tata krama dan cara yang berbeda-beda yang merupakan karakteristik suatu individu dalam kelompok. Namun bukanlah pengalaman sosial namun seperangkat praktek dan sikap-sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu (Chaney, 1966 : 40-41)

Berbeda dengan golongan anak muda pribumi zaman dulu yang rata-rata ingin menjadi *priyayi*(bangsawan) dan mengejar status tersebut agar mereka mendapatkan kehormatan dan kemudahan materi ekonomi. Anak muda zaman sekarang yang dicari adalah kemudahan-kemudahan materi dan ekonomi karena dengan materi dan ekonomi mereka akan mendapatkan status dan kehormatan (Ibrahim, 1997 : 192).

Distro atau distribution store adalah suatu toko pakaian dan pernak pernik atau aksesoris dengan suatu konsep yang sangat menarik untuk kalangan remaja. Distro sendiri menjadi suatu tempat dimana para produsen dapat menyalurkan produknya kepada konsumen. Biasanya produsen menitipkan barang produksinya ke distro dan tak jarang sekarang distro tersebut menjual hasil produksinya sendiri. Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah yang cenderung dengan merk indie yang dikembangkan kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk.

Ditempat inilah para remaja menghabiskan beberapa uang sakunya untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Distro sendiri menyediakan suatu barang yang mana barang tersebut memiliki suatu prestise dikalangan remaja saat ini. Para remaja rela menyisihkan beberapa uangnya untuk bisa mendapatkan suatu barang yang ia inginkan di distro tersebut. Bagi para remaja, distro adalah tempat dimana mereka dapat menunjukkan identitas dirinya bahwa produk yang mereka pakai berbeda dengan orang yang ada disekelilingnya. Di kalangan remaja, penggunaan pakaian distro lebih pada upaya untuk mempertinggi nilai estetika dan untuk mendapatkan pengakuan akan dirinya di dalam lingkungannya (prestise). Disini para remaja secara tidak langsung membuat garis stratifikasi sosial diantara kelompok lainnya. Mereka yang tidak menggunakan pakaian distro atau yang menggunakan pakaian yang lebih banyak berada dipasaran dianggap tidak memiliki gaya.

Distro Woodland adalah salah satu dari sekian banyak distro yang ada di Surabaya. Produk-produk yang ditawarkan distro tersebut meliputi t-shirt, kemeja, jaket, dompet, dan lain-lain. Pembeda antara distro Woodland dengan distro-distro yang ada di Surabaya adalah

produk-produk yang ada di Woodland produk-produknya mayoritas besar berasal dari kota Yogyakarta. Beberapa merek yang berasal dari Yogyakarta meliputi Bleed, Flockites, Loserkids, Rookieinside, Anyway, Greenman, dan Unpossed. Merek-merek tersebut hanya tersedia di distro Woodland. Merek-merek tersebut memiliki image yang cukup bagus di kalangan remaja Surabaya. Selain produk yang terbuat dari bahan yang berkualitas dan ciri khas desain dari merek-merek tersebut. Image ini juga tidak luput dari band-band indie yang sedang trend dikalangan remaja pada saat ini. Band-band indie dan juga beberapa pubik figur yang turut serta dalam mempromosikan merek-merek tersebut.

Pakaian yang pada dasarnya hanya media untuk menutupi bagian tubuh saja. Berkembangnya sebuah informasi tentang guna pakaian. Pada saat ini pakaian tidak hanya untuk menutupi bagian tubuh saja melainkan ada makna-makna yang terkandung dalam pakaian tersebut. Dalam kaitannya dengan makna produk distro bagi remaja motivasi yang mendasari mereka menggunakan produk Woodland adalah ingin terlihat berbeda dari orang lain disekitarnya, motivasi dari dalam diri sendiri setelah melihat orang lain menggunakan produk distro tersebut. Ada banyak hal yang membuat para remaja lebih menggunakan produk distro Woodland daripada produk distro yang lain. Pengaruh teman-teman dan orang-orang yang ada disekelilingnya merupakan salah satu faktornya dan kebosanan mereka dengan produk-produk yang ada dipasaran semakin lama menjadi hal yang sangat biasa karena tidak ada sesuatu nilai dari orang lain ketika ia menggunakan produk yang pasaran. Para remaja saat ini memiliki makna tersendiri ketika ia menggunakan sebuah produk-produk khususnya produk Woodland.

KAJIAN TEORI

Untuk mengkaji tentang fenomena penggunaan produk distro Woodland bagi remaja di Surabaya, penelitian ini menggunakan teori dari Alferd Schutz tentang gaya hidup karena pada teori fenomenologi tersebut menjelaskan *because of motive* dan *in order to motive* yang melatar belakangi seorang remaja melakukan tindakan rasionalitas tersebut. Maksud dari *because motive* merupakan motif sebab yang mendasari suatu tindakan dari individu. Motif inilah yang menjadi bahan pertimbangan dari individu, dimana individu itu akhirnya mengalami suatu perubahan dalam perilaku sosial. Sedangkan maksud dari *in order to motive* merupakan motif tujuan yang menjadi sasaran atau harapan tentang makna dugem itu sendiri supaya, keinginannya dapat terwujud. Tindakan sosial terjadi ketika seorang individu menyadari secara penuh kehadiran satu sama lain dan memberikan arti kepada situasi yang dialami (Raho. 2007 : 133).

Alasan peneliti memakai teori fenomenologi karena untuk mengetahui makna produk distro Woodland di Surabaya. Dengan teori fenomenologi ini peneliti dapat mengetahui mengenai *because of motive* dan *in order to motive*. Subjek penelitian yang melatar belakangi rasionalitas individu yang telah terjadi, Schutz memusatkan perhatiannya pada cara orang memahami

kesadaran orang lain, sementara mereka hidup dalam aliran kesadaran mereka sendiri (Ritzer dan Goodman, 2009 : 94).

Untuk mengkaji permasalahan tentang penggunaan produk distro peneliti juga menggunakan teori dari Anthony Giddens yang berbicara tentang gaya hidup karena secara tidak langsung penggunaan produk distro merupakan gaya hidup remaja terutama bagi kalangan remaja yang bertempat tinggal di kota. Kota menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung seorang remaja melakukan penggunaan produk distro yakni dengan adanya distro-distro yang ada di kota. Gaya hidup merupakan cara unik dari setiap orang dalam mencapai tujuan khusus yang telah ditentukan dalam lingkungan hidup tertentu, dimana tempat orang tersebut berada. Gaya hidup didasarkan atas makna yang seseorang berikan mengenai kehidupannya atau interpretasi unik seseorang mengenai inferioritasnya. Setiap orang akan mengatur kehidupannya masing-masing untuk mencapai tujuan akhirnya dan mereka berjuang untuk mencapai hal tersebut. (Bourdieu, 1993 : 37).

Giddens ingin menunjukkan gaya hidup tidak lagi masuk pada wilayah kelompok tertentu saja, tapi hampir semua sudut kehidupan. Fahaman ideologis gaya hidup telah menggantikan nilai-nilai kultural yang sudah ada sehingga, yang tadinya hanya dilakukan untuk mencari kesenangan semata berubah menjadi suatu kebiasaan yang sulit dihentikan dan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup. Armstrong (dalam Nugraheni, 2003) menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yaitu dari dalam diri individu (internal) dan luar (eksternal). (Giddens, 1991 : 202)

METODE

Penelitian ini dimaksudkan untuk memahami tentang makna produk distro Woodland bagi remaja di Surabaya. Sifat dalam penelitian ini disebut deskriptif karena data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz yang dalam fenomenologinya mengawali pemikiran dengan mengatakan bahwa objek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Dalam melakukan penelitian, peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati sehingga peneliti bisa masuk ke dalam dunia interpretasi orang yang dijadikan objek penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz yang mengatakan bahwa fenomenologi mengawali pemikiran dengan mengatakan bahwa objek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Jadi peneliti harus menginterpretasikan realitas yang diamati membuat interpretasi terhadap realitas yang diamati (Kuswarno, 2009 : 40).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2013-Oktober 2013. Lokasi penelitian adalah mall Royal Plaza. Subyek dalam penelitian ini adalah remaja di

Surabaya dengan menggunakan sistem *snowball* yaitu dengan cara mencari salah satu remaja yang memiliki gaya hidup distro dengan menjadikannya *key informan*.

Peneliti mendapatkan informasi tentang subjek yang dapat membantu penelitian ini dari seorang remaja di Surabaya dan membantu peneliti untuk menunjukkan subyek yang akan di wawancarai, kemudian setelah itu peneliti mendatangi subyek yang sudah ditunjukkan *key informan*. Pemilihan subyek dengan *snowball* ini akan berhenti apabila peneliti menemukan kejenuhan data dan menemukan kesamaan data dari subyek yang diteliti.

Teknik pengumpulan data dalam proses penelitian ini memanfaatkan data primer. Pencarian data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam dilakukan agar diperoleh kedalaman, kekayaan serta kompleksitas data yang mungkin tidak didapatkan pada saat observasi. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tak terstruktur. Peneliti melakukan wawancara dengan bebas tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2010 : 74).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dan juga untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak di gunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yakni; memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif Remaja Menggunakan Produk Distro Woodland Store

1. Produk Distro Woodland Memiliki Kualitas Yang Lebih Bagus

Persaingan pasar yang semakin ketat membuat para pebisnis lebih mengasah otak untuk bagaimana cara menarik para pelanggannya. Salah satu cara ialah meningkatkan kualitas produk-produk yang menjadi titik menarik para pelanggan. Distro Woodland salah satu contohnya, adalah salah satu distro yang ada di Surabaya. Produk yang ditawarkan pun juga tidak bisa diragukan lagi. Distro Woodland mampu menarik para customer dengan produk-produk yang bisa dikatakan memiliki kualitas yang lebih bagus dari yang lainnya. Para remaja saat ini lebih selektif dalam memilih produk apa yang akan dipakai dan produk mana yang menurutnya lebih layak untuk dimiliki. Schutz menyebutnya adanya *because motive* sebelum terjadi *in order to motive*. Maksud dari *because motive* merupakan motif sebab yang mendasar suatu tindakan dari individu, motif inilah yang menjadi bahan pertimbangan dari individu, dimana individu itu akhirnya mengalami suatu perubahan dalam perubahan perilaku sosial dan masalah sosial. Sedangkan maksud *in order to motive* merupakan motif tujuan yang

menjadi sasaran atau harapan dari individu ketika dirinya memilih menggunakan produk-produk Woodland.

2. Produk Distro Woodland Memiliki Desain Yang Selalu Up to Date

Remaja saat ini lebih melihat apa yang sedang terjadi saat ini di sekelilingnya. Mereka cenderung tidak mau tertinggal sesuatu apa saja yang sedang berlangsung. Sifat emosional yang masih terdapat dalam diri remaja membuat remaja tersebut memiliki sikap kompetitif dengan remaja lainnya. Mereka saling berkompetisi apa saja yang ia dapat lalu menunjukkannya kepada remaja yang lain atau dikalangan remaja itu sendiri. Para remaja lebih cenderung mencermati hal baru apa saja yang sedang terjadi. Tak terkecuali salah satunya adalah fashion, remaja saat ini melihat fashion sebagai hal yang harus ia cermati setiap harinya. Seperti sudah menjadi keharusan bagi remaja yang berada di kota untuk selalu mengikuti atmosfer apa yang sedang terjadi.

Menurut Schutz tindakan subyektif para aktor tidak muncul begitu saja, tetapi ia ada melalui suatu proses panjang untuk dievaluasi dengan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya dan norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Para subyek yang diteliti si peneliti mempunyai alasan tersendiri untuk menggunakan suatu produk yang akan digunakan berdasarkan pengalaman-pengalaman individu yang bertujuan untuk memaknai produk tersebut.

3. Produk Distro Woodland Memiliki Jumlah Terbatas (Limited Edition)

Distro Woodland layaknya distro pada umumnya distro Woodland juga menawarkan produk-produk berbasis garment/pakaian. Yang membedakan distro Woodland dengan pebisnis-pebisnis garment lainnya salah satunya desain yang selalu up to date atau selalu mengikuti trend yang sedang berlangsung saat ini, dari segi kenyamanan produk distro Woodland menawarkan produk-produk yang memiliki kualitas yang bagus sehingga menimbulkan kenyamanan yang maksimal ketika digunakan. Demi memuaskan para pelanggan atau customer selain desain yang up to date dan tingkat kenyamanan produk, distro Woodland juga menawarkan produk yang terbatas/limited edition.

Menurut Alfred Schutz sebuah kondisi ini merupakan adanya *because motive* sebelum terjadi *in order to motive*. Maksud dari *because motive* merupakan motif sebab yang mendasar suatu tindakan dari individu ketika dirinya memutuskan untuk menggunakan produk tersebut yang mana hal ini yang membuat perubahan perilaku sosial. Sedangkan maksud *in order to motive* merupakan motif tujuan yang menjadi harapan dari individu ketika ia memilih caranya sendiri untuk bersosialisasi dengan individu lain. Umumnya para remaja saat ini lebih selektif dalam pemilihan produk yang akan dipakainya. Selain desain yang menarik, keterbatasan produk yang ditawarkan (limited edition) menjadi suatu pertimbangan bagi remaja saat ini. Seperti salah satu subyek yang diteliti si peneliti mengungkapkan bahwa produk-produk

yang ditawarkan oleh distro Woodland tidak lebih dari 3pcs per katalog nya atau per desainnya. Produk yang ada di Woodland tidak di produksi secara massal demi menjaga sifat eksklusifnya.

Makna Menggunakan Produk Distro Woodland

1. Kenyamanan setiap produknya

Bagi kalangan remaja saat ini produk-produk distro Woodland menawarkan produk-produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas menimbulkan suatu kenyamanan bagi penggunaannya. Schutz mengungkapkan bahwa dalam teori fenomenologinya, terdapat dua realitas yaitu realitas objektif dan realitas subjektif. Realitas objektif merupakan realitas dalam masyarakat sosial yang sifatnya seharusnya, sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang bersifat senyatanya. Dalam realitas subjektif ini yang nantinya akan memunculkan dua konsep yaitu, *because motif* (sebab/penyebab) serta *in order to motif* (tujuan) yang kemudian akan melahirkan suatu tindakan. Itu yang dialami para subyek yang diteliti si peneliti. Para subyek menyatakan bahwa produk-produk di distro Woodland memiliki kualitas yang bagus sehingga nyaman untuk digunakan.

Produk-produk yang ada di Woodland berbeda dengan produk-produk yang ada di pasaran saat ini. Di distro Woodland sebuah produk terbuat dari bahan yang memiliki kualitas unggulan dikelasnya. Seperti contoh bahan t-shirt di distro Woodland menggunakan kain yang berbahan 100% cotton (kapas) yang bila digunakan si pengguna merasakan nyaman, dan sangat lembut.

2. Supaya Tidak Ketinggalan Zaman

Di era globalisasi ini manusia dituntut untuk lebih cepat menanggapi apa yang sedang terjadi diluar sana. Masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban masa kini. Hal ini berarti bahwa masyarakat modern adalah masyarakat yang mengikuti setiap perkembangan zaman, kebudayaan dan berbagai simbol kekinian.

Melalui konsep gaya hidup, Adler menjelaskan keunikan manusia. Setiap manusia memiliki tujuan, perasaan inferior, berjuang menjadi superior dan dapat mewarnai atau tidak mewarnai usaha mncapai superioritasnya itu dengan minat sosial. Akan tetapi, setiap melakukannya dengan cara yang berbeda. Gaya hidup merupakan cara unik dari setiap orang dalam mencapai tujuan khusus yang telah ditentukan dalam lingkungan hidup tertentu, ditempat orang tersebut berada. Secara tidak langsung masyarakat modern dituntut untuk menjadi masyarakat yang tidak tertinggal oleh jaman. (Hall, Calvin. 1985 :79). Seperti Produk-produk distro Woodland memiliki desain produk yang up to date. Desain up to date disini yang dimaksud desain yang selalu mengikuti perkembangan fashion yang sedang terjadi. Subyek yang diteliti si peneliti menggunakan produk-produk distro Woodland dikarenakan produk-produknya yang up to date. Salah satu subyek mengatakan bahwa alasan dia menggunakan produk Woodland Store karena ia tak ingin ketinggalan jaman.

3. Produknya Yang Tidak Pasaran

Pada masyarakat modern, khususnya remaja kebutuhan akan penghargaan dan aktualisasi diri lambat laun mendominasi setiap pola gaya hidup mereka. Ada dua jenis kebutuhan manusia manusia yakni kebutuhan akan respon atau tanggapan dan kebutuhan terhadap pengakuan yang wujudnya berupa keinginan untuk mendapatkan pujian. Para remaja beranggapan bahwa ia ingin menunjukkan siapa dia dengan menggunakan produk-produk tertentu. Produk-produk Woodland yang memiliki kriteria desain yang up to date dan produk-produknya berquantity limited contohnya mampu menarik minat remaja saat ini. Produk-produk yang limited ini membuat para subyek menggunakan produk-produk Woodland untuk menumbuhkan kepercayaan diri ketika produk yang ia pakai berbeda dengan produk yang dipakai orang lain. Dalam hal ini para subyek beranggapan bahwa produk yang dipakainya merupakan produk yang tidak pasaran. Giddens pun mengatakan identitas diri adalah suatu proyek yang diwujudkan, yang dipahami oleh para individu dengan cara-cara pendirian mereka sendiri, dan cara-cara menceritakan, mengenai identitas personal dan biografi mereka yang berujung pada pencitraan individu tersebut.

KESIMPULAN

Distribution Store atau yang lebih sering disebut dengan distro adalah suatu tempat dimana didalamnya terdapat produk-produk yang menarik para pelanggan khususnya para remaja karena dinilai produk-produk tersebut sangat cocok untuk kalangan remaja masa kini. Produk-produk yang disajikan pun beragam mulai dari t-shirt, kemeja, celana panjang/pendek, jaket, dompet, dll. Seperti salah satu distro yang menyajikan produk-produk tersebut adalah Woodland Store. Produk-produk yang disajikan mampu menarik perhatian remaja Surabaya karena produknya-produknya yang memiliki kualitas bahan yang berkualitas, disamping itu desain-desainnya yang selalu mengikuti perkembangan zaman, dan yang menjadikan ciri khas produk-produk di Woodland Store ialah produk-produknya yang memiliki quantity terbatas yang bisa dikatakan produknya limited edition. Para remaja Surabaya memaknai produk-produk Woodland sebagai produk yang nyaman untuk digunakan karena terbuat dari bahan yang berkualitas, supaya tidak tertinggal perkembangan jaman karena desain-desain produk Woodland selalu mengikuti trend, dan yang terakhir para remaja Surabaya memaknai produk Woodland supaya tidak ada yang "ngembarin" karena produk-produknya yang memiliki quantity terbatas atau lebih limited editon. Dalam fenomena ini Schutz mengatakan bahwa tindakan subyektif para aktor tidak muncul begitu saja, tetapi ia ada melalui suatu proses panjang untuk dievaluasi dengan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya dan norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Dengan kata lain, sebelum masuk pada tataran *in order to motive*, menurut Schutz ada tahapan *because motive* yang mendahului.

Disisi lain para remaja menggunakan produk-produk tersebut untuk memberitahukan bahwa mereka berbeda dengan teman-temannya. Seperti para subyek yang diteliti si peneliti mayoritas mereka bangga dan puas saat menggunakan produk tersebut untuk menunjukkan bahwa mereka berbeda dari individu yang lain, seperti yang diucapkan Giddens bahwa mereka merasa puas ketika mendapat pengakuan dari individu di sekelilingnya.

Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada penelitian ini adalah remaja disarankan untuk lebih rasional dalam penggunaan suatu produk khususnya pakaian. Hendaknya lebih mengedepankan nilai guna jangan hanya terpaku pada pemaknaan suatu produk. Dalam hal lain hendaknya juga para remaja remaja lebih bisa menghargai waktu dan uang karena jalan yang akan ditempuh masih panjang dibandingkan menggunakan suatu produk yang hanya bertahan beberapa waktu saja. Meningkatkan budaya hemat untuk masa depan yang lebih baik. Remaja yang mayoritas masih belum stabil tingkat emosionalnya cenderung mengambil suatu tindakan tanpa melihat dampak apa yang akan terjadi. Peranan orang tua dan orang disekelilingnya sangat berpengaruh dalam perkembangan mental dan emosional remaja tersebut. Bagi para produsen hendaknya lebih variatif lagi dalam menciptakan suatu produk. Beri pesan-pesan moral yang menarik ketika suatu individu telah menggunakan produk-produk distributin store (distro) khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaney David. 1966. *Lifestlyle Sebuah Pengantar Konfrehensif*, Yogyakarta : Jalan Sutra.
- Giddens, Anthony. *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- Hall, Calvin S. & Gardner Lindzey. (1985). *Intoduction to Theories Personality*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung : Widya Padjadjaran.
- Maslow, Abraham H. *Motivasi dan Kepribadian*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 1993
- Raho Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Bandung : Prestasi Pustakaraya
- Schutz, Alfred 1970. *On Phenomenology and Social Relations*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.