

**PERILAKU BUDAYA *HYPEBEAST* PADA KALANGAN REMAJA
DI DESA BONTO BAJI KABUPATEN BULUKUMBA**

Abdul Malik Iskandar*¹, Arfenti Amir², Agus³, Akhiruddin⁴, Abdul Rahman⁵, Harifuddin⁶

¹²³⁴⁵Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas Megarezky Makassar, Indonesia

⁶Program Studi Sosiologi, FISIP, Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia

¹²³⁴⁵⁶abdulmalikiskandar@unimerz.ac.id, arfenti79@gmail.com, agusgugun210497@gmail.com,
akhiruddin114@gmail.com, rahmansutte@gmail.com, harifuddin.halim@universitasbosowa.ac.id

Abstract

This study aims to examine and describe the behavior of adolescents in following the hypebeast culture and the causes of hypebeast cultural behavior among adolescents in Bonto Baji Village, Bulukumba Regency. The approach used in this research is qualitative with the type of explanatory case study. The focus of this research is teenagers who behave hypebeast. The number of informants was 8 people using the snowball sampling technique. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data analysis technique is by using data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The validity of the data in this study was carried out through internal validation (credibility), dependability (defendability) and certainty of objectivity (confirmability). Data validation techniques used were source triangulation and method triangulation. The results of the study show that: 1) the rapid development of technology is one of the indicators of the large number of teenagers who are starting to follow contemporary cultural trends such as hypebeast behavior. Teenagers have the perception that following the cultural trend of hypebeast behavior like that will give self-confidence. 2) The causes of hypebeast cultural behavior among adolescents are environmental influences which are one of the factors that cause adolescents to behave hypebeast and a lack of knowledge of the impacts and consequences in terms of the hypebeast trend cultural behavior which can plunge into negative things, which are generally as a teenager does have a very high curiosity when discovering or seeing something new and following the hypebeast lifestyle such as joining friends, media influence and self-desire.

Keywords: Lifestyle; Youth; Hypebeast Culture

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan perilaku remaja dalam mengikuti budaya *hypebeast* dan penyebab terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan jenis studi kasus eksplanatoris. Fokus penelitian ini adalah remaja yang berperilaku *hypebeast*. Jumlah informan berjumlah 8 orang dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu dengan menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pada keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui validasi internal (*credibility*), Kebergantungan (*defendability*) dan kepastian objektivitas (*confirmability*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) berkembangnya teknologi yang begitu pesat menjadi salah satu indikator banyaknya remaja yang mulai mengikuti budaya *trend* kekinian seperti perilaku *hypebeast*. Remaja memiliki persepsi bahwa mengikuti budaya *trend* perilaku *hypebeast* yang seperti itu akan memberikan kepercayaan diri tersendiri. 2) Penyebab terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja adalah pengaruh lingkungan yang menjadi salah satu faktor yang menyebabkan remaja berperilaku *hypebeast* serta

kurangnya pengetahuan akan dampak dan akibat dalam hal perilaku budaya *trend hypebeast* yang dapat menjerumuskan kedalam hal-hal yang negatif, dimana pada umumnya sebagai seorang remaja memang memiliki rasa ingin tahu yang sangat tinggi apabila menemukan atau melihat suatu hal baru dan mengikuti gaya hidup *hypebeast* seperti ikut-ikutan teman, pengaruh media serta keinginan diri.

Kata Kunci: Gaya hidup; Remaja; Budaya *Hypebeast*



Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licensi CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan masa peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa yang di tandai dengan pertumbuhan dan perkembangan biologis dan psikologis. Secara biologis ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya seks primer dan seks sekunder sedangkan secara psikologis ditandai dengan sikap dan perasaan, keinginan dan emosi yang labil atau tidak menentu. Dalam usaha memperluas pergaulan, remaja sering menghadapi berbagai macam keadaan, mengalami pengaruh lingkungan baik yang mengarahkan maupun yang mengombang ambingkannya (Bariyyah, Khoirul & Farid, 2016).

Perkembangan pada era globalisasi berdampak pada munculnya kultur baru yang disebut dengan "*hypebeast*" yang ada di dunia fashion. Munculnya kultur "*hypebeast*" ini disebabkan karena adanya beberapa merek yang tidak terlalu terkenal tetapi saat ini merk-merk tersebut terkena dampak atau istilah yang dipakai di dunia fashion adalah "*hype*" atau sedang "*tren*". *Hypebeast* awal mulanya merupakan media yang digunakan untuk memfitur tentang budaya populer (*pop culture*).

Hypebeast merupakan sebuah tren kekinian yang banyak dibicarakan anak muda. Dari istilah yang digunakan, yaitu *beast*, *monster*, dan sifat fanatik, bisa dimaknai bahwa *hypebeast* adalah kebiasaan fanatik yang berlebihan terhadap suatu tren. *Hypebeast* merupakan seseorang yang mengikuti tren terkini atau memakai apa yang sedang "*hype*" (kekinian) dan berusaha terus mengumpulkan pakaian, sepatu, dan aksesoris untuk tujuan mengesankan orang lain (Larasati, 2019).

Budaya *hypebeast* sebagai bagian dari budaya populer tumbuh marak di kalangan anak muda. *Hypebeast* adalah istilah bagi seseorang yang sangat terobsesi (*beast*) untuk mengikuti tren dalam fashion (*hype*). Menariknya, *hypebeast* tidak muncul dari produk-produk yang sudah glamour yang sudah lama kita kenal seperti *Channel*, *Louis Vuitton*, atau

Gucci. Arus tren *hypebeast* mengarah kepada jenis pakaian yang kita gunakan sehari-hari atau bisa di bilang *streetwear*. Pakaian seperti jaket *hoodie*, kaos, celana training hingga *sneaker* yang dikeluarkan merek-merek ternama memiliki kelas dan nilai jual sangat tinggi. Fakta ini cukup menarik tentang pergeseran nilai yang fantastis pada produk yang selama ini bukan barang mewah. Namun orang-orang, khususnya anak muda seperti terobsesi bahwa pakaian itu punya harga yang setara dengan barang antik dan mempunyai harga yang fantastis (Nabilarsl, 2019).

Budaya populer juga lahir atas perilaku konsumsi masyarakat. Budaya populer tidak hanya muncul dalam bentuk tertentu tetapi juga muncul dalam bentuk apa yang kita konsumsi untuk kebutuhan tubuh kita, apa yang kita tonton, dengarkan, pakai, dan lain sebagainya. Seperti namanya yaitu "populer" budaya ini tidak hanya muncul begitu saja. Namun muncul karena adanya suatu hal yang tadinya biasa saja namun tiba-tiba menjadi suatu fenomena populer, yang kemudian didukung oleh media untuk semakin menebarkan pesona kepopulerannya (Hamid, 2012).

Dalam kalangan masyarakat sekarang khususnya para remaja yang menggemari bidang fashion dengan memunculkan *stereotype-stereotype* bahwa orang yang mengenakan item fashion "*hypebeast*" itu dikatakan keren dan kekinian. Sehingga, sulit menanggukhan terpenuhinya suatu kebutuhan tertentu. Biasanya remaja yang mengikuti tren berbau pada "*hypebeast*" memiliki berbagai produk fashion seperti handphone, tas, pakaian, sepatu, hingga aksesoris menjadi kebutuhan yang selalu ingin dipengaruhi oleh remaja. Hal ini disebabkan karena para remaja ingin selalu tampil sebagai pusat perhatian dengan memiliki persepsi terhadap merk-merk fashion berbasis *streetwear* tersebut. Seperti *Supreme*, *Apple*, *Alexsander Cristine*, *Nike*, *Gucci*, dan lain sebagainya. Persepsi konsumen tersebut dinamakan Citra Merek (*Brand Image*), citra merek sendiri dapat mempengaruhi para konsumen "*hypebeast*" dengan cara menambah

kepercayaan diri, ide, beserta kesan yang dimiliki oleh individu pada suatu merek.

Timbulnya perilaku budaya *hypebeast* membuat seseorang menjadi gemar dalam berbelanja berdasarkan selera saja. Dilihat dari masalah yang terjadi di di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba, bahwa remaja ini rela membeli barang-barang bermerek yang tergolong *hype* seperti sebuah jam tangan dengan merek *Alexander Cristine (AC)* dan beberapa barang lainnya yang tergolong mahal. Oleh karena itu, gaya hidup ini sebenarnya hanya cocok untuk orang yang memiliki penghasilan menengah keatas. Namun yang terjadi di lapangan bahwa mereka rela memaksakan diri untuk memiliki sesuatu tanpa mengukur pada pendapatan keuangan. Dari penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa ketika individu menginjak usia remaja mereka cenderung untuk mengikuti kelompok sebagai referensinya agar mendapatkan pengakuan serta penghargaan dari lingkungannya.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menggunakan teori utama masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard. Dengan asumsi Kalangan Remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba yang menyukai dan mengonsumsi citra yang melekat pada produk-produk yang tergolong *hype*, dan bukan lagi kegunaannya sehingga menjadikan masyarakat sebagai konsumen yang tidak pernah merasa puas dan kemungkinan akan memicu terjadinya konsumsi secara terus menerus. Dengan melihat dari realitas sosial yang terjadi maka, menarik untuk dikaji perilaku remaja dalam mengikuti budaya *hypebeast* dan penyebab terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai perilaku remaja dalam mengikuti budaya *hypebeast* dan penyebab terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai pewawancara yang mengumpulkan data dengan bantuan alat pencatat pengamatan (*field note*), pedoman wawancara (*guided interview*), alat untuk merekam proses wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan 8 orang informan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*.

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian, karena poin penting dalam penelitian adalah memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pada keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui validasi internal (*credibility*), Kebergantungan (*defendability*) dan kepastian objektivitas (*confirmability*) Satori dan Komariah (2010: 164).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Perilaku remaja dalam mengikuti budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba.

Interpretasi peneliti sebagaimana hasil wawancara pada beberapa informan dengan data yang ada peneliti melihat bahwa perilaku gaya hidup remaja dalam mengikuti tren *hypebeast* karena adanya persepsi dengan mengikuti gaya hidup yang sedang tren bisa membuat mereka lebih percaya diri serta memangkas adanya perasaan mereka dalam status sosial, selain itu para remaja menyakini ketika barang-barang itu memiliki harga yang tinggi maka kualitasnya juga pasti akan bagus. Alasan mengikuti perkembangan zaman dan IPTEK tentunya berpengaruh pada perilaku hidup yang mereka ikuti dan tidak ingin tertinggal dengan orang-orang yang ada di kota apalagi dengan adanya informasi yang mudah mereka akses setiap saat seperti di media sosial dan lain sebagainya.

Fenomena budaya *hypebeast* sendiri muncul diikuti dengan adanya modernisasi dan perkembangan IPTEK yang banyak merubah kehidupan zaman selain itu perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman. Sebagaimana yang telah di ungkapkan oleh informan utama G.B (Wawancara, 15 Juli 2022) yang mengungkapkan bahwa: “Saya hanya mengikuti perkembangan gaya hidup saat ini. Saya merasa ketinggalan zaman jika tidak mengikutinya. Dan ketika saya memiliki barang-barang *branded* kepercayaan diri saya meningkat ketika bertemu dengan teman-teman saya maupun orang lain”.

Banyaknya remaja yang sudah mulai mengikuti budaya yang sedang tren seperti perilaku *hypebeast*. Remaja memiliki persepsi bahwa mengikuti budaya yang seperti itu akan memberikan

kepercayaan diri tersendiri. Selain itu, alasan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi yang begitu pesat menjadi salah satu indikator dan alasan remaja dalam memilih perilaku gaya hidup *hypebeast*, sebagaimana yang telah diungkapkan oleh informan I.J (Wawancara, 16 juli 2022) yang mengatakan bahwa: “Saya berperilaku seperti ini karena mengikuti zaman saja dan melihat di media sosial seperti di *facebook, tik tok, twirter*, dan *instagram*. Ketika saya melihat barang-barang yang ada di media sosial itu menarik bagi saya dan ingin membelinya walaupun mahal yang penting ikuti zaman dan jangan tertinggal dari orang-orang yang ada di kota”.

Interpretasi peneliti sebagaimana hasil wawancara pada beberapa informan dengan data yang ada peneliti melihat bahwa perilaku gaya hidup remaja dalam mengikuti tren *hypebeast* karena adanya persepsi dengan mengikuti gaya hidup yang sedang tren bisa membuat mereka lebih percaya diri serta memangkas adanya perasaan mereka dalam status sosial, selain itu para remaja menyakini ketika barang-barang itu memiliki harga yang tinggi maka kualitasnya juga pasti akan bagus. Alasan mengikuti perkembangan zaman dan iptek tentunya berpengaruh pada perilaku gaya hidup yang mereka ikuti dan tidak ingin tertinggal dengan orang-orang yang ada di kota apalagi dengan adanya informasi yang mudah mereka akses setiap saat seperti di media sosial.

2. Faktor penyebab terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba.

Peneliti melihat bahwa adanya faktor internal dan eksternal pada remaja sehingga mereka mengikuti perilaku budaya yang sedang tren seperti dalam pengamatan dan pengalaman remaja serta adanya lingkungan dan pergaulan mereka. Yang pada awalnya hanya sekedar ikut-ikutan kemudian mulai menyukai perilaku tersebut dengan persepsi bahwa ketika mereka sedang berkumpul dengan teman sebayanya tidak ada lagi perasaan di kucilkan karena di anggap tidak mengikuti budaya yang sedang tren di masyarakat.

a. Faktor internal

Faktor internal terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji adalah krisis identitas. Perubahan biologis dan sosiologis pada diri remaja memungkinkan terjadinya dua bentuk integrasi. Integrasi pertama, terbentuknya perasaan konsisten dalam kehidupannya. Integrasi kedua, tercapainya identitas peran. perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan

remaja terjadi karena remaja gagal mencapai masa integrasi kedua. Remaja yang berperilaku *hypebeast* di pengaruhi oleh media-media sosial yang selalu memberikan informasi-informasi terkini mengenai *fashion* yang tren mempengaruhi remaja sehingga tidak tercapainya identitas peran. Salah satu informan G.A (Wawancara 16 Juli 2022) yang menyatakan pada saat wawancara bahwa: “saya sering kali melihat di media-media sosial berkaitan dengan budaya yang sedang tren mulai dari pakian hingga aksesoris-aksesoris dan lain sebagainya sehingga saya terdorong dengan keinginan yang kuat untuk memilikinya, saya tidak peduli bagaimana cara mendapatkannya. Namun yang terpenting adalah saya harus memilikinya”.

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan tentunya akan banyak memiliki pengaruh dari segala aspek perubahan mulai dari teknologi dan perubahan tingkah laku manusia, sehingga perilaku remaja yang mengikuti budaya *hypebeast* menyebabkan remaja gagal dalam tercapainya identitas peran. Sebagaimana diungkapkan oleh informan I.J (Wawancara, 16 Juli 2022) saat melakukan wawancara yang mengatakan bahwa: “kita hanya bisa mengikuti perubahan itu zaman agar dikatakan selalu eksis kita tidak boleh tertinggal dengan orang lain, ini juga menjadi pembuktian bahwa bukan hanya orang-orang di kota yang bisa memiliki barang yang sedang tren tetapi kita juga bisa, termasuk dalam hal *fashion* dan penggunaan teknologi itu sendiri dalam kehidupan sehari-hari”.

Berdasarkan keterangan informan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja juga banyak mendapat pengalaman yang banyak mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman yang diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan mereka pelajari hasil dari pengalaman tersebut dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

b. Faktor eksternal

Lingkungan tempat tinggal merupakan tempat remaja untuk mencari jati diri dan tempat berinteraksi dengan masyarakat di sekitarnya. Ketika orangtua tidak mampu mengontrol pergaulan anak ketika berada diluar lingkungan rumah maka anak akan mudah terpengaruh dan bisa menjadi penyebab anak tersebut putus sekolah. Seperti yang terjadi pada remaja-remaja di Desa Bonto Baji dalam perilaku budaya *hypebeast*. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh informan G.B (Wawancara, 15 Juli 2022) yang mengatakan bahwa: “Pada awalnya saya tidak terlalu tertarik dengan gaya hidup yang boros dan membeli barang-barang yang sedang tren,

karena memiliki harga yang cukup mahal, tetapi lama-kelamaan saya mulai ikut-ikutan dengan teman saya. Dengan alasan agar tidak ada rasa minder ketika berkumpul bersama teman”.

Lingkungan tempat mereka bergaul tentunya memiliki pengaruh dalam perubahan perilaku, jika di tempat itu banyak remaja yang mengikuti budaya tren *hypebeast* maka seolah-olah lingkungan itu juga membentuknya seperti itu. Tidak bisa dielakkan lingkungan menjadi sesuatu bagian yang membentuk perilaku dengan adanya interaksi sosial. Sebagaimana ungkapan dari informan N.H (Wawancara, 15 Juli 2022) yang mengatakan bahwa: “lingkungan sangat mempengaruhi saya dalam perubahan gaya hidup tapi saya rasa itu wajar-wajar saja, karna teman-teman saya hampir semuanya juga seperti itu, ketika saya tidak mengikuti maka saya dianggap berbeda dalam pergaulan saya dengan teman”.

Berdasarkan keterangan informan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja pasti saling mempengaruhi satu sama lain dimana ketika ada salah satu dari mereka yang terlihat dominan maka yang lain juga pasti ingin mengikutinya. Ini yang membuat remaja terkadang memiliki referensi dalam mengikuti suatu budaya *tren* seperti perilaku *hypebeast*.

Pembahasan

1. Perilaku remaja dalam mengikuti budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba.

Setiap remaja tentunya memiliki lingkungan yang berbeda-beda serta latar belakang ekonomi, pendidikan, pergaulan dan keluarga, pergaulan remaja yang mulai mengarah ke perilaku menyimpang, pergaulan yang salah tentunya menjadi salah satu penyebabnya. Apalagi di zaman sekarang ini dengan alasan modernisasi para remaja selalu ingin mencoba sesuatu yang baru menurut mereka seperti dengan kemunculan perilaku budaya *tren hypebeast* tanpa memikirkan akibatnya.

Pemakaian dan pembelian suatu barang saat ini kebanyakan dari remaja tidak lagi melihat dan memaknai bahwa suatu barang sebagai kebutuhan hidup semata, tetapi karena adanya faktor keinginan yang tidak begitu berguna, contohnya mengikuti *tren hypebeast*, menaikkan wibawah dan gengsi. Hal itu menjadi penyebab daya beli dan sikap konsumtif menjadi-jadi. Remaja yang mengikuti perilaku seperti ini membeli produk bukan karena menjadi kebutuhan semata tetapi karena alasan produk itu sedang *tren*.

Remaja memiliki persepsi bahwa mengikuti budaya *tren* seperti itu akan memberikan kepercayaan diri tersendiri. Tapi bukan hanya sekedar pertimbangan untuk meningkatkan kepercayaan diri remaja ketika memakai barang-barang *branded*, tetapi mereka meyakini bahwa ketika barang itu memiliki harga yang mahal maka tentunya barang itu memiliki kualitas yang bagus baik dari segi pakaian, sepatu, handphone, dan aksesoris lainnya. Gaya hidup remaja banyak mengikuti budaya yang *tren* seperti di kota-kota besar, mengikuti *tren* yang terkadang tidak cocok dan terkesan memaksakan. Gaya hidup modern selain memberi sisi positif seperti mulai dari pola pikir, cara bertindak dan cara berbicara. Pasti juga memiliki sisi negatif yang perlu menjadi perhatian. Dengan adanya tujuan untuk mengikuti perkembangan sebagai bentuk gaya hidup, sebenarnya remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti apa yang sedang *tren* dalam menunjang penampilan mereka dimuka publik.

Keadaan dari hiperrealitas membuat masyarakat modern menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang kurang jelas esensinya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa masyarakat yang tidak lagi dikuasai oleh kelas sosial yang tunggal, tetapi mulai berkembang dari sosial budaya menuju masa yang lebih heterogen, seperti melalui remaja yang lebih senang dengan produk *branded* atau barang-barang yang lumayan mahal meskipun berada dikelas sosial menengah bawah. Dunia yang penuh dengan simulasi-simulasi atau disebut sebagai “*simulacrum*” yang kemudian membaaur dengan kenyataan/realitas. Dengan alasan ini peneliti memberikan kesimpulan bahwa perilaku budaya *tren hypebeast* remaja bukan hanya sekedar ikut-ikutan tetapi memang beberapa dari mereka menjadi kebutuhannya karena bisa memberikan rasa percaya diri kepada mereka.

Remaja banyak melihat pada media mengenai *fashion-fashion* yang sedang *tren* atau yang lagi *booming* hal yang seperti ini kemudian dilihat sebagai *hiperrealitas* sebagaimana yang di jelaskan oleh Jean Baudillard bahwa pada perkembangan teknologi nantinya orang-orang akan melihat dimana mereka menganggap kesemuannya lebih nyata daripada kenyataan dan kepalsuan dianggap lebih benar dari pada kebenaran. Artinya, masyarakat khususnya pada remaja di Desa Bonto Baji mereka kadang kala lebih percaya pada isu ketimbang informasi, rumor (cerita dari mulut kemulut, melihat dari media) dianggap lebih benar dari pada kebenaran akhirnya, dimana remaja tidak dapat lagi membedakan antara kebenaran dan

kepalsuan dan antara isu dan realitas (Mahyudin, 2020).

Keadaan dari hiperrealitas ini membuat masyarakat modern menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang tidak jelas esensinya. Sama halnya perilaku remaja yang sudah mulai memasuki dunia *hypebeast* pada remaja di Desa Bnto Baji, jelas dari gaya hidup remaja tersebut beberapa dari mereka mengkonsumsi bukan karena kebutuhan ekonominya melainkan karena model-model dari simulasi yang menyebabkan gaya hidup masyarakat sudah mulai memiliki perbedaan dan ingin lebih diperhatikan gaya hidupnya dan nilai mereka junjung tinggi.

Hal ini dapat dilihat dari masyarakat yang tidak lagi dikuasai oleh kelas sosial yang tunggal, melainkan telah berkembang dari sosial budaya menuju masa yang lebih heterogen yang saling merebutkan hegemoni, seperti melalui remaja yang lebih senang dengan produk branded atau barang-barang yang lumayan mahal meskipun berada dikelas sosial menengah ke bawah. Dunia yang penuh dengan simulasi-simulasi atau dalam hiperrealitas disebut sebagai "*simulacrum*" yang kemudian membaur dengan kenyataan/realitas.

2. Faktor penyebab terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji Kabupaten Bulukumba.

Menurut kotler menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan (Ambadra & Lestari, 2018). Dari pendapat tersebut dapat dikelompokkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu dan faktor yang berasal dari luar.

a. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang diwarisi oleh orang tua kepada anak faktor internal ini sangat berperan penting dalam pertumbuhan sikap remaja, karena dengan adanya faktor internal yang sehat dan terpola maka akan menjadikan remaja disetiap keinginannya dapat mereka sadari dengan baik dan bertanggung jawab serta mampu mengendalikan diri dalam segi mengikuti gaya hidup yang ada tidak pula semerta-merta menerima informasi begitu saja tanpa mereka cek langsung kebenarannya.

Faktor internal terjadinya perilaku budaya *hypebeast* pada kalangan remaja di Desa Bonto Baji adalah krisis identitas. Krisis identitas

adalah kondisi ketika seseorang mempertanyakan jati diri mereka dan apa fungsi mereka ada di dunia ini. Krisis identitas biasanya terjadi pada remaja yang sedang dalam masa analisis dan eksplorasi terkait perkembangan harga diri. Remaja kerap mengalami krisis identitas dikarenakan usia remaja adalah transisi menuju kedewasaan. Pada masa transisi ini, ada begitu banyak yang terjadi mulai dari perubahan bentuk fisik, hormon, mulai menyukai lawan jenis, penerimaan teman sebaya, dan sebagainya.

Kombinasi-kombinasi hal inilah yang membuat remaja kerap mengalami krisis identitas, dimana remaja di Desa Bonto Baji yang berperilaku *hypebeast* di pengaruhi oleh media-media sosial yang selalu memberikan informasi-informasi terkini mengenai *fashion* yang tren mempengaruhi remaja sehingga tidak tercapainya identitas peran. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman yang dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat mereka pelajari hasil dari pengalaman tersebut dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek. Pengalaman yang sudah di lewati oleh remaja tentunya akan mereka jadikan patokan dalam hal berperilaku.

b. Faktor eksternal

Menurut Kotler dijelaskan bahwa gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Pamungkas, 2019). Hal ini berarti gaya hidup adalah perpaduan antara pola pikir dan ekspresi seseorang yang menonjol dan membedakan antara satu orang dengan orang lain yang masih masuk akal dalam konteks tertentu. Oleh karena itu, banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang, misalnya gaya hidup *hedonis*, gaya hidup *hypebeast*, gaya hidup *metropolis*, dan lain sebagainya. Gambaran ini menjadi perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri serta harapan kelompok terhadap seseorang. Perilaku ini merupakan suatu produk yang dihasilkan akibat dari kemajuan dalam berbagai bidang yang melalui daya cipta, rasa dan karsa manusia.

Lingkungan bisa menjadi pengaruh perkembangan mental dan perilaku remaja seperti halnya remaja yang ada di Desa Bonto Baji, peneliti menemukan banyak remaja yang sudah mulai mengikuti budaya tren *hypebeast*. Lingkungan tempat mereka bergaul tentunya memiliki pengaruh dalam perilaku seseorang, jika di tempat itu banyak remaja yang mengikuti budaya tren *hypebeast* maka seolah-olah lingkungan itu juga membentuknya seperti itu. Peneliti melihat bahwa pergaulan remaja di Desa Bonto Baji menjadi salah satu penyebab

utama dalam mengikuti perilaku budaya *hypebeast* dimana mereka selalu ingin tampil paling *up tu date* di antara masyarakat pada umumnya. Hal ini membuat mereka yang awal-awalnya hanya ikut-ikutan teman kemudian secara perlahan mengikuti perilaku gaya hidup yang mereka anggap cocok dengan dirinya. Remaja dalam mengikuti gaya hidup *Hypebeast* berdasarkan dari lingkungan dan pergaulannya dengan memiliki motif makna dan pengalaman yang sama dan kemudian ikut-ikutan bahwa budaya *hypebeast* bisa menjadikan diri mereka memunculkan eksistensi diri.

Peneliti melihat bahwa pergaulan remaja di Desa Bonto Baji menjadi salah satu penyebab utama dalam mengikuti perilaku gaya hidup *hypebeast* dimana mereka selalu ingin tampil paling *up tu date* di antara masyarakat pada umumnya. Hal ini membuat mereka yang awal-awalnya hanya ikut-ikutan teman kemudian secara perlahan mengikuti perilaku gaya hidup yang mereka anggap cocok dengan dirinya. Selain itu remaja juga terkadang lebih banyak mendengar informasi atau cerita dari teman ke teman bahwa barang ini sedang tren tanpa mereka mencari tahu lagi kebenaran dari informasi itu sendiri. Remaja dalam mengikuti gaya hidup *hypebeast* berdasarkan dari lingkungan dan pergaulannya dengan memiliki motif makna dan pengalaman yang sama dan kemudian ikut-ikutan bahwa *hypebeast* bisa menjadikan diri mereka memunculkan eksistensi diri (Pamungkas, 2019).

3. Keterbatasan dan Peluang

a. Keterbatasan dalam Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya peneliti memiliki keterbatasan waktu dan juga biaya yang seadanya. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, tentunya terdapat kelemahan keterbatasan dan kekurangan. Kekurangan dan keterbatasan yang ada. Seperti kurangnya eksplorasi teori yang dapat memperkaya penelitian. Menurut peneliti eksplorasi teori sangat penting untuk menambah wawasan keilmuan sosiologi, khususnya dalam mempelajari perilaku gaya hidup remaja. Selanjutnya adalah kendala teknis di lapangan, kurangnya fokus dalam pengerjaan penelitian ini karena peneliti masih aktif di beberapa organisasi.

b. Peluang dalam penelitian

Dalam penelitian tentunya tidak ada yang sempurna maka dari itu setiap penelitian mempunyai potensi atau peluang, peluang yang dimaksud adalah secara sederhana artinya kesempatan atau harapan munculnya sesuatu yang

diinginkan. Peluang-peluang dalam penelitian ini yang dilihat peneliti antara lain sebagai berikut:

- 1) Peluang untuk meneliti bagaimana pengaruh *brand image* (citra merek) terhadap keputusan pembelian barang.
- 2) Bagaimana pola interaksi remaja yang berperilaku *hypebeast*.
- 3) Bagaimana pengalaman remaja dalam menggunakan gaya hidup *hypebeast*. Bagaimana remaja memaknai diri sebagai pengguna *hypebeast* itu sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang perilaku budaya *trend hypebeast* maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berkembangnya teknologi yang begitu pesat menjadi salah satu indikator banyaknya remaja yang mulai mengikuti gaya hidup yang sedang *trend* seperti perilaku *hypebeast*. Remaja memiliki persepsi bahwa mengikuti gaya hidup yang seperti itu akan memberikan kepercayaan diri tersendiri.
2. Pengaruh lingkungan menjadi salah satu faktor yang membuat remaja berperilaku *hypebeast* serta kurangnya pengetahuan akan dampak dan akibat dalam hal perilaku gaya hidup *trend hypebeast* yang dapat menjerumuskan kedalam hal-hal yang negatif. Dimana pada umumnya sebagai seorang remaja memang memiliki rasa ingin tahu yang sangat tinggi apabila menemukan atau melihat suatu hal baru.

DAFTAR RUJUKAN

- Ambadra, & Lestari. (2018). "*Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa*" *Skripsi*
- Aan Komariah dan Djam'an Satori, (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta.
- Bariyyah, Khoirul & Farid, M. (2018). "*Konsep Diri, Adversity Quotient dan Penyesuaian Diri Pada Remaja*." *Jurnal Psikologi Indonesia*.
- Firmansyah, A. (2018). "*Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*". Surabaya: TS Publisher.
- Hamid, F. (2012). *Media dan Budaya Populer*. *Komunika*, 15(1). Retrieved from <http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@fi>

le_artikel_abstrak/Isi_Artikel_537711131678.pdf

Haryatmoko. (2015). *Membongkar Rezim Kepastian, Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Daerah Istimewa Yogyakarta.

ISKANDAR, A. M., Jalal, J., Akhiruddin, A., Harifuddin, H., & Herlina, A. (2022). *Adolescent Dropouts in Balantang Malili Village, East Luwu Regency: (Sociology of Education Study*. *Hasanuddin Journal of Sociology*, 36-50.

Iskandar, A. M. (2022). *Peran Orang Tua Dalam Mendampingi Pendidikan Anak di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Anak SD Kelas III di SD Inpres 6/86 Botto Padang Kecamatan Kahu Kabupaten Bone)*. *EDULEC: EDUCATION, LANGUAGE AND CULTURE JOURNAL*, 2(1), 13-23.

Larasati, Rayi Dwitiya. (2019). 17 Fashion Item dan Brand Terbaik untuk Hypebeast Style. Diakses dari: <https://review.bukak.com/mens-style/brand-terbaik-untukhypebeast-style-98050>

Mahyudin. (2020). *Masyarakat Dan Gejala Problematika Sosial Persilangan Dinamika Politik Budaya Agama Dan Teknologi*. Skripsi .

Nabilarsl. (2019). Geliat Hypebeast di Lingkup Anak Muda yang Menaikkan Derajat Pakaian Sehari-hari. Hipwee. Retrieved from: <https://www.hipwee.com/narasi/geliat-hypebeast-di-lingkupanak-muda-yang-menaikkan-derajat-pakaian-sehari-hari/>

Pamungkas, G. A. (2019). *Gaya hidup Hypebeats di Kalangan Remaja Kota Bandung (Studi Fenomena Mengenai gaya hidup Hypebeats di kalangan remaja di Kota Bandung)*. Tesis.