

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan modern yang sibuk dan serba cepat ini, tidak sedikit dari masyarakat kelas menengah di Indonesia memerlukan hobi¹ sebagai hiburan. Aneka ragam hobi dapat menjadi pilihan individu untuk melepas penat dari kesibukan, salah satunya disalurkan melalui hobi terhadap mainan. Hobi mainan merujuk pada aktivitas membeli, mengoleksi, hingga mengkreasikan benda-benda mainan sebagai objek kesenangan (Triarto, 2015 dalam kompasiana.com). Mainan sebagai benda hiburan anak-anak, dalam perkembangannya telah menjadi hobi yang menyenangkan bagi orang dewasa. Hal ini berkaitan erat dengan kenangan masa kecil yang diperoleh kembali sebagai sarana nostalgia sekaligus sumber kepuasan emosional (Pandu, 2024 dalam kompas.id).

Pengalaman nostalgia yang didapatkan orang dewasa mampu menghasilkan kondisi emosional yang positif dan meningkatkan kepuasan hidup individu (Javaid, 2020:158). Fenomena ini muncul dari adanya kenangan bahagia masa kecil yang diperoleh kembali setelah dewasa yang dimanfaatkan mereka sebagai sarana untuk melepas penat dari rutinitas hidup. Berbagai macam hobi mainan dapat menjadi pilihan mereka dalam menjaga keseimbangan mental di tengah kesibukan sehari-hari. Salah satunya, mainan seperti *diecast*² yang digemari mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa (Pebriana, 2019). *Diecast* umum dikenal sebagai mainan, sekaligus miniatur atau replika kendaraan yang diminati oleh berbagai kalangan sebagai barang koleksi yang memiliki nilai tersendiri bagi para penikmatnya.

Diecast mobil merupakan salah satu mainan model yang memiliki pangsa pasar terbesar daripada model kendaraan lainnya (Tawakal, 2019). Penggemar *die-*

¹ Menurut Steven Gelber (1999, dalam Norwood, 2022:309) hobi didefinisikan sebagai aktivitas sukarela yang dilakukan oleh diri sendiri, menggunakan alat sederhana untuk menghasilkan sesuatu, melibatkan pengumpulan objek atau koleksi yang memiliki nilai ekstrinsik.

² *die-cast*, benda yang dibuat dengan cara menuangkan logam cair, plastik dan lain-lain, di bawah tekanan, ke dalam cetakan (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/die-cast>).

cast semakin berkembang ditinjau dari besarnya permintaan pasar dan keberhasilan penyelenggaraan salah satu acara pameran terbesar di tanah air, seperti Indonesia Diecast Expo (IDE)³. Melalui acara yang rutin diselenggarakan sejak tahun 2014, hingga kini Indonesia Diecast Expo (IDE) sukses diselenggarakan ditandai dengan perolehan keuntungan hasil lelang *diecast* yang bernilai hingga puluhan juta rupiah (Julfikri, 2023 dalam soundandmachine.com). Barometer keberhasilan acara IDE juga dapat dilihat dari tingginya data pengunjung (bahkan pengunjung mancanegara dari Singapura, Malaysia, Meksiko), terdapat enam puluh *brand* produsen *diecast*, tujuh puluh penjual konvensional, enam ritel, dan dua puluh komunitas dari berbagai daerah di Indonesia (Dewi, 2025 dalam metronews.com). IDE menjadi ruang edukasi, kreativitas, dan ajang berkumpulnya para penggemar hobi *diecast* sekaligus sarana hiburan, yang berpotensi dalam mengembangkan ekonomi mikro.

Diecast model mobil berkembang sebagai hobi lintas generasi yang memiliki nilai tersendiri bagi para penggemar otomotif di Indonesia (Yusri, 2025 dalam rri.co.id). Ketertarikan individu terhadap miniatur kendaraan erat kaitannya dengan kebutuhan pemenuhan kesenangan dan nilai sentimental yang didapatkan secara personal. Selain nilai sentimental, *diecast* juga memiliki nilai tertentu yang dipengaruhi oleh popularitas model, produk edisi terbatas, dan varian khusus tertentu yang menyertainya (Pratomo, 2025 dalam liputan6.com). Faktor-faktor tersebut memunculkan persepsi bahwa *diecast* dengan ciri tertentu dipandang sebagai benda bernilai khusus, yang memungkinkan pemiliknya untuk mencapai kepuasan personal maupun sosial. Nilai khusus yang terdapat pada *diecast* hadir dari adanya pengetahuan yang berkembang secara kolektif, sehingga penentuan kualitas dan nilai dari suatu *diecast* dipengaruhi oleh tempat nilai tersebut diproduksi.

Komunitas hobi sebagai arena pertukaran pengetahuan mewadahi berbagai aktivitas kolektif seperti pertemuan, pameran, kompetisi, dan aktivitas kreatif lainnya. Aktivitas-aktivitas ini membantu para penikmatnya dalam

³ Acara Pameran dan bazar mainan miniatur *diecast*, terbesar di Indonesia yang diselenggarakan tahunan, dengan menampilkan ribuan koleksi, lelang, dan berbagai kegiatan edukasi-kreativitas lainnya. Merupakan acara yang mempertemukan kolektor, komunitas, dan berbagai merek *diecast* temama. Saluran YouTube Metro TV (<https://www.youtube.com/watch?v=7RnBD9AZSYs>, diakses pada 9 Desember 2025).

mengembangkan hobi dan membangun relasi antar sesama penggemar yang memungkinkan mereka untuk saling mengenal, menilai, memberi apresiasi satu sama lain. Komunitas memiliki peran dalam menetapkan semacam standar umum tentang yang dianggap berharga, langka, keren dan sebagainya. Dalam hal ini, hobi *diecast* dalam komunitas tidak hanya dilihat sebagai mainan koleksi, melainkan juga sebagai simbol yang secara terbuka ditunjukkan dalam ruang sosial. Oleh karena itu, komunitas hobi *diecast* penting untuk dipahami dalam konteks budaya dengan melihat gejala-gejala sosial yang ditunjukkan sebagai bagian dari praktik konsumsi.



Gambar 1. 1 Kegiatan pertemuan anggota komunitas Pecinta Diecast Gantungan (PDG) Semarang tahun 2025
Sumber: dokumen pribadi.

Aktivitas menggunakan waktu luang yang dilakukan dengan berbelanja, mengumpulkan atau mengoleksi, dan kegiatan kreatif lainnya melalui hobi *diecast* dapat dikatakan sebagai suatu bentuk konsumsi pemuas kesenangan pribadi. Aktivitas konsumsi hobi *diecast* ini cenderung dilakukan secara terus-menerus, yang melibatkan pengeluaran secara berlebih untuk mencapai kepuasan diri. Konsumsi untuk mencapai kepuasan melalui kesenangan dapat dipahami sebagai sistem tanda simbol-simbol sosial yang berperan dalam membedakan posisi serta identitas sosial (Jean Baudrillard, 1998:14). Dalam hal ini, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan biologis, melainkan merupakan bagian dari budaya yang membentuk cara berpikir dan bertindak manusia dalam memaknai

kebutuhan serta penyesuaian diri terhadap lingkungan sosialnya (Umanailo, 2018:210). Dengan demikian, konsumsi hobi *diecast* bukan sekedar untuk mendapat kepuasan pribadi, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas dan status sosialnya.

Konsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan manusia merupakan mekanisme kompleks yang telah bertransformasi menjadi sarana simbolis untuk mencapai kepuasan batin. Abraham Maslow menyatakan kebutuhan hierarki manusia tersusun seperti piramida dimulai dari yang paling mendasar yaitu, kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan rasa memiliki dan sosial, kebutuhan penghargaan atau ego, dan kebutuhan aktualisasi diri sebagai tingkatan tertinggi (Bari, 2022:9). Dalam konteks ini, kepuasan pribadi mampu diperoleh secara sosial dari adanya pengakuan, penghargaan, dan menjadi bagian dari struktur lapisan masyarakat tertentu. Kebutuhan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri seseorang didapatkan dari lingkungan sekitarnya, baik dari keluarga, teman, dan kelompok. Dengan bersosial, individu dapat saling memberi penghargaan yang memperkuat identitas dan eksistensi di dalam lingkungan sosialnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa setelah kebutuhan esensial dalam mempertahankan hidup telah terpenuhi, manusia membentuk ikatan dengan sesama sebagai upaya membangun rasa kebersamaan yang memperkuat identitas dan keberadaan individu di dalam kelompok. Masyarakat kelas menengah memerlukan aktivitas untuk menghilangkan rasa penat terhadap rutinitasnya dengan melakukan aktivitas kesenangan melalui hobi sebagai bentuk representasi gaya hidup (Prasetya, 2017). Upaya tersebut dilakukan bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup, melainkan juga agar dihargai secara sosial (Bakti, 2020). Konsumsi dalam hal ini selain untuk memenuhi kebutuhan fungsional, juga merupakan sarana afirmasi identitas dan legitimasi posisi dalam struktur sosial. Dengan demikian, barang-barang konsumen seperti *diecast* kemudian dijadikan sebagai penanda prestise di dalam komunitas *diecast*.

Koleksi *diecast* mampu menjadi sarana pemenuh kebutuhan kesenangan individu sekaligus penanda prestise dalam komunitas hobi. Aktivitas konsumsi ditampilkan individu kepada kelompok untuk mencapai kepuasan pribadi yang juga

memungkinkan terjadinya pertukaran makna, serta pembentukan prestise di antara anggota dalam komunitas hobi. Praktik mengonsumsi barang digunakan oleh individu atau kelompok untuk mendefinisikan identitas, membentuk prestise, sekaligus menjadi penanda status sosial. Dalam menemukan gejala-gejala dan untuk mempermudah proses pengamatan, penulis mempersempit lokus penelitian ini pada komunitas Pecinta Diecast Gantungan (PDG) Semarang. Sehingga, penting untuk dilakukan penelitian lebih jauh dalam memahami dan mendeskripsikan motif kepemilikan barang, pemaknaan dibalik koleksi, dan komunitas sebagai arena prestise diproduksi.

1.2. Rumusan Masalah

Hobi *diecast* sebagai praktik konsumsi dan status sosial dalam komunitas Pecinta Diecast Gantungan (PDG) Semarang perlu untuk dikaji dan dipahami secara mendalam. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan pertanyaan untuk membatasi sekaligus memudahkan proses penelitian adalah, sebagai berikut:

- a. Bagaimana praktik konsumsi hobi *diecast* berlangsung dalam komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang?
- b. Bagaimana koleksi *diecast* merepresentasikan dan menjadi sarana negosiasi prestise dalam komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu:

- a. Mendeskripsikan praktik konsumsi hobi *diecast* yang berlangsung dalam komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang
- b. Memahami koleksi *diecast* sebagai representasi dan sarana negosiasi prestise dalam komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoretis

Manfaat penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu memberi kontribusi secara keilmuan sebagai rujukan informasi bagi penelitian terkait, sekaligus memperkaya kajian antropologi sosial tentang budaya kontemporer melalui fenomena hobi sebagai praktik konsumsi dan status sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan mampu menyajikan gambaran, pengetahuan, wawasan baru bagi komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang, terkhusus masyarakat secara luas tentang hobi sebagai praktik konsumsi dan status sosial dalam kehidupan saat ini.

1.5. Kerangka Teori

Penelitian ini dibangun berdasarkan pada *The Theory of The Leisure Class* yang dicetuskan oleh Thorstein Bunde Veblen tentang bagaimana status sosial diproduksi, dipertahankan, dan dipertontonkan melalui mekanisme perbandingan sosial. Teori *Leisure Class* Veblen dikenal dengan model historisnya tentang perubahan dari *conspicuous leisure* ke *conspicuous consumption*, yang memfokuskan perhatian pada kebutuhan orang dalam membuat perbedaan-perbedaan sosial (Juariyah dan Wiranata, 2021:165). Veblen memberikan gambaran mengenai penggunaan waktu luang oleh kelompok non-produktif yang dibebaskan dari kerja produktif (konsumsi waktu yang tidak produktif) dengan melakukan aktivitas rekreasi. Konsep *leisure class* (kelas santai), *conspicuous leisure* (waktu luang), *conspicuous consumption* (konsumsi mencolok) adalah instrumen simbolik untuk menandai posisi seseorang dalam hierarki sosial.

1.5.1. Tinjauan Pustaka

Pembahasan mengenai hobi, konsumsi, kelas sosial, *diecast* telah banyak dilakukan oleh para peneliti dari berbagai sudut pandang disiplin ilmu, yang beberapa di antaranya dapat penulis gunakan sebagai rujukan untuk memperjelas celah penelitian. Karya Ilmiah yang menginspirasi dan mendekati fokus penelitian

ini salah satunya adalah skripsi Irma Darojah (2022) berjudul “Kelas Sosial dan Budaya Konsumsi: Studi Kasus Anggota Komunitas ASPERA”. Skripsi tersebut berusaha memahami kelas sosial dan budaya konsumsi komunitas menggunakan perspektif sosiologi. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, yang di mana Irma Darojah berfokus pada kelas sosial dan budaya konsumsi dalam komunitas ASPERA, ditinjau dari sudut pandang disiplin ilmu sosiologi. Kemiripan dapat dilihat dari tema besar konsumsi maupun kelas sosial, menggunakan pendekatan komunitas sebagai ruang penelitian, dan persamaan secara teoritis *Leisure Class* Thorstein Veblen untuk memahami kelas sosial.

Irma Darojah dalam penelitiannya mendeskripsikan tentang hobi pemeliharaan hewan reptil komunitas ASPERA sebagai ekspresi dan instrumen budaya kelas sosial. Hewan reptil jenis tertentu dan langka merupakan objek hobi sebagai penanda status sosial dan prestise. Kepemilikan reptil langka merupakan prestise bagi pemiliknya sehingga hal ini menyebabkan adanya perbedaan antara pemilik satu dengan yang lainnya, maupun dengan masyarakat luas. Anggota komunitas ASPERA mengekspresikan kelas sosial ditunjukkan dengan kepemilikan waktu luang melalui hobi memelihara reptil. Waktu luang tersebut digunakan untuk melakukan kegiatan bersama komunitas, seperti *gathering*, edukasi, dan berpartisipasi dalam acara *animal expo* (Darojah, 2022:51).

Hasil penelitian menjelaskan, penggunaan waktu luang komunitas ASPERA ditunjukkan oleh anggota komunitas yang memperlihatkan reptil peliharaan mereka pada acara-acara sebagai ajang pertemuan antara anggota komunitas dengan masyarakat umum. Dalam hal ini, orang di luar komunitas akan memberikan kesan berupa pujian, sehingga anggota komunitas ASPERA mendapatkan pengakuan sebagai hasil dari kepuasan diri. Prestise juga didapatkan melalui pemahaman masyarakat dan sesama pecinta reptil yang mengetahui jenis atau harga reptil yang mahal, sehingga menjadi suatu kebanggaan dalam diri bagi anggota komunitas ASPERA yang dipandang sebagai orang-orang kelas menengah dengan reptil-reptilnya yang bernilai (Darojah, 2022:54). Reptil dalam hal ini merupakan penanda kelas sosial yang ditunjukkan melalui kepemilikan jenis reptil langka seperti corak/motif kulit, atau sesuatu yang menjadikannya unik, bernilai tinggi, dan dipandang berbeda dengan jenis reptil pada umumnya.

Penelitian dengan tema serupa oleh Sinyor (2023:953) berjudul “Studi Fenomenologi Investasi Mainan Takusatsu pada Komunitas Takuheroes” menyinggung tentang koleksi mainan hobi bernilai ekonomis. Hobi dan mainan seperti Takusatsu, *action figure*, *henshin device*, *weapon* dalam penelitian ini sama halnya dengan mainan *diecast* yang dibeli untuk dijadikan barang koleksi. Selain itu, tujuan pembelian mainan Takusatsu juga untuk dipamerkan atau dipertunjukkan kepada penggemar lain dalam komunitas (Sinyor, 2023:956). Harga mainan yang beragam dengan ciri khusus tertentu memiliki nilai tersendiri bagi para penggemarnya, sehingga menjadikan barang hobi ini tidak ternilai bahkan cenderung melebihi harga pasar mainan tersebut. Beberapa mainan hobi yang populer (barang incaran kolektor), produk yang sudah tidak diproduksi atau mainan eksklusif yang dijual terbatas, akan menambah nilai mainan tersebut, sehingga mampu memberikan keuntungan dan prestise bagi pemiliknya.

Mainan hobi *diecast* dan Takusatsu memiliki kemiripan yang dapat penulis jadikan referensi dalam melakukan observasi penelitian di lapangan. Fenomena membeli mainan untuk dikoleksi, mainan yang diproduksi terbatas, dan fungsi mainan sebagai benda hiburan sekaligus untuk menunjukkan status sosial merupakan beberapa ciri serupa yang dapat peneliti jumpai dari hobi tersebut. Hasil penelitian Sinyor (2023) menunjukkan bahwa harga mainan Takusatsu ditentukan oleh *rating* dan era mainan tersebut diproduksi. Mainan Takosatsu dijadikan sebagai aset investasi juga dapat ditemukan dalam hobi mainan seperti *diecast*. Namun, hal ini perlu dilakukan kajian lebih mendalam tentang konsep investasi benda berupa mainan hobi karena dalam menentukan harga benda hobi cukup bervariasi.

Topik mengenai *diecast* juga dibahas dalam artikel Jurnal oleh Marvianta (2022), berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Citra Merek dan Implikasinya pada Keputusan Pembelian Mobil *Diecast*”. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga, kualitas produk, promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra merek. Beberapa model *diecast* edisi terbatas/eksklusif juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan memiliki kesan tersendiri bagi konsumen. Anggapan semakin tinggi kualitas produk tersebut (*diecast* edisi terbatas atau eksklusif) akan menambah citra merek produk, dan

mampu meyakinkan nilai barang kepada calon konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Marvianta, penulis menemukan pernyataan yang selaras dengan keadaan lapangan dalam penelitian ini, dilihat dari adanya produk *diecast* dengan kualitas tinggi, lini produk eksklusif, atau produk edisi terbatas yang mampu menambah kesan baik bagi konsumen, bahkan sering dianggap sebagai barang koleksi bagi kalangan tertentu.

Artikel jurnal karya Jusuf Fadilah (2019) berjudul “Analisis Semiotika Logo *Diecast Hot Wheels Treasure Hunt*” memperkuat pernyataan tentang produk *diecast* eksklusif mampu menarik konsumen untuk membeli dan berkesan bagi para penikmatnya. Dalam penelitian dijelaskan, *diecast* merek Hot Wheels dengan ikon *Treasure Hunt* (TH) bagi kolektor terkandung kesan eksklusif karena kolektor akan merasa ketagihan pada saat mencari barang incarannya atau saat berburu model-model tertentu (Fadilah, 2019:143). Hot Wheels seri TH memiliki keunggulan ditunjukkan dari kualitas cat, model, dan elemen lain yang diproduksi secara khusus sehingga menjadikan barang tersebut istimewa. Fadilah menambahkan, seri TH akan sangat bernilai ketika model tertentu merupakan barang yang sedang populer, atau dilihat dari era *diecast* tersebut diproduksi seperti Hot Wheels edisi tahun 2002 akan semakin langka di tahun-tahun berikutnya.

Hasil penelitian Fadilah menjadi sumber rujukan penulis dalam observasi penelitian, dalam mengamati jenis model *diecast* dengan nilai tertentu mampu memberi kesan dan prestise bagi pemiliknya. Produk *diecast*, dalam penelitian tersebut Hot Wheels seri TH berbeda dengan Hot Wheels seri *regular* (umumnya) dilihat dari adanya ikon yang terdapat dalam bungkus/*packaging* dan ciri-ciri mencolok lainnya. *Diecast* seperti seri TH tersebut mampu memberi kesan spesial, memunculkan rasa bangga ketika memilikinya, sehingga kolektor akan merasa ketagihan pada saat berbelanja, selain itu seri TH bagi sebagian kolektor mampu dijadikan sebagai barang investasi.

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, kepemilikan objek hobi mampu memberikan nilai dan kesan tersendiri bagi para penikmatnya (Darojah, 2022). Adapun mengenai ekspresi status sosial dalam tulisan Fadilah (2019), Marvianta (2022), Sinyor (2023) bukan dijadikan sebagai

topik sentral dalam penelitian-penelitian tersebut. Oleh karena itu, celah penelitian muncul karena secara khusus kajian yang menyoroti hobi *diecast* sebagai praktik konsumsi sekaligus sarana ekspresi status sosial terbilang belum banyak dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini berusaha melengkapi kekosongan tersebut dengan melihat konsumsi *diecast* bukan hanya dilihat dari aspek ekonomi saja, melainkan juga sebagai representasi budaya dan status sosial bagi para penggemarnya.

1.5.2. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, *The Theory of the Leisure Class* karya Thorstein Veblen (1899) digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan fenomena mengenai praktik konsumsi dan status sosial. Teori *leisure class* (kelas santai) menjelaskan tentang konsep konsumsi barang atau jasa bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi dilakukan untuk mendapat penghargaan atau dihargai secara sosial (Veblen, 1934:99). Artinya, perilaku konsumsi didorong oleh faktor sosial daripada faktor ekonomi rasional. Dalam memahami masyarakat dan materialisme, dengan demikian landasan pemikiran Veblen masih relevan dalam beberapa konteks sosial dan sangat memungkinkan untuk dipakai dalam menjelaskan fenomena-fenomena masyarakat kontemporer (Bakti, 2020:83). Teori tersebut merupakan landasan konseptual yang masih relevan digunakan sebagai pisau analisis dalam membahas dan pengambilan kesimpulan penelitian tentang praktik konsumsi dan status sosial hobi *diecast* oleh komunitas PDG Semarang.

Kelas santai yang dimaksud disini adalah orang kaya kelas menengah perkotaan di Amerika Serikat, yang kekayaannya didapat dari hasil kerja keras di zaman Revolusi Industri (Veblen, 1915:89). Status sebagai orang kaya baru yang mereka dapatkan kurang mendapat perhatian atau penghargaan, sehingga kekurangan atas status kehormatan pada akhirnya di kompensasi melalui *conspicuous consumption* (Veblen, 1915:89-90). Pada situasi tersebut, perilaku untuk menjadi sama dengan gaya hidup orang Eropa kelas atas, ditunjukkan dengan meniru kebiasaan konsumsi mulai dari kepemilikan barang maupun cara-cara mengonsumsinya, yang kemudian barang-barang konsumen dijadikan sebagai penanda prestise dan status sosial (Veblen, 1934:70). Dengan demikian, mereka berlomba-lomba mengonsumsi barang yang digunakan untuk pamer. Pembelian

barang selain untuk kepuasan diri, juga untuk ditampilkan agar publik dapat menilai bahwa mereka berada pada posisi atau status kelas yang berbeda dari lainnya.

Penggunaan waktu luang yang tidak dimiliki kelas lain merupakan momen bagi kelas santai untuk menunjukkan kekayaan yang dimiliki. Konsep *conspicuous leisure* dan *conspicuous consumption* (Veblen, 1934:41-45) muncul dari adanya konsumsi waktu luang yang dimiliki oleh para kelas santai sebagai ajang untuk mendemonstrasikan status dan kekayaan melalui konsumsi yang ditunjukkan secara mencolok. Aktivitas konsumsi untuk mencari kenikmatan secara berlebih merupakan strategi kelas ini dalam mempertegas perbedaan sekaligus menampilkan nilai diri kepada publik. Konsumsi mencolok ditunjukkan melalui tindakan sosial yang menggunakan waktu non produktif, menghabiskan atau melakukan pemborosan uang melalui barang-barang melebihi apa yang diperlukan (Veblen, 1934:43-44). Dengan demikian, Veblen menyebutnya sebagai *The Leisure Class*, dari adanya pembeda yang mengarah pada pembentukan kelas sosial tersendiri.

Pembebasan dari aktivitas kerja produktif merupakan hak istimewa yang tidak dimiliki kelas lain yang juga dijadikan sebagai rujukan nilai sosial. Artinya, kelas santai dipahami sebagai kelompok sosial yang dibebaskan dari kewajiban kerja produktif dan menempati posisi simbolik sebagai produsen standar prestise. Hal ini yang kemudian mempertegas adanya stratifikasi sosial yang membedakan antar kelompok satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini, teori kelas santai digunakan untuk menganalisis kelompok sosial yang memproduksi standar prestise melalui waktu luang dan konsumsi mencolok. Keberadaan kelas ini tidak hanya mencerminkan distribusi kekayaan, tetapi juga membentuk hierarki nilai mengenai aktivitas, gaya hidup, dan bentuk konsumsi yang dianggap terhormat.

Waktu luang diartikan sebagai suatu bentuk kebebasan atau kesempatan untuk melakukan sesuatu melalui aktivitas konsumsi waktu yang dilakukan diluar aktivitas non-produktif (kerja) secara ekonomi. Veblen memperluas konsep waktu luang dan konsumsi melalui fungsi dari keduanya untuk tujuan reputasi yang terletak pada elemen pemborosan waktu dan tenaga (Veblen, 1934:85). Kegunaan konsumsi sebagai sarana pertunjukkan reputasi melalui aktivitas kesenangan dari barang-barang konsumsi yang mencolok dilakukan untuk tujuan mengesankan

orang lain. Konsep ini berlaku pada semua kalangan yang memiliki berbagai tujuan diantaranya untuk menunjukkan status sosial dan prestise melalui konsumsi barang bernilai tinggi yang ditujukan kepada publik. Hal ini dilakukan bukan sekedar untuk mendapat fungsi utilitas dari suatu barang, tetapi juga untuk mendapatkan nilai prestise dari konsumsi barang bernilai tinggi tersebut.

Penulis menggunakan konsep konsumsi mencolok dalam menganalisis komunitas PDG Semarang yang menggunakan *diecast* sebagai simbol status, melalui praktik pembelian barang dan jasa yang bernilai tinggi, dengan maksud untuk menunjukkan kekayaan dan status yang ditampilkan kepada publik. Seorang anggota komunitas merupakan konsumen yang melakukan konsumsi mencolok dengan membeli, menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhannya, sekaligus untuk mendapat pengakuan dengan menampilkan kemampuan secara ekonomi kepada orang lain. Nilai konsumsi tersebut tidak terletak pada kegunaan fungsionalnya, melainkan pada visibilitas, nilai, dan pengakuan sosial yang menyertainya. Kepemilikan atas barang-barang tersebut melambangkan keunggulan individu atau kelas terhadap lingkungan sosialnya.

1.6. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk dapat menggambarkan berbagai permasalahan ilmu sosial humaniora, fenomena tentang perilaku, motivasi, persepsi, tindakan, dan masalah-masalah kemasyarakatan pada umumnya. Penelitian kualitatif mampu memberikan penjelasan deskriptif dalam menemukan makna-makna tersembunyi dari suatu fenomena yang sedang diteliti berdasarkan pada data-data yang telah didapatkan (Ratna, 2016:92-94). Dalam melakukan pengamatan lapangan, berbagai cara dan teknik digunakan untuk mendukung proses berjalannya penelitian. Dalam hal ini, teknik triangulasi data diperlukan untuk membantu peneliti dalam memahami data dengan cara menggabungkan atau membandingkan berbagai macam sumber, teori, metode yang digunakan secara bersama-sama dan proporsional sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini, peneliti berusaha untuk bersikap objektif terhadap kebenaran suatu data berkaitan dengan keberagaman data yang didapat melalui observasi, wawancara, dan analisis (Ratna, 2016:240-244).

1.6.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif jenis deskriptif analitik untuk menjawab makna tersembunyi melalui proses pendeskripsian, sekaligus menganalisis subjek penelitian yang sedang berlangsung saat ini. Penulis berfokus pada pengamatan, sekaligus mempelajari makna-makna sosial di balik praktik yang bersumber dari partisipan, dengan memahami dan memandang masalah secara menyeluruh. Metode deskriptif analitik tidak terbatas pada proses pengumpulan dan penyusunan data, tetapi juga meliputi interpretasi dari data itu sendiri (Ratna, 2016:336-337). Dalam memahami hobi *diecast*, komunitas *diecast*, dan pengalaman individu dalam mengoleksi *diecast* diperlukan eksplorasi secara menyeluruh. Diperlukan analisis secara menyeluruh mulai dari proses pengamatan aktivitas hobi, pendalaman pemahaman mengenai pengalaman individu (anggota komunitas) yang didapatkan melalui wawancara secara mendalam dan proses interpretasi.

1.6.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Komunitas Pecinta Diecast Gantungan (PDG) Semarang sebagai komunitas *diecast* dengan cakupan anggota dan wilayah yang lebih luas di Kota Semarang, digunakan untuk melihat praktik konsumsi dan status sosial yang saat ini sedang berlangsung. Aktivitas-aktivitas di dalam komunitas PDG Semarang seperti *kopdar*, pameran, dan kompetisi, dapat menjangkau hampir di seluruh wilayah Kota Semarang. Berkaitan dengan sasaran dalam penelitian ini, PDG Semarang dipilih sebagai lokasi penelitian dengan mengamati aktivitas-aktivitas komunitas dalam rangka observasi partisipatoris. Adapun, waktu penelitian bersifat tentatif dikarenakan komunitas PDG Semarang dalam beraktivitas dilakukan di tempat publik dan pelaksanaan aktivitas pertemuan bersifat fleksibel, sehingga penelitian dilakukan dengan *preliminary research* yang telah dilakukan dari September 2023 hingga Desember 2024.

1.6.3. Penentuan Informan

Peneliti dalam menentukan informan menggunakan standar pemilihan informan seperti yang diuraikan oleh Spradley (1997:59-69), yaitu terenskulturasi penuh, keterlibatan secara langsung, memiliki cukup waktu, dan non-analitik. Informan yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu tokoh-tokoh pendiri atau pengurus dan anggota komunitas PDG Semarang terkhusus kolektor, pengrajin, penikmat *diecast* dan bukan merupakan pelaku usaha atau pedagang. Tokoh pendiri atau pengurus Komunitas PDG Semarang dapat dipastikan terlibat secara langsung, memiliki cukup waktu, dan terenskulturasi penuh, yang peneliti yakini mampu dan memahami aktivitas hobi *diecast*. Beberapa anggota komunitas seperti para kolektor, seniman *diecast*, penikmat *diecast* melalui seni fotografi juga mampu menjadi informan dalam menunjukkan kapasitasnya sebagai informan non analitik.

Purposive sampling digunakan oleh peneliti untuk menentukan informan yang secara sengaja dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, yang sekiranya relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini peneliti memilih orang-orang yang dianggap paling tahu, paling berpengalaman, dan paling mampu memberikan informasi yang mendalam tentang hobi *diecast*. Dalam mengamati dan menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, peneliti memilih informan melalui kriteria yang ditentukan, berdasarkan pada tujuan penelitian. Adapun proses penentuan informan terpilih didapatkan dari tahapan observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Melalui hasil observasi tersebut, penulis telah menemukan orang-orang yang mampu mewakili karakteristik tertentu agar didapat hasil spesifik dan mendalam.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memilih informan dengan kriteria, sebagai berikut: (1) merupakan anggota komunitas PDG Semarang, (2) seorang yang dianggap senior dalam komunitas, (3) seorang yang dianggap berpengalaman dalam mengoleksi *diecast*, (4) membeli *diecast* secara berkala, (5) terlibat secara langsung dalam kegiatan komunitas, (6) memiliki preferensi *diecast* bernilai khusus. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa anggota komunitas PDG Semarang merupakan seorang kolektor, seniman, atau seorang

yang memiliki kegemaran penuh terhadap *diecast*. Adapun jika data dirasa belum cukup mendalam, dilakukan penambahan informan hingga data dianggap jenuh.

1.6.4. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan cara atau strategi untuk mendapatkan data diperlukan untuk menjawab permasalahan yang ada, sehingga dalam suatu penelitian, alat pengumpulan data akan menentukan kualitas penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan observasi partisipatif, melakukan wawancara mendalam, dan dokumentasi. Mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka dan mendalam yang mengarah pada pengungkapan pengalaman informan, peranan, aktivitas dan fenomena-fenomena yang dialami berkaitan dengan fokus yang diteliti. Peneliti menggunakan alat perekam berupa *software voice recorder* (perekam suara) dengan ponsel pintar dan juga kamera sebagai alat untuk dokumentasi agar proses pengumpulan data berjalan dengan maksimal.

1.6.5. Analisis Data

Analisis data dilakukan sesudah pengumpulan data melalui proses secara cermat dan menyeluruh dengan mencatat semua informasi yang sudah didapat dari lapangan. Miles dan Huberman (dalam Ratna, 2016:310) menjelaskan bahwa analisis data terkandung dalam tiga tahapan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data bertujuan untuk meningkatkan kualitas kompilasi data yang semula belum teratur dapat disusun kembali ke dalam bentuk yang baru, diklasifikasikan sesuai dengan hakikatnya, sehingga masing-masing data dapat dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Penyajian data dalam ini merupakan proses interpretasi, proses pemberian makna (baik secara emik atau etik atau terhadap unsur-unsur maupun totalitas). Begitu juga di akhir, proses analisis simpulan pada umumnya berisikan saran dan bagian-bagian tertentu yang memiliki relevansi dengan penelitian dengan berbagai alasan yang belum bisa dilakukan, sehingga perlu dilanjutkan dalam penelitian berikutnya oleh peneliti atau orang lain.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari beberapa bagian yang terdiri dari bagian awal, seperti: sampul, halaman judul, pernyataan, motto dan persembahan, halaman persetujuan, halaman pengesahan, prakata, abstrak, daftar isi, beserta daftar gambar, daftar istilah, dan halaman lampiran. Pada bagian inti skripsi dibagi ke dalam lima bagian sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori (tinjauan pustaka dan landasan teori), metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II. Gambaran Umum Objek Penelitian, berisikan paparan kondisi umum hobi *diecast* di Indonesia, komunitas-komunitas *diecast* di Indonesia, terkhusus kota Semarang yang berfokus pada komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang.

Bab III. Gambaran Khusus, pada bab ini disajikan data hasil wawancara anggota Pecinta Diecast Gantungan Semarang dalam memahami praktik konsumsi melalui hobi mengoleksi *diecast*, sekaligus fenomena-fenomena hobi *diecast* yang ditemukan di lapangan.

Bab IV. Pembahasan dan Hasil Penelitian, menyajikan tentang analisis data lapangan mengenai praktik konsumsi dan status sosial dalam komunitas Pecinta Diecast Gantungan Semarang ditinjau berdasarkan pada teori Thorstein Veblen.

Bab V. Penutup merupakan bagian akhir dari rangkaian skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan Bab IV.