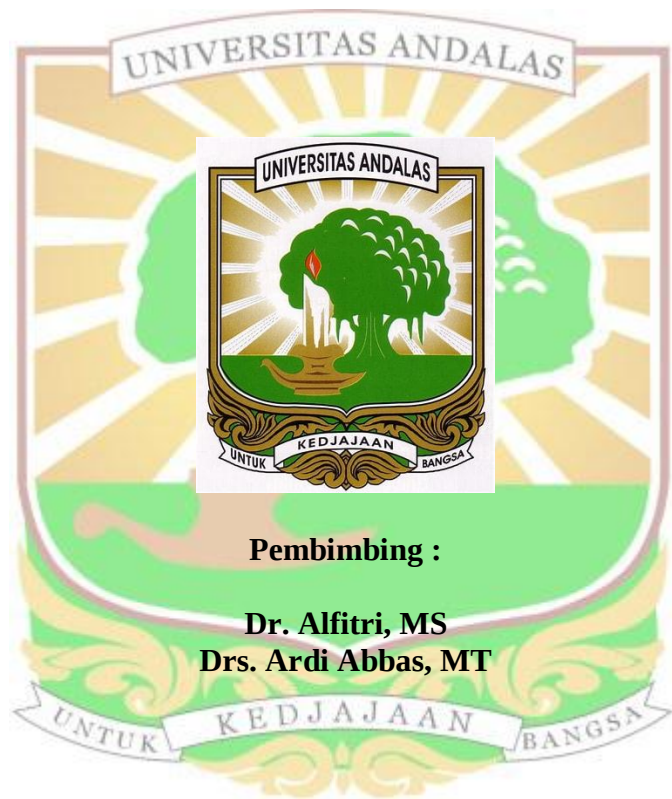


MAKNA SOSIOLOGIS FENOMENA ROJALI-ROHANA
Studi Pada Pengunjung *Ritel Fashion* di Basko City Mall Kota Padang

SKRIPSI

Oleh

ANDIKA AULIA PUTRA
BP 2210811007



Pembimbing :

Dr. Alfitri, MS
Drs. Ardi Abbas, MT

DEPARTEMEN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG 2026

ANDIKA AULIA PUTRA, 2210811007. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang. Judul Skripsi: Makna Sosiologis Fenomena Rojali-Rohana Pada Pengunjung Ritel Fashion di Basko City Mall Kota Padang. Pembimbing I Dr. Alfitri, M.Si. Pembimbing II Drs. Ardi Abbas, MT.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena Rojali (Rombongan Jarang Beli) dan Rohana (Rombongan Hanya Nanya-Nanya) sebagai bentuk praktik konsumsi simbolik non-transaksional di sektor ritel fashion Basko City Mall Kota Padang. Latar belakang penelitian ini berangkat dari realitas urban di mana kepadatan tingkat kunjungan mall tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan volume transaksi ekonomi. Masalah yang dikaji adalah bagaimana praktik perilaku serta makna sosiologis konsumsi simbolik di balik kehadiran pengunjung yang tidak melakukan pembelian barang tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan praktik sehari-hari kelompok Rojali dan Rohana dalam aktivitas *window shopping* serta menjelaskan makna sosiologisnya perilaku rojali dan rohana pada ritel fashion di Basko City Mall Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Analisis yang digunakan mengacu pada Teori Konsumsi Simbolik Jean Baudrillard, khususnya konsep nilai tanda (*sign value*). Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung di lapangan serta wawancara bersama informan pelaku yang terdiri dari 9 orang informan pelaku serta informan pengamat yang terdiri dari 5 orang (staf dan karyawan gerai ritel fashion di Basko City Mall).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik rojali dan rohana berpusat pada aktivitas melihat-lihat dan meraba produk, membanding-bandingkan harga, bertanya-tanya ukuran produk, bahkan mencoba produk dan fitting room dan tidak kalah pentingnya juga mengambil dokumentasi atau berfoto didepan produk. Makna Sosiologis perilaku rojali dan rohana itu mendasar dari praktik dimana pengunjung tenant hanya sebagai referensi pakaian branded, ingin di akui dan takut ketinggalan zaman serta hanya ingin refreshing dan pergi hiburan. Secara sosiologis, kedua kelompok ini Rojali dan Rohana mengonsumsi nilai tanda yang melekat pada merek dan ruang mall premium demi mengejar status sosial, nilai gaya hidup, dan pengakuan sosial.

Kata Kunci: Konsumsi Simbolik, Makna Sosiologis, Rojali-Rohana, Ritel Fashion, Basko City Mall