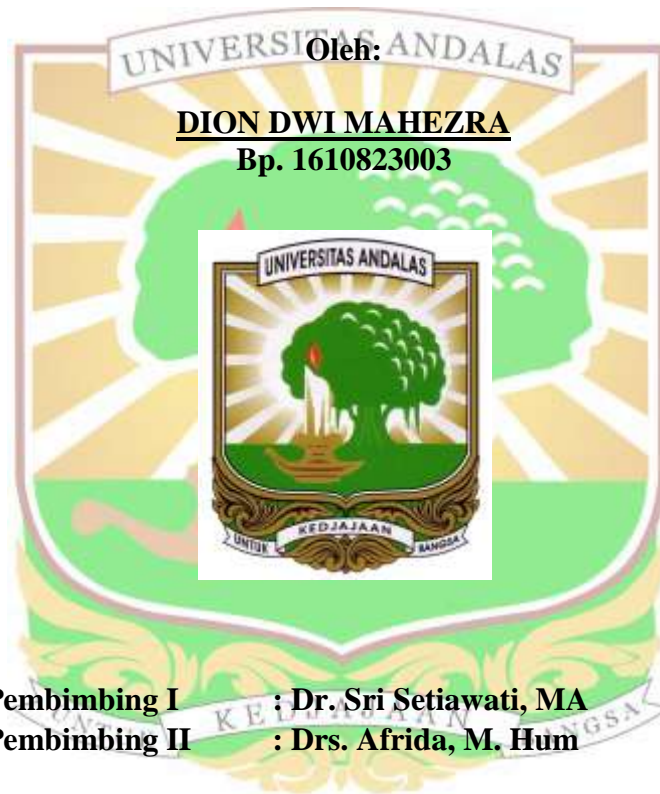


Produk *Branded*: Simbol dan Fungsi
Studi Kasus 8 Mahasiswa di Universitas Andalas

Skripsi

Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana Antropologi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



Jurusan Antropologi Sosial
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

Padang

2021

ABSTRAK

Dion Dwi Mahezra. BP. 1610823003. Jurusan Antropologi Sosial. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas. 2021. Judul “Produk *Branded*: Simbol dan Fungsi”. Studi kasus: 8 Mahasiswa di Universitas Andalas.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan gaya hidup terkait dengan pemakaian produk – produk *branded* yang saat ini sedang banyak terjadi pada kalangan masyarakat, terutama pada mahasiswa Universitas Andalas. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan arti dibalik sebuah produk *branded* serta fungsi dari produk *branded* itu sendiri di kalangan para Mahasiswa Universitas Andalas, Kota Padang, Sumatera Barat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi kepustakaan. Sedangkan dalam memilih para informan, dilakukan dengan menggunakan cara *purposive sampling*, serta membagi informan menjadi dua bagian yaitu informan kunci serta informan biasa.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa pandangan mahasiswa Universitas Andalas terhadap produk *branded* serta cara para mahasiswa dalam memanfaatkan fungsi dari produk *branded* itu sendiri sangat beragam. Dalam pengertian produk *branded* bagi para mahasiswa itu sendiri, didapatkan bahwa: *pertama*, produk *branded* merupakan produk yang berkualitas dan harganya yang mahal. *Kedua*, produk *branded* merupakan produk yang biasa saja. Beberapa mahasiswa melihat tidak ada pelabelan khusus untuk produk *branded*. *Ketiga*, produk untuk masyarakat kelas atas. *keempat*, produk yang selalu dihasilkan dengan model (bentuk) yang terbaru. *Kelima*, produk yang semakin banyak dijual dan semakin banyak memiliki versi tiruannya. Selain dari segi pemahaman mahasiswa terhadap produk *branded*, didapati bahwa terdapat simbol dibalik produk *branded* bagi mahasiswa, karena dengan memiliki produk *branded*, menurut informan mahasiswa mereka akan mendapatkan: *pertama*, status sosial. Hal tersebut karena produk *branded* adalah produk yang dinilai sebagai produk berkelas, sehingga bagi yang memiliki dianggap orang berada. *Kedua*, pengakuan dari orang lain. *Ketiga*, mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. *Keempat*, sebagai bagian dari identitas diri. Dilihat dari segi fungsi, mahasiswa melihat produk *branded* sebagai salah satu sarana pemenuhan kebutuhan mereka sebagai pelajar, kemudian sebagai salah satu cara agar mereka diterima dalam sebuah pergaulan dengan teman, cara mereka meningkatkan percaya diri, serta cara mereka memanfaatkan efisiensi dari produk *branded* tersebut untuk menunjang kegiatan mereka sehari – hari.

Kata Kunci: Gaya hidup, Mahasiswa, Produk *Branded*