

Menginginkan superioritas kosmetik asing cerminan konsumsi status simbol pada mayoritas perempuan kota di Jabodetabek, Indonesia = Desiring the superiority of foreign cosmetics: reflection on status symbol consumption among majority of urban women in Greater Jakarta, Indonesia

Stasya Desnafira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424131&lokasi=lokal>

Abstrak

Argumen yang dimuat pada artikel kualitatif ini menekankan bahwa konsumen dari negara-negara berkembang cenderung percaya dan lebih menghendaki berbagai produk dari negara maju karena memiliki kemampuan sebagai peningkat status sosial si pengguna. Dengan begitu, superioritas yang tidak terbantahkan melalui konsumsi produk berstatus merupakan dasar pikir yang cenderung dianut oleh masyarakat modern. Spesifik ke dalam fokus penelitian, argumen sebelumnya ditemukan pada lingkup merek kosmetik luar yang mendominasi preferensi mayoritas perempuan kota di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi), Indonesia. Mengacu pada survey online tahunan tertentu yang ditujukan pada 713 hingga 866 perempuan urban di Jabodetabek, dominasi merek kosmetik luar terdiri dari Amerika Serikat, Perancis, Korea Selatan, dan Inggris. Menggunakan bingkai pemikiran teoritis dari Bordieu mengenai pentingnya modal simbolik, didapati bahwa individu mengaitkan perbedaan status melalui konsumsi berdasarkan apa yang pihak lain anggap sebagai produk dengan status superior. Lebih jauh lagi, konsumen berkecenderungan untuk tetap loyal terhadap merek luar dari negara maju karena ada kepercayaan bahwa produk tersebut akan tetap lebih unggul dibanding produk lokal. Originalitas dalam artikel penelitian ini ada pada latar belakang untuk mengkaji kenapa mengonsumsi berbagai produk dari negara maju kemudian membentuk dasar pikir mengenai status yang lebih unggul. Penelitian lebih jauh dibutuhkan untuk mengetahui keuntungan maupun kerugian secara sosio-ekonomi dari fenomena ini.

.....The argument in this article emphasizes that consumers from developing countries tend to trust and prefer products from developed countries due to its ability as social status enhancer. Therefore, unquestioned superiority that is embedded from consuming those status goods are staple modern mindset in society. Specific into the research focus, previous argument are found in foreign brands of cosmetics which dominate the preference of most urban women in Greater Jakarta (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi), Indonesia. Referring to certain annual online surveys towards 713 to 866 urban women in Greater Jakarta, the dominance of foreign brands of cosmetics consist of United States of America, France, Japan, South Korea, and United Kingdom. Using the theoretical framework of Bourdieu's about symbolic capital importance, it showed that individual correlate their status distinctions through consuming what other consider to be superior status goods. Furthermore, consumers are willing to stay loyal towards foreign brands because there is a believe that it will always be better over the local ones. The originality of this research lies in the background to examine on why consuming goods from developed countries shapes the mindset of a better status. Further research are needed to understand the socio-economic benefit and loss of this phenomenon.</i>