

**SHOPPING : YOUNG GIRLS IN A CONSUMTIVISM**

*Senggi Handartia Nir Sambekala*

**ABSTRACT**

*This research was made to understanding exhaustively and detailed experience of teenage girls who love to shop in heavy consumtivism rate. They more spending their money for the purposes of fashion or to become beautiful. This research has done to four participant. Method in this research was using Qualitative Phenomenology with Interpretative phenomenological analysis. Collecting data was done by using semi structured interview. Data credibility can be seen by how researcher can explore participant experience and show deep description about aspects that appear so participant on this research can be identified and can be described with accurate. The result from this research show that shopping experience in young girls on consumtivism world rate is: 1) Shopping process that include early interest to some stuff on young girls, 2) The meaning of shopping by young girls as spending time, shopping is excited, shopping is stress impingement, shopping as sacrifice or achievement, shopping as conformity and shopping as rationality, and 3) Young girls who choosing stuff from trend, aptness self and peers relation.*

*Key words: Young girls, Girls, Adolescents, Consumtivism, Shopping*

**DUNIA BELANJA REMAJA PUTRI DALAM DUNIA KONSUMTIVISME**

*Senggi Handartia Nir Sambekala*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dan detail pengalaman remaja putri yang gemar berbelanja dalam laju konsumtivisme yang makin deras. Remaja putri lebih banyak membelanjakan untuk keperluan *fashion* atau mempercantik tubuh. Penelitian ini dilakukan pada empat orang partisipan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif fenomenologi dengan analisis interpretatif (AFI). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara semi terstruktur. Kredibilitas data dapat dilihat dari keberhasilan peneliti dalam mengeksplorasi pengalaman dan menunjukkan deskripsi mendalam mengenai aspek-aspek yang ada sehingga partisipan penelitian akan diidentifikasi dan dideskripsikan secara akurat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman dunia belanja remaja putri dalam dunia konsumtivisme berisi: 1) proses belanja yang berisi awal ketertarikan remaja putri pada suatu barang, 2) belanja yang dipahami remaja putri sebagai pengisi waktu, belanja sebagai hal yang menyenangkan (*excited*), belanja sebagai pelampiasan stress, belanja sebagai pengorbanan atau pencapaian, belanja sebagai konformitas dan belanja sebagai hal yang rasional, dan 3) Remaja putri yang memilih barang berdasarkan trend, kecocokan diri dan relasi teman sebaya.

Kata kunci: Remaja Putri, Konsumtivisme, Belanja