

ABSTRACT

Ruth Bunga Ongi K. 2009. *The Construction of Post-Feminist Women's Identity by Consuming Lifestyles: A Study of Four Chick-Lit Novels*. Yogyakarta: The Graduate Program in English Language Studies. Sanata Dharma University.

Considered as women's literature, chick-lit novels examine the women's world and its complexity through the representation of the female characters. The four novels under study, Lauren Weisberger's *The Devil Wears Prada* (2003), Sophie Kinsella's *Shopaholic Takes Manhattan* (2002), Alberthiene Endah's *Jodoh Monica* (2005) and *Cewek Matre* (2005), portray the construction of the post-feminist women's identity and lifestyles inseparable from the idea of consumerism. This study, therefore, is to answer two questions. First, how is the identity of post-feminist women defined in these four novels? Secondly, how are women's lifestyles defined in these novels?

As this study is qualitative research, close-reading is required to analyze how post-feminist women's identity and lifestyle are depicted. This thesis employs theory of popular culture and a post-feminist perspective to examine the idea of consumerism and post-feminism invariably found in the novels.

The construction of the post-feminist women's identity in the novels converges in two categories: occupation and education. For post-feminist women, occupation and education are very important. Occupation is not only a means to earn money, but also to show the existence, prestige, respect, and self-legitimation of the women. Education is the requirement to participate in the post-modern lifestyles. Both occupation and education become post-feminist women's lifestyles which cannot be separated from consumerism. However, these post-feminist women still face problems in the form of solitary lives and insufficiency, hence the limits of post-feminism.

This study also discusses the post-feminist women's lifestyles in pronouncing their identity. Lifestyles of these women can be classified into four categories: body image, tech-savviness, residence, and social affiliation and companionship. Consumerism which still becomes the ideology of the lifestyles is also explored herein. However, post-feminist women's engagement to such lifestyles also invites some negative effects as to put them into different social groups that result in social status distinctions. Lifestyles, thus, also intensify these women's solitary lives.

Finally, it can be concluded that the construction of the post-feminist women's identity cannot be separated from the consumption of lifestyles. The problems which emerge caused by their action in defining their identity and lifestyles also show the limitations of them being post-feminists

ABSTRAK

Ruth Bunga Ongi K. 2009. *The Construction of Post-Feminist Women's Identity by Consuming Lifestyles: A Study of Four Chick-Lit Novels*. Yogyakarta: The Graduate Program in English Language Studies. Sanata Dharma University.

Dianggap sebagai sastra wanita, novel-novel chick-lit membicarakan dunia wanita and kompleksitasnya melalui gambaran tokoh-tokoh wanitanya. Empat novel yang digunakan dalam studi ini, *The Devil Wears Prada* karya Lauren Weisberger (2003), *Shopaholic Takes Manhattan* karya Sophie Kinsella (2002), *Jodoh Monica* (2005) dan *Cewek Matre* (2005) karya Alberthiene Endah, menggambarkan konstruksi identitas dan gaya hidup wanita post-feminist yang tidak bisa dipisahkan dari ide konsumerisme. Studi ini, kemudian, menjawab dua pertanyaan. Pertama, bagaimanakah identitas wanita post-feminist ditunjukkan di empat novel ini? Yang kedua, bagaimanakah gaya hidup wanita ditegaskan dalam novel-novel ini?

Karena studi ini merupakan penelitian kualitatif, membaca dengan teliti diperlukan untuk menganalisa bagaimana identitas dan gaya hidup wanita post-feminist digambarkan. Tesis ini menggunakan teori budaya pop dan cara pandang post-feminisme untuk menguji ide konsumerisme dan post-feminisme yang sama-sama ditemukan dalam novel-novel ini.

Konstruksi identitas wanita post-feminist di novel-novel ini muncul dalam dua kategori: pekerjaan dan pendidikan. Bagi wanita post-feminist, pekerjaan dan pendidikan sangatlah penting. Pekerjaan tidak hanya sebagai alat untuk mencari nafkah, tetapi itu juga untuk menunjukkan eksistensi, gengsi, kehormatan, dan legitimasi diri wanita tersebut. Pendidikan adalah syarat untuk berpartisipasi dalam gaya hidup post-moderen. Baik pekerjaan maupun pendidikan menjadi gaya hidup wanita post-feminist yang tak bisa dipisahkan dari konsumerisme. Namun demikian, wanita post-feminist tersebut masih menghadapi beberapa masalah dalam bentuk kehidupan yang terisolasi dan ketidakcukupan, karena itu merupakan keterbatasan post-feminisme.

Studi ini juga mendiskusikan gaya hidup wanita post-feminist dalam membicarakan identitas mereka. Gaya hidup wanita ini dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori: citra tubuh, kepintaran teknologi, tempat tinggal, dan penyatuan dan pertemanan sosial. Konsumerisme yang masih menjadi ideologi gaya hidup juga dieksplorasi di dalamnya. Tetapi, keterikatan wanita post-feminist kepada gaya hidup semacam itu juga mengundang beberapa efek negatif seperti untuk menempatkan mereka ke dalam kelompok-kelompok sosial yang berbeda yang berakibat pada perbedaan status sosial. Gaya hidup, kemudian, juga memperkuat keterasingan hidup wanita.

Akhirnya, dapat disimpulkan bahwa konstruksi identitas wanita post-feminist tidak bisa dipisahkan dari konsumsi gaya hidup. Masalah-masalah yang timbul disebabkan aksi mereka dalam menegaskan identitas dan gaya hidup mereka juga membuktikan keterbatasan-keterbatasan mereka menjadi post-feminist.