

**MODERNITAS KELOMPOK SOSIAL DOCMART PADA  
GAYA HEDONISME MILENIAL  
SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :**

**SELVI INDRIYANI**

**180900110**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2022**

**MODERNITAS KELOMPOK SOSIAL DOCMART PADA  
GAYA HEDONISME MILENIAL  
SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :**

**SELVI INDRIYANI**

**180900110**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2022**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Selvi Indriyani  
NIM : 180900110  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Humas  
JUDUL SKRIPSI : Modernitas Kelompok Sosial Docmart Pada Gaya  
Hedonisme Milenial  
Jumlah halaman : xii + 85 Halaman + 21 Lampiran  
Bibliografi : 12 Buku + 15 Jurnal + 4 Internet

**ABSTRAK**

Modernitas merupakan keadaan dimana seluruh sistem menunjukkan adanya perbedaan. Gaya hidup yang sederhana sudah lama ditinggalkan sehingga hal ini menjadi salah satu permasalahan dalam gaya hedonisme generasi milenial. Kelompok sosial docmart dinilai sebagai pelaku hedonisme dikarenakan barang yang digunakan terkesan mahal.

Dalam penelitian ini menggunakan teori groupthink yang membahas tentang proses pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah. Kelompok sosial docmart termasuk ke dalam kelompok sosial informal sekunder dimana tidak saling mengikat dan tidak memiliki struktur yang tegas.

Penelitian ini memiliki paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif serta metode etnografi komunikasi wawancara dan observasi, penulis mewawancarai dan mengobservasi informan. Informan terdiri dari ketua kelompok dan anggota kelompok.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok sosial docmart selalu mengikuti trend yang ada, dimana awalnya sepatu docmart hanya digunakan oleh anak band dan anak punk, dengan adanya perkembangan jaman membuat sepatu tersebut digunakan oleh berbagai kalangan dan untuk keberbagai acara baik acara formal maupun non formal. Gaya hedonis yang ditampilkan kelompok sosial ini ialah membeli sepatu dengan harga yang mahal hanya untuk kesenangan dan hobi.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini ialah kelompok sosial docmart memilih terlibat dalam gaya hedonisme dikarenakan mereka ingin terlihat sebagai kelas sosial atas di mata masyarakat dan salah merupakan salah satu penyaluran hobi meskipun tidak sesuai dengan penghasilan yang mereka dapatkan. Modernitas yang kelompok sosial ini anut ialah dimana mengutamakan gaya berbusana agar terlihat lebih fashionable dengan membeli sepatu yang memiliki harga tinggi. penulis memberikan saran kepada kelompok sosial docmart, agar dapat memanfaatkan uangnya untuk kepentingan yang lebih penting daripada membeli barang untuk kesenangan dan hobi.

Kata Kunci : Modernitas, Hedonisme, Etnografi Komunikasi, Kelompok Sosial, Generasi Milenial

Pembimbing I : Sandra Olifia, M.Si

Pembimbing II : Fitri Sarasati, M.Sc

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

*NAME* : Selvi Indriyani  
*NIM* : 180900110  
*STUDY PROGRAM* : *Communication Science*  
*INTEREST* : *Public Relations*  
*Title Of Thesis* : *Docmart Social Group Modernity In Millennial Hedonism style*  
*Jumlah halaman* : *xii + 85 Pages + 21 Attachment*  
*Bibliografi* : *12 Book + 15 Journals + 4 Internet source*

**ABSTRACT**

*Modernity is a state where the whole system shows a difference. A simple lifestyle has long been abandoned so this has become one of the problems in the millennial generation's hedonism style. Docmart social groups are considered as perpetrators of hedonism because the goods are considered expensive.*

*In this study, groupthink theory is used which discusses the decision-making process and problem solving. Docmart social groups are included in secondary informal social groups which are not mutually binding and do not have a firm structure.*

*This study has a constructivist paradigm with a qualitative approach and ethnographic methods of interviewing and observing communication, the authors interviewed and observed informants. Informants consist of group leaders and group members.*

*The results of this study indicate that the docmart social group always follows the existing trend, where initially docmart shoes were only used by band children and punk children, with the development of the era these shoes were used by various groups and for various events, both formal and non-formal events. The hedonic style that displays this social group finds only buying shoes at high prices for pleasure and hobbies.*

*The conclusion from the results of this study is that the docmart group chose to be involved in the hedonistic style because they wanted to be seen as a social class above the eyes of the community and one of them was a hobby even though it was not in accordance with the income they got. Modernity that can be found in this social group, which prioritizes the style of dress to make it look more fashionable by buying shoes that have a high price. The author gives advice to the docmart social group, so that they can use their money for more important interests than buying goods and hobbies.*

*Key Note* : *Modernity, Hedonism, Etnografi Komunikasi, Social Group, Milenial Generation,*

*Supervisor I* : *Sandra Olifia, M.Si*

*Supervisor II* : *Fitri Sarasati, M.Sc*