

## ABSTRAKSI

Beberapa bentuk struktur kelas atau stratifikasi sosial telah ada pada semua masyarakat di sepanjang sejarah keberadaan manusia. Kelas sosial merupakan suatu bentuk hirarki masyarakat yang pasti terjadi dalam sebuah masyarakat, baik di kelompok masyarakat yang sederhana, seperti di desa, hingga masyarakat kosmopolitan yang pluralistik, seperti di Surabaya. Tentu saja, terdapat berbagai variasi pembagian kelas sosial di dalam masyarakat tersebut berdasarkan tolak ukur atau variabel yang digunakan dalam melakukan stratifikasi kelas sosial. Dalam penelitian ini, pembagian kelas sosial didasarkan pada *Socio Economic Status* (SES) atau pengeluaran rutin rumah tangga per bulan versi AC Nielsen 2006.

Masyarakat dari kelas sosial yang sama akan berbagi banyak nilai dan minat yang akan dicerminkan dalam perilaku konsumsi mereka. Nilai dan minat yang dianut oleh para anggota dari berbagai kelas sosial memunculkan variasi perilaku konsumsi di antara berbagai kelas sosial.

Konsumsi sebagai alat dengan tujuan untuk membedakan kelas dan *culture of living* (termasuk di dalamnya gaya hidup) merupakan suatu arena perjuangan yang signifikan antara satu kelas sosial dengan kelas sosial lainnya. Apa yang dikonsumsi seseorang, akan menunjukkan dari kelas sosial mana orang itu berasal, menjadi legitimasi keberadaan orang tersebut hingga dapat menjadi bagian dari kelas sosial tertentu. Berbagai kelas sosial juga akan kecenderungan adanya variasi perilaku konsumen keluarga yang berbeda di antara berbagai kelas sosial dapat dilihat berbagai pemilihan pakaian, mode, belanja; penggunaan waktu luang ; pengeluaran, simpanan, dan kartu kredit; serta media komunikasi.