

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai suatu bentuk budaya yang terlahir di era milenial, budaya populer tentu tidak asing di telinga masyarakat. Budaya pop di era ini merupakan budaya dari suatu pengalaman yang terlahir karena budaya konsumsi dan di dukung oleh teknologi informasi yang serba baru.¹ Jika kategori seni yang di ciptakan masyarakat akan bertahan di karenakan kehendak bangsa rakyat dengan tradisinya, seni yang bertemakan kerakyatan akan bertahan karena kehendak bangsa dengan ideologi kerakyatannya, maka seni populer terlahir bahkan mampu bertahan karena kehendak media dengan menggunakan ideologi kapitalisme dan konsumsi.

Kemunculan media dan konsumsi akan mengeser suatu ikatan sosial yang pada awalnya mementingkan aspek moral dan kognisi dan kemudian tergantikan oleh ikatan yang estetik. Perkembangan media saat ini seperti yang telah dialami sekarang menempatkan kita terhadap suatu hubungan antar manusia dan media menjadi semakin erat. Hal ini berdampak pada manusia yang tidak bisa lagi menggunakan media sebagai fungsi dalam menangkap suatu ide dari gagasan bahkan suatu perasaan manusia, namun saat ini media adalah yang mengatur gagasan dan menata perasaan manusia.

Zigmunt Bauman telah melukiskan situasi ini sebagai awal dari menguatnya wilayah estetik dan memudarnya wilayah kognitif serta wilayah moral. Meminjam pendapat dari Martin Buber, ia menggambarkan telah terjadinya sebuah kesalahpahaman diantara manusia. Manusia tidak berdiri dengan sesama manusia sebagai *neighbour*

¹ M.Psi Safuwani, "Gaya Hidup, Konsumerisme Dan Modernitas," *Jurnal SUWA Universitas Malikussaleh* V, no. 1 (2007): 38–46, http://repository.unimal.ac.id/1342/1/Gaya_Hidup_Modern.pdf.

melainkan berdiri sebagai *stranger*. Mereka tengah berada didalam suatu tempat yang sama tetapi tidak mengalami kepekaan terhadap sekitarnya. Mereka merasakan perasaan yang sama namun mengalami *civic indifference* (ketidakpedulian sipil). Untuk mengetahui kebenaran yang terjadi kepada massa konsumen media, memerlukan suatu penelitian yang empiris dan menyeluruh. Secara metodologis, kajian mengenai media telah mengembangkan berbagai cara untuk meneliti ke arah sana. Hasil dari temuan ini dapat meninjau kembali mengenai apa sebenarnya yang disebut populer dan dimana tempat yang seharusnya bagi budaya populer ini.

Disamping dari media, pengalaman budaya pop ini terkait dengan konsumsi. Media telah menciptakan sesuatu yang populer dengan cara mengonsumsi barang-barang komoditi. Budaya pop yang alami pada era ini merupakan budaya pop yang terlahir dari cara orang-orang mengonsumsi barang-barang (*mode of consumption*). Sistem kebutuhan saat ini tidak lagi ditentukan oleh kebutuhan yang riil melainkan telah diatur dan diciptakan sesuai dengan keberadaan barang-barang komoditi. Sistem masyarakat dalam konsumsi cepat berubah mengikuti sistem kebutuhan dan sistem fungsi-fungsi. Sehingga ikatan sosial tidak hanya terbentuk atas dasar kebutuhan barang yang di konsumsi, tapi juga suatu keinginan dalam mengonsumsi barang tersebut. Intinya suatu konsumsi barang dan jasa bukan lagi bersifat kebutuhan melainkan keinginan dari setiap individu yang terhanyut kedalam dunia konsumtif yang diciptakan oleh media.²

Jadi dapat dilihat betapa rumit dan kuatnya kekuatan dari media dan konsumsi yang membentuk dan mengubah realitas rakyat dan kerakyatan menjadi realitas populer. Dimanakah suatu pengalaman rakyat dan kerakyatan yang sebelumnya? Pasti tidak akan tergantikan oleh realitas populer begitu saja. Akan tetapi, pada waktu yang sama akan dirasa terlalu naif bagi kita untuk kembali bernostalgia dengan realitas rakyat dan kerakyatan tanpa melewati realitas populer. Teori mengenai

² Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi* (Yogyakarta: Narasi.²⁰¹⁶), hlm. 8

budaya pop diatas menunjukkan realitas populer telah ditentukan oleh komunikasi massa dan ada kemungkinan bagi kita untuk mempengaruhi kemajuan dari budaya populer tersebut baik itu bersifat negatif maupun yang bersifat positif.³

Teknologi selalu mempunyai suatu keunggulan tersendiri, di sisi ketakjuban terhadap teknologi selalu berderetan dengan kegelisahan yang ditimbulkannya. Ketika masyarakat telah menjadikan teknologi sebagai kiblatnya dalam kegiatan sehari-hari, hal tersebut sebenarnya memberikan efek kegelisahan. Salah satu contohnya adalah dengan teknologi yang semakin aktual, maka akan terlahir darinya suatu budaya yang terbelang konsumtif di kalangan masyarakat. Kecanggihan teknologi yang tiada hentinya memang tengah menjadi suatu *trending topic* di kehidupan masyarakat, sehingga tidak ada satupun kegiatan manusia yang luput dari jasa teknologi. Berbagai macam kegiatan manusia yang dibantu dengan teknologi, maka akan ada suatu konsekuensi yang harus diterima oleh masyarakat salah satunya adalah dengan terlahirnya suatu “budaya baru” yang mulai berkembang pada saat ini. Salah satu permasalahan dari budaya baru tersebut yakni akan muncul budaya konsumerisme yang diakibatkan oleh rangsangan dari berbagai macam komoditi yang dihasilkan oleh *cyberspace*.

Di Indonesia sendiri, konsep mengenai *life style* terlahir di era 1990-an. Gaya hidup tersebut lahir karena diakibatkan oleh adanya globalisasi di bidang industri media. Masyarakat Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat konsumen di era tersebut lambat laun akan mulai tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan, industri dibidang *fashion*, kecantikan, kuliner, gosip, dengan semakin disukainya produk

³ Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hlm. 13-19

asing, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari *life style* yang diakibatkan dari iklan dan televisi.

Adapun hal yang digolongkan kedalam penyebab dari kemunculan budaya konsumen ini salah satunya adalah seorang *public figure* (selebritis). Seperti yang diungkapkan oleh Primada Qurrota Ayun, Adorno dan Max Horkheimer mengatakan bahwa tren dari gaya hidup para selebritis merupakan suatu gaya hidup yang dapat memudahkan kemanusiaan, karena dengan gaya hidup para selebritis yang cukup *glamour* dapat membuat massa terhipnotis untuk menirukan gaya hidup para selebritis. Selebritis sendiri merupakan suatu kelompok yang secara tidak sadar akan memicu adanya penindasan dalam segi ekonomi, hal tersebut akan menumbuhkan suatu khayalan-khayalan dan mimpi palsu bagi para penggemarnya.⁴

Dengan tren gaya hidup para selebritis maka akan menciptakan suatu identitas. Identitas itu sendiri adalah suatu deskripsi yang mencerminkan mengenai diri dari suatu subjek, sedangkan identitas sosial merupakan gambaran yang di berikan oleh orang lain mengenai hasil dari penilaian orang lain terhadap subjek tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan identitas sosial yaitu suatu pemaknaan yang definisinya ditampilkan melalui pemakaian dari beberapa tanda, khususnya pemakaian dari atribut-atribut badaniah. Secara keseluruhan maka identitas sosial ini diklasifikasikan kepada orang-orang yang memakai perlengkapan yang *branded* sebagai produk yang terstandarisasi. Definisi identitas itu sendiri dapat dipandang melalui budaya yang memiliki arti sebagai seseorang yang memiliki suatu hal yang membedakan dirinya dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk dikenal.

Sebuah *life style* atau gaya hidup merupakan sesuatu yang dibentuk, diciptakan, dijiplak kemudian didaur ulang sehingga dapat

⁴ Primada Qurrota Ayun, dkk, *Cyberspace and Culture* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2014), hlm.4

digunakan dalam kehidupan manusia, terutama masyarakat yang berada di dunia konsumsi dan budaya populer. Untuk dapat mendefinisikan setiap individu, dapat dilihat melalui bagaimana individu tersebut mengonsumsi barang atau jasa. Konsumsi diartikan sebagai suatu penggunaan dari komoditas dalam memenuhi sebuah hasrat untuk menghasilkan kepuasan tersendiri.⁵ Selain itu, *life style* juga memiliki relasi yang kuat mengenai pemaknaan status sosial ekonomi. Sehingga sebuah gaya hidup menciptakan keberadaan dari orang tersebut dalam dunia global ini.

Awal kemunculan konsumsi itu sendiri terjadi pada tahun 1990-an, tentunya dengan perkembangan dari masyarakat konsumen itu sendiri. Terdapat sebuah ideologi mengenai konsumerisme, yakni berupa sugesti yang memaknai kehidupan manusia yang dilihat dari apa yang dikonsumsi bukan apa yang dihasilkan. Ideologi dari konsumerisme tersebut merupakan suatu bentuk pengalihan dimana setiap masyarakat akan mengalami hasrat dalam berkonsumsi yang tidak ada habisnya. Dengan mengonsumsi komoditi, bagi masyarakat konsumen dapat memberikan suatu identitas sosial. Jika tidak mengonsumsi suatu barang atau jasa, maka akan merasa ketidakutuhan diri. Sedangkan dengan mengonsumsi barang maupun jasa maka akan memberikan efek yang utuh dan juga kebahagiaan yang dirasakan dalam setiap individu.

Di Indonesia sendiri merupakan sebuah negara yang memiliki masyarakat dengan jumlah konsumsi yang cukup tinggi. Masyarakat Indonesia itu sendiri merupakan masyarakat yang tergolong dalam masyarakat modern sehingga mereka dapat menghabiskan kebanyakan waktu yang mereka miliki di pusat perbelanjaan. Mereka menikmati

⁵ Herbert Marcuse dalam *One Dimensional Man* mengemukakan bahwa “kita dapat membedakan kebutuhan yang benar (*true*) dan kebutuhan yang semu (*false*). Semu adalah segala hal yang dipaksakan kepada individu oleh kepentingan-kepentingan sosial tertentu dalam penindasannya: kebutuhan yang melanggengkan kerja, agrisivitas, penderitaan dan ketidakadilan. Kebanyakan kebutuhan yang ada untuk membatu orang bersantai, bersenang-senang, menyukai dan membenci apa yang disukai dan dibenci orang lain, masuk dalam kategori kebutuhan semu.” (cyberspace and culture:14).

kehidupan yang mewah dan tergolong rakus dalam mengonsumsi komoditas sebagai alat penunjang *life style*-nya. Gambaran dari pola konsumsi yang dibahas di atas menunjukkan bahwa mereka cenderung mengonsumsi barang guna untuk mewakili identitas dan gaya hidup semata.⁶

Budaya konsumerisme dianggap sebagai budaya yang harus melekat pada masyarakat seolah-olah untuk memperoleh sebuah identitas maka mereka harus memilih sebuah gaya hidup yang menganut kepada budaya konsumerisme. Sebuah gengsi menjadi panutan utama dalam pola konsumsi sehingga akan menghasilkan konsumerisme. Sehingga gaya hidup yang seperti itu menjadi bagian dari manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupannya.⁷

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk membahas mengenai Budaya Konsumerisme yang terjadi pada masyarakat modern. Permasalahan ini sangat menarik untuk dibahas karena berhubungan dengan perilaku masyarakat dalam menyikapi gaya hidupnya. Gaya hidup dari masyarakat yang bisa dikatakan konsumtif maka akan melahirkan budaya konsumeris dikalangan masyarakat. Dari meningkatnya budaya konsumerisme ini maka permasalahan yang didapat adalah bagi kaum proletar. Konsumerisme ini merupakan budaya yang dapat dikatakan mewah sehingga budaya ini lebih menguntungkan kaum borjuis dibanding kaum proletar. Hal inilah yang sebenarnya menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Sesuai dengan pembahasan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti ialah mengetahui makna dan tujuan dalam kegiatan konsumsi barang sehingga hal tersebutlah yang sebenarnya menghasilkan

⁶ Primada Qurrota Ayun, dkk, *Cyberspace and Culture* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2014), hlm. 40

⁷ Primada Qurrota Ayun, dkk, *Cyberspace and Culture* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2014), hlm.11-21

masyarakat konsumen yang ditandai dengan perilaku yang boros terhadap kegiatan berbelanja yang sebenarnya telah disadari oleh setiap masyarakat bahwa perilaku boros merupakan perilaku yang tergolong tidak baik untuk dilakukan.

Berikut merupakan beberapa pertanyaan mengenai penelitian tersebut.

1. Bagaimana pemikiran Herbert Marcuse mengenai masyarakat modern?
2. Bagaimana konsumerisme pada masyarakat modern menurut Herbert Marcuse?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang paling utama dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk membahas permasalahan yang sebagian besar telah luput dari pandangan masyarakat kebanyakan. Sebagai penelitian yang bersifat ilmiah, maka penelitian ini bertujuan untuk menjawab berbagai permasalahan yang telah dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemikiran Herbert Marcuse mengenai masyarakat modern.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk konsumerisme pada masyarakat modern menurut Herbert Marcuse.

Selain tujuan diatas, penelitian ini diajukan guna meraih gelar S.Ag yang ditentukan oleh suksesnya pembuatan skripsi yang berupa penelitian terhadap suatu permasalahan.

D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mengangkat tema dari masyarakat kapitalis dalam mempengaruhi masyarakat modern sehingga muncul budaya baru yang disebut budaya konsumerisme. Penelitian ini dipandang melalui kacamata Herbert Marcuse yang diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan dapat memberi sumbangan ilmu terhadap perkembangan di era masyarakat modern khususnya dalam ranah gaya hidup masyarakat. Dengan menggunakan teori-teori filsafat maka diharapkan bahwa ilmu filsafat dapat dipandang tidak hanya ilmu yang dianggap negatif dan hanya membahas teoritis yang abstrak saja. Sehingga dengan penelitian ini dapat menepis semua tuduhan mengenai ilmu filsafat meskipun tidak secara keseluruhan.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi berbagai pandangan baru mengenai permasalahan kapitalisme dan budaya konsumerisme sehingga masyarakat tidak lagi diperbudak oleh sistem ini. Unsur yang terpenting dalam hidup manusia adalah kesadaran sehingga masyarakat harusnya memiliki kebebasan tanpa adanya campur tangan dari sistem kapitalis seperti ini. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan kepada masyarakat terhadap pentingnya hal tersebut. Berbagai macam kebutuhan semu yang telah diciptakan oleh sistem kapitalis dengan melalui media sehingga kebutuhan semu ini lambat laun akan mengambil alih kebutuhan yang nyata. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan masyarakat untuk membedakan antara kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis memiliki tinjauan pustaka pada buku yang menjadi sumber rujukan utama yakni Herbert Marcuse dalam buku yang berjudul *Manusia Satu Dimensi*. Buku ini membahas kritik dari seorang filsuf kontemporer yakni Herbert Marcuse terkait masyarakat modern yang dikatakannya sebagai manusia berdimensi satu. Masyarakat modern yang dikatakan dalam buku ini merupakan masyarakat yang mengira bahwa mereka telah memiliki kebebasan namun pada kenyataannya apa yang dianggap bebas oleh masyarakat modern hanyalah suatu hal yang diperintahkan kepadanya oleh kaum kapitalis.

Buku dan data sekunder yang berkaitan dengan budaya konsumerisme. Adapun sumber rujukan sekunder dalam menyelesaikan penelitian ini adalah buku yang ditulis oleh Dominic Strinati yang berjudul *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Buku ini membahas beberapa panduan komprehensif terhadap teori-teori utama dari budaya populer. Dalam buku ini memberikan suatu penilaian kritis terhadap beberapa teori guna memahami dan mengevaluasi budaya pop yang terjadi dikalangan masyarakat. Buku ini juga memberikan beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan budaya pop diantaranya mengenai madzhab, industri-industri, budaya massa, dan lain sebagainya.

Primada Qurrota Ayun, dkk dalam bukunya yang berjudul *Cyberspace and Culture*. Buku ini membahas terhadap faktor yang menyebabkan budaya konsumerisme semakin menjamur. Buku ini dengan detail membahas mengenai hal apa saja yang mengakibatkan budaya pop yang kemudian melahirkan konsumerisme dan membuat masyarakat yang terjangkit penyakit sosial ini tumbuh menjadi seorang individu yang pasif dalam berfikir. Buku ini juga memberikan penjelasan mengapa budaya konsumerisme termasuk kedalam budaya yang berbahaya jika terus menerus berkembang.

Sejauh pengamatan dan penelitian yang dilakukan, telah banyak dijumpai penelitian yang serupa yakni membahas mengenai Budaya Konsumerisme. Akan tetapi, masih jarang yang melakukan pembahasan mengenai Budaya Konsumerisme yang dihubungkan dengan *Pop Culture* dan menggunakan tinjauan dari seorang filsuf bernama Jhon Storey. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki kemiripan, antara lain:

1. Abdur Rohman, *Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa*, KARSA: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman, vol. 24/no. 2/thn. 2016. Dalam jurnal ini membahas

mengenai permasalahan budaya konsumerisme dikalangan mahasiswa yang dianggap sebagai teori kebocoran. Mahasiswa yang menyadari bahaya dari budaya konsumerisme namun tetap melakukan kegiatan konsumtif yang dapat melahirkan konsumerisme. Dalam jurnal ini menghubungkan budaya konsumer dengan ekonomi islam.

2. Safuwani, *Gaya Hidup, Konsumerisme Dan Modernitas*, Jurnal SUWA Universitas Malikussalleh, vol. 5/no. 1/thn. 2007. Dalam jurnal ini membahas mengenai pola hidup manusia yang didasari oleh perkembangan teknologi yang melahirkan perilaku konsumtif. Jurnal ini juga ada membahas mengenai perilaku manusia dalam ilmu psikologi. Berbagai macam kebutuhan manusia yang dibantu dengan teknologi menuntut manusia untuk merealisasikan berbagai impiannya sesuai dengan perkembangan zaman yang ada.

F. Kerangka Pemikiran

Ada yang mengatakan jika Indonesia adalah negara yang mimesis. Istilah yang digunakan adalah budaya mainstream. Ide, sikap, dan fenomena yang terlahir dari budaya mainstream ini akan mudah menjadi populer sehingga masyarakat Indonesia akan menirukan segala sesuatu yang menjadi budaya mainstream ini. Budaya pop ini berkembang mengikuti perubahan zaman. Perkembangannya pun sangat dipengaruhi oleh industri komunikasi dalam media massa. Dibantu dengan semakin canggihnya teknologi, maka penyebaran budaya pop ini terbilang sangat pesat. Dengan kecanggihan dari teknologi maka akan semakin membantu dalam hal proses transfer informasi. Tentu saja bukan hanya informasi mengenai ilmu pengetahuan saja, melainkan terdapat juga informasi mengenai budaya yang populer dari seluruh penjuru dunia.

Pada zaman ini banyak bermunculan sebuah industri baru yang menjanjikan kebahagiaan dan kepuasan. Dalam pandangan Marcuse,

masyarakat saat ini tidak lain hanyalah sebuah perangkat alat pengetahuan yang berperan dalam proses perubahan masyarakat modern. Ilmu pengetahuan yang semakin berkembang sehingga menciptakan sebuah teknologi modern telah menjadi sumber permasalahan baru bagi masyarakat modern. Dengan diciptakannya teknologi modern maka manusia beranggapan bahwa dirinya akan mendapatkan kebahagiaan. Namun menurut Marcuse kebahagiaan yang didapat merupakan kebahagiaan yang bersifat semu. Marcuse menyebutkan bahwa masyarakat modern yang seperti ini merupakan bentuk manusia berdimensi satu.

Dalam mencari suatu kebahagiaan, maka masyarakat modern menganggap bahwa kegiatan konsumsi merupakan salah satu kebahagiaan. Dalam sebuah ideologi konsumsi, para pencipta komoditi berusaha untuk membuat masyarakat membelanjakan uangnya untuk barang dan jasa tersebut. Ideologi tersebut muncul ketika sistem produksi tidak sebanding dengan konsumsi. Pada mulanya konsumsi adalah suatu bentuk dari diadakannya sistem produksi, namun saat ini produksi yang merupakan sistem yang menjadi tujuan diadakannya konsumsi. Sebuah kebutuhan telah dimanipulasi yang pada awalnya hanya bersifat sekunder kemudian akan menjadi kebutuhan primer. Marcuse berpendapat bahwa sebuah hasrat yang dimiliki masyarakat merupakan sebuah benang merah terhadap kebutuhan akan sesuatu yang akhirnya menyebabkan konsumerisme pada era budaya pop semakin merajalela.⁸ Hal ini diakibatkan karena kontrol-kontrol pada diri manusia sudah mulai melemah.

Dari sebuah kesenangan manusia terhadap konsumsi maka akan berubah konsumerisme yang awalnya merupakan sebuah objek perkembangan menjadi subjek perkembangan. Alhasil, konsumerisme dapat memperkuat statusnya untuk memanipulasi segala sesuatu agar masyarakat modern menjadi bahagia dan puas. Menurut Marcuse ada

⁸ Herbert Marcuse, *Eros dan Perkembangan* (Yogyakarta: Tanda Baca. 2018), hlm. 222

sistem dimensi negatif yang merupakan bagian dari wahana rasional yang terdapat pada individu manusia, namun dengan kehadiran konsumerisme maka telah mengirasionalkan dimensi negatif tersebut. Irasional dalam hal ini telah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga nampak seperti rasional agar masyarakat modern termanipulasi.⁹

Konsumsi berlebihan yang dilakukan manusia akan menimbulkan sebuah pemborosan yang tanpa disadari telah menjadi sebuah trend bagi beberapa masyarakat yang ingin dinilai sebagai orang kaya. Hal ini tidak lain hanya untuk meningkatkan status sosial yang mereka dapatkan dari subjek konsumerisme itu sendiri. Salah satu dampak dari meningkatnya budaya konsumerisme ini adalah sistem komunikasi berbasis iklan. Isi dari berbagai media saat ini bersifat dukungan terhadap budaya konsumerisme. Hal ini sebenarnya merupakan suatu ketidakbebasan bagi masyarakat namun bersifat lembut dan masuk akal.¹⁰

G. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. 2017. *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perubahan Perilaku di Kalangan Sosialita*. Ditulis oleh Fetrianna Triliana Mugeni yang menjelaskan mengenai pengaruh dari perilaku konsumtif yang akhirnya menyebabkan gaya hidup *shopaholic*. Adapun persamaan dengan isi dari penelitian yang telah dilakukan adalah kemiripan dalam kajian Budaya Konsumerisme. Namun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan saudari Fetrianna Triliana Mugeni adalah penelitian saudari mengambil objek kajian *shopaholic* dan menggunakan metode studi kasus. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil objek konsumerisme masyarakat modern dan menggunakan metode studi literatur.

⁹ Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi* (Yogyakarta: Narasi. 2016), hlm. 218

¹⁰ Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi* (Yogyakarta: Narasi. 2016), hlm. 1

2. Tesis dari program studi Aqidah dan Filsafat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2018. *Konsumerisme Manusia Satu Dimensi*. Ditulis oleh Ghulam Falach yang menjelaskan mengenai konsumerisme dalam pandangan Herbert Marcuse. Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian tersebut adalah objek dan tokoh yang digunakan, namun dalam penelitian tersebut lebih kepada studi tokoh dan membahas mengenai berbagai macam pemikiran tokoh dan membahas tokoh-tokoh yang berkaitan dengan Herbert Marcuse. Dalam penelitian tersebut tidak hanya membahas konsumerisme saja namun ada membahas mengenai penafsiran Herbert Marcuse terhadap berbagai macam tokoh seperti Hegel, Marx, dan Freud.

