

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era modern kemajuan teknologi memudahkan kita untuk saling bertukar informasi, memudahkan kita untuk mengakses berbagai informasi terbaru yang sedang menjadi tren di publik, dengan kemajuan teknologi masyarakat mendapatkan akses penuh terhadap kebudayaan dengan mudah untuk mengikuti perkembangan, perkembangan yang terjadi dalam aspek ekonomi, politik, sosial dan pendidikan, terutama sosial ekonomi yang mendorong masyarakat untuk terus menghasilkan uang demi memenuhi kebutuhan hidup yang semakin tinggi disebabkan gaya hidup yang ditawarkan kapitalis. Kapitalisme atau kapital merupakan suatu paham yang meyakini bahwa sekelompok orang yang memiliki modal dapat melakukan usahanya dengan mengeluarkan modal sekecil mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang sangat besar, demi prinsip ini maka pemerintah tidak bisa ikut campur dan tidak bisa melakukan intervensi pasar guna keuntungan bersama, akan tapi intervensi pemerintah hanya dilakukan untuk kepentingan-kepentingan pribadi saja.

Di Indonesia sistem kapitalis merupakan cangkokan dari Eropa makadati itu, dalam beberapa hal tidak sama dengan kapitalisme yang ada dan berkembang dari negri asalnya dan dibesarkan yakni Eropa dan Amerika Utara. Demokrasi Pancasila merupakan sistem pemerintakan yang dianut oleh negara Indonesia tetapi tidak terlepas dari sistem kapitalisme yang terus berkembang dengan pesat. Kapitalisme erat hubungannya dengan proses perekonomian, produksi, jual beli dan pengindustrian. Sistem kapitalisme di Indonesia tidak berkembang begitu saja, seiring dengan perjalanan sejarah yang panjang. Berkembangnya kapitalisme, dapat dirasakan sendiri oleh kita sebagai masyarakat Indonesia, kita dapat melihat bagaimana kapitalisme

menguntungkan ataupun merugikan bangsa ini. Sangat berbeda sekali perkembangan kapitalisme di Amerika dan Eropa dengan perkembangannya yang signifikan. Dahulu perkembangan kapitalisme Indonesia yang disebabkan oleh para penjajah yang datang ke Indonesia dan mengeksploitasi kekayaan alam yang dimiliki Indonesia untuk memenuhi kepuasan dan kepentingan pihak penjajah. Hal demikian membuat kemajuan ekonomi di Indonesia tidak teratur, sebagaimana seharusnya sampai saat ini Indonesia belum bisa memproduksi barang-barang kebutuhan untuk penduduknya sendiri, ataupun untuk perdagangan luar negeri. Alat-alat pertanian, keperluan rumah tangga, dan bahan-bahan produksi lainnya yang sebagian besar dibuat oleh negara lain. Hal-hal demikianlah yang menggusur penduduk Indonesia untuk terus mengonsumsi produk-produk yang dibuat oleh kapitalis dalam segala kebutuhan dan aktifitasnya yang membentuk gaya hidup masyarakat.

Revolusi industri yang melanda masyarakat terutama menginjak abad ke 19 dan abad ke 20, tidak kalah pentingnya dengan revolusi politik dalam bentuk teori sosiologis. Revolusi industri bukan merupakan peristiwa tunggal melainkan banyak perkembangan yang saling terkait yang berpuncak pada transformasi dunia Barat dari sistem yang sebagian besar agrikultural menjadi sistem industrial yang menyeluruh. Sebagian besar masyarakat meninggalkan lahan pertanian dan meninggalkan pekerjaan agrikultural demi pekerjaan-pekerjaan industrial yang diberikan dalam pabrik-pabrik yang berkembang pesat. Pabrik-pabrik itu dibentuk dengan rangkaian panjang perbaikan teknologis. Birokrasi-birokrasi ekonomi yang besar muncul untuk memberikan layanan yang dibutuhkan ekonomi dan sistem kapitalis yang sedang muncul. Didalam ekonomi tersebut pasar bebas dianggap ideal sebagai tempat untuk mempertukarkan banyak produk dari sistem industrial. Didalam sistem itu terdapat segelintir orang mendapatkan untung yang sangat besar sementara sebagian besar orang bekerja dengan jam kerja yang panjang demi upah yang rendah. Lalu munculah reaksi melawan sistem industrial dan kapitalis pada

umumnya menimbulkan gerakan buruh radikal yang bertujuan untuk menumbangkan sistem kapitalis.¹

Seperangkat perubahan yang ditujukan untuk mengatasi akses sistem industrial dan kapitalisme dapat diatasi atau disatukan oleh sosialisme. Meskipun beberapa sosiolog lebih menyukai sosialisme sebagai suatu solusi masalah-masalah industrial, Karl Marx adalah seorang pendukung aktif penumbangan sistem kapitalis dan menggantinya dengan sosialis, meskipun Karl Marx tidak mengembangkan teori sosialisme tersendiri, dia menghabiskan banyak waktu untuk mengkritik berbagai aspek masyarakat kapitalis. Selain itu dia terlibat dalam berbagai kegiatan politis yang kerap dia berharap dapat melahirkan masyarakat sosialis. Sebagian besar teoritis awal, seperti Weber dan Durkheim, menentang sosialisme (setidaknya seperti yang dibayangkan oleh Marx). Meskipun ia menyadari masalah-masalah yang ada pada masyarakat kapitalis, mereka mengusahakan pembaruan sosial didalam kapitalisme daripada revolusi sosial yang diargumenkan oleh Marx. Mereka lebih takut dengan sosialisme ketimbang dengan kapitalisme. Kekuatan ini memainkan kekuatan yang jauh lebih besar dalam pembentukan teori sosiologi daripada dukungan Marx atas alternatif sosialis bagi kapitalisme.²

Didalam kapitalisme mutakhir, komoditi tidak lagi berfungsi sebagai objek utilitas, akan tetapi berkembang menjadi *hyperkommodity*, yaitu komoditi yang menjadikan alat sebagai permainan status, simiotika, prestise, dan menjadi sensasi komunikasi dalam pemasaran seiring dengan perkembangan *hyperkommodity*, berkembang pula *extremetas* pasar. Begitupula dengan kemajuan teknologi saat ini, membuat masyarakat modern semakin mudah untuk memenuhi kebutuhannya hanya dengan menggunakan genggaman tangan. Salah satu perubahan sosial yang mengiringi kemajuan

¹ Ritzar, George *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Post Moderen* (Jakarta : pustaka pelajar 2012) 281

² Ritzer George, *Teori sosiologi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2012) 45

ekonomi di Indonesia 5 dalam tahun terakhir adalah berkembang dan terealisasinya berbagai gaya hidup di masyarakat, sebagai fungsi diferensi sosial yang tercipta dari relasi konsumsi. Menurut pandangan Marx sebagaimana yang ditulis oleh Ritzer George dalam buku *Teori Sosiologi* menyatakan bahwa “komoditas berakar didalam orientasi materialisnya dengan memfokuskan pada kegiatan produktif para aktor pemilik modal” dahulu Manusia menghasilkan barang-barang yang dianggap sangat mereka butuhkan supaya dapat bertahan hidup dan membantu memudahkan segala aktifitasnya dalam proses memenuhi kebutuhan. Barang barang yang dihasilkan sendiri pada dasarnya untuk digunakan sendiri dan orang-orang dilingkungan dekatnya. Penggunaan barang seperti itulah yang disebut oleh Marx *nilai guna* komoditas. Namun didalam sistem kapitalisme proses itu berubah bentuk menjadi bentuk proses berbeda fungsi dan tujuan yang sangat tidak aman, karna beralih menajahi pemenuhan kebutuhan masyarakat global untuk medapatkan keuntungan sebesar-besarnya . Bukan hanya menghasilkan barang untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan untuk orang lain dilingkungan dekatnya, para kaum kapitalis malah menghasilkan barang untuk orang lain yang lebih banyak. Produk-produk tersebut menjadi memiliki nilai tukar, dan diperuntukan demi uang atau demi barang-barang lain.³

Konsumsi sebagai kemunculan dan kontrol atas kekuatan produktif baru. Dengan demikian konsumsi tidak hanya merupakan sektor yang anomik karna menurut definisi pengikut Durkheim, ditentukan oleh aturan-aturan formal dan tidak seragam dengan kebutuhan kecil individu. Konsumsi bukanlah konsumsi yang seperti apa yang dibayangkan secara umum. Suatu sektor marginal keraguan dimana individu disegala tempat dipaksa oleh aturan sosial, akhirnya menutup kembali, dalam sikap pribadi. Masyarakat konsumtif bukan hanya ditandai dengan pertumbuhan yang cepat dalam pengeluaran pribadi,

³ Ritzer, George. *Teori Sosiologi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2012) hlm.100

tetapi dibarengi oleh pertumbuhan pengeluaran yang dikendalikan oleh kapitalis demi keuntungan pribadi yang bertujuan untuk mengurangi kesenjangan distribusi sumber daya alam⁴

Akibat pengaruh Globalisasi dan berkembangnya kapitalisme di Indonesia menjadikan gaya hidup masyarakat semakin konsumtif. Pemahaman dalam pengertian umum, gaya hidup adalah karakteristik seseorang yang dapat diperhatikan dan diamati, perilaku yang menandai sistem nilai yang menunjukkan status sosial serta sikap terhadap diri sendiri dengan lingkungannya. Perilaku dan karakter tersebut saling berhubungan dengan pola menggunakan waktu, uang, ruang, dan semua objek yang saling berkaitan dengan semua aktifitas. Seperti cara bergaul, cara bersosialisasi, cara memperlakukan sesuatu merupakan gaya hidup. Dengan demikian segalanya merupakan kebiasaan yang pelaksanaannya didasari oleh sistem nilai dan kepercayaan tertentu. Istilah gaya hidup tidak bisa dipisahkan dengan iklan, yang tidak hanya mempresentasikan gaya hidup tetapi mendorong untuk mengikutinya.

Dalam memahami gaya hidup setidaknya ada dua pendekatan yang dapat menjelaskan yakni secara ideologis dan sosio kultural. Pendekatan sosiologis menggunakan analisis sosial Marxisisme menurut pandangannya, gaya hidup didasari oleh kepercayaan tertentu yang menjadikan sebuah kebiasaan masyarakat terkait cara berbusana, berbicara dan kebiasaan-kebiasaan lain yang merupakan bentuk ekspresi dari. Adapun cara suatu kelompok masyarakat yang mengaitkan hidup mereka dengan berbagai aktifitas untuk membentuk ideologi kelas sosial mereka. Gaya hidup, yang dikemukakan oleh Nicos Hadjinicolaou sebagaimana yang dikutip oleh Celia Lury dalam bukunya *Budaya Konsumen*, gaya hidup adalah merefleksikan kesadaran kelas atau kelompok masyarakat dan menjadikannya dalam bentuk ideologi kelas.

⁴ Jean P. Baudrillard. *Masyarakat konsumsi* (Yogyakarta kreasi wacana 2004) 90

Perubahan gaya hidup di Indonesia, yang berkembang akibat kemajuan teknologi dan informasi, salah satunya kegiatan ekonomi kapitalisme global sebagai bentuk ideologi masyarakat. Perubahan sosio kultural yang menyertai kemajuan ekonomi Indonesia.. Pendukung Marxis mengatakan gaya hidup merupakan akibat dari model relasi produksi yang dibuat dan sengaja dibentuk oleh kapitalisme yang menyebabkan konflik sosial dalam masyarakat, sementara non-Marxis seperti Durkheim menemukan diferensiasi dan bahkan melihat bahwa terbentuknya gaya hidup adalah hal yang positif dalam perkembangan masyarakat. Gaya hidup menurut pandangan mereka justru merupakan bentuk kreativitas yang sangat diperlukan untuk kemajuan sosial. Namun dari kedua pandangan itu kita bisa menganalisa apa yang dirasakan masyarakat apakah gaya hidup merupakan konflik sosial atau sebagai perkembangan dan kemajuan sosial. Kontradiksi tersebut menarik penulis untuk lebih memahami lebih dalam dampak yang diakibatkan oleh kemajuan tersebut. Terlepas dari pandangan konflik sosial atau bahkan sebagai perkembangan yang patut diikuti masyarakat.⁵

Disadari atau tidak oleh masyarakat dalam kehidupan sosial proses global telah mengakibatkan munculnya “*internationalization of culture*” yakni kultur internasional yang menyebar dibidang ekonomi menciptakan ketergantungan yang dirasakan masyarakat dalam proses produksi dan pemasaran. Dalam perkembangan yang terjadi menimbulkan peralihan perilaku konsumtif masyarakat yang dipengaruhi oleh berbagai iklan yang dimuat media. kemajuan yang dirasakan mengakibatkan perubahan. Perilaku masyarakat moderen tidak hanya sekedar memprioritaskan kebutuhan primer yakni kebutuhan pokok masyarakat seperti *sandang, pangan, dan papan* namun kebutuhan *sekunder* dan *tersier* telah bergeser menjadi prioritas utama dalam

⁵Amir Piliang, Yasraf. *Sebuah Dunia Yang Dilipat*. (Bandung: Mizan .1998) 82

kehidupannya. Pada berbagai kasus perilaku konsumtif membeli segala sesuatu bukan berdasarkan kebutuhan akan tetapi lebih dari itu yakni mengkonsumsi berdasarkan motivasi, kesenangan dan untuk mendapatkan sensasi, meningkatkan status sosial di masyarakat berlebihan dan tidak terencana. perkembangan *trend* dan model dengan membeli sesuatu yang tidak terlalu penting dan tidak dibutuhkan hanya demi membeli status sosial atau prestise.

Gaya hidup konsumerisme Masyarakat konsumen (*consumer society*) merupakan masyarakat yang menciptakan dan membentuk nilai-nilai yang melimpah dan mewah melalui barang konsumen, serta menjadikan aktifitas konsumsi sebagai pusat aktifitas kehidupan masyarakat. Mereka memang mengekspresikan gaya hidup melalui objek-objek sosial, mereka membeli makna sosial. mereka melihat gaya hidup yang harus di ikuti dan dipertahankan. Dalam budaya konsumerisme kegiatan konsumsi sudah bukan lagi jual beli benda atau kebutuhan, beralih menjadi perebutan makna-makna sosial yang dimana produk-produk konsumen menjadi pembentukan kelas sosial, citra diri, gaya hidup dan eksistensi. Barang barang dijadikannya sebagai cermin dalam menentukan gaya hidup para konsumen.

Bagi mereka yakni pemilik modal budaya konsumen memang sengaja diciptakan supaya pemilik modal terus memfasilitasi dan menyediakan semua kebutuhan bertujuan untuk memperkaya diri. Kritik ekonomi sosial yang dikemukakan Karl Marx melihat dari kenyataan bahwa konflik sosial dalam kelas masyarakat yang terjadi antara kaum borjuis (pemilik modal) dan kaum proletariat (kaum pekerja) adalah akibat dari relasi produksi yang dibuat kapitalisme sangat bermuatan konflik. Didalam relasi produksi tersebut konflik sosial yang muncul adalah akibat dari konflik kepentingan kapitalis didalam penguasaan alat-alat produksi, Model kepemilikan yang ada menyebabkan para pekerja teralienasi dari produk yang diperduksinya, karna semua yang

mereka produksi bukanlah miliknya, mereka hanya dijadikan sebagai mesin produksi, untuk menghasilkan keuntungan pribadi⁶.

Indonesia mempunyai kebiasaan buruk yang bertahan adalah budaya konsumtif, terutama masyarakat yang tinggal di perkotaan berperilaku sangat konsumtif dan progresif dari segi peningkatan gaya hidup, budaya konsumerisme sangat cepat diserap oleh olongan remaja dan dewasa. Dengan masa dalam usianya membentuk perilaku konsumsi yang berlebihan. Budaya konsumtif yang sudah mengakar kuat bisa jadi merupakan dampak dari kebiasaan-kebiasaan hedonis yang sudah menjadi kebiasaan yang terbentuk oleh generasi sebelumnya, dan mungkin saja terjadi akibat kurangnya rasa perduli dari dampak negatif yang diakibatkan oleh budaya konsumerisme.⁷

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, seharusnya memegang teguh prinsip-prinsip keislaman seperti kesederhanaan dalam berpakaian, sulit untuk dipengaruhi oleh budaya konsumerisme. Akan tetapi budaya konsumerisme terus meresap masuk kedalam kebiasaan-kebiasaan dan kultur keberagamaan, seperti cara berpakaian. Definisi pakaian secara Islam yaitu suatu ungkapan terhadap pakaian yang berfungsi menutupi tubuh dan melindungi tubuh dari cuaca panas dan dingin. Sedangkan yang disebut pakaian Islami adalah pakaian yang menutupi seluruh bagian tubuh yang termasuk aurat baik laki-laki maupun perempuan yang tidak transparan tidak ketat membentuk tubuh dan tidak menyerupai lawan jenis. Sebagaimana yang terkandung dalam Al-quran Surah al-A`raf : 26 *“Hai anak Adam, Sesungguhnya kami Telah menurunkan kepadamu Pakaian untuk menutup auratmu dan Pakaian indah untuk perhiasan. dan Pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan*

⁶ Ritzer, George. *Teori Sosiologi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2012) 923

⁷ Lury celia, *Budaya Konsumen* (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia 1998) 1

mereka selalu ingat”. Menurut syariat dalam ajaran islam, busana muslim bukan hanya sebagai tanda atau simbol keberagamaan akan tetapi menjadi sebuah bukti ketaatan terhadap ajaran agama Islam. Busana muslim menjadi identitas yang melekat pada tubuh seorang muslim. Kenyataannya masyarakat tidak hanya menggunakan pakaian sebagaimana fungsi dan syariah islam, lebih dari itu yakni larut dalam budaya konsumerisme, membeli pakaian berdasarkan *trend* dan model yang sedang terkenal.

Kini pakaian tidak sebatas fungsional yaitu melindungi tubuh, namun sekarang telah menjadi kebutuhan sebagai seni dan penyalur hobi oleh pelaku konsumtif pakaian. Hal yang menarik muncul dalam kebiasaan keberagamaan di masyarakat, yakni pakaian atau busana muslim sudah beralih dan mengikuti perkembangan jaman, selain sebagai fungsinya untuk menutupi aurat namun model dan trend tidak kalah hebat dari pakaian-pakaian biasa. Fakta ini menunjukkan kepada kita bahwa pakaian syar’i memiliki citra yang sangat baik di masyarakat untuk identitas muslimah, tanpa kita sadari campur tangan kapitalisme telah melihat mangsa pasarnya, budaya konsumerisme pun masuk dan melekat termasuk dalam perilaku berpakaian syar’i.

Berbicara tentang cara berpakaian syar’i atau pakaian yang sesuai dengan syariah islam sangat identik dengan perempuan, pada tahun 2011 lalu berdiri sebuah komunitas yaitu HMC (*Hijabers Mom Community*) komunitas tersebut bukan hanya dijadikan ajang perkumpulan perempuan akan tetapi telah menunjukkan kekuatan seorang wanita sekaligus seorang ibu. Tercermin dari nama komunitasnya yakni Hijabers Mom tentunya Perilaku berpakaian anggota HMC ini memiliki ciri khas dengan gaya pakaian yang tertutup tetapi tidak ketinggalan jaman, terlihat kekinian dan mengikuti trend yang ada. Dari satu komunitas ini kita bisa melihat seberapa besar pengaruh yang diakibatkan oleh budaya konsumerisme dalam perilaku keberagamaan masyarakat terutama dalam berpakaian.

Konsumtif adalah sifat seperti timbulnya keinginan untuk membeli suatu produk yang dianggap kurang diperlukan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan diri. Aktifitas mengkonsumsi barang dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki uang. Sebagian orang akan melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan untuk memenuhi kepuasannya, bisa dikatakan seseorang kecanduan belanja yang secara psikologi dikenal dengan istilah compulsive buying disorder. Biasanya orang yang terjebak dalam situasi kecanduan belanja cenderung sulit membedakan mana kebutuhan dan keinginan. Prilaku ini bisa dibentuk dari faktor lingkungan yang memberikan pengaruh besar terhadap kebiasaan-kebiasaan konsumtif.

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan terhadap komunitas Hijabers Mom, begitu banyak yang masih minim sekali akan kesadaran budaya konsumerisme yang mulai mempengaruhi segala aspek kehidupan beragama terutama dalam berpakaian. Penulis berupaya meneliti budaya konsumtif yang mempengaruhi prilaku berpakaian syar'i di komunitas Hijabers Mom, menyikap bahwa budaya konsumerisme telah masuk dalam prilaku keberagaman masyarakat. Fenomena masuknya budaya konsumerisme kedalam prilaku berpakaian syari. Penelitian ini menyoroti perempuan sebagai objek yang sangat kental dengan budaya konsumtif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka penulis membatasi beberapa permasalahan yang jadi fokus dalam penyusunan skripsi dan penelitian yang dilakukan, Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor munculnya prilaku konsumtif di Komunitas Hijaber Mom?
2. Bagaimana pandangan komunitas hijaber mom mengenai masyarakat konsumerisme?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah yang menjadi faktor munculnya perilaku konsumtif dalam berpakaian syar'i komunitas hijabers mom
2. Mengetahui pandangan komunitas hijaber mom mengenai masyarakat konsumerisme

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Secara praktis
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan dapat meningkatkan wawasan mengenai budaya konsumerisme, perilaku konsumtif, dan meningkatkan pengetahuan dalam perilaku berpakaian syar'i. Menambah cakrawala keilmuan bagi para calon Filsuf mahasiswa UIN Bandung
 - b) Untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana di Jurusan Filsafat Fakultas Ushuluddin UIN SGD Bandung
2. Secara Akademis
 - a) Menjadi wacana pengetahuan bagi lembaga dan mahasiswa di UIN SGD Bandung.
 - b) Menjadi bahan pertimbangan bagi pembaca agar lebih memperhatikan dalam pembelian suatu produk, dan lebih memahami terhadap budaya konsumerisme dan lebih mementingkan kebutuhan dari pada keinginan.
 - c) Pagi peneliti selanjutnya, semoga dapat menjadi study empiris dan menjadi tinjauan pustaka dalam melakukan penelitian serupa atau penelitian ruang lingkup dan kajian yang lebih eksploratif .
 - d) Diharapkan dapat mengembangkan teori-teori kajian filsafat dalam budaya konsumerisme

E. Tinjauan Pustaka

Dalam suatu rencana penelitian tinjauan pustaka sangat penting untuk dicantumkan, hal ini bertujuan untuk menghindari kesamaan dalam membahas suatu hal, yang topik atau fokus penelitiannya sama dengan menggunakan sumber-sumber pustaka yang telah ada sebelumnya. Untuk itu beberapa hasil penelitian yang membahas tentang kegiatan yang bersifat konsumtif, yang berkorelasi dengan penelitian ini antara lain:

Pertama, dalam skripsi Masamah⁸ penelitian yang menyingkaap tentang pandangan santriawati di pondok pesantren Wahid Hasyim mengenai penelitiannya terhadap budaya konsumerisme yang ada di lingkungan santriawati di pondok pesantren tersebut. Fokus penelitiannya adalah tentang gaya hidup, yang menurutnya akibat munculnya budaya konsumerisme sebagai dampak globalisasi dan perkembangan teknologi di lingkungannya. yang berdampak pada kehidupan santriawati khususnya adalah hal gaya hidup. Dalam penelitiannya ia menggunakan teori David Chaney penulis buku *life syle*, menyatakan gaya hidup merupakan seperangkat kegiatan, sikap dan perilaku yang masuk akal dalam konteks tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif sosial struktur, yaitu metode dengan mengukur gaya hidup melalui aktifitas konsumsi yang dilakukan santriawati disana. Menyadarkan kembali santriawati supaya menghindari sifar boros dan berperilaku konsumtif. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pandangan santriawati terhadap budaya konsumerisme adalah budaya yang boros, sehingga santriawati tidak berminat untuk mengikuti budaya konsumerisme. Selanjutnya seberapa besar pengaruh budaya konsumerisme di lingkungan santriawati, mereka berpandangan untuk tidak membeli barang yang tidak dibutuhkan. Artinya tidak semua barang dan jasa dikonsumsi tetapi

⁸Masamah, *Gaya Hidup Santriawati Pondok Pesantren Wahid Hasyim Di Tengah Budaya Konsumerisme*, Skripsi (Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin Studi Agama dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015)

hanya barang-barang tertentu saja, karena santriawati lebih mementingkan keuangan pribadi masing-masing.

Kedua, dalam skripsi yang ditulis oleh Fikri⁹, penelitian yang menyikap prihal menjadikan *distro* sebagai gaya hidup oleh mahasiswa. kapitalisme baru, keramaian kota, penemuan jatidiri dan pembentukan identitas mahasiswa di Yogyakarta. Fokus penelitian ini adalah *life style* (gaya hidup). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah penyebab yang menjadikan *distro* sebagai pusat perkembangan *life style* ini merupakan persoalan gaya dan trend menjadi sebuah keharusan baginya, mahasiswa ingin tampil modis, trend, mode dan glokalisasi bahasa. Distro telah menjadi kapitalisme bari, dan distro sebagai budaya tranding terhadap budaya kapitalis.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ulfah Yunita Ningrum, yang membahas tentang munculnya perilaku konsumtif terhadap pakaian *distro*. Fokus penelitian ini adalah tentang pakaian *distro* yang penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk prosesnya, dan menggunakan teori dari Philip Kotler tentang perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini adalah peneliti mengetahui bahwa hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian *distro*¹⁰

Keempat, dalam skripsi yang ditulis oleh Faikoh, peneliti menyikap tentang trend pakaian yang sedang tren dan banyak diikuti oleh kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswi di Fakultas Syariah dan Hukum sebagai alumni pondok pesantren yang telah berubah dalam berpakaian. Fokus penelitian ini adalah mahasiswa yang latar belakangnya sebagai alumni pondok pesantren. Teori penelitian ini adalah teori konsumsi Mike Featherstone yaitu

⁹Ahmad fikri, *Dressed to Kill: Menakar Eksistensi Distro Sebagai Simbol Perlawanan Gaya Di Yogyakarta*, Skripsi (Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010)

¹⁰ Ulfah Yunita Ningrum, *Prilaku Konsumtif Terhadap Pakaian Distro* (Program Studi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung: 2015)

konsumerisme adalah cara atau tahap tertentu perkembangan kapitalis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif¹¹

F. Kerangka Pemikiran

Dalam menjelaskan maksud dan tujuan perlu adanya definisi dan makna dalam beberapa kata dalam judul skripsi ini. Didalam kamus besar bahasa Indonesia tercantum kata perilaku adalah reaksi individu terhadap rangsangan yang ditimbulkan lingkungan, kata konsumtif sendiri dapat diartikan suatu kegiatan membeli barang atau jasa yang bukan kebutuhannya. Melainkan sebuah kesenangan atau menyalurkan hobi saja. Perilaku ini ditandai dengan sebuah ketertarikan pada barang atau jasa tertentu, yang pada akhirnya mempengaruhi konsumen untuk membeli barang tersebut.

Berdasarkan tujuan penelitian kita memahami logika konsumsi akan mendalami dan memahami budaya konsumerisme, perilaku konsumtif, faktor dan dampak yang diakibatkan terutama dalam berpakaian syar'i. masyarakat konsumsi tidak hanya ditandai oleh pertumbuhan yang cepat atas pengeluaran pribadi, tetapi juga dibarengi oleh pertumbuhan pertumbuhan pengeluaran yang dimainkan oleh pihak ketiga yang ditujukan untuk mengurangi kesenjangan distribusi sumber daya alam, yakni pengeluaran kolektif atau kebutuhan yang sifatnya umum telah ditanggung oleh pemerintah. Sudah menjadi hal umum bahwa suatu kawasan konsumsi merupakan kawasan yang homogen (melalui beberapa pemilihan penghasilan dan pemisahan budaya) yang terbagi menjadi suatu cara penikmat (konsumen). Pandangan ini diakibatkan oleh representasi masyarakat Amerika sebagai kelas menengah yang besar dan masuknya sosiologi Eropa ke dalam kelas sosiologi Amerika. Kawasan konsumsi merupakan kebalikan dari kawasan *sosial yang terstruktur* dimana bukan hanya barang-barang tetapi juga kebutuhan mereka sendiri yang

¹¹ Faikoh, *Gaya Berbusana Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung alumni pondok Pesantren* (Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

biasanya dipengaruhi oleh merek-merek tertentu yang menjadikan dorongan besar dalam aktifitas konsumsi.

Pada dasarnya citra merek dibentuk sebuah perusahaan untuk menjadi pembeda dan menjadi ciri sebuah produk tertentu. Akan tetapi citra merek sangat dipengaruhi oleh masyarakat yang membentuk sebuah brand menjadi sangat terkenal dan secara tidak langsung menaikkan kualitas merek tersebut. Kepentingan yang dibuat perusahaan tentang citra merek adalah untuk menarik minat dan membuat konsumen puas atas status sosial yang terdapat dalam merek tertentu. Diawali oleh asumsi masyarakat yang terbentuk bahwa brand dapat menaikkan status sosial seseorang. Dalam hal ini masyarakat sudah meleburkan kepentingan-kepertingannya untuk membeli status sosial bukan hanya nilai guna dan kebutuhan.

Nilai guna atau sesuatu dikatakan berharga dan berguna yang dihubungkan dengan relasi yang penting antara kebutuhan-kebutuhan manusia dan barang-barang aktual yang memenuhi kebutuhan itu. Sulit untuk membandingkan nilai guna benda yang berbeda. Contohnya seperti roti yang mempunyai nilai guna memuaskan rasa lapar dan menghilangkan rasa lapar, sepatu mempunyai nilai guna melindungi kaki kita, roti dan sepatu sama-sama memiliki nilai guna akan tetapi nilai guna yang berbeda. Sulit untuk mengatakan bahwa yang satu memiliki nilai guna yang lebih daripada yang lain. Mereka berbeda secara kualitatif. Lebih lanjut, nilai guna terikat pada sifat fisik komoditas. Sepatu tidak dapat memuaskan rasa lapar dan sebaliknya roti tidak dapat melindungi kaki kita karena keduanya adalah jenis objek yang berbeda secara fisik akan tetapi, dalam proses pertukaran komoditas yang berbeda dibandingkan satu sama lain. Sepasang sepatu dapat ditukarkan untuk sembilan potong roti atau jika media pertukarannya uang, biasanya sepasang

sepatu dapat berharga 6 kali banyaknya dibandingkan uang untuk sepotong roti. Nilai tukar berbeda secara kuantitatif.¹²

Suatu titik tolak untuk ekonomi marxisian ada didalam konsep –konsep, yang sudah disinggung sebelumnya mengenai nilai guna dan nilai tukar orang yang selalu menciptakan nilai guna : yakni, mereka selalu menghasilkan benda-benda yang secara langsung memuaskan keinginan mereka . suatu nilai guna didefinisikan secara kualitatif, yaitu dengan melihat apakah suatu benda berguna atau tidak akan tetapi, suatu nilai tukar didefinisikan secara kuantitatif bukan kualitatif, nilai guna tersebut didefinisikan oleh jumlah pekerjaan yang dibutuhkan untuk menyediakan kualitas yang bermanfaat. Sementara nilai guna dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan orang itu sendiri, nilai tukar yang dihasilkan untuk dipertukarkan dengan nilai guna yang lain. Sementara produksi nilai guna adalah suatu ungkapan manusiawi yang alamiah, keberanian nilai-nilai tukar menggerakkan suatu proses yang membelokkan kemanusiaan. Seluruh bangunan megah kapitalisme termasuk komoditas-komoditas , pasar, uang, dan seterusnya didirikan berdasarkan nilai-nilai tukar.

Berkembangnya budaya konsumen bisa ditandai dengan peningkatan gaya hidup, proses produksi yang semakin baik, peningkatan konsumsi, pertukaran dan pemanfaatan barang-barang oleh konsumen yang didukung penuh terstruktur, oleh aspek ekspresif. tumpang tindih menurut kegiatan yang mereka lakukan dan jasa-jasa yang mereka berikan. Dengan demikian kelompok ini ditegaskan diatas sebuah budaya komersial dalam penciptaan modal budaya dan bergantung pada pasar dan bukan pada negara atau pendidikan mejadari modal tersebut dalam sebuah bentuk ekonomi kelompok tersebut juga merangsang sistem seni budaya dan media.¹³ Dalam kebanyakan sektor ekonomi budaya, kegiatan didominasi oleh empat atau lima perusahaan

¹² Boudilad, Jean *Masyarakat Konsumsi* (LKPM 2004) 121

¹³ Lury, Celia *Consumer Culture*, (Jakarta : Plaju 1998).155 dan 156.

besar yang memproduksi sebagian besar produk, dan mampu mendongkrak perusahaan kecil yang pada gilirannya menyuplay sejenis riset murah dan fungsi pembangunan dalam ekonomi budaya sebagai suatu keseluruhan. Misalnya, pendapat bahwa sistem pasar didominasi oleh korporasi-korporasi yang menakar tambah, mengakumulasi dan menimbun logo, merek dan merek dagang, logo-logo ini merupakan kondensasi modal budaya sebagai properti citra.¹⁴ Berbagai korporasi sangat melindungi citra yang membentuk basis modal budayanya, tetapi mereka menghadapi ikatan ganda. Pada suatu sisi, nilai logo bergantung pada keterkenalan mereka dan dengan demikian menurut penggunaan secara konstan, pada sisi lain, nilai dapat dikacaukan oleh penyalahgunaan logo. Untuk melindungi nilai itu, banyak korporasi yang menengok pada undang-undang. Cukup panjang sejarah penggunaan citra merek, publisitas merek dan logo dalam penciptaan identitas sebuah produk. Ini merupakan persoalan penting karena jika pasar menantang negara jadi penentu selera jadi masalah atau konsumen mampu atau tidak menyesuaikan barang barangnya untuk tujuan akhir mereka.

Sosialnya mengkonsumsi sebuah produk yang memiliki citra tinggi Tidak lagi sebagai kebutuhan akan tetapi beralih menjadi pembelian kelas sosial yang terbentuknya kelas sosial menengah baru. Dalam hal ini berhubungan erat sekali dengan aktivitas konsumsi sehari-hari masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup. Lagi-lagi kita dihadapkan pada kondisi dimana budaya konsumerisme sudah melekat dalam setiap aspek, pengaruh merek dan daya beli masyarakat menjadi bukti akan konsumtifnya masyarakat. Fenomena masuknya budaya konsumtif kedalam perilaku berpakaian syari kembali menyoroti perempuan sebagai objek yang sangat kental dengan budaya konsumtif. Dalam penelitian kali ini penulis menemukan perilaku-prilaku konsumtif dalam berpakaian syari di komunitas Hijaber Mom. Dan menyikap

¹⁴ Baudrillard, Jean *Masyarakat konsumsi* (LKPM: Kreasi Wacana 2004) 121

bahwa budaya konsumerisme telah masuk dalam perilaku keberagamaan masyarakat.

Pada penelitian ini, penulis membatasi objek penelitian pada komunitas Hijaber Mom yang merupakan komunitas pergerakan perempuan terhadap eksistensi dan wadah untuk saling bertukar informasi keislaman. Objek penelitian ini sengaja dipilih karena, mereka menjadi figur perempuan yang turut merasakan adanya perilaku konsumtif sebagai dampak dari arus modernisasi yang membawa budaya konsumerisme di lingkungan sekitarnya, yang tentunya akan mempengaruhi cara bersosialisasi, bergaul, dan berpakaian.

G. Langkah- langkah penelitian

1. Metode Penelitian

Melihat bentuk permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, maka peneliti menentukan metode dalam menguraikan jawaban-jawabannya secara deskriptif dan hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan penelitian berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hal ini dimaksud untuk menggali data dan informasi secara valid dan faktual. Kemudian agar data yang diperoleh penulis dapat mendukung dan dipertanggungjawabkan secara akademis.

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Obyek penelitian adalah anggota dari komunitas Hijaber Mom Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan secara realitas budaya konsumerisme yang terlarut dalam masyarakat dalam berpakaian. Penelitian lapangan biasanya akan mendapatkan hasil yang real karna terjun langsung dan mendapatkan data sesuai fakta. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana faktor dan dampak yang diakibatkan oleh budaya konsumerisme yang masuk dalam perilaku berpakaian.¹⁵

¹⁵Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Sosial* (Bandung : Alumni, 1986). 2

2. Jenis Data Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif, supaya dapat mendeskripsikan dan menguraikan hasil penelitian secara jelas dan detail. Penelitian jenis ini dipakai untuk memahami masalah dan fenomena yang terjadi dengan melibatkan peneliti untuk terjun langsung melihat yang dialami oleh objek penelitian seperti sudut pandang, perilaku, motivasi tindakan. Jenis penelitian kuantitatif bermaksud untuk mempelajari secara intens tentang keadaan dan latar belakang suatu kelompok atau individu. Mendeskripsikan dengan menggunakan teori-teori filsafat sosial konsumerisme. Metode ini digunakan secara alamiah tanpa adanya manipulasi dari peneliti dan tanpa mempengaruhi objek penelitian.

a) Data primer

Data primer merupakan data yang di dapatkan dari informan bisa objek penelitian atau orang yang dapat memberikan informasi terkait. Dokumen primer yang diperoleh di lapangan dalam hal ini adalah dampak dan faktor perilaku konsumtif dalam berpakaian syar'i di anggota komunitas hijaber mom Bandung.

a) Data skunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan yang dibuat oleh peneliti sebelumnya dalam bentuk laporan-laporan, jurnal, skripsi atau tulisan ilmiah lainnya yang berkaitan dan menggunakan variabel yang sama sebagai tinjauan pustaka untuk tolak ukur keaslian penelitian kita.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian adalah suatu proses mengajukan beberapa pertanyaan dalam observasi dan mencatat jawaban.¹⁶ Untuk mendapatkan data sesuai yang diperlukan dalam mendapatkan hasil penelitian yang diharapkan, maka perlu ditentukan informan yang sesuai berdasarkan tujuan penelitian, informan yang sudah ditentukan adalah anggota dari komunitas Hijaber Mom Bandung.

a) Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek penelitian. Dalam hal ini peneliti harus menggali sebanyak-banyaknya informasi yang diperlukan dari pengamatan langsung yakni melihat faktor dan dampak yang terjadi akibat masuknya budaya konsumerisme yang melekat pada perilaku berpakaian syar'i di komunitas hijaber mom, untuk menyajikan data yang lengkap dalam hasil penelitian.

b) Teknik Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data karena dalam penelitian kualitatif sangat diperlukan fakta dan data dari hasil wawancara langsung dengan informan. Wawancara adalah percakapan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan menyediakan pertanyaan-pertanyaan terkait budaya konsumerisme dalam perilaku berpakaian komunitas hijaber mom Bandung. Wawancara dalam penelitian kualitatif tidak bersifat netral, tentunya akan dipengaruhi oleh kreatifitas individu dalam merespon pertanyaan dengan realitas dan situasi yang mereka rasakan ketika berlangsung wawancara.¹⁷ Dalam wawancara ini mengadakan tanya-jawab dengan pihak-pihak

¹⁶M. Walizer, *Metode dan Analisa Penelitian* (Jakarta : Erlangga. 1978) 260

terkait di Komunitas Hujabers Mom. Dalam hal ini yang dijadikan informan adalah anggota komunitas hijabers mom.

c) Tehnik Dokumentasi

Tehnik dokumentasi ini berfungsi sebagai alat pengumpul data pelengkap tetapi memiliki arti besar. Disebut tehnik dokumentasi karena sumber-sumber yang digunakan berupa foto-foto, vidio, atau dokumen lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif dalam berpakaian syar'i komunitas hijaber mom. Dalam proses penelitian, penulis mengadakan dokumentasi dengan memotret objek penelitian, sehingga bisa menjadi pelengkap dan menjadi bahan pendukung dalam penulisan skripsi ini.¹⁸

d) Analisis Data

Dalam menganalisis data yang di dapatkan dari lapangan penelitian, penulis menggunakan metode Deskriptif, yakni data yang diperoleh penulis akan menurut apa adanya sesuai dengan kenyataan data dan fakta yang ada dilapangan berpegang pada nuraian pembahasan sebagai mana dalam kerangka laporan penelitian.

4. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam kelancaran penulisan dan pemahaman secara menyeluruh tentang penelitian Budaya konsumerisme dalam berpakaian syar'i di komunitas hijaber mom ini, perlu adanya sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, langkah penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini

¹⁸ M.Walizer, *Metode dan Analisa Penelitian* (Jakarta : Erlangga. 1978) 260

bertujuan untuk memberikan gambaran keseluruhan mengenai penelitian secara umum.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Berisi gambaran umum tentang lokasi penelitian yaitu mengenai tempat dan profil Komunitas Hijaber Mom. Berikut Kajian Teoritis tentang budaya konsumtif meliputi:

- a) Tinjauan Tentang Pengertian konsumerisme dan perilaku konsumtif
- b) Teori budaya konsumerisme menurut Jean Baudrillard
- c) Sejarah munculnya konsumerisme di Indonesia
- d) Sejarah Munculnya komunitas hijabers mom
- e) Pengertian hijab dan pakaian syar'i

3. BAB III PEMBAHASAN

Pembahasan tentang hasil penelitian yang mencakup paparan data tentang Hasil Penelitian,

- a) Latar belakang obyek penelitian, meliputi: Penyajian dan analisis data, di komunitas Hijabers mom.
- b) Hasil penelitian

4. BAB IV : PENUTUP

- a) Simpulan
- b) Saran