

ABSTRAK

Mud Zamil, 180103030004: “Budaya Konsumerisme Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin di Bidang *Fashion* Keagamaan Perspektif Herbert Marcuse”. Pembimbing 1: Dr. Ahmad Syadzali, M. Hum dan pembimbing 2: H. Abdul Hakim, M. Ag, Skripsi pada Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin, 2022.

Kata kunci: Konsumerisme, Mahasiswi, Herbert Marcuse

Penelitian ini berfokus pada budaya konsumerisme di kalangan mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin di bidang *fashion* keagamaan. Budaya konsumerisme yang berkembang menjadikan seseorang akan berperilaku konsumtif, sehingga hal tersebut membuat aktivitas berbelanja menjadi tidak rasional. Tujuan Penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif yang ada pada mahasiswi, serta alasan-alasan yang melatarbelakangi munculnya perilaku konsumtif tersebut melalui responden yang telah berhasil peneliti kumpulkan.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif dengan fokus kajian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan pandangan Herbert Marcuse terhadap budaya konsumerisme yang ada di kalangan mahasiswi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara terhadap mahasiswi dan observasi langsung di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswi menunjukkan perilaku konsumtif terhadap produk dari *fashion* keagamaan untuk memenuhi hasratnya. Pandangan mahasiswi terhadap *fashion* keagamaan mengarah pada tindakan satu dimensi yaitu membeli. Berdasarkan sudut pandang Herbert Marcuse dapat dilihat dari orientasi mahasiswi membeli produk *fashion* keagamaan masuk ke dalam karakteristik manusia satu dimensi yaitu, administrasi total pada *marketplace*, bahasa fungsional pada iklan, penghapusan sejarah pada *trend fashion*, kebutuhan palsu, dan hegemoni citra di kalangan mahasiswi.