

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk yang memiliki akal dan hawa nafsu. Manusia bisa menentukan keinginan dan kehendaknya secara mandiri. Namun, terlepas dari itu manusia juga makhluk sosial yang selalu membutuhkan manusia lain untuk berinteraksi dan memenuhi kehidupannya sehari-hari. Manusia adalah makhluk yang berpikir, dalam memenuhi kebutuhannya manusia bekerja dan berusaha untuk mendapatkan uang guna untuk membeli kebutuhannya sehari-hari. Kebutuhan-kebutuhan dasar yang dibutuhkan manusia seperti makanan, pakaian, tempat tinggal dan sebagainya. Semakin tinggi pendapatan yang didapatkan atas pekerjaannya, maka kebutuhannya pun akan semakin meningkat. Selain itu, pengaruh perkembangan zaman juga mempengaruhi daya beli manusia terhadap sesuatu.

Zaman dulu ketika manusia membutuhkan atau ingin membeli sesuatu maka ia harus mendatangi toko atau tempat penjualnya guna untuk membeli barang atau kebutuhan yang diinginkannya. Namun, di zaman sekarang proses jual beli sangatlah mudah dan praktis. Beberapa faktor tersebut yang menjadikan manusia senang berbelanja, baik itu berbelanja kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder.

Pada masyarakat kontemporer ada istilah yang cukup berkembang sekarang ini, yaitu konsumerisme. Menurut Yasraf Amir Piliang, konsumerisme

merupakan budaya yang memuat kegiatan konsumsi dengan makna simbolik. Budaya berbelanja bagi kaum konsumeristik didorong oleh hasrat keinginan tanpa henti, dan itu bukan kebutuhan primer.¹ Kepuasan yang tidak pernah terpenuhi menjadikan masyarakat haus akan citra suatu benda. Masyarakat konsumeristik merupakan masyarakat modern berdimensi satu yang mana masyarakat tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Budaya konsumerisme dibentuk oleh nilai keterpesonaan terhadap citra suatu benda, tanpa memikirkan nilai-nilai yang tersimpan dalamnya.² Perilaku konsumeristik sekarang menjadi sebuah budaya baru bagi masyarakat. Masyarakat konsumeristik merupakan fenomena baru yang muncul bersamaan dengan perubahan menuju masyarakat industri.³ Sebenarnya semua hal yang berkaitan dengan konsumsi pada dasarnya ingin menjadikan konsumen menjadi manusia universal, namun pada dasarnya manusia tetap makhluk sosial.⁴

Budaya konsumerisme didasari oleh kebutuhan palsu yang dibentuk oleh sistem kapitalisme modern. Menurut Herbert Marcuse menjelaskan bahwasanya kebutuhan palsu merupakan keperluan yang dibebankan oleh berbagai kepentingan sosial kepada seluruh individu dengan tujuan menggerogoti dan menindas mereka tanpa disadari.⁵ Masyarakat tidak mampu lagi membedakan yang mana kebutuhan dan keinginan. Kapitalisme modern menjadikan manusia

¹Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi* (Jakarta: Mizan Publika), 71-72.

²Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, 71-72.

³Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kencana, 2013), 124.

⁴Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, trans. Wahyunto, (Bantul: Kreasi Wacana, 2018), 96.

⁵Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi*, trans. Silvester G. Sukur dan Yusup Priyasudiarja (Yogyakarta: Narasi, 2016), 7.

agar selalu bersifat konsumtif, dan mempengaruhi masyarakat agar membeli dan terus membeli walaupun apa yang mereka beli adalah sesuatu yang tidak mereka butuhkan. Saat ini, apa yang ditawarkan iklan bukan hanya tentang barang, tetapi juga tentang nilai. Pada iklan ditanamkan banyak hal, termasuk konsep gaya hidup agar kita selalu menginginkan pembaharuan dan memujanya. Cara berpikir kita disetir dan dikendalikan agar mengganti sesuatu yang kita pakai dengan sesuatu yang serba baru.⁶

Kebutuhan palsu semakin menggerogoti masyarakat, mereka tidak mampu lagi untuk menentukan kebutuhan berdasarkan keputusan pribadi. Ruang kebutuhan bebas dalam masyarakat telah dihapus, dan semua itu digantikan oleh pilihan berantai yang telah diatur.⁷ Masyarakat membeli dan mengonsumsi berdasarkan dari pengaruh iklan yang mencoba mengendalikan dan mengontrol semua keinginan. Kita dituntut mencintai apa yang orang lain cintai dan membenci apa yang orang lain benci.⁸

Budaya konsumerisme pada masyarakat juga terjadi di ranah *fashion* keagamaan. *Fashion* adalah sesuatu yang melekat pada tubuh seseorang, seperti baju, celana, rok dan lain-lain. Fungsi utama dari pakaian ialah untuk menutup aurat, melindungi tubuh dari cuaca panas dan dingin, seperti yang dijelaskan dalam Q.S al A'raf/7: 26.

⁶Idi Subandy Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokrasi di Indonesia* (Yogyakarta: Jalasutra, 2017), 15.

⁷Valentinus Seang, *Herbert Marcuse: Perang Semesta Melawan Kapitalisme Global* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 259.

⁸Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi*, trans. Silvester G. Sukur dan Yusup Priyasudiarja, 8.

يَبْنَیْ ءَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَیْكُمْ لِبَاسًا یُؤَارِی سَوْءَاتِكُمْ وَرِیْشًا طَّ وَ لِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَیْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ ءَایَتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ یَذَّكَّرُونَ

Artiya: “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikian sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat”.⁹

Fashion seperti baju tidak hanya berfungsi sebagai pelindung atau penutup tubuh, namun pada masyarakat konsumeristik baju bisa menggambarkan tingkat status dalam masyarakat. Pada masyarakat konsumerisme, yang mereka konsumsi bukanlah objek melainkan tanda. Konsumsi adalah sebuah manipulasi tanda, apabila kita mengonsumsi objek tertentu, hal tersebut menunjukkan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengonsumsi objek tersebut.¹⁰

Seseorang yang membeli baju dengan model dan bentuk tertentu akan memiliki tanda yang berbeda. Pada dasarnya fungsi baju adalah sama, namun ketika membeli baju dengan merek terkenal dan harganya cukup mahal akan memberikan tanda bahwa orang tersebut berasal dari tingkat sosial masyarakat yang tinggi, sehingga hal tersebut membuat masyarakat akan menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif yang ada pada masyarakat sifatnya irasional, yang mana mereka membeli sebuah produk bukan berdasarkan keperluan, tapi hanya berdasarkan keinginan semata.

⁹Kementian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: HALIM, 2013), 158.

¹⁰Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, 111.

Gaya hidup dan agama menjadi semacam fenomena spiritual dalam masyarakat postmodern. Perkembangannya saat ini menjadikan berbagai ritual keagamaan sebagai citra semata dan esensi dari ritual tersebut hanya bersifat dipermukaan saja. Nilai-nilai yang terkandung dalam agama itu hampa akan makna. Gaya hidup masyarakat konsumeristik menjadikan ritual agama masuk dalam ranah komoditas.¹¹ Orang berlomba-lomba membeli kerudung dan gamis dengan merek ataupun model tertentu guna menunjukkan bahwa mereka berbeda dengan yang lain, sehingga sifat konsumtif mereka semakin tumbuh. Apa yang mereka beli sejatinya bukanlah kebutuhan yang sesungguhnya, melainkan hanyalah keinginan semata.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka daripada itu penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul “**Budaya Konsumerisme Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin di Bidang *Fashion* Keagamaan Perspektif Herbert Marcuse**”. Dengan penelitian ini, penulis akan mengulas budaya konsumerisme di bidang *fashion* keagamaan yang berkembang di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dengan sudut pandang Herbert Marcuse.

B. Rumusan Masalah

Untuk menentukan fokus pembahasan dalam penelitian ini, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana budaya konsumerisme pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin?

¹¹Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, 36-37.

2. Bagaimana budaya konsumerisme mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dibidang *fashion* keagamaan perspektif Herbert Marcuse?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah di atas maka tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk mengetahui budaya konsumerisme pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan budaya konsumerisme pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin di bidang *fashion* keagamaan perspektif Herbert Marcuse.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan dan menambah khazanah keilmuan serta memberikan pemahaman terhadap teori yang digunakan bagi masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan penjelasan serta pemahaman yang mendalam kepada masyarakat umum, khususnya mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin agar mereka tidak mudah terpengaruh oleh budaya-budaya populer yang berkembang seperti budaya konsumerisme ini. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya, terutama yang menyangkut dengan tokoh Herbert Marcuse.

E. Definisi Istilah

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka perlu penulis jelaskan beberapa istilah yang menjadi kata kunci dalam penelitian ini, istilah tersebut sebagai berikut :

1. Budaya

Budaya berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *buddhayah* merupakan bentuk jamak dari *buddhi* yang memiliki arti budi atau akal. Secara luas kata tersebut dapat kita maknai sebagai hal-hal yang berhubungan dengan budi dan akal manusia.¹² Budaya juga bisa diartikan pola dasar masyarakat atau cara hidup orang banyak yang dilakukan terus-menerus. Melalui pengertian ini maka kata budaya cocok guna menunjukkan bahwa konsumerisme sudah menjadi sebuah pola hidup bagi masyarakat sekarang ini.

2. Konsumerisme

Konsumerisme merupakan budaya yang memuat kegiatan konsumsi dengan makna simbolik. Budaya berbelanja bagi kaum konsumerisme didorong oleh hasrat keinginan tanpa henti bukan kebutuhan. Kepuasan yang tidak pernah terpenuhi menjadikan masyarakat haus akan citra suatu benda.¹³

Perilaku ini mengandung hasrat tidak ingin berhenti dalam membeli sebuah produk, hal tersebut disebabkan sifat ketidakpuasan

¹²Indra Tjahyadi, Hosnol Wafa, dan Moh. Zamroni, *Kajian Budaya Lokal* (Lamongan: Pagan press, 2019), 3.

¹³Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, 5-6.

dalam menggunakan sesuatu. Alasan dalam membeli sifatnya tidak rasional, didasari oleh rasa ingin bukan kebutuhan yang nyata.

3. *Fashion*

Fashion memiliki arti membuat atau melakukan, namun saat ini *fashion* diartikan sebagai sesuatu yang dikenakan pada tubuh seseorang.¹⁴

Fashion merupakan istilah yang cocok untuk menggambarkan ekspresi berpakaian maupun berpenampilan masyarakat pada saat ini. *Fashion* dalam penelitian ini penulis fokus pada gamis dan kerudung.

4. Herbert Marcuse

Herbert Marcuse adalah tokoh filsafat yang lahir pada 19 Juli 1898 dan berasal dari keluarga menengah atas keturunan Yahudi. Salah satu pemikiran Herbert Marcuse yang sangat populer ialah pemikirannya tentang masyarakat satu dimensi.¹⁵ Pada masyarakat satu dimensi terdapat konsep kebutuhan palsu yang mana kebutuhan palsu adalah sumber dari perilaku konsumtif yang berkembang saat ini.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk melihat kembali hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang sedang penulis diteliti. Sejauh pencarian yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang menjelaskan tentang konsumerisme dan tokoh Herbert Marcuse dalam penelitiannya, yakni sebagai berikut:

¹⁴Malcolm Barnard, *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, trans. Idy Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 11.

¹⁵Valentinus Saeng, *Herbert Marcuse; Perang Semesta Melawan Kapitalisme Global*, 43.

Aditya Bagus Hermawan (2019) sebuah skripsi yang berjudul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa Analisis Perspektif Herbert Marcuse*”. Penelitian ini berbasis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan sudut pandang Herbert Marcuse. Di dalam penelitian ini dijelaskan bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa Ushuluddin, Adab, dan Humaniora IAIN Salatiga dengan sudut pandang Herbert Marcuse. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan terkikisnya batasan antara kebutuhan yang primer dengan kebutuhan yang sekunder. Orientasi sebagai mahasiswa telah kabur disebabkan oleh sistem kapitalisme.¹⁶

Adi Purnomo (2019) Sebuah Skripsi yang berjudul “*Studi Konsumerisme dan Gaya Hidup Santri di Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Tugurejo Kec. Tugu Kota Semarang*”, berasal dari Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ilmu Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi ini membicarakan tentang gaya hidup santri di Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin dengan menggunakan studi konsumerisme. Tokoh yang digunakan dalam penelitian ini ialah Jean Baudrillard, dengan analisis data menggunakan semiotika, simulakra, dan hiperrealitas. Jenis penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa santri di Pondok Pesantren Raudhlotut Tholibin terpengaruh terhadap tanda dan kode barang yang mereka miliki. Tanda dan kode barang yang mereka miliki memberikan pembeda pada diri santri masing-masing, meskipun pada dasarnya apa yang mereka gunakan adalah benda yang sama, namun tanda

¹⁶Aditya Bagus Setiawan, *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Analisis Perspektif Herbert Marcuse*, Skripsi, (Salatiga: Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora IAIN Salatiga, 2019).

dan kode yang terdapat pada benda tersebut mempengaruhi kehidupan sosial mereka.¹⁷

Annisa Adzkiya (2018) skripsi dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*”. Skripsi ini menjelaskan tentang pengaruh gaya hidup, media sosial, literasi, keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini menemukan adanya hubungan positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0.001 dan t-statistik 3.496.¹⁸

Andri Fransiskus Gultom (2018) dimuat dalam jurnal dengan judul “*Konsumtivisme Masyarakat Satu Dimensi dalam Optik Herbert Marcuse*”, Penelitian ini berupaya membongkar makna konsumtivisme yang terdapat dalam pola kehidupan masyarakat saat ini dengan pendekatan Herbert Marcuse. Penelitian menggunakan sudut pandang teori kritis Herbert Marcuse mengenai masyarakat satu dimensi.¹⁹

Grance Putlia (2018) dimuat dalam jurnal dengan judul “*Konsumerisme Mahasiswa terhadap Starbucks Coffee dalam Kerangka Teori Fetisisme Komoditas dan Motivasi Hedonisme*”. Di dalam penelitian ini dijelaskan tentang

¹⁷Adi Purnomo, Studi Tentang Konsumerisme dan Gaya Hidup Santri di Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Tugurejo Kec. Tugu Kota Semarang, Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo, 2019).

¹⁸Annisa Adzkiya, Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

¹⁹Andri Fransiskus Gultom, “Konsumtivitas Masyarakat Satu Dimensi dalam Optik Herbert Marcuse”, Universitas Gajah Mada, (2018).

keterpengaruhannya terhadap nama besar atau merek dagang yang digunakan. Sehingga membuat mahasiswa berperilaku konsumtif terhadap barang-barang yang memiliki nama besar. Apa yang mereka beli bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena citra yang ada pada merek-merek besar suatu produk.²⁰

Abdur Rohman (2016) dimuat dalam jurnal yang berjudul “*Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di kalangan Mahasiswa*”. Penelitian ini berupaya menerangkan budaya konsumerisme yang terjadi di kalangan mahasiswa dengan menggunakan analisis teori kebocoran. Penelitian ini mengungkapkan persoalan yang terjadi di kalangan mahasiswa yang disebabkan oleh arus globalisasi yang terjadi di kalangan mahasiswa saat ini. Di dalam penelitian ini dijelaskan budaya konsumerisme menjadi sebuah ideologi dan menjadi tuntutan gaya hidup mahasiswa yang semakin diluar kendali dan tidak terkontrol.²¹

Agus Darmaji (2013) dimuat dalam jurnal yang berjudul “*Herbert Marcuse tantang Masyarakat Satu Dimensi*”, berasal dari Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam, Fakultas Ushuluddin, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Penelitian ini menerangkan konsep masyarakat satu dimensi yang diperkenalkan oleh Herbert Marcuse. Di dalam penelitian ini juga dijelaskan latar belakang pemikiran Herbert Marcuse hingga karakteristik manusia satu dimensi, seperti

²⁰Grace Putlia, “Konsumerisme Mahasiswa terhadap Starbucks Coffe dalam Kerangka Teori Fetisisme Komoditas dan Motivasi Hedons”, dalam *Nasional Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, (Jakarta: Universitas Bunda Mulia, 2018).

²¹Abdur Rohman, “Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa), *Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Vol. 24, No. 2, (2016).

administrasi total, bahasa fungsional, penghapusan sejarah, kebutuhan palsu, dan imperium citra.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Basrowi dan Suwandi menjelaskan bahwasanya penelitian kualitatif ialah penelitian yang berupaya menghasilkan data deskriptif dan diinterpretasikan untuk menghasikan sebuah kesimpulan. Selain itu, peneliti juga langsung dapat merasakan dan mengenali objek yang ditelitinya.²² Maka daripada itu peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini.

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini berupaya mempelajari realitas secara langsung guna untuk memperoleh data yang ada di lapangan.²³ Penelitian lapangan ini menggunakan sudut pandang Herbert Marcuse guna untuk membongkar ideologi konsumerisme yang tersembunyi. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. .

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *fashion* keagamaan. Penentuan

1. ²²Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Renika Cipta, 2008),

²³Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* 52.

sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana pada teknik ini tidak semua individu menjadi sasaran penelitian, subjek yang menjadi sasaran penelitian adalah orang-orang yang memiliki ciri-ciri khusus yang sesuai dengan karakteristik yang ditentukan dalam penelitian. Selain itu, dalam penelitian ini penulis juga menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang pada tahap awal jumlahnya kecil dan akhirnya membesar.²⁴ Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin, yang mana penulis mengambil 30 sampel dari 5 fakultas yang ada di UIN Antasari Banjarmasin.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam tulisan ini yaitu perilaku konsumtif mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yang ditinjau dari perspektif Herbert Marcuse.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan peneliti melalui sumber utama atau pokok.²⁵ Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh data wawancara terhadap mahasiswi yang *trendy*, *staylish* dan

²⁴Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Penelitian Bahasa Indonesia* (Surakarta, 2014), 101-104.

²⁵Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 37.

mencerminkan perilaku konsumtif terhadap *fashion* keagamaan yang ada di UIN Antasari Banjarmasin.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang melengkapi data utama.²⁶ Sumber sekunder didapatkan melalui studi kepustakaan antara lain meliputi, dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian terdahulu.²⁷ Data tersebut peneliti dapatkan di perpustakaan, internet dan sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti diantaranya:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan melihat keadaan dilapangan secara langsung, baik itu individu maupun kelompok. Dalam teknik observasi peneliti mengamati secara visual sehingga menemukan gambaran yang luas tentang permasalahan yang sedang diteliti.²⁸ Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengumpulkan data dengan cara mengamati mahasiswi yang ada di UIN Antasari Banjarmasin.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan secara langsung oleh kedua belah pihak dengan adanya maksud tertentu.²⁹ Jadi, saat

²⁶Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* 38.

²⁷Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* 169.

²⁸Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* 94

²⁹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* 127

wawancara harus ada yang menjadi pewawancara dan yang diwawancarai, sehingga menghasilkan data yang diinginkan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang memuat pertanyaan atau masalah, yang mana hal tersebut ditentukan sendiri oleh pewawancara..

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah cara pengumpulan data yang menghasilkan informasi dan catatan penting terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Metode ini mengambil data yang sudah ada seperti, jumlah penduduk, lokasi, indeks prestasi dan sebagainya.³⁰

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis ialah analisis kualitatif, yaitu sebuah prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Data kualitatif dikumpulkan dari catatan lapangan, wawancara, dan analisis dokumen.³¹

Pada tahapan awal dilakukan pengumpulan data terlebih dahulu. Setelah itu dilakukan analisis terhadap data yang telah didapatkan penulis dengan menggunakan analisis kualitatif. Selain itu, penulis juga menggunakan sudut pandang Herbert Marcuse dalam menganalisis data. Dalam hal ini, penulis ingin mengetahui sejauh mana perilaku konsumtif

³⁰Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* 169

³¹Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustakamil Khoiron, *metode penelitian kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), 127.

mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yang di dukung oleh kebutuhan palsu perspektif Herbert Marcuse.

H. Sistematika Penelitian

Bagian ini menguraikan format laporan hasil penelitian atau skripsi yang terdiri dari lima bab, dan uraiannya sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pendahuluan, berisi; latar belakang masalah, berupa gambaran umum permasalahan dari objek yang diteliti dan hal-hal yang melatar-belakangi ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian ini. Rumusan masalah tujuannya untuk membatasi dan memfokuskan objek yang diteliti. Tujuan dan signifikansi penelitian ini berguna agar penelitian ini punya manfaat dan tujuan yang jelas. Selanjutnya definisi istilah, hal ini bertujuan agar terhindar dari kesalahpahaman terhadap objek yang menjadi fokus penelitian. Sajian penelitian terdahulu, hal ini menguraikan beberapa penelitian yang telah ada sebelumnya untuk menghindari keterulangan dan plagiasi dalam penelitian. Setelah itu, ada metode penelitian yang memaparkan beberapa poin penting yang terarah dalam proses penelitian yang sesuai dengan prosedur ilmiah. Terakhir adalah sistematika penulisan yang berisi format laporan hasil penelitian.

BAB II: Landasan Teori

Landasan teori, berisi uraian tentang teori manusia satu dimensi atau lebih khususnya lagi tentang masyarakat konsumerisme yang dipengaruhi oleh kebutuhan palsu. Setelah itu pembahasan terkait biografi Herbert Marcuse, karya-karya, serta tokoh-tokoh yang mempengaruhi pemikirannya, pemikiran Herbert

Marcuse tentang masyarakat satu dimensi, budaya konsumerisme, dan *fashion* keagamaan.

BAB III: Budaya Konsumerisme Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin di Bidang Keagamaan

Bab ini mengemukakan tentang budaya konsumerisme mahasiswi UIN Antasari di bidang *fashion* keagamaan, mengemukakan tentang mahasiswi yang menggunakan *fashion syar'i* dan modern, bentuk perilaku konsumtif, dan faktor perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

BAB IV: Analisis Data

Bab ini memuat tentang analisis penulis terkait perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin perspektif Herbert Marcuse yang berdasarkan budaya konsumerisme, keperluan palsu dan hegemoni citra.

BAB V: Penutup

Bab ini memuat tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang membangun untuk penelitian selanjutnya. Pada bagian ini juga memuat daftar pustaka yang berisi sumber-sumber rujukan penulis dalam penelitian.