

Editor: Muhammad Nasri Katman, S.E., M.Ak



SOSIOLOGI EKONOMI

Globalisasi Dan Industri Budaya
Suatu Tinjauan Ekonomi Islam

Sirajuddin, S.EI., M.E.



SOSIOLOGI EKONOMI

Globalisasi Dan Industri Budaya
Suatu Tinjauan Ekonomi Islam

Sirajuddin, S.EI., M.E.



SOSIOLOGI EKONOMI: GLOBALISASI DAN INDUSTRI BUDAYA SUATU TINJAUAN EKONOMI ISLAM

Penulis:
Sirajuddin

Desain Cover:
Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Muhammad Nasri Katman

ISBN:
978-623-459-738-7

Cetakan Pertama:
Oktober, 2023

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

PRAKATA PENULIS

Islam sebagai agama bukan hanya menjadi dimensi spiritual tetapi juga menjadi dimensi sosial. Islam dalam pandangan Ali Syariati bukan hanya mengantarkan hambanya kepada tuhanNya namun juga mengantarkannya kepada nilai-nilai keadilan dan kesejahteraan sosial bagi segenap umat manusia. Panduan umum tentang hubungan sesama manusia sebagaimana yang dapat dijadikan dasar hukum dalam al-Qur'an tentang sosiologi diantaranya:

Surah al Isra ayat 7:

وَأَوْجُوهَكُمْ وَلِيدُ خُلُوعًا إِنَّ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لَيْسَ
الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ ۖ وَلِيُتَبَرَّوْا مَا عَلَلُوا تَتَبَرَّأَ

Terjemahnya:

Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.

Surah AR-RAAT ayat 11

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ ۚ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ
وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا ۖ فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا هُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَّالٍ

Terjemahnya:

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Al Maidah ayat 27-31

﴿وَأْتَلَّ عَلَيْهِمْ نَبَأُ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا ۖ فَتُقْبِلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَمَ تَقْبَلِ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ ۗ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ لَئِن بَسَطْتَ إِلَيَّ يَدَكَ لِتَقْتُلَنِي مَا أَنَا بِبَاسِطٍ يَدِيَ إِلَيْكَ لِأَقْتُلَنَّكَ إِنِّي أَخَافُ اللَّهَ رَبَّ الْعَالَمِينَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ تَبُوءَ بِإِيمِي ۖ وَإِنَّكَ فَتَكُونُ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ ۗ وَذَلِكَ جَزَاءُ الظَّالِمِينَ فَطَوَّعَتْ لَهُ نَفْسُهُ قَتْلَ أَخِيهِ فَقَتَلَهُ فَأَصْبَحَ مِنَ الخَاسِرِينَ فَبَعَثَ اللَّهُ غُرَابًا ۖ يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُؤْرِي سَوْءَةَ أَخِيهِ قَالَ يُوتِلْنِي أَعْجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُورِي سَوْءَةَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ﴾

Terjemahnya:

Ceritakanlah kepada mereka kisah kedua putra Adam (Habil dan Qabil) menurut yang sebenarnya, ketika keduanya mempersembahkan korban, maka diterima dari salah seorang dari mereka berdua (Habil) dan tidak diterima dari yang lain (Qabil). Ia berkata (Qabil): "Aku pasti membunuhmu!". Berkata Habil: "Sesungguhnya Allah hanya menerima (korban) dari orang-orang yang bertakwa". Sungguh kalau kamu menggerakkan tanganmu kepadaku untuk membunuh-ku, aku sekali-kali tidak akan menggerakkan tanganku kepada-mu untuk membunuh-mu. Sesungguhnya aku takut kepada Allah, Tuhan seru sekalian alam". Sesungguhnya aku ingin agar kamu kembali dengan (membawa) dosa (membunuh)ku dan dosamu sendiri, maka kamu akan menjadi penghuni neraka, dan yang demikian itulah pembalasan bagi orang-orang yang zalim". Maka hawa nafsu Qabil menjadikannya menganggap mudah membunuh saudaranya, sebab itu dibunuh nyalah, maka jadilah ia seorang diantara orang-orang yang merugi. Kemudian Allah menyuruh seekor burung gagak menggali-gali di bumi untuk memperlihatkan kepadanya (Qabil) bagaimana seharusnya menguburkan mayat saudaranya. Berkata Qabil: "Aduhai celaka aku, mengapa aku tidak mampu berbuat seperti burung gagak ini, lalu aku dapat menguburkan mayat saudaraku ini?" Karena itu jadilah dia seorang diantara orang-orang yang menyesal.

Al Isra ayat 23-24

﴿وَقَصَىٰ رُبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ أَلِكَبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ هُمَا أَفٌ ۖ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلٌ كَرِيمٌ ۖ وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الدَّلِّ مِنَ الرِّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾

Terjemahnya:

Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapak-mu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia. Dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah: "Wahai Tuhanku, kasihilah mereka keduanya, sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil".

An-Nisa 7-8

لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ مِمَّا قَلَّ مِنْهُنَّ وَأُولُو الْقَرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِّنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا

Terjemahnya:

Bagi orang laki-laki ada hak bagian dari harta peninggalan ibu-bapa dan kerabatnya, dan bagi orang wanita ada hak bagian (pula) dari harta peninggalan ibu-bapa dan kerabatnya, baik sedikit atau banyak menurut bahagian yang telah ditetapkan. Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.

Al-Baqarah 280

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Terjemahnya:

Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada-mu, agar kamu mendapat petunjuk.

Sosiologi pada dasarnya bukanlah seperangkat doktrin yang kaku dan selalu menekan apa yang seharusnya terjadi, melainkan ia adalah semacam sudut pandang baru atau ilmu yang selalu mencoba menelanjangi realitas. Mengungkap fakta-fakta yang tersembunyi dibalik realitas yang tampak. Sosiologi selalu tidak percaya apa yang tampak sekilas dan selalu mencoba menguak serta membongkar apa yang tersembunyi (laten) dibalik realitas nyata, karena sosiologi berkeyakinan bahwa “Dunia bukanlah sebagaimana tampaknya” tetapi dunia yang sebenarnya baru bisa di pahami jika di kaji secara mendalam dan diinterpretasikan (Berger dan Kelner *cit.* Bagong Suyanto: 2013).

Tokoh sosiologi Islam yang sangat terkenal Ibnu Khaldun dalam pandangannya tentang masyarakat berbeda dengan pemikir-pemikir barat. Seperti Thomas Mann, Spancer, Comte yang mana kebanyakan dari mereka secara sosiologis dan filosofis mengatakan bahwa manusia lebih menekankan pada segi kepribadiannya, sementara Ibnu Khaldun lebih banyak melihat dalam hubungan, interaksi manusia itu sendiri dengan kelompok-kelompok yang ada di sekitarnya.

Rekonstruksi konseptual kepemilikan harta dalam perspektif ekonomi Islam menjadi hal yang penting diketahui oleh masyarakat terutama mahasiswa yang sehari-harinya banyak berinteraksi dengan orang lain. Sebagaimana hasil penelitian yang pernah saya lakukan menunjukkan bahwa konstruksi konsep kepemilikan harta dalam ekonomi Islam dibangun berdasarkan aqidah Islam, *al-Qur’an*, *al-Sunnah*, *Ijma’* serta *qiyas* sebagai titik sentral pemikirannya. Dalam perspektif ekonomi Islam, kepemilikan harta terbagi menjadi tiga rumusan pokok yaitu kepemilikan individu (personal),

kepemilikan umum (komunal) dan kepemilikan negara. Pandangan ekonomi Islam kepemilikan harta tidak dapat dibangun dengan mendestruksi nilai-nilai agama sebagaimana halnya dalam ekonomi kapitalisme, juga tidak memberikan peluang kepada kebebasan mutlak kepemilikan individu, karena mengakibatkan harta terkonsentrasi pada segelintir golongan elit tertentu, yang dapat menciptakan distorsi dalam perekonomian.

Sebagaimana halnya konsep Ali Syariati tentang manusia sangat menarik dan autentik. Disamping berbicara dan menjelaskan tentang sejarah awal penciptaan manusia dengan tafsir yang sangat progresif, Syariati juga mengeksplorasi gagasan tentang manusia ideal dan tanggung jawabnya. Namun dalam perspektif sosiologi, terdapat dua penjelasan mengenai konsep manusia yang dijelaskan mengenai konsep sosiologi. Pertama tentang kisah Habil dan Qabil dan yang kedua tentang kedudukan Wanita dalam Islam.

Melalui perspektif sosiologi Syariati memberi pemahaman baru terhadap peristiwa yang dilukiskan oleh al-Qur'an. Sebagaimana dalam Qs. al-Maidah/27:

﴿ وَأَنْزَلْنَا عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتُقُبِّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۗ وَقَالَ لِقَابِ إِنَّكَ مِنَ الْمُنْتَفِينَ ۗ قَالَ إِنَّمَا اتَّخَذْتُمُ اللَّهَ غِلًّا لِلَّذِينَ كَفَرُوا وَاللَّهُ يُجْعَلُ الْغُلَّ كَثِيرًا ۗ وَسَاءَ الْمَثَلُ الْعَلِيْمُ ۗ ۝۲۷﴾

Terjemahnya:

Bacakan lah (Nabi Muhammad) kepada mereka berita tentang dua putra Adam dengan sebenarnya. Ketika keduanya mempersembahkan kurban, kemudian diterima dari salah satunya (Habil) dan tidak diterima dari yang lain (Qabil). Dia (Qabil) berkata, "Sungguh, aku pasti akan membunuh-mu." Dia (Habil) berkata, "Sesungguhnya Allah hanya menerima (amal) dari orang-orang yang bertakwa.

Analisa Syariati tentang pembunuhan Qabil terhadap Habil, tidak semata-mata dapat dijelaskan melalui kacamata kecemburuan seorang pria (Qabil) terhadap saudaranya sendiri (Habil) dalam pilihan jodoh mereka berdua. Hal ini bisa di liat dari struktur masyarakat dari mana mereka berasal. Habil adalah wakil dari masyarakat pengembala, sebuah kondisi sosial masyarakat yang primitif belum mengenal hak milik pribadi. Sedangkan Qabil merupakan representasi masyarakat dengan sistem sosial masyarakat pertanian yang suda mengenal hak milik pribadi yang monopolistik. Cerita Habil dan Qabil bagi syariati merupakan symbol dari pertarungan antar kelas, kelas yang berkuasa Qabil dengan kelas yang di kuasai (Habil).

Perubahan (*change*) merupakan fenomena sejagat. Ia dapat dilihat dimana-mana. Kenyataan ini juga diakui oleh pemikir-pemikir muslim. Muhammad Iqbal contohnya, mengatakan alam ini bergerak dan berubah. Qur'an sendiri mengakui segala makhluk berubah, hanya Tuhan sahaja yang tetap atau kekal. Masyarakat manusia turut berubah. Dari perubahan kehidupan bermasyarakat inilah timbulnya kajian sejarah dan sains sosial. Perubahan, dari perspektif Islam selalu dikaitkan dengan pertukaran atau pemindahan dari satu keadaan kepada keadaan yang lain. Malah perubahan itu merujuk kepada pengembalian kepada fitrah manusia seperti yang sepatutnya mempunyai matlamat, kaidah dan potensi untuk melakukan perubahan. Pemikir-pemikir Islam mengaku akan terjadinya perubahan kepada masyarakat seperti berlakunya kepada benda-benda organik. Ini berdasarkan beberapa hadis Nabi yang membandingkan masyarakat dengan benda organik seperti jasad manusia, bangunan dan perahu (sampan).

Faktor dasar apakah yang menyebabkan suatu masyarakat tiba-tiba berubah dan berkembang, atau tiba-tiba rusak dan merosot? (Ali Syariati, 1982) Inilah pertanyaan Syariati tentang perubahan sosial yang terjadi dalam sejarah. Dalam menjawab pertanyaan ini, Syariati terlebih dahulu menjelaskan beberapa faktor yang menentukan dalam sebuah perubahan sosial dalam versi kajian Sosiologi Barat. Namun penjelasan sosiologi Barat terhadap persoalan ini belum memuaskan Syariati. Pencariannya terhadap ayat-ayat suci al-Qur'an dan Sunnah Nabilah yang mengantarkannya pada suatu teori perubahan sosial "yang lebih segar dan lebih tepat". (Ali Syariati, 1982). Menurut Syariati, ada satu faktor perubahan sosial yang disebutnya dengan an-nas (rakyat) yang disebutkan dalam al-Quran.

Pada umumnya, setiap ajaran, setiap agama, setiap Nabi, dialamatkan kepada mereka yang sekaligus juga merupakan faktor perubahan sosial yang fundamental dan efektif di dalam ajaran itu. Demikianlah al-Qur'an dialamatkan kepada an-nas, yakni rakyat. Rasul diutus kepada an-nas, beliau berbicara kepada an-nas; an-nas lah yang bertanggungjawab atas perbuatan mereka sendiri; an-nas-lah yang menjadi factor dasar kemerosotan rakyat—ringkasnya an-nas-lah yang memikul seluruh tanggung jawab terhadap masyarakat dan sejarah" (Ali Syariati, 1982).

Islam-lah yang pertama kali menjadikan rakyat sebagai faktor penting dalam setiap perubahan sosial. Berbeda dengan Nietzsche, yang menganggap manusia terpilih sebagai faktor dasar perubahan sosial; berbeda dengan Plato yang menganggap kalangan aristokrat dan ningrat sebagai faktor perubahan sosial; berbeda dengan Carlyle dan Emerson yang menganggap tokoh-tokoh besarlah yang menjadi faktor fundamental dalam perubahan sosial; dan berbeda pula dengan Alexis Carel yang menganggap manusia yang berdarah

murni saja yang dapat menjadi faktor perubahan sosial, maka Islam menganggap bahwa faktor fundamental dalam perubahan sosial itu adalah rakyat sendiri, an-nas sendiri. Rakyatlah yang menjadi poros dan faktor dasar setiap perubahan, meskipun ketiga faktor yang telah disebut di atas, menurut Syariati, juga mempengaruhi nasib masyarakat (Ali Syariati, 1982).

Pembahasan itulah kemudian menjadi dasar pemikiran penulis dalam Menyusun buku ini. Ada beberapa bab yang akan dibahas dalam buku ini yang berjudul **Sosiologi Ekonomi: Globalisasi dan Industri Budaya Suatu tinjauan ekonomi Islam**. Pada bab pertama dan kedua dibahas tentang pengertian sosiologi, perkembangan sosiologi dan tokoh-tokoh sosiologi ekonomi. Kemudian pada bab ketiga dibahas tentang teori kritis pijakan sosiologi ekonomi di era post modernisme. Pada bab ke empat akan dibahas tentang kapitalisme, neoliberalisme dan globalisasi di era revolusi industri 4.0. Bagian kelima atau bab lima akan dibahas tentang masyarakat konsumen, gaya hidup dan budaya konsumsi, pembahasan ini menceritakan tentang bagaimana masyarakat atau mahasiswa terhegemoni oleh pengaruh kehidupan sekitar yang serba mewah dan saling memperlihatkan pola konsumsi yang berlebih. Kemudian bab ke enam dan ketujuh akan membahas tentang fast food, westernisasi dan glocalisasi serta hyper realitas, simulakra dan konsumsi berlebih di era masyarakat post modernisme. Kemudian bagian ke delapan dan Sembilan membahas tentang iklan, gaya hidup dan perilaku konsumsi serta waktu kosong atau waktu senggang yang kemudian berdampak pada konsumsi berlebih dalam masyarakat di era revolusi industri 4.0. Pembahasan selanjutnya pada bab ke sepuluh memahami perubahan perilaku masyarakat di era post-industrial dan masyarakat di era revolusi industri 4.0.

DAFTAR ISI

PRAKATA PENULIS	iii
DAFTAR ISI	x
BAB 1 PERKEMBANGAN SOSIOLOGI	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Kemunculan Sosiologi Ekonomi.....	4
C. Sosiologi Ekonomi di Era Post-Modernisme.....	5
BAB 2 TOKOH-TOKOH SOSIOLOGI EKONOMI	9
A. Pendahuluan.....	9
B. Para Pemikir (Tokoh-Tokoh) Dalam Merumuskan Sosiologi Ekonomi di Era Klasik	10
BAB 3 TEORI KRITIS KAJIAN DAN PIJAKAN SOSIOLOGI EKONOMI DI ERA POST MODERNISME	19
A. Pendahuluan.....	19
B. Munculnya Teori Kritis Pertama Kali di Lingkungan Masyarakat Eropa	20
BAB 4 KAPITALISME, NEOLIBERALISME, DAN GLOBALISASI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0.....	33
A. Pendahuluan	33
B. Liberalisasi dan Neoliberalisasi.....	36
BAB 5 MASYARAKAT KONSUMEN, GAYA HIDUP DAN BUDAYA KONSUMSI	45
A. Pendahuluan.....	45
B. Masyarakat Konsumen	46
C. Gaya Hidup (Lifestyle).....	50
D. Budaya Konsumen	54
BAB 6 FAST FOOD, WESTERNISASI DAN GLOKALISASI.....	61
A. Pendahuluan	61
B. Pembahasan	62
1. Definisi Fast food.....	62
2. Kategori Makanan Halal.....	62
3. Definisi dan Konsep Mcdonalisasi.....	64
4. Prinsip-Prinsip Yang Berlaku Dalam Mcdonalisasi	65
5. Definisi Westernisasi.....	66
6. Pengaruh Westernisasi Bagi Masyarakat.....	67
7. Definisi dan Konsep Glokalisasi.....	68
8. Kemunculan Glokalisasi	70

BAB 7 HIPER REALITAS, SIMULAKRA, DAN KONSUMSI DALAM MASYARAKAT DALAM POST MODERN	73
A. Pendahuluan.....	73
B. Pembahasan	76
1. Hiper Realitas dan Budaya Konsumen	76
2. Tatanan Simulakra dan Era Simulasi	82
BAB 8 IKLAN, GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMSI	91
A. Pendahuluan.....	91
B. Pembahasan	92
BAB 9 WAKTU SENGANG DAN KONSUMSI BERLEBIH	105
A. Pendahuluan	105
B. Waktu Senggang dan Konsumsi Berlebih	106
C. Penyebab Waktu Senggang dan Konsumsi Berlebihan	110
D. Hubungan Waktu Senggang dan Konsumsi Berlebih	111
BAB 10 MEMAHAMI PERUBAHAN PERILAKU EKONOMI MASYARAKAT DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0	117
A. Pendahuluan.....	117
B. Pembahasan	118
1. Masyarakat Post Industrial Menurut Daniel Bell	119
2. Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat Post-Industrial	121
3. Pandangan Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat	127
4. Ciri-Ciri Perubahan Penting Pada Masyarakat Pasca Industri	135
5. Transformasi Masyarakat Islam Era Revolusi Industri 4.0	137
PROFIL PENULIS	142



PERKEMBANGAN SOSIOLOGI

A. PENDAHULUAN

Sosiologi sebagai Ilmu tentang Masyarakat, sejumlah ilmuwan berusaha menjelaskan adanya hubungan antar manusia dan perilaku sosial budaya melalui kehidupan bermasyarakat dan yang sekarang dikenal sebagai ilmu sosiologi.

Fenomena ekonomi yang menjadi fokus perhatian adalah mengenai cara aktor memenuhi kebutuhan dan di dalamnya terkandung aspek produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi sumberdaya yang pada dasarnya bermuara pada kesejahteraan aktor, sedangkan pendekatan sosiologi meliputi kerangka acuan, variabel dan indikator, serta model-model yang digunakan sosiolog dalam menjelaskan fenomena yang terjadi dalam masyarakat.

Pada saat yang sama, sosiolog ekonomi meneliti kegiatan bisnis yang berorientasi sosial, yaitu, yang didorong oleh kepentingan ekonomi dan diarahkan pada aktor lain. Kegiatan sosial ekonomi dipandu tidak hanya oleh kepentingan finansial tetapi juga oleh tradisi dan emosi. (Sumarti, 2007:289).

Perkembangan pemikiran sosiologi ekonomi antara lain ditandai oleh berkembangnya pemikiran dan teori tentang ekonomi, yang melihat cara kerja sistem ekonomi dengan menekankan pada aspek non ekonomi, perkembangan studi sosiologi ekonomi semakin tumbuh dan berkembang sejalan dengan fenomena ekonomi yang tentunya tidak terlepas dari cakupan aspek sosiologis yang melingkupinya.

Fokus perhatian utama dari sudut pandang sosiologi, yakni memandang masyarakat sebagai suatu sistem sosial dan ekonomi merupakan bagian integral dari sistem masyarakat. (Mudiarta, 2011:57)

DAFTAR PUSTAKA

- Detikedu. "Surah Al Maidah Ayat 8 Berisi Perintah Berlaku Adil Kepada Musuh". *Situs Resmi Detikedu*. (26 November 2021). <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5828470/surah-al-maidah-ayat-8-berisi-perintah-berlaku-adil-kepada-musuh> (22 Juni 2023).
- Habib, M.A.F, dkk. "Sosiologi Ekonomi: Kajian Teoretis dan Contoh Penerapan". (Tulungagung, Akademia Pustaka: 2022).
- Mudiarta, Ketut Gede. "Perspektif dan Peran Sosiologi Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat". *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 29, No. 1. (Juli 2011)
- Partiwi, Sri Uji. "Modul Pembelajaran SMA Sosiologi Kelas X: Sosiologi sebagai Ilmu Pengetahuan". Perpus Dikbud. 2020.
- Rahman, Bustami. "Perkembangan Sosiologi Di Indonesia". *Neliti: Journal Article Society* 1, No. 1. 2009.
- Syigma Examedia Arkanleema. Al Quran. QS Al Maidah/5:8.
- Sumarti, Titik. "Sosiologi Kepentingan (Interest) dalam Tindakan Ekonomi". *Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia* 1, No. 2. (Agustus 2007).
- Susanto, Adi, dkk. "Biografi Tokoh-tokoh Sosiologi: Klasik Sampai Postmodern". (Pare-pare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).



TOKOH-TOKOH SOSIOLOGI EKONOMI

A. PENDAHULUAN

Sosiologi adalah ilmu yang terbilang cukup baru dibanding ilmu lainnya dalam ilmu-ilmu sosial, diperkenalkan pertama kali oleh August Comte yang membuat namanya dikenal sebagai 'Bapak Sosiologi' dan dibakukan menjadi disiplin ilmu pengetahuan berkat jasa besar Emil Durkheim, hingga kini sosiologi menjadi ilmu yang sangat populer seiring dengan makin rumitnya problematika yang muncul dalam masyarakat di abad 21 ini. Mempelajari sosiologi tidak terlepas dari berbagai teori yang menjadi landasan utama untuk menganalisis perubahan masyarakat dan berbagai gejala sosial yang muncul akibat perubahan tersebut, Pada mata kuliah ini akan dibahas secara detail dimulai dari sejarah lahirnya teori sosiologi, hingga berbagai pemikiran para tokoh yang memiliki sumbangsih besar terhadap perkembangan sosiologi yang dikenal sebagai peletak dasar ilmu sosiologi diantaranya Ibnu Kholdun, Abu Dzar Al-Ghifari, Ali Syari'at, August Comte, Karl Marx, Emile Durkheim dan Max Weber.

Aktivitas ekonomi tidak berdiri sendiri, tetapi banyak dipengaruhi oleh perilaku sosial yang melingkupi terjadinya tindakan ekonomi. Pertukaran sesederhana apapun bentuknya dilakukan dengan dasar pertimbangan rasional. Sosiologi dianggap sebagai ilmu pengetahuan yang memiliki banyak pengertian dikarenakan sangat banyak masalah sosiologi yang ada di masyarakat. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang terus berkembang. Suatu pandangan dan pemahaman yang digagas oleh pakar sosiologi pada jaman berikutnya, tergantung dari situasi sosial dan politik pada jamannya, dengan menjadikan pandangan yang dahulu sebagai titik tolak untuk mendapatkan gagasan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, H. (2015). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-tokoh Sosiologi dari Klasik Sampai Modern: Biografi, Gagasan, dan Pengaruh terhadap Dunia*. Ircisod.
- BAKRI, W. (2020). Biografi tokoh-tokoh sosiologi Klasik sampai Postmodern.
- Cholidiyah, Nurul; Mulyawisdawati, R. A. (2017). Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qardhawi dan Karl Marx. *Laa Maisyir : Jurnal Ekonomi Islam*, 4.2.
- Damayanti Febrina. (2011). Jurusan Sosiologi dan Antropologi Universitas Negeri Semarang.
- Darmaji, A. (2013). Herbert Marcuse tentang Masyarakat Satu Dimensi. *Ilmu Ushuluddin*, 1(6), 515–526.
<https://doi.org/10.15408/ilmuushuluddin.v1i6.107>
- Dewi, E. (2012). Pemikiran Filosofi Ali Syari'ati. *Jurnal Substantia*, 14(2).
- Kambali, M. (2020). Pemikiran Karl Marx Tentang Struktur Masyarakat. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(2), 63–80.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i2.154>
- Oliver, J. (2019). Teori Sosiologi Klasik. *Hilos Tensados*, 1, 1–476.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2005). *Teori Sosiologi*. Bantul: Kreasi Wacana, 276.
- Samsudin, S. (2017). Intelektual Muslim Bidang Ilmu Sosial. *At-Ta'lim: Media Informasi Pendidikan Islam*, 13(2), 201-212.
- Setyarsih, Esty Pertukaran, T., & Michael, P. (2017). Fenomena Makelar Kost dalam Sudut.
- Shadily, H. (1993). *Perkembangan Sosiologi*. 1–41.
- Susanto, A., Wahyuni, M., Muharram, B., Asdar, M. T., Nasrullah, N., Karim, P. A., ... & Akbar, M. (2020). *Biografi Tokoh-Tokoh Sosiologi Klasik Sampai Postmodern*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme (Cet. I)*. Kencana Prenada Media Group.
- Tjahyadi, S. (2007). Teori Sosial dalam Perspektif Teori Kritis Max Horkheimer. *Jurnal Filsafat*, 17(1), 1–14.
- Wahyuni. (2546). *Teori Sosiologi Klasik (Cet. I)*. Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Rumah Buku Cara-Baca.



TEORI KRITIS KAJIAN DAN PIJAKAN SOSIOLOGI EKONOMI DI ERA POST MEDERNISME

A. PENDAHULUAN

Secara historis, teori kritis mazhab Frankfurt (*Die Frankfurter Schule*) merujuk pada sekelompok pemikir berhaluan Marxis yang tergabung dalam kerja-kerja intelektual kritis di Institut Penelitian Sosial (*Institut fur Social forschung*) yang berpusat di Frankfurt, Jerman (Sholahudin, 2020). Teori Kritis hendak mengkritik keadaan-keadaan aktual dengan referensi pada tujuannya (Muttaqin, 2015).

Pada perkembangannya, teori kritis tidak hanya persoalan kritik terhadap kapitalisme dan determinisme ekonomi, tapi titik bidik teori kritis menyebar ke segala aspek kehidupan sosial dan intelektual (Halim, 2020). Teori kritis ini berasal dari mereka yang merasa marah dan kecewa terhadap hal-hal yang terjadi akibat praktik-praktik dari modernisme.

Mereka menyadari kekurangan dan atau keterbatasan dari teori marxian dalam memahami realitas masyarakat, sehingga membuat mereka mengeluarkan kritikan-kritikan yang akhirnya dikenal dengan nama teori kritis. Namun, seiring berjalannya waktu, pengetahuan pasti semakin berkembang dan pendapat mereka akan semakin beragam. Maka dari itu, dalam makalah ini penulis akan membahas lebih lanjut mengenai awal munculnya teori kritis itu sendiri yang kemudian dikembangkan untuk memahami realitas sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrom. (2012). Karl Marx Inspirasi Teori Kritis Mazhab Frankfurt. Primary, 04(02), 1–8.
- A. Setyo Wibowo, Para Pembunuh Tuhan, Kansius, Yogyakarta, 2009.
- Dermawan, A. (2013). Dialektika Teori Kritis Mazhab Frankfurt Dan Sosiologi Pengetahuan. Sosiologi Reflektif, 8(1), 325–339.
- Firdaus, F. (n.d.). Mazhab Frankfurt/Neo-Marxism. Academia.Edu.
- Halim, S. (2020). Dekonstruksi Figur Sayyidah Aisyah RA dalam Lagu Aisyah Istri Rasulullah : Studi Semiotika Poststrukturalis Roland Barthes. Ideology Journal, 5(2), 151–166.
- Jay, Martin, 2005. Sejarah Madzhab Frankurt: Imajinasi Dialektis dalam Perkembangan Teori Kritis. Ypgyakarta: Kreasi Wacana
- Luthfiyah. (2018). Kritik Modernitas Menuju Pencerahan: Perspektif Teori Kritis Mazhab Frankfurt. Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan, 2(1), 275–285.
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. Jurnal Wahana, 1(10), 77–85.
- Muttaqin, H. (2015). Menuju Sosiologi Profetik. Sosiologi Relektif, 10(1), 219–240.
- Olifia, S. (n.d.). Membangun Paradigma Komunikasi Dalam Perspektif Habermas. Jurnal Ikom Usni, 66–86.
- Suyanto, Bagong. (2013). "sosiologi ekonomi kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme" Cet 1; Jakarta: Kencana
- Sholahudin, U. (2020). Membedah Teori Kritis Mazhab Frankfurt: Sejarah, Asumsi, dan Kontribusinya Terhadap Perkembangan Teori Ilmu Sosial. Journal of Urban Sociology, 3(2), 71–89.
- Sudrajat, A. (n.d.). Jurgen Habermas: Teori Kritis Dengan Paradigma Komunikasi. Academia.Edu.
- Tasnur, I., & Sudrajat, A. (2020). Teori Kritis: Perkembangan Dan Relevansinya Terhadap Problematika Di Era Disrupsi. Jurnal Yaqzhan, 6(1), 33–51.



KAPITALISME, NEOLIBERALISME, DAN GLOBALISASI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

A. PENDAHULUAN

Sistem ekonomi dapat dipandang sebagai mekanisme yang digunakan dalam melakukan aktivitas ekonomi. Mulai dari produksi, distribusi, dan konsumsi. Morris Bernstein menyatakannya sebagai berikut: Sistem ekonomi adalah seperangkat kesepakatan dimana masyarakat menentukan: (1) apa yang diproduksi? (2) bagaimana memproduksinya? termasuk institusi-instrumen yang digunakan dan pola alokasi sumber daya, dan (3) bagaimana kepemilikan pribadi diberlakukan dan distribusi menyangkutnya (Acheisen, 1999).

Ekonomi sendiri menciptakan berbagai sistem dalam menjalankan mekanisme ekonomi. Ada ekonomi kapitalis dan neoliberalisme, semua ini tergantung siapa yang mengembangkan dan demi kepentingan apa. Ekonomi kapitalis yaitu sistem yang memberikan kebebasan penuh pada semua orang untuk melakukan kegiatan ekonomi untuk memperoleh keuntungan (Syaiful, 2019).

Generasi revolusi industri yang ke 4.0, memiliki tantangan ataupun sebagai peluang tersendiri bagi semua umat manusia, termasuk di dalamnya akademisi (Khorofi,2022),), Revolusi Industri menurut perkembangannya dari periodisasi generasi pertama kita bisa lihat ketika tenaga manusia dan hewan digantikan dengan tenaga mesin (munculnya mesin uap abad 18), kemudian generasi kedua munculnya pembangkit tenaga listrik (munculnya mobil, pesawat terbang, pesawat telepon), selanjutnya generasi ketiga dengan munculnya teknologi digital dan internet, sampai ke generasi keempat dengan munculnya super komputer, robot mesin, kendaraan tanpa

DAFTAR PUSTAKA

- Acheisen, I. H. (1999). Menuju Kapitalisme Religius. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan.
- Hasan, Z., & Mahyudi. (2020). Analisis terhadap Pemikiran Ekonomi Kapitalisme Adam Smith. Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam Vo.4 No.1.
- Huda, C. (2016). Ekonomi Islam dan Kapitalisme (Menurut Benih Kapitalisme dalam ekonomi Islam). Jurnal economica Vol.7 Edisi 1.
- Jamil, H. (2015). Perangkap Liberalisasi ekonomi di Indonesia. Jurnal Academia.
- Kushendrawati, S. M. (2006). Masyarakat Konsumen sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya dalam Realitas Sosial. Jurnal Makara, Sosial Humaniora Vo.10 No.2, 49-57.
- Munawar, B., & Rachman. (2010). Argumen Islam untuk Liberalisme . Jakarta: Grasindo.
- Parmitasari, R. D., & Alwi, Z. (2020). Aliran Ekonomi Neoliberalisme: Suatu Pengantar. Journal Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM) Vol.1 No.3, 59-69.
- Sirajuddin, T. (2019). Rekonstruksi Konseptual Kepemilikan Harta Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kritis Kepemilikan Harta Sistem Ekonomi Kapitalisme). Laa Maisyir Volume 6, Nomor 2.
- Sucipto, H. (2001). Globalisasi sebuah Skenario Mutakhir Kapitalisme. Jurnal Mimbar No.4.
- Suyanto, B. (2013). Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Syaiful, M. (2019). Islam Dalam Ekonomi Liberal Dan. Academia.
- Zarkasyi, H. F. (2013). Worldview Islam dan kapitalisme Barat. Jurnal Tsaqafah vol.9 No.1.
- Adinugraha, H. H. (2012). NEOLIBERALISME DALAM PERSPEKTIF ISLAM. MEDIA, 19(2).
- Ahyani, H., & Slamet, M. (2021). Respon dunia barat terhadap ekonomi syariah di era revolusi industri 4.0. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec, 7(1), 23–44.
- Chaniago, S. A. (2010). Munculnya Neoliberalisme Sebagai Bentuk Baru Liberalisme. Jurnal Hukum Islam, 8(2), 139–223.
- Kadir, H. A. (2017). Komparasi munculnya liberalisme ekonomi di Indonesia dan Burma. Lembaran Sejarah, 13(2), 163–185.

- Khorofi, M. (2022). Pengembangan Sdm Unggul Di Era Revolusi Industry 4.0 Perspektif Islam. *AL-ALLAM*, 3(1), 34–42.
- Parmitasari, R. D. A., & Alwi, Z. (2020). Aliran Ekonomi Neoliberalisme: Suatu Pengantar. *Journal Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)* Vol, 1, 59–69.
- Rizky, A. (n.d.). Neoliberalisme sebagai Ideologi Baru Dibawah Pengaruh Liberalisme.
- Rosardi, R. G. (2018). *Globalisasi. Essay.*
- Zaini, M. A., & Shohib, M. (2020). Eksplorasi Pendidikan Karakter Era Revolusi Industri 4.0. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 13(2), 123–141.
- Zainuri, A. M., Yamini, A. Z., Shadiqin, A. N., Hidayatul, D., Anwar, R., & Muhyi, A. A. (2023). Ayat-ayat Terkait Liberalisme dalam Al-Qur'an. *Gunung Djati Conference Series*, 25, 130–139.



MASYARAKAT KONSUMEN, GAYA HIDUP DAN BUDAYA KONSUMSI

A. PENDAHULUAN

Semenjak kehidupan manusia ada di muka bumi, pada saat itulah praktik konsumsi mulai dilakukan. Oleh karena itu, bila muncul sebuah pertanyaan “mengapa manusia mengonsumsi?” Jawabannya hampir pasti bahwa manusia memang harus mengonsumsi karena konsumsi menjamin kelangsungan hidup manusia. Pertanyaan semacam ini kiranya masih kurang mencukupi digali dalam lingkup studi Sosiologi. Maka sosiolog perlu menemukan masalah yang jauh lebih mendalam dari pada hal itu. Namun tidak dapat dipungkiri upaya memahami konsumsi diperlukan, setidaknya dapat membuka jalan menuju sedikit pemahaman tentang konsumerisme.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumsi didefinisikan sebagai “pemakaian barang hasil produksi”. Sebagai sebuah usaha menghabiskan nilai guna barang dan jasa, konsumsi adalah sebuah tindakan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa konsumsi juga memiliki makna sosial karena merupakan “cara menandai posisi sosial”. Berkenaan dengan hal ini, konsumsi kadang kala bias menjadi tindakan sosial, tidak melulu sebagai tindakan individual.

Tumbuhnya produktivitas telah mendorong peningkatan kemakmuran yang bermuara pada semakin mudahnya mayoritas penduduk mengakses beragam komoditi. Beraneka barang tersedia di pasar mulai dari produk industri makanan dan minuman, tekstil, elektronik, hingga otomotif, bahkan transaksi dapat dilakukan dengan hanya duduk menggenggam gadget. Kiranya tidak berlebihan mengatakan bahwa peningkatan kemakmuran berbanding lurus dengan peningkatan konsumsi. Perkembangan masyarakat kapitalis mendorong sosiolog seperti Storey mencari jawaban atas

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Baudrillard, J. P. (2004). Budaya Konsumen “. *Economic Jurnal*.
- Fatharani, A., Lubis, N., & Dewi, R. S. (2009). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), dan Kelompok Referensi (Reference Group) terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Angkatan 2009 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). 1–20.
- Fitrah, A. R. dan M. (2018). Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Kelurahan Barombong Kota Makassar. *Laa Maysyir*, 5 Nomor 1.
- Indra Setia Bakti, Nirzalin, A. (2019). Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Sosiologi USK*, 13, 146–165.
- Kushendrawati, S. M. (2006). Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya Dalam Realitas Sosial. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 10(2), 49. <https://doi.org/10.7454/mssh.v10i2.19>
- Kussudyarsana. (2008). Budaya dan pemasaran dalam tinjauan pengaruh budaya terhadap perilaku konsumen. *Manajemen Dan Bisnis*, 12.
- Mahyuddin. (2017). Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat. *Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), 117–136. <http://202.0.92.5/pasca/jkii/article/view/1086/21>
- Mulyana, M. (2012). Menganalisis Perilaku Konsumen. 29–34.
- Normiasari, F. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim.
- Rosida, I. (2018). Tubuh Perempuan Dalam Budaya Konsumen: Antara Kesenangan Diri, Status Sosial, Dan Nilai Patriarki. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 20(1), 85. <https://doi.org/10.25077/jantro.v20.n1.p85-101.2018>
- Eddy Rohayedi dan Maulina, Konsumerisme dalam Perspektif Islam, *Jurnal Transformatif*, vol 4, No. 1 April, 2020, 38.
- Fariad, Annisa Ilmi, dkk., *Sosiologi Ekonomi*, Yayasan Kita Menulis: 2021, h. 37



FAST FOOD, WESTERNISASI DAN GLOKALISASI

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang berkaitan dengan mempertahankan hidup secara layak. Kebutuhan ini mendasar dan harus dipenuhi manusia. demi kelangsungan hidup pasti sangat berbeda-beda tergantung dalam diri setiap individu, terutama kebutuhan pokok misalnya makanan. Saat ini makanan begitu banyak menyuguhkan berbagai macam variasi, dari makanan tradisional hingga makanan modern misalnya makanan cepat saji atau yang sering dikenal makanan fast food. Makanan yang berawal dari sebuah daging dan kentang goreng yang dibekukan dan diawetkan ini bisa kita temui di berbagai gerai Mc Donald's, KFC dan restoran-restoran yang menyajikan berbagai macam makanan cepat saji. "*The Free Dictionery*" mendefinisikan fast food is "*inexpensive food, such as hamburgers and fried chicken, prepared and served quickly*" dalam Goyal & Singh (2007).

Tetapi justru berbeda dengan fenomena yang terjadi di negara-negara berkembang, makanan fast food justru banyak diminati terutama di Indonesia dan menjadi gaya hidup tersendiri di perkotaan. Meski makanan fast food sering disebut Makanan cepat saji. gerai-gerai makanan tersebut selalu dipenuhi, Boleh dikatakan dengan konsumsi makanan tersebut akan terlihat mewah yang mengandung prestige.

Masyarakat di dalam aktivitas sehari-harinya saat ini telah mengalami perubahan sosial (*social change*) yang cukup dinamis. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat menjadi terbuka terhadap perubahan sosial sebagai akibat dari pengaruh globalisasi. Globalisasi saat ini berpotensi mulai merambah pada bagian-bagian aspek kehidupan masyarakat Indonesia,

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, T. F. Dan A. S. M. (2019). Fenomena glocalisasi pada produk bakso boedjangan di kota malang. *Al-Manhali*, 21(2), 131–137.
- Alderson, J. Charles & Wall, D. (2015). No title glocalisasi ekonomi dan implikasinya bagi negara-negara berkembang: telaah pendekatan ekonomi islam. *Ekonomi dan bisnis islam*, 1, 709–715. https://doi.org/10.20595/jjbf.19.0_3
- Anggraika, F. U., Sosiologi, P. S., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Maritim, U., & Ali, R. (2016). Naskah publikasi.
- Arfani, R. N. (2004). G l o b a l i s a s i, (April 2003), 1–13.
- Christiani, L. C. (2018). Dimensi mcdonalisasi Lazada Online Mall: sebuah model moderenisasi sistem belanja. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(1), 18–31.
- Dasar, J. P. (2015). Pembaharuan dalam pemanfaatan hasil-hasil teknologi., 3(3), 1–14.
- Engel. (2014). Globalisasi dan glocalisasi, 56.
- Maulina, P., & Umar, U. T. (2016). Analisis Mcdonalisasi Bentuk Pelayanan Publik Pada. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1–12.
- Muliana, putri. (2011). Dampak globalisasi.
- Sudirman, R., & Palembang, K. (2018). Skripsi glocalisasi pada makanan cepat saji.
- Suksmawati, H., Alidyan, M., & N, P. F. (2021). DAN GLOKALISASI DALAM SATU “ Veteran ” Jatim for Glocalisation Studies pendahuluan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dari UPN “ Veteran ” Jawa Timur dan bekerjasama dengan for Glocalisation Studies (cgas) ini memiliki tiga, 2, 9–18.
- Vol, J. F. (2007). Globalisasi dari perspektif kritis Oleh: Laily Muthmainah 1. *Filsafat*, 17(April), 60–72.
- Thong, Tezenlo. (2011). ‘To Raise the Savage to a Higher Level:’ The Westernization of Nagas and Their Culture,” *Modern Asian Studies*. *Jurnal Cambridge*, Vol: 10.1017/S0026749X11000412, Hal 1 – 26.
- Koentjaraningrat. (1982). *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Penerbit Aksara Baru.
- Singh, N. P & Goyal, A. (2007). Consumer perception about fast food in India: an exploratory study. *Jurnal British Food*, Vol.109 No. 2, 2007 pp.182195 (online) diakses 20, Juni 2011, 09.20 WITA

Dari [http://unisys.uui.ac.id/uiportal/index.asp?Session_id=\[iawbjajrarakbbibkabbakbajuibb3ykybyububjkkkrkjbbkbywrkrb10375150&b=Ritzer, George \(1983\), "The mcdonalization Society".Journal of American Culture.V.6,No.1.](http://unisys.uui.ac.id/uiportal/index.asp?Session_id=[iawbjajrarakbbibkabbakbajuibb3ykybyububjkkkrkjbbkbywrkrb10375150&b=Ritzer, George (1983),)

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

Valentinda, Annisa & Istriyani, 2013. "Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan", Jurnal Pemikiran Sosiologi 2(2).

Ritzer, George. 2006. The Globalization of Nothing: Mengonsumsi Kehampaan di Era Globalisasi, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya

Lupitasari Surya Elen, Dkk. 2020. Pengaruh korean wave dan makanan korea terhadap minat makan hidangan korea pada masyarakat kota madiun. Jurnal Tata Boga. Tersedia online di <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/>



HYPER REALITAS, SIMULAKRA, DAN KONSUMSI DALAM MASYARAKAT POST MODERN

A. PENDAHULUAN

Ketika masyarakat berkembang dan memasuki era post-modern, maka yang terjadi sesungguhnya bukan hanya perubahan dalam pola interaksi sosial dan cara berkomunikasi yang dikembangkan masyarakat, tetapi juga perubahan sikap dan perilaku masyarakat menyikapi realitas sosial yang ada di sekitarnya. Realitas sosial, saat ini tidak lagi dipahami masyarakat sekedar sebagai objek atau hal-hal yang teramati, tetapi realitas sosial kini sudah menjadi sesuatu hal yang melewati atau melampaui realitas itu sendiri atau yang lazim disebut sebagai hiper realitas (*hyper-reality*).

Menurut Jean Baudrillard (2000), yang disebut sebagai dunia Hiper Realitas atau dunia yang melampaui realitas (*hyper-reality*) pada dasarnya adalah sebuah realitas yang bersifat artifisial, yang tercipta lewat bantuan teknologi simulasi dan rekayasa pencitraan, yang mengambil alih dunia realitas yang alamiah. Hiper realitas merupakan model-model realitas, yang tidak ada referensinya pada realitas. Hiper realitas tidak memiliki rujukan atau referensi pada realitas sebagaimana umumnya dunia representative atau pertandaan melainkan merujuk pada dirinya sendiri (*self-reference*).

Baudrillard (2006) melihat *post-modern* sebagai suatu trend dan sebagai awal dari suatu era baru yang dibawah makin maraknya komunikasi bermediasi, konsumsi simbolis, dan semakin mampatnya ruang dan waktu. Peran media terutama budaya populer dan iklan yang makin signifikan, menurut Baudrillard melahirkan referensialitas diri pada tanda yang menjadi semakin intensif oleh konsumsi tanda (misalnya, cap dan merek dagang

DAFTAR PUSTAKA

- Agger, Ben. 2003. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Aziz, Imam (Ed). 2001. *Galaksi Simulacra: Esai-esai Jean Bau drillard*. Yogyakarta: LKIS.
- Baudrillard, Jean. 1976/1993. "Symbolic Exchange and Death." London: Sage dalam Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Post-Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana,
- . 1983. "Simulations". New York: Semiotext (e) dalam Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Post-Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- . 2004. *Masyarakat Konsumsi (terjemahan)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Eco, Umberto. 2009. *Tamasya dalam Hiperealitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gane, Mike (Ed.). 1993. "Baudrillard Live: Selected Interview." London: Routledge, dalam Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Post-Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Goldman, Robert. 1995. "Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising." New York: Guilford, dalam Agger, Ben. 2003. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kellner, Douglas. 1994. *Baudrillard: A Critical Reader*. Oxford: Basil Blackwell dalam Yasraf Amir Piliang. 2009. *Post Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lechte, John, 2001. *50 Filsuf Kontemporer: Dari Strukturalisme sampai Post-Modernitas (Pustaka Filsafat)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Piliang, Yasraf Amir. 2009. *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra. Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Post-Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2004.: *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2008. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Post-Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Turner, Bryan. 2003. *Teori-teori Sosiologi Modernitas Post Modernitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kellner 1989 dan studi-studi dalam Douglas Kellner kellner@ucla.edu.
- Nasrullah, Rusli, *Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial*, *Academic Journal For Homiletic Studies*, Vol.10 No.1, Juni 2016.

Rafa'al, Mubaddilah, Identitas Gaya Hidup dan Budaya Konsumen dalam Mengonsumsi Brand The Executive, Jurnal Komunikasi Profesional, Vol.1 No.1, Juni 2017.

Siswadi, Gege Agus, Hiperrealitas di Media Sosial Dalam Perspektif Simulakra Jean Baudrillard, Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan, Vol.22 No.1, April 2022.



IKLAN, GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMSI

A. PENDAHULUAN

Masyarakat bukanlah kelompok manusia yang tanpa perubahan, apalagi mandek. Masyarakat senantiasa tumbuh dan berkembang, serta mengalami berbagai pergeseran, bahkan perubahan sosial budaya, ekonomi, dan politik yang dinamis. Di era kapitalis, konsekuensi dari perkembangan ekonomi komoditas adalah pada produktivitas dan upaya menekan upah buruh agar produk yang dihasilkan efisien dan kompetitif. sementara itu, konsekuensi paling menonjol dari perkembangan politik ekonomi libido adalah hadirnya sistem ekonomi yang dikuasai oleh semacam ideologi *libidonomics*, dengan orientasi utama berupa pendistribusian rangsangan, rayuan, kesenangan, kegairahan, Hasrat atau hawa nafsu tanpa batas dalam satu arena pertukaran ekonomi di masyarakat (Piliang, 1998: 83).

Dilansir dari We Are Social pada januari tahun 2022 menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 76,8 persen dari seluruh pengguna di Indonesia yaitu 204,7 juta pengguna per januari 2022 dengan total penduduk Indonesia 277,7 juta orang. Menurut data Similar Web for App Performance, jumlah pengguna TikTok harian mencapai 92,2 juta pengguna aktif. Shopee sebagai marketplace yang paling sering dikunjungi di Indonesia mencapai 33,27 juta pengunjung dengan pengguna mencapai 83,4 persen menjadi yang terbanyak. TikTok menempati peringkat kedua sebagai media sosial dengan presentase sebanyak 42, 2 persen dari jumlah pengunjung media sosial. sehingga dapat dikatakan bahwa masyarakat sekarang sangat susah untuk lepas dari perangkat elektronik yang tersambung di internet (Agus Supriyanto1, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathri (Ed.), 2006. *Manggeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Adlin, Alfathri (Ed.), 2006. *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Abercrombie, Nicholas *et al.* 2010. *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Jalasutra: Pustaka Pelajar
- Chaney, David. 2003. *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dewi, Metha Nilarisma, Dan Hatane Samuel. 2015. *Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya*. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA* Vol. 3, No. 1. Surabaya.
- Edwar, Ahmad. 2021. *Akhlaq Perilaku Iklan Dalam Prespektip Bisnis Islam*. *KORDINAT* Vol. XX No.1 Tahun 2021
- Evers, Hans-Dieter (Peny). 1988. *Teori Masyarakat: Proses Peradaban Dalam Sistem Dunia Modern*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Fatharani, Afrida dkk. 2009. *Harga (Price), dan Kelompok Referensi(Reference Group) terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry*.
- Ibrahim, Idi Subandy (Ed.). 2004. *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.
- Lee, Martyn J. 2006. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali: Arah Baru Modernitas dalam Kajian Modal Konsumsi dan Kebudayaan*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Maisyarah Anisa, Nurwahidin. 2022. *Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living*. Universitas Indonesia
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Post-Modernisme*. Bandung: Mizan.
- Rahmawati Devie (ed.). 2018. *Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial : Kajian terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa*. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*.

- Shafrani, Yoiz Shofwa. 2012. *Membangun Tampilan Iklan Televisi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. JURNAL DAKWAH DAKWAH & KOMUNIKASI. STAIN Purwokerto
- Susanto, AB. 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Buku Kompas
- Supriyanto, Agus, dkk. 2023. *Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?*. BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship.
- Storey. John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop: Memetakan Lnskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta: Qalam.



WAKTU SENGGANG DAN KONSUMSI BERLEBIH

A. PENDAHULUAN

Dilihat dari dimensi waktu, waktu senggang dipandang sebagai waktu yang tidak digunakan untuk “bekerja”. Di era masyarakat post-modern aktivitas mengisi waktu senggang sering kali lebih identik dengan kegiatan konsumtif. Waktu senggang biasanya lebih banyak diisi dengan bermacam kegiatan yang bersifat hedonis, rekreatif, serta lebih banyak memerlukan pengeluaran dana dibandingkan menciptakan pemikiran filsafat ataupun produk yang masterpiece atau hasil karya. Waktu senggang akan mengingheren dalam standar-standar kehidupan, termasuk justifikasi status sosial. Konsumsi berlebihan saat senggang dapat memberikan makna secara simbolis seseorang berada pada kategori makmur, sehingga orang akan berlomba-lomba untuk mendapatkan simplifikasi tersebut . (Aswandi, 2021)

Sejatinya berwaktu senggang adalah sebuah instrumen untuk merebut secara simbolis makna dalam status sosial yang dikehendaki. Sama halnya dengan post-modernisme yang mencuat dikarenakan kegagalan modernisme dalam mengangkat martabat manusia. Pemikiran modernisme sejauh ini sudah gagal dalam menepati janjinya untuk membawa kehidupan manusia jadi lebih baik dan tidak adanya kekerasan. Pemikiran postmodern adalah teori tentang konsumsi. Hal yang paling menonjol yaitu tentang teori konsumsi yang terdapat pada karya Douglas dan Isherwood (1980). Pada dasarnya tidak ada yang tidak mengetahui mengapa orang-orang menginginkan barang-barang konsumsi, hal itu kata mereka dapat dikaji melalui teori permintaan yang merupakan akar dari disiplin ilmu ekonomi. (Pratiwi et al., 2021)

DAFTAR PUSTAKA

- Aswandi. (2021). Realitas Komodifikasi Waktu Senggang. Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya, 2(2), 1–16.
- Bakti, I. S., Anismar, A., & Amin, K. (2020). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi), 14(1), 81–98. <https://doi.org/10.24815/jsu.v14i1.18109>
- Bohari, N. F., Pratiwi, N., Novyanti, N., Awaliah, A., & Deril, D. (2021). Relevansi Waktu Senggang Terhadap Konsumsi Berlebih Di Era Postmodern. Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 6(2), 179–186. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v6i2.622>
- Heldi, H. (2009). Pola Konsumsi Masyarakat Post-Modern (Suatu Telaah Perilaku Konsumtif Dalam Masyarakat Post-Modern). Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 1(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v1i1.2458>
- Kasdi, A. (2013). Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. Equilibrium, Vol. 1(1), 18–32.
- Mahapsari. (2013). No Title ענין הקיווי מצב: תמונת הנוטע. עלון הנוטע, 66(1997), 37–39.
- Pangeran, M. (2013). Waktu senggang dan Komsumsi Berlebihan.
- Pratiwi, N., Bohari, N. F., Novyanti, N., Awaliah, A., & Deril, D. (2021). Relevansi Waktu Senggang Terhadap Konsumsi Berlebih Di Era Postmodern. Adz Dzahab Adz Dzahab, 6(2), 179–186.
- Rahmadani, D. (2016). Iklan, gaya hidup, perilaku konsumsi, waktu senggang dan konsumsi berlebih. Mukaromah 2015.
- Aswandi. (2021). Realitas Komodifikasi Waktu Senggang. Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya, 2(2), 1–16.
- Bakti, I. S., Anismar, A., & Amin, K. (2020). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi), 14(1), 81–98. <https://doi.org/10.24815/jsu.v14i1.18109>
- Bohari, N. F., Pratiwi, N., Novyanti, N., Awaliah, A., & Deril, D. (2021). Relevansi Waktu Senggang Terhadap Konsumsi Berlebih Di Era Postmodern. Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 6(2), 179–186. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v6i2.622>
- Heldi, H. (2009). Pola Konsumsi Masyarakat Post-Modern (Suatu Telaah Perilaku Konsumtif Dalam Masyarakat Post-Modern). Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 1(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v1i1.2458>

- Kasdi, A. (2013). Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Equilibrium*, Vol. 1(1), 18–32.
- Mahapsari. (2013). No Title ענף הקיווי: תמונת מצב. עלון הנוטע, 66(1997), 37–39.
- Pangeran, M. (2013). Waktu senggang dan Komsumsi Berlebihan.
- Pratiwi, N., Bohari, N. F., Novyanti, N., Awaliah, A., & Deril. (2021). Relevansi Waktu Senggang Terhadap Konsumsi Berlebih Di Era Postmodern. *Adz Dzahab Adz Dzahab*, 6(2), 179–186.
- Rahmadani, D. (2016). Iklan, gaya hidup, perilaku konsumsi, waktu senggang dan konsumsi berlebih. *Mukaromah* 2015.



MEMAHAMI PERUBAHAN PERILAKU EKONOMI MASYARAKAT DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

A. PENDAHULUAN

Manusia selalu mengalami perubahan-perubahan selama hidup baik secara Individu maupun secara kolektif dalam konteks kehidupan bermasyarakat. Perubahan-perubahan, itu dapat berupa perubahan dalam hal nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan-lapisan dalam masyarakat, dan lain sebagainya. Perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk nilai-nilai, sikap-sikap, pola-pola perilaku diantara kelompok masyarakat disebut sebagai perubahan sosial (Ridwan, 2018).

Perubahan sosial sebetulnya merupakan sebuah proses perubahan masyarakat yang terjadi karena dihela oleh berbagai kekuatan, baik modal, resistensi, dan gerakan sosial maupun perubahan yang dipicu oleh adanya perkembangan teknologi dan informasi yang makin massive. Di setiap era, perubahan sosial yang terjadi tak pelak telah dan akan melahirkan pola hubungan baru, adaptasi baru dan karakteristik masyarakat yang khas, yang berbeda dengan masyarakat sebelumnya. Pada masyarakat post-industrial, perubahan sosial yang berlangsung umumnya bukan hanya dipicu oleh kekuatan modal kapitalisme, tetapi juga ditandai oleh adanya revolusi teknologi informasi yang kemudian melahirkan masyarakat informasi (Subarbakti & Dkk, 2019).

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Saeful. (2019). *Revolusi Industri 4.0 Islam Dalam Merespon Tantangan Teknologi Digitalisasi*, At- Tuhfah: Jurnal Studi Keislaman 8, No.2.
- Andi Bahri S. (2014). *Etika Komsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Hunafa: Jurnal Studia Islamika 11, No.2.
- Bakti, Indra Setia, Nirzalin dan Alwi. (2019) *Konsumernisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard*, Jurnal Sosiologi USK 13, No. 3.
- Bell, Daniel. (1973). *The Coming of PostIndustrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books. Boyton.
- Bell, Daniel. (2018). *The Coming of Post-Industrial Society*. Routledge.
- Bintang, Fauzan Izzaturrahim, dkk. (2020). "Implikasi Pendidikan Q.S. Al-Isra Ayat 26-27 tentang Larangan Tabdzir terhadap Upaya Menghindari Perilaku Mubadzir", 6, No. 2.
- Collinicos, A. (2008). *Menolak Posmodernisme*. Yogyakarta: Resist Book.
- Dewi Maharani dan Taufiq Hidayat. (2020). *Rasionalitas Muslim: Perilaku Komsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6, No.3.
- Setiawan, Firman. (2014). *Konsep Maslahah (Utility) dalam al- Qur'an Surat al-Baqarah ayat 168 dan Surat al-A'raf ayat 31*. Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam 1 No.2.
- Hisam Ahyani dan mustofa. (2021). "Al-Masyaaqqāh Tajlib Al- Taysir Implikasinya dalam Pemikiran dan Perilaku Ekonomi dalam Masyarakat di Era Revolusi Industri 4.0". Jurnal Hukum Ekonomi Islam 5, No. 1. Available online at www.jhei.appheisi.or.id.
- Hamidah Fadly Nasution, Marliyah dan Neila Susanti. (2022). *Tinjauan Sosiologi Ekonomi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara Pada Pasar Virtual Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia 2 No. 1.
- <https://blog.unnes.ac.id/annisamedika/2015/11/08/sosiologi-ekonomi/> (diakses pada tanggal 22 Juni 2023).
- https://www.kompasiana.com/muhammad_amri_cahyadi/5580d441149773b627fb7231/model-konsumsi-tafsir-al-quran-surat-al-isra-ayat-29 (diakses pada tanggal 27 Juni 2023).
- <https://islami.co/tafsir-surat-al-waqiah-ayat-68-70-siapakah-yang-menurunkan-air-hujan/> (diakses pada tanggal 27 Juni 2023).
- <http://repository.uinsu.ac.id/17558/> (diakses pada tanggal 27 Juni 2023).

- Ikbal, Muhammad. (2014). *Tujuan pendidikan dalam surah Al- Furqan ayat 63-77*. PhD Thesis. Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
- Lohrmann, David K. (2008). *A Complementary Ecological Model of the Coordinated School Health Program*. Public health reports 123(6): 695–703.
- Maharani, Ida Ayu Kartika. (2020). *Masyarakat Dalam Perkembangan Teknologi Informasi Dan Realitas Perubahan Sosial Di Era Postmodern*. Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya 14(2): 29.
- Mutia, F. (2021). *Masyarakat Post-Industri Dalam Pemikiran Daniel Bell*.
- Nurliana. (2019). *Transformasi Masyarakat Islam Era Revolusi Industri 4.0*, Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 9 No.2: 107-121.
- Paloma, Margaret M. (2004). *Sosiologi Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ridwan, A. (2018). *Sosiologi industri: Transformasi menuju masyarakat Post-Industri*. CV. Pustaka Setia Bandung.
- Subarbakti, A. R., & Dkk. (2019). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan Edisi Keempat*.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan konsumsi di Era Masyarakat post-Modernisme*.
- Suryanti. (2020). *“Agama dan Iptek: Refleksi dan Tantangan Dalam Mengembangkan Moralitas Kaum Muda”*, *Orientasi Baru* 19, No. 2 .
- Tumengkol, S. M. (2013). *Pandangan Teori Sosiologi tentang Masyarakat Post Industri dan Masyarakat Pasca Kapitalis*. 1–22.
- Waters, M. (1996). *Key Sociologists, Daniel Bell*. London and New York: Routledge.
- Zakaria, Wan Fariza Alyati Wan, dan Jabal M Buaben. (2021). *The Theory of PostIndustrial Society (Teori Masyarakat Pasca-Industri)*.
- Yulian Khairani, *“Fenomena Mukbang dalam Perspektif Al-Qur’an Menurut Wahbah Az-Zuhali”*, *Skripsi*, (Pekan Baru: Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau, 2021)

PROFIL PENULIS



Penulis bernama lengkap Sirajuddin, Lahir 18 Juli 1986 di Rogo, Enrekang Sulawesi Selatan. Memulai pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 168 Sumbang. Setelah itu melanjutkan pendidikan ke sekolah lanjutan tingkat pertama SLTP Negeri 4 Allah. Kemudian pada tahun 2001 melanjutkan ke jenjang sekolah menengah kejuruan SMK Negeri 1 Enrekang Kalosi. Pada tahun 2005 lulus dan terdaftar sebagai mahasiswa strata satu (SI) di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada program studi ekonomi Islam. Tahun 2010 mengambil pendidikan non formal di Pare Kediri Jawa Timur. Tahun 2011 mengambil program pascasarjana UIN Alauddin Makassar dengan konsentrasi Ekonomi Islam. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif diberbagai organisasi baik intra maupun ekstra kampus. Organisasi Intra kampus yang pernah diikuti antara lain Pengurus himpunan mahasiswa jurusan ekonomi Islam, Ketua Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum tahun 2008, pengurus UKM Pramuka dan UKM Koperasi mahasiswa. Organisasi ekstra kampus yang pernah digeluti diantaranya Himpunan Mahasiswa Islam, HPMM Massenrampulu, Laskar Masyarakat Demokrasi, BPEC, dan masih banyak lainnya. Riwayat pengajaran dan pengalaman kerja yaitu TIM Pengajar Program Pencerahan Iman dan Keterampilan Hidup (PIKIH). Sekarang menjadi dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sebelumnya aktif di Badan pengawas Pemilihan umum BASWALU Kota Makassar. Penulis juga adalah Managing Editor Jurnal Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam

SOSIOLOGI EKONOMI

Globalisasi Dan Industri Budaya
Suatu Tinjauan Ekonomi Islam

Sosiologi pada dasarnya bukanlah seperangkat doktrin yang kaku dan selalu menekan apa yang seharusnya terjadi, melainkan ia adalah semacam sudut pandang baru atau ilmu yang selalu mencoba menelanjangi realitas. Fenomena ekonomi yang menjadi fokus perhatian adalah mengenai cara aktor memenuhi kebutuhan dan di dalamnya terkandung aspek produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi sumberdaya yang pada dasarnya bermuara pada kesejahteraan aktor, sedangkan pendekatan sosiologi meliputi kerangka acuan, variabel dan indikator, serta model-model yang digunakan sosiolog dalam menjelaskan fenomena yang terjadi dalam masyarakat. Pada saat yang sama, sosiolog ekonomi meneliti kegiatan bisnis yang berorientasi sosial, yaitu, yang didorong oleh kepentingan ekonomi dan diarahkan pada aktor lain. Kegiatan sosial ekonomi dipandu tidak hanya oleh kepentingan finansial tetapi juga oleh tradisi dan emosi.

Perkembangan pemikiran sosiologi ekonomi antara lain ditandai oleh berkembangnya pemikiran dan teori tentang ekonomi, yang melihat cara kerja sistem ekonomi dengan menekankan pada aspek non ekonomi, perkembangan studi sosiologi ekonomi semakin tumbuh dan berkembang sejalan dengan fenomena ekonomi yang tentunya tidak terlepas dari cakupan aspek sosiologis yang melingkupinya. Fokus perhatian utama dari sudut pandang sosiologi, yakni memandang masyarakat sebagai suatu sistem sosial dan ekonomi merupakan bagian integral dari sistem masyarakat.



ISBN 978-623-459-738-7



9 786234 597387