

**HEGEMONI *ONLINE SHOP* DALAM MEMBENTUK PERILAKU  
KONSUMTIF PADA REMAJA PERSPEKTIF PEMIKIRAN  
ANTONIO GRAMSCI  
(STUDI KASUS PELAJAR KELAS X SMK AL MU'ALLIM KESUGIHAN  
KABUPATEN CILACAP)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora  
Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam



oleh:

**BERLIANA NURFATIKHAH**

1804016053

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
2022**

## DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Berliana Nurfatikhah

Nim : 1804016053

Jurusan : Aqidah Filsafat Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora

Judul Skripsi : Hegemoni *Online Shop* dalam Membentuk Perilaku Konsumtif pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci (Studi Kasus Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap)

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 28 Juni 2022

Deklarator,



The image shows a handwritten signature in black ink over a red and white postage stamp. The stamp is a 1000 Rupiah meter stamp with the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAL TEMBEL' and '7F 1A X893567836'. The signature is written in a cursive style.

Berliana Nurfatikhah

NIM: 1804016053

**HEGEMONI *ONLINE SHOP* DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF  
PADA REMAJA PERSPEKTIF PEMIKIRAN ANTONIO GRAMSCI  
(STUDI KASUS PELAJAR KELAS X SMK AL MU'ALLIM KESUGIHAN  
KABUPATEN CILACAP)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora  
Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam

oleh:

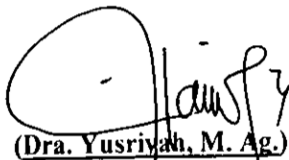
**BERLIANA NURFATIKHAH**

**1804016053**

Semarang, 6 Juni 2022

Di setujui oleh

Pembimbing I



**(Dra. Yusriyah, M. Ag.)**

**NIP: 196403021993032001**

Pembimbing II



**(Wawaysadhya, M.Phil.)**

**NIP: 198704272019032013**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr Wb*

Dengan ini, setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Berliana Nurfatikhah

NIM : 1804016053

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Humaniora/Aqidah dan Filsafat Islam

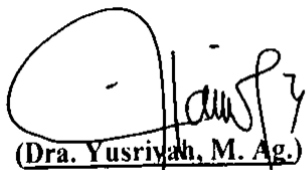
Judul Skripsi : Hegemoni *Online Shop* dalam Membentuk Perilaku Konsumtif pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci (Studi Kasus Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap)

Dengan ini kami setuju dan mohon diajukan kepada fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo agar segera dimunaqosahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr Wb*

Semarang, 6 Juni 2022

Pembimbing I



(Dra. Yusriyah, M. Ag.)

NIP: 196403021993032001

Pembimbing II



(Wawaysadhya, M.Phil.)

NIP: 198704272019032013

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi atas berikut ini:

Judul : Hegemoni *Online Shop* dalam Membentuk Perilaku Konsumtif pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci (Studi Kasus Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap)

Nama : Berliana Nurfatikhah

NIM : 1804016053

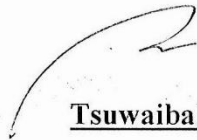
Jurusan : Aqidahh Filsafat Islam.

Telah dimunaqsyahkan oleh dewan penguji Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang pada tanggal 21 Juni 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora.

Semarang, 28 Juni 2022

Sekretaris Sidang/Penguji

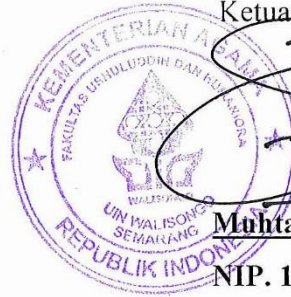
Ketua Sidang/Penguji



Tsuwaibah, M.Ag.

NIP. 197207122006042001

Penguji I



Muhtarom, M. Ag.

NIP. 196906021997031002

Penguji II



Badrul Munir Chair, M.Phil.

NIP. 199010012018011001

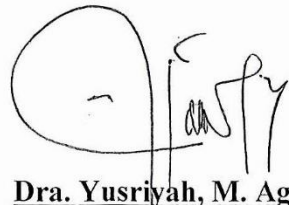
Pembimbing I



Ibnu Farhan, M.Hum

NIP. 198901052019031011

Pembimbing II



Dra. Yusriyah, M. Ag.

NIP. 196403021993032001



Wawaysadhya, M. Phil.

NIP. 198704272019032013

## **MOTO**

Sesungguhnya orang yang menghambur-hamburkan menjadi temannya setan dan setan itu telah kufur kepada Tuhannya. Qs. Al-Isra: 27

Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah pun, niscaya dia akan melihat balasannya. Qs. Az-Zalzalah: 7.

## TRANSLITERASI

Transliterasi di maksudkan sebagai pengganti huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Pedoman transliterasi dalam skripsi ini meliputi:

### a. Konsonan

No	HURUF	NAMA HURUF	SIMBOL
1	ا	alif	Tidak dihentikan
2	ب	ba	b
3	ت	ta	t
4	ث	tsa	ts
5	ج	jim	j
6	ح	hā	<u>h</u>
7	خ	khā	kh
8	د	dāl	d
9	ذ	dzal	dz
10	ر	rā	r
11	ز	zā	z
12	س	sin	s
13	ش	syin	sy
14	ص	shād	sh
15	ض	dhād	dh
16	ط	thā	th
17	ظ	zhā	zh
18	ع	„ain	„
19	غ	ghāin	gh
20	ف	fā	f
21	ق	qāf	q
22	ك	kāf	k
23	ل	lam	l

24	م	mim	m
25	ن	nun	n
26	و	wawu	w
27	هـ	hā	h
28	ء	hamzah	....“
29	ي	yā	y

b. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda baca,

Contoh:

قال dibaca qala

قيل dibaca qila

يقول dibaca yaqulu

c. Ta Marbutah

Transliterasi yang menggunakan Ta marbutah yang mati atau mendapatkan harakat sukun, transliterasinya *h*.

Contoh:

طلحة dibaca talhah

1. Sedangkan pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

روضة الأطفال dibaca raudah al-atfal

d. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah



Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الرحيم dibaca ar-Rahimu

2. Kata sandang diikuti huruf qomariyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

الملك dibaca al-Maliku

#### e. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

من استطاع اليه سبيلا      dibaca Man istatha`a ilaihi sabila

وإنّ الله لهو خير الرازقين      dibaca Wa innallaha lahuwa khairur raziqin

## KATA PENGANTAR

Perkenankanlah pada kesempatan ini penulis mengucapkan puji dan syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah menciptakan manusia dengan kelengkapan budi nurani, akal dan ketrampilan guna kepentingan sesama manusia, dan memberi rahmat karunia serta hidayah-Nya, sampau pada penulis mampu untuk menyelesaikan berbagai proses dalam penyusunan dan menyempurnakan penulisan skripsi, dengan judul “Hegemoni *Online Shop* Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci (Studi Kasus Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap)”, sebagai bentuk penyelesaian tugas untuk menyandang gelar sarjana dalam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.

Shalawat dan salam senantiasa selalu terlimpah kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, yang mana telah diutus menjadi pembimbing umat manusia semuanya ke jalan yang penuh Rahmat, yakni dalam agama Islam.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini, tentu saja tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini perkenankan penulis untuk mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Hasyim Muhammad, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.
2. Ibu Dra. Yusriyah, M.Ag, selaku Dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan tenaga ditengah kesibukannya. Terimakasih atas nasehat, motivasi, bimbingan yang tiada ternilai harganya.
3. Ibu Wawaysadhya, M.Phil, selaku Dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan tenaga ditengah kesibukannya. Terimakasih atas nasehat, motivasi, bimbingan yang tiada ternilai harganya.
4. Ibu Tsuwaibah, M.Ag selaku sekretaris jurusan Aqidah dan Filsafat Islam UIN Walisongo Semarang
5. Bapak Muhtarom, M.Ag, selaku ketua jurusan Aqidah dan Filsafat Islam UIN Walisongo Semarang.

6. Bapak Bahroon Anshori, M.Ag, selaku wali dosen yang telah meluangkan waktu dan tenaga ditengah kesibukannya. Terimakasih atas nasehat, motivasi, bimbingan yang tiada ternilai harganya.
7. Semua Dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang, yang telah mengabdikan ilmu-ilmunya kepada saya.
8. Staf Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang, yang telah dengan sabar melayani segala urusan peneliti dalam mengatasi masalah administrasi selama penulis belajar.
9. Ayahanda Sugianto dan Ibunda Rodiyah, yang telah mendidik dan memberikan kasih sayangnya hingga saat ini, serta doa yang tiap detik tidak pernah putus untuk anak-anaknya.
10. Ayu Gandhy Pratiwi selaku kakak saya, Cahya Muhammad Oktafandi selaku adik saya, dan semua sanak saudara, yang telah memberikan semangat baik moril maupun materiil.
11. Pondok Pesantren Darussalam Gontor, yang selalu memberikan pelajaran agama serta pendidikan terbaik bagi santri-santrinya.
12. Teman-teman Aqidah dan Filsafat Islam angkatan 2018, serta teman-teman santri Ma'had Al Jamiah Walisongo, tak lupa Fadhillah Fasha selaku teman sehubungan, terimakasih atas semangatnya.
13. Untuk teman-teman yang selalu memberi dukungan kepada saya, Siti Nurasyiah Jamil dan Nurul farikhah.
14. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang ikut serta membantu sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Teruntuk semuanya, penulis haturkan ucapan terimakasih yang tiada terhingga, semoga dengan semua bentuk kebajikan yang telah diberikan, terbalas dari Allah SWT. Penulis sadar, bahwasanya dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak sekali kekurangannya serta Dibilang jauh dari sebutan sempurna, oleh karenanya penulis dengan senang hati senantiasa menerima segala bentuk kritik juga saran yang membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya dari penulis yangt sederhana ini dapat bermanfaat untuk penulis secara pribadi serta bagi kalangan pembaca pada umumnya, Amin Ya Robbal ‘Alamin.

Semarang, 21 Juni 2022 Penulis

**Berliana Nurfatikhah**

## PERSEMBAHAN

Karya yang cukup sederhana untuk meraih angan menggapai cita, yang mana tidak berarti tanpa adanya kehadiran mereka. Penulisan karya ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Bapak Sugianto dan Ibu Rodiyah, sebagai sosok orang tua pemilik samudra cinta dan kasih sayang yang selalu terlimpahkan kepada anak-anaknya, pemberi doa serta semangat yang mustajab, yang selalu membuatku bangkit kembali dan tetap tegar dalam menyongsong masa depan.
- ❖ Kakak saya (Ayu Gandhy Pratiwi beserta keluarga) dan adik tersayang (Cahya Muhammad Oktafandi), yang selalu hadir menghibur sebagai penyemangat dalam menyelesaikan skripsi.
- ❖ Keluarga besar anak cucu Bapak Dulhadi, yang selalu kompak dalam segala urusan.
- ❖ Kyai-kyai saya yang saya hormati, serta senantiasa mendoakan dan pemberi motivasi kepada santri-santrinya.
- ❖ Semua teman-teman yang berjuang bersama dalam kebaikan dan menuntut ilmu.
- ❖ Kawan-kawan dari jurusan Aqidah dan Filsafat Islam angkatan 2018 UIN Walisongo Semarang, serta santri Ma'had Al Jamiah UIN Walisongo Semarang yang membanggakan.
- ❖ Teman-teman sefrekuensi, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu selaku pemberi candaan juga semangat disaat penat.
- ❖ Alumni Pondok Modern Darussalam Gontor Putri angkatan 691 yang selalu *awesome* di manapun kalian berada.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<u>A. Latar Belakang Masalah .....</u>	<b>1</b>
<u>B. Rumusan Masalah.....</u>	<b>7</b>
<u>C. Tujuan Penelitian .....</u>	<b>8</b>
<u>D. Manfaat Penelitian .....</u>	<b>8</b>
<u>E. Kajian Pustaka .....</u>	<b>9</b>
<u>F. Definisi Konseptual .....</u>	<b>10</b>
<u>G. Metode Penelitian .....</u>	<b>12</b>
<u>1. Jenis Penelitian.....</u>	<b>12</b>
<u>2. Subjek Peneitian.....</u>	<b>13</b>
<u>3. Metode Pengumpulan Data.....</u>	<b>14</b>
<u>4. Metode Analisis Data.....</u>	<b>17</b>

<u>H.</u> Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II PEMIKIRAN ANTONIO GRAMSCI .....</b>	<b>19</b>
<u>A.</u> Hegemoni.....	19
<u>B.</u> Biografi Antonio Gramsci .....	23
1. Antonio Gramsci Sebagai Filosof.....	26
2. Teori Hegemoni Antonio Gramsci.....	29
<b>BAB III PENGGUNAAN ONLINE SHOP PADA SMK AL MU'ALLIM KESUGIHAN KABUPATEN CILACAP .....</b>	<b>36</b>
<u>A.</u> Sekilas Tentang SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap.....	36
1. Sejarah Berdirinya SMK Al Mu'allim Kesugihan.....	36
2. Pembelajaran di SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap.....	39
<u>B.</u> Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap .....	40
1. Penggunaan <i>Online Shop</i> Pada Remaja Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan....	42
2. Motif Remaja Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Pengguna <i>Online Shop</i> .....	43
<b>BAB IV ANALISIS HEGEMONI ONLINE SHOP DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA KELAS X SMK AL MU'ALLIM KESUGIHAN PERSPEKTIF PEMIKIRAN ANTONIO GRAMSCI.....</b>	<b>48</b>
<u>A.</u> Peran Media dalam Pembentukan Hegemoni <i>Online Shop</i> .....	48
1. Jejaring Sosial Sebagai Media Periklanan .....	49
2. <i>Online Shop</i> dalam Membentuk Perilaku Konsumtif .....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
<u>A.</u> Kesimpulan .....	67
<u>B.</u> Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR PERTANYAAN.....</b>	<b>76</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>78</b>



## ABSTRAK

Fenomena pandemi Covid-19 yang berkepanjangan menjadikan adanya pengalihan aktivitas pada masyarakat seperti, pergeseran transaksi ke media digital, serta perubahan daya beli konsumsi. Bertransaksi melalui *online shop* telah menjadi pola keseharian bagi remaja dikarenakan berbagai kebijakan pemerintah yang membatasi kegiatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hegemoni *online shop* dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja yang diwakili oleh pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan kabupaten Cilacap selama pandemi Covid-19 berlangsung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan cara menggambarkan secara sistematis dan akurat melalui wawancara sebagai proses pengambilan datanya. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hegemoni *online shop* membawa nuansa modern, *lifestyle*, ekonomis dan efektifitas yang menjadikan masyarakat mengalami perubahan perilaku konsumsi berlebih selama pandemi Covid-19 terkait pembelian barang secara *online*, dikarenakan perubahan aktivitas dalam lingkungan yang membuat remaja lebih banyak menggunakan waktunya untuk membuka sosial media dan *online shop*.

Keyword: Hegemoni, *Online Shop*, Konsumtif.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pandemi yang disebabkan oleh adanya virus corona pertama kali ditemukan di Wuhan China, dan meluas ke seluruh penjuru dunia tepat pada awal tahun 2020 hingga sekarang. Hal tersebut banyak menimbulkan keresahan di hati masyarakat seluruh dunia, pasalnya efek daripada penyebaran wabah ini tidak hanya mengancam kesehatan dan nyawa manusia, melainkan juga merubah setiap aspek kehidupan seperti tatanan pergaulan sosial, ekonomi, psikologis, hingga keagamaan masyarakat. Tercatat dari tanggal 13 November 2020, terdapat 51.848.261 orang terinfeksi dan 1.280.868 orang meninggal terjangkit virus corona dari data 220 negara. Sedangkan di Indonesia, dihitung dari tanggal 13 November 2020 tercatat 452.291 orang terinfeksi virus corona, 382.084 orang dinyatakan sembuh, dan 14.933 orang meninggal dikarenakan terjangkit virus corona.<sup>1</sup> Tidak hanya itu, guncangan ekonomi yang terjadi pada perekonomian perusahaan besar menengah dan kecil, mengakibatkan banyak pegawai terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), pedagang gulung tikar, kecemasan dan ketakutan tertular menjadikan masyarakat kecil semakin terjebak dalam kemiskinan juga kelaparan.

Dalam kasus ini kelumpuhan aspek-aspek kehidupan masyarakat tentu membuat manusia harus mencari solusi untuk memulihkan keadaan. Dampak signifikan yang sangat terlihat yakni pada regulasi atau kebijakan yang diterapkan pemerintah. Hal ini berdampak serius pada perekonomian, bisnis, dan pendidikan. Secara individual semua orang diharuskan mematuhi program pemerintah untuk melakukan *social distancing* atau tidak berpergian keluar rumah dalam jangka waktu yang ditentukan, serta mengaplikasikan penerapan protokol kesehatan yang ada seperti

---

<sup>1</sup> Data ini mengacu pada *update* perhari yang dikeluarkan Badan Penganggulangan Bencana Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID- 19

tidak berkerumun, selalu mencuci tangan menggunakan sabun, memakai masker, dan yang wajib dilakukan untuk menekan penyebaran penularan virus corona. Alih-alih tidak keluar rumah, pemindahan aktivitas sosial ke dalam jaringan seperti sekolah daring, dan *work from home* pun mulai diterapkan. Para pembisnis mulai beralih dan membuat inovasi baru untuk melancarkan usahanya agar dapat keluar dari krisis yang disebabkan oleh pandemi. Pembaharuan yang diciptakan pembisnis untuk menjangkau pelanggan yakni melalui beberapa sistem diantaranya, *delivery online* atau jasa pesan antar, jual beli *online*, jasa ojek *online* dan lain sebagainya yang dapat diakses dengan menggunakan aplikasi yang bisa diunduh pada *play store* dalam *smartphone*, seperti halnya uber, gojek, grab, shopee, lazada, tokopedia, jd.id, blibli.com dan lain sebagainya. Menjamurnya marketing *online* dan *market place* atau biasa disebut dengan jasa *online* dan jual beli *online* tentu sangat membantu peningkatan ekonomi masyarakat dan pedagang kecil ataupun besar dalam mengelola lapaknya di tengah krisis yang terjadi.

Pengalihan tersebut menjadikan internet sebagai bagian terpenting dalam setiap aktivitas kehidupan manusia. Jika ditelaah lebih lanjut, menurut data statistika tahun 2018, terdapat 95,2 juta pengguna internet di Indonesia, meningkat 13,3% dari 84 juta pengguna pada tahun 2017. Statistik juga menunjukkan bahwa aktifitas daring yang marak di Indonesia ialah media sosial, pesan seluler dan pasar *online*.<sup>2</sup> Sedangkan pada Maret 2021 Indonesia berada pada urutan pengguna internet terbanyak ketiga Asia dengan jumlah mencapai 212,35 juta jiwa setelah Tiongkok dan India. Penggunaan internet sebelumnya hanya digunakan sebagai sistem pencarian informasi, pekerjaan, belanja, maupun bersosial media kini ikut serta dalam sistem pendidikan, ekonomi, dan budaya, yang membuat jaringan internet sangat mudah berkembang dalam setiap interaksi kehidupan masyarakat. Para remaja layaknya pelajar sekolah, mahasiswa, anak-anak, orang dewasa hingga sampai usia tua juga ikut berperan di dalamnya.

---

<sup>2</sup> Fernando, Andira Guspa, *Tingkat Perilaku Konsumtif Online Shopping Di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*, (Socio Humanus: Jurnal Fakultas Ilmu Pendidikan Dan Teknologi Universitas Negeri Padang, Vol. 3 No. 1, Januari 2021), hal. 66-75.

Berbagai informasi yang didapat dari hal baik sampai yang buruk dengan mudah dapat diakses oleh seluruh masyarakat.

Salah satu di antara sekian banyak inovasi yang ada, belanja *online* merupakan salah satu alternatif yang digemari karena keefektifannya yang cemerlang dalam mengantisipasi penyebaran virus ditengah pandemi. Peran teknologi yang selalu berkembang seperti sekarang ini banyak membantu setiap kebutuhan manusia. Semua orang bisa mengakses dengan mudah aplikasi jual beli *online* yang telah tersedia dalam *playstore*, cukup dengan memesan tanpa harus berpergian, belanja barang yang diinginkan menjadi sangat mudah. Konsumen hanya perlu menatap layar *gadget*, semua orang bisa menghemat tenaga, juga tidak perlu mengantri ditengah kerumunan serta sistem pembayaran yang sangat dipermudah. Namun siapa sangka, dibalik semua kenyamanan yang disediakan tersebut terdapat wacana yang menyesatkan pola pikir realistik manusia.

Tanpa disadari hal tersebut perlahan-lahan mulai membuat pola dan kecenderungan hidup manusia menjadi masyarakat yang terpengaruh oleh dominasi serta kekuasaan teknologi berbasis internet, dengan kata lain masyarakat telah terhegemoni dengan penggunaan sistem transaksi berbasis *online* dilihat dari sikap dan budaya yang mengarah pada tingkat konsumsi secara berlebih (konsumtif). Hadirnya media serta konsumsi telah menggeser sebuah ikatan sosial yang pada mulanya manusia mengutamakan aspek moral serta kesadaran namun segera teralihkan dalam suatu hubungan yang estetik, terlebih dalam kurun waktu dua tahun terakhir.

Konteks yang sering ditemukan pada mereka yang berbelanja menggunakan *online shop*, secara tidak langsung mereka telah masuk kedalam produktivitas dan juga efisiensi, yang mana kapasitasnya digunakan untuk meningkatkan dan menyebarkan kenyamanan. Melihat gambar-gambar menarik dari barang yang ditampilkan pada laman aplikasi *online shop* merupakan suatu hal yang banyak membuang waktu. Namun, hal tersebut telah menjadi kebiasaan dikarenakan kontrol-kontrol teknologis

yang menjelma sebagai esensi mendasar dari pemikiran manusia demi keuntungan kelompok tertentu.<sup>3</sup>

Masyarakat modern merupakan masyarakat yang cenderung konsumtif dan terus menerus berkonsumsi. Dalam hal ini bukan hanya masalah sandang papan dan pangan saja, melainkan perihal lain yang dianggap penting dalam tatanan pergaulan sosial dalam masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwasanya masyarakat modern hidup dalam ketergantungan yang disadari, tentu hal tersebut telah mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat. Jiwa konsumtif masyarakat telah memasuki ranah rasionalitas berfikir manusia yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Di dalam kasus terakhir, suatu pernyataan “manakah kebutuhan yang benar dan palsu?” demikian pertanyaan ini menjadi suatu pacuan antara putusan terhadap kebutuhan yang wajib dipenuhi dan atau keinginan yang harus dipuaskan.

Konteks yang serupa sering ditemukan pada remaja yang berbelanja menggunakan *online shop*, mereka telah masuk kedalam produktivitas beserta efisiensi, yang mana kapasitasnya digunakan untuk meningkatkan dan menyebarkan kenyamanan. Melihat gambar-gambar menarik dari barang yang di tampilkan pada *feed* aplikasi *online shop* merupakan suatu hal yang tidak diperlukan, belakangan ini telah lama ini menjadi kebiasaan baru untuk mengisi kekosongan selama pandemi, sampai menjadi kebutuhan pada tingkat dimana kontradiksi tampak bersifat irasional dan semua penetralan menjadi tidak mungkin, dikarenakan kontrol-kontrol teknologis yang menjelma sebagai esensi mendasar dari pemikiran demi keuntungan kelompok tertentu.<sup>4</sup>

Perubahan perilaku dalam berbelanja telah membuat semacam ideologi serta tuntutan gaya hidup kekinian bagi manusia, terutama pada remaja yang mengenyam jenjang pendidikan Sekolah Menengah Akhir. Fenomena perubahan dalam perilaku konsumtif yang banyak dilakukan remaja ini merupakan tindakan yang menginginkan

---

<sup>3</sup> Herbert Marcuse. *One Dimensional Man*, (Studies in The Ideology of Advanced Industrial Society Boston: Beacon Press, 1991) hal. 5.

<sup>4</sup> *Ibid*, Herbert Marcuse, hlm.8

sesuatu serba instan. Pada hakikatnya, perilaku tersebut merupakan suatu sikap negatif yang kurang bisa diterima dalam masyarakat ataupun agama, terlebih dalam Islam. Sikap konsumtif sangat identik dengan tata cara yang boros, glamor dan hedonis, sebagai suatu paham yang menekankan pada kesenangan tersembunyi sebagai wujud dari etika tertentu dan menyatakan bahwa yang baik merupakan kesenangan atau kekuasaan.<sup>5</sup>

Maraknya industri bisnis *online shop* telah menjadi sesuatu yang sudah biasa dan sangat mudah untuk dijumpai pada setiap media, hal tersebut searah dengan kemajuan bisnis daring serta meningkatnya kebutuhan masyarakat. *Online shop* merupakan tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung kedalam suatu jaringan internet.<sup>6</sup> Situs belanja melalui internet sangat disenangi masyarakat terutama dalam proses pembelian barang atau jasa yang tergolong mudah. Terlebih dengan kemajaun teknologi, berbelanja menggunakan *gadget* atau *smartphone* menjadi sarana praktis untuk bebas memilih juga membeli apapun yang diinginkan. Sama halnya dengan para pelajar di SMK Al Mu'allim Kesugihan, mereka telah merasakan keefektifan dari sistem perbelanjaan *online* tersebut. Kegiatan berbelanja *online* telah menjadi sebuah rutinitas yang mengikat dan berdampak pada perubahan pola belanja remaja membentuk suatu ketergantungan.

Mengakui bahwa keberadaan *online shop* saat ini telah membawa gaya hidup atau *lifestyle* pada kebanyakan remaja, begitu juga dengan pelajar dari SMK Al Mu'allim juga ikut menyambut baik kemajuan teknologi yang memudahkan setiap aspek kehidupan di bidang ekonomi saat ini. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pelajar dari SMK Al Mu'allim Kesugihan yang berbelanja melalui aplikasi *online shop* dalam melakukan transaksi pembelian barang. Berbagai jenis aplikasi *online shop* layaknya tokopedia, lazada, shopee dan lain sebagainya, memberikan kontribusi juga sebagai sistem dengan dampak baik bagi kemudahan dan kenyamanan

---

<sup>5</sup> Said, *Orientalism*, (British Library Cataloguing in publication data, 1980), hlm. 70.

<sup>6</sup> Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf, *1 Jam Membuat Toko Online dengan Jumlah Virtuemart*, (Yogyakarta, Expert, 2012), hlm 1.

pembeli serta dalam membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi dibalik hal baik tersebut terdapat berbagai kondisi yang dapat membuat kalangan generasi muda dalam ketergantungan selalu ingin memiliki sesuatu yang terbaru sebagai *trend* tidak lain hanya untuk memenuhi kepentingan emosional, sebatas hasrat bukan kepentingan. Pada hakikatnya kegiatan mengkonsumsi barang serta jasa berlebih bukan lagi bersifat kebutuhan melainkan itikad yang tidak diperlukan bagi setiap individu sehingga terbawa menjadi pribadi konsumtif yang diciptakan oleh media.<sup>7</sup>

Proses transaksi belanja *online* yang telah terbiasa ini lama kelamaan menjadi sebuah kelaziman yang membentuk budaya. Hal ini membawa pemikiran manusia laksana lebih mementingkan penampilan luar, harga diri, serta bagaimana tahapan agar dapat mengikuti perkembangan mode masa kini supaya setara dan keberadaannya diakui oleh individu lainnya. Lantas apakah yang telah memicu generasi muda sulit untuk bersikap logis, yang pada mulanya diharapkan mampu bersikap kritis dalam menyikapi perkembangan yang ada dan tidak memilih serta merta sebuah kehendak diri melainkan mementingkan adanya kebutuhan? Kecenderungan perubahan perilaku tersebut jika terus berlanjut tentu menyebabkan banyak hal buruk menimpa generasi kedepannya.

Penyebab dari munculnya pergeseran pada kasus ini salah satunya yakni adanya *public figure* (selebritis). *Trend* yang dibawa selebritas menimbulkan perspektif budaya yang dapat menyurutkan kemanusiaan, karena dengan kecenderungan hidup selebritas yang glamor dapat menjadikan masa terbawa untuk mengikuti kebiasaan mereka.<sup>8</sup> Adapun strategi pemasaran yang diterapkan pada sistem *online shop* di antaranya layanan gratis ongkir (ongkos kirim), COD (*case on delivery*), pemberian potongan harga berupa *cash back*, jaminan pengiriman barang<sup>9</sup> dan promo bulanan lainnya pada sistem penjualan *online* telah berhasil mengejewantahkan generasi

---

<sup>7</sup> Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi* (Yogyakarta: Narasi, 2016), hlm.8

<sup>8</sup> Primada Qurrata Ayun, dkk, *Cyberspace dan Culture* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2014), hlm.4

<sup>9</sup> Zahrul Ma'ruf Alwatoni, Hegemoni E-Commerce (Studi Deskriptif tentang Perubahan Perilaku Berbelanja pada Masyarakat Perkotaan), Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Universitas Airlangga, (2018).

milenial dalam menggunakan waktu yang mereka miliki di pusat perbelanjaan online. Tidak hanya itu, pengaruh hegemoni dari *online shop* juga didapati pada pelajar yang ingin mencari atau memperoleh barang kebutuhan dengan keuntungan biaya yang lebih murah dan praktis. Hal tersebut merupakan upaya yang dilakukan untuk menciptakan keputusan pembelian yakni dengan memberikan penawaran terbaik bagi konsumen dengan menyuguhkan pengalaman yang unik dan berkesan.

Gambaran dari pola konsumsi di atas menunjukkan bahwa remaja cenderung beralih berkonsumsi barang guna memenuhi mode masa kini dan mewakili identitas semata. Akibatnya, budaya berbelanja melalui *online shop* telah mengajarkan masyarakat khususnya remaja untuk hidup praktis dan pragmatis, menghilangkan interaksi sosial, memunculkan jiwa individualis, serta mendorong penggunaanya bersikap boros dan konsumtif. Lambat tahun kebiasaan berbelanja *online* dimasa pandemi ini secara tidak langsung menggeser budaya lama seperti halnya ritual belanja di pasar tradisional, dan secara sadar menganggap hal tersebut sebagai sesuatu yang sewajarnya terjadi.

Dari fenomena yang tertulis di atas, peneliti menjadi tertarik untuk menelaah lebih lanjut atau melakukan penelitian tentang hegemoni *online shop* terhadap perubahan perilaku konsumtif remaja milenial dengan mengambil sampel pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan yang gemar melakukan belanja melalui media *online shop* dengan teori kritis Antonio Gramsci. Berdasarkan apa yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Hegemoni *Online Shop* Terhadap Perubahan Perilaku Konsumtif pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci (Studi Kasus Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, supaya tidak terjadi salah dalam penafsiran maka perlu adanya rumusan masalah. Adapun yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah:



1. Bagaimana proses berlangsungnya hegemoni *online shop* yang terjadi pada pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap?
2. Bagaimana analisis hegemoni *online shop* dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja studi kasus pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap menurut perspektif Antonio Gramsci?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari adanya penelitian merupakan suatu puncak dalam merealisasikan aktivitas yang hendak dilaksanakan, sehingga penulis dapat lebih terarah dalam melaksanakan penelitian. Sesuai dengan rumusan masalah yang tertera, adapun tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Tujuan Umum
  - a. Untuk mengetahui gambaran proses berlangsungnya hegemoni *online shop* yang terjadi pada pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap.
  - b. Untuk mengetahui analisis yang dihasilkan dari penggunaan *online shop* pada pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan menggunakan teori Hegemoni Antonio Gramsci.

2. Tujuan Khusus

Untuk mendeskripsikan Hegemoni *Online Shop* dalam membentuk perilaku konsumtif dalam berbelanja yang terjadi pada pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai sebuah karya ilmiah, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, ataupun masyarakat mengenai hegemoni *online shop* yang kerap didapati sekarang ini.

- b. Menambah wawasan pengetahuan serta khazanah keilmuan penulis khususnya mengenai hegemoni *online shop* terhadap intensitas perubahan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci.
- c. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumbangsih referensi untuk kegiatan penelitian selanjutnya yang sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

Menyebarkan informasi serta sumbangan pemikiran mengenai Hegemoni *online shop* terhadap perubahan perilaku konsumtif dalam berbelanja yang terjadi pada keseharian remaja terutama pada pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Cilacap.

## E. Kajian Pustaka

Demi menghindari adanya kesamaan dalam penulisan, maka perlu adanya bagi peneliti menautkan beberapa dari hasil penelitian yang memiliki kaitan menggunakan rencana penelitian dari peneliti, penelitian-penelitian tersebut diantaranya:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Yasyva Agfa Nizar dengan judul “Hegemoni Brand Image Fashion dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa” yang merupakan mahasiswi dari UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2019. Penelitian dengan metode kualitatif ini menjelaskan mengenai bagaimana proses terjadinya *brand image fashion* serta dampak yang didapati mahasiswa UINSA dan UNESA. Adapun unsur penting yang menentukan terciptanya perilaku konsumtif pada penelitian ini adalah faktor lingkungan dan juga media sosial. Hasil dari pada penelitian ini yaitu adanya hegemoni dari *Brand Image Fashion* pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang mana mereka telah mahir dalam menggunakan sosial media, sehingga membuat keberadaan barang *brand* dalam dunia *fashion* mempengaruhi pola berpakaian dan *lifestyle* pada mahasiswa. Adapun perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada fokus dan sarannya, penelitian ini mengandung pembahasan mengenai masalah tentang gaya hidup remaja yang fanatik terhadap produk-produk bermerek

*Kedua*, penelitian dari Adi Purnomo yang berjudul “Studi Tentang Konsumerisme dan Gaya Hidup Santri Pondok Pesantren Raudlatut Tholibin Tugurejo Kec. Tugu Kota Semarang”, pada tahun 2019 yang menggunakan analisis dari tokoh pemikir filsafat Barat Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, menjelaskan mengenai adanya dampak dari media masa yang menjadi daya tarik konsumsi yang mana tidak hanya sekedar pada kebutuhan semestinya. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa santri mahasiswa di Pondok Pesantren Raudhlotut Thalibin terpengaruh oleh *semiotic*, *simulacra*, dan *hyperreality* yang disinggung oleh tokoh pemikir filsafat Barat yakni Jean Baudrillard. Konsumsi yang terjadi di Pondok Pesantren Raudlotut Thalibin menunjukkan berbagai kode atau tanda yang ada pada barang konsumsi santri. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek kajian serta teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan yang diteliti.

*Ketiga*, penelitian milik Daniella Putri Islamy yang merupakan mahasiswi dari Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Pengaruh *Online Shop* Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Bakal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan” pada tahun 2015. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ini bertujuan mencari pengaruh online shop yang ada pada media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa siswi SMP Islam Cikal Harapan I BSD. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel frekuensi terpaan, kepribadian dan penyesuaian diri berpengaruh positif terhadap siswa-siswi tetapi variabel motif interaksi sosial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi. Perbedaan pada skripsi Daniella Putri dengan penulis sangat jelas yaitu pada metode serta objek yang digunakan.

## **F. Definisi Konseptual**

Demi menghindari adanya kesalah pahaman dalam memberikan pemahaman dan guna memudahkan pembaca saat mendalami kehendak penulis dari penulisan skripsi ini, maka diperlukan sebuah penegasan arti dari setiap kata yang tertulis pada laman judul dari skripsi ini, diantaranya:

## 1. Hegemoni

Hegemoni dalam kamus besar Indonesia (KBBI) merupakan pengaruh kepemimpinan, dominasi, kekuasaan, disuatu negara terhadap negara lain. Hegemoni dioptimalkan oleh filsuf marxis dari Italia Antonio Gramsci pada (1891-1937), secara umum hegemoni diartikan dengan sebuah dominasi kekuasaan yang berlaku di kelas sosial terhadap kelas sosial lain di bawahnya, dengan kepemimpinan intelektual serta kesadaran moral yang didukung dengan adanya ataupun tanpa adanya ancaman kekerasan, sehingga kelompok yang didominasi dapat menerima gagasan yang ditekankan oleh kelas pendominasi.<sup>10</sup>

Adapun teori hegemoni yang dilahirkan oleh Antonio Gramsci yaitu sebuah pandangan hidup dan tata cara berfikir yang dominan, dimana didalamnya terdapat sebuah konsep mengenai kenyataan yang disebarluaskan secara institusional dan individual dalam masyarakat, sehingga terwujud suatu ideologi yang menekankan pada cita rasa, kebiasaan moral, prinsip-prinsip religius dan politik, serta seluruh hubungan social, khususnya dalam makna intelektual dan moral.<sup>11</sup> Dalam hegemoni, kelompok yang mendominasi berhasil mempengaruhi kelompok yang didominasi untuk menerima nilai-nilai moral, politik, budaya dari kelompok yang mendominasi, dimana kelompok yang didominasi tersebut secara sadar mengikutinya. Dalam hal ini, hegemoni yang dimaksudkan penulis yakni terpengaruhnya masyarakat oleh dominasi serta kekuasaan teknologi berbasis internet, hegemoni penggunaan sistem transaksi berbasis online (*online shop*) pada remaja yang dapat dilihat dari sikap dan budaya mengarah pada tingkat konsumsi secara berlebih (konsumtif).

## 2. *Online Shop*

*Online shop* merupakan suatu tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan, dalam hal ini

---

<sup>10</sup> CMS (NB): KBBI Daring, s.v. “kamus”, diakses 17 Februari 2022,

[kbbi.kemendibud.go.id/entri/kamus](http://kbbi.kemendibud.go.id/entri/kamus).

<sup>11</sup> Robert Bocock, *Hegemony*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007, hlm. 35.

yang dimaksud adalah jaringan internet. *Online shop* meliputi semua usaha yang mana terdapat transaksi antara penjual dan pembeli menggunakan media *online* sebagai platform berjualannya, produk yang dijual dengan *online shop* tidak terbatas pada kategori yang telah ditetapkan pada website jual beli *online*. Adapun proses dari transaksi melalui *online shop* dilakukan tanpa bertemu fisik antara pembeli dan penjual, dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui gambar yang disediakan pada toko maya ataupun website, dengan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran selesai dilakukan oleh pembeli, maka kewajiban bagi penjual untuk mengirimkan barang pesanan ke alamat tujuan pembeli.

### 3. Konsumtif

Dalam kamus bahasa Inggris Indonesia kontemporer konsumtif merupakan perilaku hidup berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak memiliki skala prioritas. Sedangkan konsumtivisme merupakan perilaku konsumtif yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional, dengan membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) atau pembelian yang lebih didasarkan pada faktor keinginan (*want*). Konsumtivisme juga dapat dikatakan sebagai paham yang memprioritaskan keinginan untuk memiliki barang atau jasa daripada kebutuhan sehingga terdapat dimensi boros dalam pandangan ini.

## **G. Metode Penelitian**

Pada sebuah penelitian, keakturan dalam pengaplikasian mesia di nilai kursial sebagai penentu data valid dari informasi yang didapatkan peneliti. Demikian pada penelitian ini, untuk merangkai suatu karya ilmiah yang sistematis, maka penulis menerapkan metode diantaranya:

### **1. Jenis Penelitian**

Setelah dilihat dari model penelitian yang ada, penelitian ini masuk kedalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dalam proses

pengumpulan datanya dilakukan di lapangan, bertujuan untuk dapat mempelajari secara intensif mengenai latar belakang keadaan terkini dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik yang terjadi pada setiap individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat.<sup>12</sup> Penelitian lapangan mempunyai tujuan sebagai instrumen penulis untuk menambah sudut pandang terhadap konteks sosial yang berlaku untuk hasil penelitian yang lebih relevan.

Adapun pendekatan yang digunakan merupakan jenis pendekatan kualitatif, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari setiap individu dan perilaku yang diamati.<sup>13</sup> Dalam artian lain, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguraikan dan menganalisis berbagai fenomena sosial dari sudut pandang partisipan yang dituju (individu yang diwawancarai, diobservasi, dan dimintai data), pada penelitian ini penulis mengadakan penelitian pada pelajar siswi kelas X SMK Al Muallim Kesugihan Cilacap dengan menggunakan data berupa kata-kata, dengan menggambarkan fenomena yang terjadi secara sistematis dan akurat.

## **2. Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini merupakan subjek yang ditujukan guna diperolehnya data penelitian.<sup>14</sup> Adapun subjek yang digunakan pada penelitian ini merupakan pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap. Teknik sampling yang digunakan merupakan teknik random sampling, yang mana dalam menentukan sampel apabila jumlah dari subjek kurang dari 100, maka lebih baik untuk mengambil semua sehingga dapat dikatakan sebagai penelitian populasi. Namun apabila jumlah dari subjek cenderung besar maka peneliti dapat mengambil subjek sebanyak 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>15</sup>

### **a. Sumber Data Primer**

---

<sup>12</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), hlm 22.

<sup>13</sup> Lexi Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya; 2007), hlm 4.

<sup>14</sup> Azwar Saifudin, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm 5.

<sup>15</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Mandar Maju Bandung, 1990), hlm 32.

Sumber data primer merupakan sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung yang diperoleh dari informan yang telah ditentukan menggunakan kriteria tertentu dengan system wawancara.<sup>16</sup> Sumber data primer yang diambil dalam penelitian ini yaitu pelajar siswi kelas X dari SMK Al Mu'alim Kesugihan kabupaten Cilacap yang menggunakan aplikasi berbelanja *online*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan dari studi pustakaan yang diantaranya terdapat dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berupa laporan dan sebagainya yang memiliki kaitan dengan penelitian.<sup>17</sup> Sumber data sekunder tersebut diperoleh dari terori kritis konsumtivisme pada buku manusia satu dimensi Herbert Marcuse serta buku Negara dan Hegemoni Antonio Gramsci, selain itu data diperoleh dari buku-buku perpustakaan, jurnal di internet, dan hasil kegiatan wawancara.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Adapun strategi yang digunakan penulis guna mengumpulkan data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

a. Metode observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, diantaranya berupa pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki secara sistematis.<sup>18</sup> Adapun metode observasi ini digunakan penulis untuk mendapatkan informasi dengan cara menghubungkan antara informasi mengenai kejadian dengan konteks yang bersangkutan

---

<sup>16</sup> Lexi Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya; 1998), hlm 115.

<sup>17</sup> Amirudin, ZaenalAsikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada; 2003), hlm 30.

<sup>18</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 2*, (Yogyakarta, ANDI; 2004), hlm 218

melalui proses mengamati dan mencatat fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi terhadap perubahan sikap konsumtif akibat hegemoni *online shop* yang terjadi pada pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap.

b. Metode wawancara

Wawancara merupakan suatu pembuktian terhadap segala informasi yang telah diperoleh. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya<sup>19</sup>. Peneliti harus mengajukan pertanyaan yang sama kepada semua responden agar menerima tanggapan dengan nomor urut pertanyaan yang sama sehingga tidak menimbulkan kesulitan dalam pengolahan data karena interpretasi yang berbeda.

Wawancara terstruktur dilakukan oleh peneliti bila peneliti mengetahui secara jelas dan terperinci informasi yang dibutuhkan dan memiliki satu daftar pertanyaan yang sudah ditentukan atau disusun sebelumnya yang akan disampaikan kepada responden<sup>20</sup>. Pewawancara memiliki sejumlah pertanyaan yang telah disusun dan mengadakan wawancara atas dasar atau panduan pertanyaan tersebut. Ketika responden merespon atau memberikan pandangannya atas pertanyaan yang diajukan, pewawancara mencatat jawaban tersebut. Kemudian pewawancara melanjutkan pertanyaan lain yang sudah disusun atau disediakan.

Pertanyaan yang sama kemudian akan ditanyakan kepada setiap orang responden dalam peristiwa yang sama. Wawancara terstruktur pada penelitian ini dirancang serupa dengan kuesioner, dikarenakan

---

<sup>19</sup> Sulistyono-Basuki, *Metode penelitian*, (Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2006, hlm. 171).

<sup>20</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009, hlm. 313).



pada bulan februari masih berlangsung sekolah dengan sistem belajar dalam jaringan dan kondisi yang tidak memungkinkan untuk bertatap muka secara langsung akibat wabah covid omricon, pertanyaan diajukan secara tertulis dalam bentuk kuesioner penelitian. Sehubungan dengan penjelasan di atas, alasan peneliti menggunakan pembagian kuesioner yaitu:

- a. Dengan menggunakan kuesioner, setiap responden memiliki kebebasan yang sama untuk memberikan keterangan
- b. Setiap responden menerima jumlah pertanyaan yang sama dari peneliti
- c. Responden memiliki waktu yang cukup untuk menjawab pertanyaan yang diajukan
- d. Penggunaan kuesioner menghindari pengaruh subjektivitas
- e. Kuesioner dapat mengumpulkan data dengan jumlah yang besar dan kompleks.

Selain itu, responden diharapkan dapat memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian dan tidak terpengaruh oleh pihak tertentu. Pertanyaan yang diberikan peneliti berisi 15 pertanyaan untuk mengungkap data terkait kebiasaan siswa dalam berbelanja menggunakan *online shop*, yang mana pertanyaan tersebut ditujukan bagi 30 siswa kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap.

c. Metode Dokumentasi

Salah satu dari metode yang digunakan dalam pengumpulan data kualitatif dengan menganalisis catatan peristiwa yang sudah berlalu, mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya”.<sup>21</sup> Data yang dikumpulkan bisa berupa dokumen tertulis, gambar maupun data elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih sesuai

---

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hlm 131

dengan tujuan dan fokus masalah yang diteliti. Metode dokumentasi biasa digunakan sebagai pelengkap data dari hasil observasi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumen hasil wawancara berupa tulisan yang bersumber dari informan.

#### **4. Metode Analisis Data**

Adapun langkah yang diambil setelah pengumpulan data adalah menganalisis data yang ada, yaitu dengan melakukan pengolahan data sebagai bahan untuk menarik kesimpulan. Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif, dengan menganalisis data yang diperoleh baik dari perpustakaan ataupun hasil penelitian di lapangan, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengetahui dan memahami masalah yang diteliti berdasarkan fakta mengenai hegemoni *online shop* terhadap perubahan perilaku konsumtif di kalangan pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berperan sebagai suatu garis besar dalam penyusunan tugas skripsi dengan tujuan memberikan kemudahan bagi para pembaca, sistematika dalam penulisan ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir, sehingga secara sepintas akan dapat menggambarkan isi dari skripsi secara runtut dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini penulis membuat sistematika penulisan kedalam bab bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, yakni sebuah dasar formatif dalam penelitian yang didalamnya terdapat latar belakang masalah dan penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian serta sistematika penulisan skripsi. Adapun latar belakang masalah yang diangkat oleh peneliti adalah Hegemoni *Online Shop* Terhadap Perubahan Perilaku Konsumtif pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci studi kasus pelajar kelas X SMK Al Muallim Kesugihan Cilacap. Dimana penelitian ini ditujukan untuk mengetahui ada

atau tidaknya pengaruh yang diberikan oleh hegemoni *online shop* terhadap tingkat perubahan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci, dengan mengambil sampel remaja kelas X Sekolah Menengah Kejuruan Al Muallim yang berada di Kabupaten Cilacap. Penelitian tersebut disajikan dengan teori filsafat dan kaitannya dengan realita-realita yang ada.

BAB II : Landasan Teori, mencakup teori-teori yang berisikan konsep sebagai landasan dari penelitian, diperoleh dari berbagai sumber sebagai dasar penganalisaan dalam sebuah fenomena yang diteliti, setelahnya akan dijadikan sebagai alat analisis terhadap data penelitian yang ada pada bab ketiga.

BAB III : Penyajian Data, pada bab ini dibahas mengenai metode penelitian yang meliputi bahan analisis penelitian diantaranya jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, pemilihan subjek dan objek penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrument teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Analisis Data, meliputi penjelasan mengenai hasil penelitian, diantaranya pembahasan berupa penjabaran data penelitian sebagai gambaran umum dari hegemoni *online shop* terhadap perubahan Perilaku Konsumtif pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci studi kasus pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan kabupaten Cilacap, uji persyaratan analisis, pengujian hepotesis penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup, berisikan kesimpulan sebagai pemberi gambaran bagi pembaca secara menyeluruh agar lebih mudah untuk dipahami, serta saran mengenai masukan-masukan yang diberikan untuk penelitian selanjutnya yang akan dilaksanakan oleh peneliti yang lainnya. Bab ini diakhiri menggunakan kata penutup sebagai akhir dari pembahasan skripsi, yang mana pada bagian akhir dari penelitian tersebut ditemui daftar pustaka, lampiran-lampiran yang mendukung serta riwayat hidup dari peneliti.

## BAB II

### PEMIKIRAN ANTONIO GRAMSCI

#### A. Hegemoni

Penggunaan istilah hegemoni dilakukan pertama kali oleh seorang penganut Marxis yang bernama Plekhanov pada tahun 1880, selanjutnya digunakan oleh Lenin dan dikembangkan oleh filsuf Marxis Italia Antonio Gramsci pada tahun 1891 sampai tahun 1937. Istilah hegemoni dalam bahasa Yunani disebut dengan “*eugemonia*” yang berarti aturan dan kepemimpinan, sebagai bentuk dominasi posisi yang di klaim oleh Negara-kota. Hegemoni pada awalnya merujuk kepada dominasi suatu Negara-kota di Yunani terhadap Negara dan kota lain yang terus berkembang menjadi sebuah dominasi ekstrim suatu Negara terhadap Negara lain. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sendiri kata hegemoni mempunyai arti pengaruh kepemimpinan, dominasi, kekuasaan, pada suatu negara terhadap negara lain.<sup>1</sup> Sedangkan secara umum hegemoni diartikan sebagai suatu dominasi kekuasaan pada kelas sosial atas serta kelas sosial lainnya, melalui kepemimpinan intelektual dan kesadaran moral pada masyarakat yang dibantu dengan adanya atau tanpa adanya ancaman kekerasan, sehingga kelompok yang didominasi dapat menerima ide-ide yang didiktekan oleh kelompok pendominasi.

Pengertian hegemoni versi Marxis ortodoks berbeda dengan gagasan hegemoni versi Antonio Gramsci. Menurut Marxis, pengertian hegemoni menekankan pada pentingnya peranan represif dari Negara serta masyarakat kelas atas. Para Marxis beranggapan bahwa kebudayaan kehidupan manusia hanya sebagai cerminan dari dasar ekonomi masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa hegemoni Marxis merupakan hegemoni Negara. Berbeda dengan Gramsci, ia menganggap hegemoni Marxis sebagai materialisme vulgar dan tidak setuju

---

<sup>1</sup> CMS (NB): KBBI Daring, s.v. “kamus”, diakses 17 Februari 2022,

[kbbi.kemendibud.go.id/entri/kamus](http://kbbi.kemendibud.go.id/entri/kamus).

dengan konsep Marxis yang lebih kasar serta sistem ortodoks mengenai “dominasi kelas” dan lebih setuju dengan konsep “kepemimpinan moral”.

Menurut Gramsci, hegemoni adalah supremasi suatu kelompok yang memanasifestasikan dirinya dalam dua cara, yaitu “dominasi” serta “kepemimpinan intelektual dan moral”.<sup>2</sup> Gramsci mengembangkan makna awal tersebut untuk merujuk pada kepemimpinan suatu kelas sosial terhadap kelas sosial lainnya menggunakan hegemoni budaya. Hegemoni budaya biasa disebut sebagai sistem dominasi terhadap masyarakat ragam-budaya oleh kelas penguasa yang membentuk atau memanipulasi budaya yang ada dari sisi nilai-nilai, adat istiadat, persepsi dan keyakinan, dengan tujuan pandangan yang ada pada kelompok tertentu menjadi norma dan budaya umum tanpa adanya paksaan.<sup>3</sup> Sehingga dapat dikatakan bahwa hegemoni Gramsci merupakan suatu sistem kepemimpinan yang mengendalikan khalayak di bawahnya dengan kekuasaan bukan melalui kekuatan atau tindakan fisik dalam memaksakan tujuan politiknya.

Lebih lanjut, beberapa ahli juga mengutarakan pendapatnya mengenai hegemoni, layaknya Patria dan Arief mereka berpendapat bahwa suatu kelompok sosial dapat dan bahkan harus menjalankan melalui "kepemimpinan" sebelum ada yang merebut kekuasaan pemerintahan tersebut (peran kepemimpinan ini adalah salah satu syarat utama untuk kemungkinan tersebut).<sup>4</sup> Kelas sosial selanjutnya membentuk suatu yang dominan dalam hal menjalankan kuasa, tetapi justru dengan semua kekuasaan di tangannya, kelompok sosial harus terus "memimpin" atas yang lainnya. Kurniawan berpendapat bahwa hegemoni dalam bahasa Yunani Kuno disebut dengan "*eugemania*", hal tersebut menunjukkan dominasi posisi diklaim oleh masing-masing Negara-kota (*polis*).<sup>5</sup> Hegemoni mewujudkan

---

<sup>2</sup> Nezar Patria dan Andi Arief, *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, tahun 2015), hlm. 11-16.

<sup>3</sup> K. J. Holsti, *The Dividing Discipline: Hegemony and Diversity in International Teory* (1985)

<sup>4</sup> Ibid, Nezar Patria dan Andi Arief, hlm. 117

<sup>5</sup> Heru Kurniawan, *Teori, Metode, dan Aplikasi Sosiologi Sastra*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2012), hlm. 16.

kepemimpinan suatu negara tertentu, bukan hanya pada negara terhadap kota saja, melainkan negara atas negara-negara lain dengan ikatan yang longgar atau integritas dalam negara “pemimpin”.

Menurut Faruk sebagai seorang peneliti sastra, hegemoni dapat di definisikan sebagai sesuatu yang kompleks, baik ekonomi maupun politik.<sup>6</sup> Kerumitan ini terjadi karena prinsip yang dianut Gramsci untuk menyatukan dan menyempurnakan pandangan terhadap Marxisme ortodoks dan filsafat liberal. Fontana dalam Erika, juga memiliki pandangan yang berbeda, menurutnya hegemoni merupakan pembentukan dan konstruksi konsepsi moral, intelektual, dan budaya yang mengubah pandangan masyarakat tentang gaya hidup dan karakteristik seseorang.<sup>7</sup> Faktanya, hegemoni lebih terlihat sebagai sintesis daripada reaksi, menempatkan semua perbedaan antara pemikiran dan tindakan, moralitas dan politik, budaya dan manusia. Hegemoni pada dasarnya dipahami sebagai perbedaan di mana kelompok-kelompok sosial yang dominan membentuk sistem "persetujuan abadi" yang melegitimasi tatanan sosial dominan dengan memasukkan jaringan yang kompleks dan memperkuat ide-ide agar terjalin satu samalain yang ditekankan dan diartikulasikan oleh intelektual Fontana. Dalam dunia politik sendiri, hegemoni biasa disebut sebagai metode geopolitik imperial atau sistem dominasi tidak langsung, dimana pemimpin Negara atau seorang hegemon mengatur serikat dibawahnya hanya menggunakan intervensi (campur tangan) bukan dengan kekuatan militer atau invasi berupa penjajahan.<sup>8</sup>

Teori hegemoni yang dilahirkan oleh Antonio Gramsci yaitu suatu wawasan dalam hidup serta tata kelola berfikir yang mencolok, dimana disana terdapat suatu konsep mengenai keadaan yang disebar dengan institusional dan

---

<sup>6</sup> Faruk, *Pengantar Sosiologi Sastra dari Strukturalisme Genetik sampai Post-Modernisme*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 12.

<sup>7</sup> Nezar Patria dan Andi Arief, *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, tahun 2013), hlm. 20.

<sup>8</sup> Ross Hassing, *Mexico and the Spanish Conquest*, (1994), hal. 23-24.

individual dalam masyarakat, sehingga terwujud suatu ideologi yang menekankan semua cita rasa, kebiasaan moral, prinsip-prinsip pada keagamaan serta politik, serta seluruh hubungan sosial, khususnya dalam makna intelektual dan moral.<sup>9</sup> Maka, dapat tarik kesimpulan Gramsci mengakui keberadaan hegemoni wajib memiliki dua komponen yang mana saling terikat yakni adanya “dominasi” serta “kempemimpinan moral dan intelektual”.

Kepemimpinan moral dan intelektual diperlukan untuk menjalin sebuah kesepakatan, sedangkan dominasi diperlukan juga untuk mengatur bawahan yang tidak melakukan perintah penguasa. Namun, dominasi tidak boleh lebih menonjol dari pada kepemimpinan moral dan intelektual, karena dapat menciptakan pemerintahan yang otoriter, oleh karenanya diperlukan keseimbangan terhadap kedua komponen tersebut. Hegemoni bertujuan sebagai sarana untuk memahami masyarakat dengan maksud untuk merubahnya, sebagai pementarik perhatian atau mengarahkan masyarakat kepada hal-hal yang difokuskan oleh penghegemoni.

Pengaplikasian hegemoni dalam masyarakat biasanya berupa kontrol dalam bentuk persetujuan secara sukarela untuk diatur berdasarkan prinsip serta aturan dan hukum yang dipercaya dengan dalih kesejahteraan bersama. Hegemoni terus eksis dalam lingkup masyarakat dikarenakan penanaman ideologi yang terus berlanjut dari media masa yang disebarluaskan oleh kaum elit untuk melanggengkan kekuasaan, kekayaan serta status mereka dengan cara mempopulerkan filsafat, kebudayaan dan moralitas. Sejumlah ideologi tersebut disebarluaskan pada masyarakat secara persuasif dan bergelora oleh media masa kepada khalayak luas secara kasat mata yang disuguhkan melalui lelucon, sinetron, iklan, berita, dan musik secara sengaja sehingga sulit untuk dihindari.

Pada hegemoni, sebuah kelompok yang berhasil menguasai dengan mendominasi senantiasa mempengaruhi kelompok di bawahnya sebagai objek yang didominasi guna menerima nilai-nilai moral, politik, budaya dari kelompokdiatasnya yangmendominasi, dimana kelompokyang didominasi

---

<sup>9</sup> Ibid, Bocock, hlm. 35

tersebut secara sadar mengikutinya. Dalam konteks ini, hegemoni yang dimaksudkan penulis untuk dibahas yakni terpengaruhnya masyarakat oleh dominasi serta kekuasaan teknologi berbasis internet, berupa hegemoni penggunaan sistem transaksi berbasis online (*online shop*) pada remaja yang dapat dilihat dari sikap dan budaya mengarah pada tingkat konsumsi secara berlebihan (konsumtif).

## **B. Biografi Antonio Gramsci**

Antonio Gramsci lahir dari keluarga kelas bawah tepatnya pada tanggal 22 Januari 1891 di Kota Ales Provinsi Cagliari, Sardinia. Gramsci merupakan anak keempat dari tujuh bersaudara, ayahnya bernama Francesco Gramsci, seorang karyawan terdaftar di Kantor regional Ghilarza dan ibunya bernama Giunifionina Marcias. Perjalanan hidup Gramsci dibagi menjadi tiga tahapan, *pertama* adalah masa kecilnya di Sardinia sampai belajar di *University of Torino* (1891-1918), tahap kedua adalah kegiatan politik Gramsci (1918-1926) dan periode ketiga yakni ketika Gramsci dipenjara dan menghasilkan mahakarya dalam bentuk pemikiran tingkat lanjut (1926-1937).<sup>10</sup>

Joseph Femia dalam buku Gramsci Political Thought: *Hegemony Consciousness and Revolutionary Progress* membagi kehidupan politik dan perkembangan ideologi Gramsci menjadi empat tahap.<sup>11</sup> Periode pertama yang berlangsung dari tahun 1914 hingga tahun 1919 sebagai tahun-tahun pembentukan politik dan intelektual Gramsci. Gramsci saat itu adalah seorang sosialis muda yang sangat idealis. Tulisan-tulisannya yang diterbitkan melalui surat kabar sosialis *Avanti* dan *Il Grido del popolo* mengungkapkan banyak hal tentang pengkondisian budaya dan keinginannya untuk mendidik pekerja. Setelah

---

<sup>10</sup> Endah Siswati, *Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci*, Jurnal Translitera, Universitas Islam Blitar, edisi 5, 2017

<sup>11</sup> Patria, Nezar & Arief, Andi, 2015. *Antonio Gramsci, Negara dan Hegemoni*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 16.



meninggalkan sekolah, Gramsci menulis untuk surat kabar sosialis dan naik pangkat di partai Sosialis. Dia dan sosialis Italia menjadi berafiliasi dengan Vladimir Lenin dan organisasi komunis Internasional yang dikenal sebagai Internasional Ketiga. Selama masa aktivisme politik ini, Gramsci menganjurkan dewan pekerja dan pemogokan buruh sebagai metode untuk mengambil kendali atas alat-alat produksi, karena jika tidak dilakukakn maka kendali akan terus berada ditangan kapitalis kaya sehingga merugikan kelas pekerja. Pada akhirnya, Gramsci membantu mendirikan Partai Komunis Italia untuk memobilisasi pekerja untuk mendapatkan kembali hak-hak mereka.

Fase kedua terjadi sekitar tahun 1919-1920 saat Italia dilanda banyak gejolak di pabrik-pabrik dan pemogokan buruh. Hal tersebut terjadi dikarenakan kondisi ekonomi di Italia tepuruk setelah perang dunia pertama berakhir, sehingga berimbas pada situasi buruh yang semakin menderita dan menimbulkan keresahan sosial di seluruh penjuru Italia. Gramsci terlihat dalam gerakan buruh skala besar di Turin sebagai ahli teori utama gerakan dewan pabrik. Periode ketiga 1921-1925 adalah ketika Gramsci mulai menjadi pengurus Partai Komunis Italia (berpuncak pada pengangkatannya seagai Sekretaris Jenderal Partai Komunis Italia pada tahun 1923 sampai 1926) hingga Gramsci bergabung dengan Partai, dan ditetapkan sebagai tahanan politik rezim fasis Musso interaksi. Gramsci melakukan perjalanan ke Wina pada tahun 1923, dimana ia bertemu Georg Lukács, seorang pemikir Marxis Hungaria terkemuka, sosok intelektual serta aktivis Marxis dan komunis lainnya yang akan membentuk karya intelektualnya.

Pada tahun 1926, Gramsci, yang saat itu menjadi ketua Partai Komunis Italia, ia dipenjarakan di Roma oleh rezim fasis Benito Mussolini selama kampanye agresifnya untuk membasmi politik oposisi. Pemikiran Gramsci dianggap berbahaya oleh rezim dikarenakan ia memandang Negara sebagai alat dominasi yang mewakili kepentingan modal dan kelas penguasa. Antonio Gramsci mencetuskan teori Perang Mauver atau perebutan hegemoni budaya secara frontal dengan melalui aksi militer, dan teori Perang Posisi yang dilakukan secara bertahap dan melewati proses yang panjang dalam perebutan hegemoni budaya.

Dalam waktu yang bersamaan Gramsci mengembangkan konsep hegemoni budaya sebagai bentuk untuk menerangkan kepada masyarakat mengenai bagaimana keyakinan hegemoni atau keyakinan yang dominan akan meredam pemikiran kritis masyarakat, dengan tujuan dapat meredam jalannya revolusi.

Tahap terakhir pada tahun 1926-1937 adalah periode di mana Gramsci dijatuhi hukuman dua puluh tahun penjara tetapi dibebaskan pada tahun 1934 karena kesehatannya yang sangat buruk. Tahun 1926 menjadi tahun paling menyedihkan dalam kehidupan aktif Gramsci, dimana Gramsci ditangkap dan dijatuhi hukuman 20 tahun 4 bulan 15 hari penjara.<sup>12</sup> Sejak mendapat izin menulis pada tahun 1929 Gramsci mulai menuliskan pemikirannya dalam bentuk buku harian. Sebagian besar warisan intelektualnya ditulis di penjara, dan dikenal sebagai “The Prison Notebooks.” Pemikiran Gramsci yang ditulis selama berada di penjara merupakan cerminan dari peran intelektual dalam reformasi masyarakat. Setelah itu muncul ide-ide lain tentang hegemoni negara dan masyarakat sipil yang dinilai sangat brilian. Selama berada di penjara Gramsci menuliskan tiga puluh empat buku harian masing-masing berisi topik yang berbeda. Gramsci tidak menawarkan teori politik yang menyeluruh dan final, melainkan bersifat sementara, sebagai bentuk catatan yang berserak-serak dan tidak lengkap sehingga catatan ini kemudian disebut dengan Prison Notebooks.<sup>13</sup>

Gramsci meninggal di Roma, Lazio, Italy tanggal 27 April tahun 1937 pada umur 46 tahun.<sup>14</sup> Ia meninggal tepat setelah tiga tahun dibebaskan dari penjara karena menyandang sakit pendarahan pada otak. Selama periode ini Gramsci menganalisis secara mendalam pengalaman politiknya dalam kerangka sejarah dan filosofis. Gramsci menyelesaikan 32 catatannya pada tahun 1929

---

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Muhadi Sugiono, 2006, *Kritik Antonio Gramsci Terhadap Pembangunan Dunia Ketiga*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hal 19.

<sup>14</sup> CMS (NB): Wikipedia Bahasa Indonesia, di akses pada 15 April 2022, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Antonio\\_Gramsci](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Antonio_Gramsci).

sampai tahun 1935 yang mencakup hampir 3000 halaman. Hal tersebut merupakan tahap terpenting dalam penentuan pemikiran Gramsci.

### **1. Antonio Gramsci Sebagai Filosof**

Antonio Gramsci adalah sosok intelektual terkemuka di kalangan kaum kiri, yang biasa dikenal sebagai pemikir terbesar sesudah Karl Marx. Gramsci merupakan tokoh filsuf yang mencetuskan teorinya berawal dari pengalaman, pengamatan, kontemplasi dan interpretasi kehidupan sosial politik juga fenomena sosial yang berlangsung di sekitar kehidupannya. Berbagai konsep pemikiran yang diberikan oleh Gramsci diantaranya mengenai hegemoni, *civil society*, *political society*, *counter hegemony*, *war of position*, *war of movement*, intelektual organik serta berbagai hal lain sebagai bentuk kiprahnya dalam transformasi sosial, menjadi suatu gagasan yang cemerlang sebagai bahan sumbangsih kursorial dalam setiap perkembangan teori-teori sosial sehingga menumbuhkan pencerahan politik kritis. Dari seluruh karya dan tulisannya, hegemoni dinilai sebagai ide sentral yang orisinal dari pemikiran yang dikembangkan Antonio Gramsci.<sup>15</sup> Teori Hegemoni dipandang telah membawa perubahan besar dan menimbulkan perdebatan pemikiran atas teori-teori perubahan sosial, terutama bagi yang menghendaki perubahan radikal dan revolusioner.

Konteks sosial politik serta fenomena sosial yang melatarbelakangi kemunculan teori hegemoni pada masa kehidupan Gramsci dimulai pada saat pertama kalinya menjumpai kehidupan kota industri modern ketika ia memulai aktifitas kuliah di Turin. Turin merupakan salah satu kota industri yang bergelimang kemewahan, dan sangat bertolak belakang dengan kehidupan di desa pertanian. Gramsci juga melihat hubungan sosial politik yang timpang antara kelas buruh di kota dan petani di desa. Perbedaan yang tajam tersebut melanggengkan konflik antara daerah industri ‘Utara’ dan kawasan pedesaan ‘Selatan’. Kemiskinan dan ketidakadilan yang dialami Gramsci sejak kecil di

---

<sup>15</sup> Ibid, Muhadi Sugiono.

daerah Selatan, membentuknya menjadi seorang revolusioner, yang aktif melakukan perjuangan politik di Turin. Gramsci tidak hanya menuangkan ide-ide intelektual, tetapi juga terlibat dengan organisasi-organisasi masa militan. Gramsci selalu menuliskan setiap aspek masyarakat Turin dan kondisi sosial politiknya, sekaligus menganalisa sejumlah pemogokan dan demonstrasi buruh di Turin, serta peristiwa politik lainnya di Italia maupun dunia internasional.

Tepat pada bulan Agustus tahun 1917, pemberontakan buruh secara spontan meletus di Turin dan menyebabkan para buruh bangkit mengepung pusat kota. Pemberontakan selama empat hari ini menewaskan sekitar 50 orang buruh dan membuat ratusan buruh lainnya dipenjara.<sup>16</sup> Hal tersebut menunjukkan militansi serta jiwa revolusioner masyarakat Turin yang luar biasa, sehingga dapat dikatakan bahwa peristiwa tersebut mempunyai arti politik yang luar biasa dan memberi kesan mendalam bagi Gramsci. Gerakan perlawanan buruh di Turin terus berlanjut sepanjang tahun 1919-1920. Gerakan yang kemudian dikenal dengan sebutan Gerakan Dewan Pabrik ini, memberikan pengalaman berharga dalam aktifitas gerakan buruh.

Secara singkat keikutsertaan Gramsci dalam gerakan perlawanan buruh tersebut sebagai pengurus Partai Komunis Italia, membuat Gramsci dijebloskan ke dalam penjara oleh pemerintahan fasis Italia pada tahun 1926. Selama dipenjara Gramsci menuangkan berbagai gagasan penting dalam bentuk buku catatan yang ditulis pada kurun waktu tahun 1929 sampai 1935. Ia telah menuliskan berbagai pemikirannya tersebut yang terkumpul dalam "Buku Catatan Penjara atau *A Selection from The Prisons Notebook*" dengan lebih dari 30 buku catatan sebanyak 3.000 halaman. Karya-karya yang dituliskannya tidak hanya dipengaruhi oleh tokoh-tokoh Marxis, pemikir-pemikir lain layaknya Niccolo Machiavelli, Vilfredo Pareto, Georges Sorel, serta Benedetto Croce juga ikut serta dalam terilhaminya pemikiran Antonio Gramsci. Buku catatan Gramsci banyak membahas mengenai berbagai macam subjek, yakni:

---

<sup>16</sup> Antonio Gramsci, *Selection From The Prison Notebooks*, (London: ElecBook, 1999), hlm. 196.

sejarah dan nasionalisme Italia, Revolusi Prancis, fasisme, fordisme, masyarakat madani, kebudayaan serta agama. Berbagai pemikirannya dianggap brilian, terlebih pada gagasan mengenai hegemoni budaya yang dicetuskan oleh Antonio Gramsci.

Istilah hegemoni ini merupakan sebuah konsep karya pemikiran Antonio Gramsci sebagai seorang pemikir sosial berkebangsaan Italia. Pemikiran Gramsci berakar pada Marx dan Lenin. Dia membuat semua asumsi-asumsi Marxis tentang asal-usul pabrik dari kelas dan peranan perjuangan kelas serta kesadaran dalam perubahan sosial peranannya dalam mengeksplorasi pemikiran Marx pada tema hegemoni bourgeois dalam masyarakat sipil seperti yang diungkapkan oleh Marx dan Engels dalam German Ideologi dan mengolahnya menjadi tema inti menurut versinya tentang bekerjanya sistem kapitalis. Adapun bertahannya kapitalisme disebabkan masih munculnya ketertarikan antara foundation dan superstruktore dalam menentukan perubahan sosial.

Gagasan Gramsci memiliki jurang pemisah cukup jauh dari pendahulunya Marx. Pada saat dirinya disejajarkan dalam tali pengikat mazhab Marxisme, tetapi istilah yang digunakan dalam gagasannya yang berbeda menjadi salah satu persoalan. Dikarenakan Marx memiliki gagasan Alienasi dengan dimaknai sebagai keterasingan manusia yang diakibatkan oleh satu kelompok terhadap kelompok yang lainnya, lebih jauh dilandaskan atas dasar refleksinya terhadap ekonomi politik yang ia tekankan, maka gambaran tersebut menandakan pada titik tekan yang kurang lebih memiliki makna yang sepadan, terlebih pondasi dari gagasan Marx ini mengilhami semangat perjuangan kelas. Pada saat Karl Marx dengan kehidupan Jerman yang penuh dengan berbagai persoalan ekonomis, sehingga ‘memaksakan’ kecenderungan dari pemikirannya mengarahkan bahwa perubahan sosial masyarakat yang terjadi sebagai akibat dari ketidakstabilan tingkat ekonomi menjadikan ekonomi sebagai landasan utama dalam menentukan perubahan sosial.

Sedangkan Lenin yang turut melanjutkan ide dasar mengenai hegemoni dari para pendahulunya- Plekhanov, menekankan akan pentingnya peran dari kepemimpinan teoritis. Menurutnya hegemoni merupakan sebuah strategi demi terciptanya revolusi, sebagai strategi yang harus dijalankan para kelas pekerja serta anggota-anggota lainnya demi mendapatkan dukungan dalam skala besar. Hanya saja ia terbawa suasana dengan kebiasaan Marxis klasik yang menggambarkan bahwa negara akan mati dengan kelas-kelas yang didapati melalui strategi yang telah ia kembangkan dan akan terus disusul oleh negara-negara lain tetapi kenyataannya tidaklah demikian. Sedangkan Gramsci menambahkan konsep berupa dimensi baru pada masalah tersebut dengan memperluas pengertian yang diberikan mengenai hegemoni, sehingga dapat dikatakan hegemoni didalamnya mencangkup peran kelas kapitalis beserta anggotanya, baik dalam merebut kekuasaan Negara ataupun dalam mempertahankan apa yang telah ada pada sejarah Italia. Dengan demikian, Gramsci ingin meruntuhkan gagasan Karl Marx yang menghamba pada satu wacana besar tentang determinis ekonomi, melalui hegemoni yang ia tawarkan. Bahwa dengan hegemoni, semua unsur dapat dipersatukan untuk memperoleh kemenangan serta kekuasaan, dan juga untuk melanggengkan kekuasaan sebuah rantai kemenangan penguasaan atas masyarakat sipil melalui kesepakatan-kesepakatan dari berbagai unsur yang dibangunnya. Pemikiran Gramsci digunakan sebagai acuan dan banyak memengaruhi para pemikir-pemikir setelahnya, diantaranya Stuart Hall, Eric Hobsbawm, Raymond Williams, Gayatri Spivak, Bob Jessop, dan beberapa pemikir lainnya.

## **2. Teori Hegemoni Antonio Gramsci**

Teori hegemoni Gramsci merupakan hasil pemikiran dari Antonio Gramsci yang dikemukakan pada tahun 1891-1931 selama dipenjara dan dibukukan dengan judul "*A Selection from The Prisons Notebook*" yang banyak digunakan sebagai dokumen acuan atau pembanding terutama untuk

mengkritisi pembangunan serta setiap perkemangannya.<sup>17</sup> Teori ini menjadi teori politik yang paling penting pada abad 20 dan menjadikan Antonio Gramsci sebagai pemikir politik terpenting setelah Marx. Teori-teori Gramsci muncul sebagai kritik serta alternatif bagi pendekatan dan teori perubahan sosial sebelumnya yang dipengaruhi oleh determinisme kelas serta ekonomi Marxisme tradisional. Gagasan Gramsci mengenai hegemoni banyak dipengaruhi oleh filsafat hukum Hegel, yang sering dianggap sebagai landasan paradigma alternatif terhadap teori Marxis tradisional.

Teori hegemoni sendiri dibangun di atas preis pentingnya ide-ide dan tidak mencukupinya kekuatan fisik belaka dalam kontrol sosial politik. Pada hakikatnya teori hegemoni bukanlah hal yang baru bagi tradisi Marxis dikarenakan sudah dikenal oleh orang Marxis lain sebelum Gramsci seperti teori subversif, psikoanalisis Sigmund Simmel. Yang menjadi pembeda dari teori hegemoni Gramsci dengan penggunaan istilah serupa sebelumnya yakni; Gramsci menerapkan konsep hegemoni dengan lebih luas bagi supremasi satu kelompok atau lebih atas yang lainnya dalam setiap hubungan sosial, sedangkan pemakaian istilah yang serupa dengan hegemoni sebelumnya hanya mengarah pada relasi antara proletariat dan kelompok lainnya. Selanjutnya Gramsci juga mengkarakterasikan hegemoni dalam istilah “pengaruh kultural”, tidak hanya terpaku pada “kepemimpinan politik dalam sebuah sistem aliansi” sebagaimana dipahami generasi Marxis terdahulu.

Dalam perkemangan selanjutnya teori hegemoni ini dikritik oleh kelompok yang dikenal seagai “*New Gramscian*”. Teori hegemoni dibangun di atas premis tentang pentingnya gagasan dan tidak adanya kekuatan material belaka dalam kontrol sosial-politik. Menurut Gramsci agar yang diperintah mematuhi penguasa, yang diperintah tidak hanya merasa memiliki dan menginternalisasi nilai serta norma penguasa, bahkan mereka juga harus menerima ketundukan penguasa. Inilah arti Gramsci tentang "hegemoni" atau

---

<sup>17</sup> Antonio Gramsci, *Catatan-Catatan dari Penjara*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 657.

kontrol konsensual dengan "kepemimpinan etis dan intelektual". Dalam konteks tersebut Gramsci menentang hegemoni sebagai bentuk supremasi oleh satu kelompok atau beberapa kelompok atas bentuk supremasi kulit putih dan lainnya yang disebut dengan "dominasi" atau hak untuk berkuasa yang ditopang oleh kekuatan fisik.<sup>18</sup>

Gramsci berpendapat melalui konsep hegemoni bahwa kekuasaan untuk dapat bertahan abadi membutuhkan paling tidak dua perangkat kerja. *Pertama*, adanya alat-alat buruh yang mampu melakukan tindakan kekerasan dan paksaan atau dengan kata lain kekuasaan yang membutuhkan perangkat kerja buruh sebagai alat kerja dengan bernuansakan eksekutif yang mampu melakukan tindak kekerasan dan bersifat memaksa, atau dengan kata lain *low enforcemant*. Rangkaian pekerjaan pertama biasanya dilakukan oleh pranata negara melalui berbagai lembaga hukum seperti peradilan, militer, polisi dan bahkan penjara. *Kedua*, merupakan perangkat kerja yang mampu membujuk masyarakat beserta lembaganya untuk tunduk pada mereka yang berkuasa melalui kehidupan keagamaan, pendidikan, seni, bahkan keluarga.<sup>19</sup> Alat kerja ini sering dilakukan oleh organisasi masyarakat sipil melalui organisasi masyarakat seperti LSM (Lembaga Sosial Masyarakat), organisasi sosial, paguyuban-paguyuban, asosiasi keagamaan dan kelompok-kelompok berkepentingan. Kedua tingkatan ini dihubungkan bersama untuk menjalankan fungsi hegemoni, di mana kelompok dominan mengatur masyarakat secara keseluruhan dan di sisi lain mendominasi secara langsung dengan mematuhi perintah yang dibuat untuk seluruh masyarakat oleh pemerintahan Negara.

Perbedaan yang digambarkan oleh Gramsci antara "masyarakat sipil" dan "masyarakat politik" sebenarnya tidak begitu terlihat, dikarenakan perbedaan ini ditujukan hanya untuk kepentingan analitis semata. Kedua suprastruktur ini memang sangat diperlukan dan tidak dapat dipisahkan. Kedua

---

<sup>18</sup> Susan Strange, 1971, *The Politics Of International Currencies*, World Politics, hal 57.

<sup>19</sup> Ariel Haryanto, *Hegemoni Kekuasaan Versi Gramsci*, (Forum keadilan 6 (2), 5 Mei 1997), hlm. 85.



tingkatan tersebut sangat diperlukan sebagaimana terlihat dalam konsepsi Gramsci tentang Negara secara luas dimana ia menunjuk pada sebuah definisi "negara utuh" yang mencakup tidak hanya masyarakat sipil tetapi juga masyarakat politik, dengan kata lain definisi negara sama dengan masyarakat politik ditambah masyarakat sipil dalam artian hegemoni dilindungi oleh baju besi yang koersif.<sup>20</sup> Gramsci juga menggambarkan makna integritas sebagai kombinasi kompleks dari "kediktatoran dan hegemoni" atau serangkaian kegiatan teoritis dan praktis di mana kelas penguasa tidak hanya membenarkan dan mempertahankan dominasinya tetapi juga berusaha untuk mendapatkan persetujuan positif dari yang diperintah”.

Dengan demikian negara merupakan mesin koersif pemerintah sekaligus aparatus hegemoni lembaga swasta. Definisi ini memungkinkan Gramsci untuk menjauh dari pandangan instrumental tentang negara yang melihat negara sebagai sistem politik pemerintahan secara sederhana dalam teori politik liberal atau teori lain seperti institusi koersif kelas penguasa dalam teori politik klasik Marxisme. Keuntungan konsepsi Gramsci tentang negara integral adalah memungkinkannya untuk memvisualisasikan hegemoni dalam batas-batas dialektis yang mencakup masyarakat sipil dan masyarakat politik.

Gramsci menambahkan bahwa jika kekuasaan dicapai hanya dengan mengandalkan kekuatan serta paksaan yang memaksa, hasil aktual yang dicapai disebut "dominasi". Stabilitas dan keamanan benar-benar tercapai sedangkan kisruh perlawanan dan protes tidak terlihat karena masyarakat tidak berdaya. Hal tersebut tidak dapat berlangsung secara terus-menerus, sehingga para pemimpin yang serius menjaga kekuasaannya dan menyadari gejolak situasi yang akan terjadi memilih kepemimpinan sepenuhnya dengan rangkaian kerja kedua yang hasil akhirnya lebih baik, dan dikenal sebagai “hegemoni”. Dengan demikian supremasi kelompok (penguasa) atau kelas sosial tampak dalam dua aspek yaitu dominasi atau penindasan kepemimpinan intelektual dan moral.

---

<sup>20</sup> Ibid, Antonio Gramsci.

Tipe kepemimpinan yang terakhir ini yang disebut dengan hegemoni.<sup>21</sup> Dengan demikian kekuasaan hegemoni lebih dikenal sebagai bentuk kekuasaan melalui “persetujuan” (*konsensus*), yang mencakup didalamnya beberapa jenis penerimaan intelektual atau emosional atas tatanan sosial politik yang ada.

Hegemoni bukan merupakan hubungan dominasi dengan menggunakan kekerasan, melainkan hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologis,<sup>22</sup> dengan kata lain hegemoni terbentuk sebagai serangkaian kemenangan yang dicapai dengan persetujuan daripada dengan penindasan kelas sosial lainnya. Ada berbagai cara dalam penerapannya, seperti melalui cara masyarakat yang secara langsung atau tidak langsung dalam menentukan struktur kognitif masyarakat tersebut. Inilah sebabnya mengapa hegemoni pada dasarnya adalah upaya untuk membuat orang mengevaluasi dan mempertimbangkan masalah sosial dalam kerangka yang ditentukan.<sup>23</sup> Dalam konteks ini Gramsci lebih menekankan pada aspek kultural (ideologis). Melalui produknya hegemoni menjadi satu-satunya penentu apa yang dianggap benar baik secara moral maupun intelektual. Hegemoni budaya terjadi tidak hanya dalam hubungan antar bangsa tetapi juga dapat terjadi dalam hubungan antar kelas sosial yang berbeda dalam suatu negara. Ada tiga tingkatan yang dikemukakan oleh Gramsci yaitu hegemoni total (*integral*), hegemoni merosot (*degenerate*) dan hegemoni minimal. Dalam konteks ini dapat dilihat bahwa konsep hegemoni mengacu pada konsep situasi sosial-politik. Dalam istilahnya "momen" filsafat dan praktik sosial masyarakat bersatu dalam keseimbangan yang didominasi sebagai institusi dan ekspresi individu. Pengaruh kebudayaan ini membentuk moralitas adat istiadat, agama,

---

<sup>21</sup> Heru Hendarto, *Mengenal Konsep Hegemoni Gramsci: Dalam Diskursus Kemasyarakatan Dan Kemanusiaan*, (Jakarta: Gramedia, 1993), hlm. 7.

<sup>22</sup> Roger Simon, *Gagasan-gagasan Politik Gramsci*, (Yogyakarta: Insist bekerja sama dengan Pustaka Pelajar, 2004), 44.

<sup>23</sup> *Ibid*, Gramsci, hlm. 244.

prinsip-prinsip politik dan semua hubungan sosial terutama dalam masalah intelektual dan moral.

Konsep hegemoni berkaitan dengan tiga bidang yaitu ekonomi (*economic*) negara (*state*) dan rakyat (*civil society*).<sup>24</sup> Ruang ekonomi menjadi pondasinya, namun dunia politik sebagai arena hegemoni juga merupakan tempat di mana momen perkembangan tertinggi dalam sejarah sebuah kelas memanifestasikan dirinya. Dalam hal ini akses ke kekuasaan negara konsekuensinya terhadap kemungkinan ekspansi penuh dan pengembangan hegemoni yang muncul sebagian memiliki makna khusus. Negara dalam segala hal meluas ke hegemoni memberikan para pendirinya prestasi dan bentuk mengekspresikan kesatuan historis kelas penguasa dalam bentuk yang konkret sebagai hasil dari hubungan baik antar negara atau masyarakat politik dan masyarakat sipil. Singkatnya hegemoni satu kelompok atas kelompok lain dalam pengertian Gramsci merupakan sesuatu bentuk kepemimpinan yang tidak dipaksakan. Hegemoni ini harus dicapai melalui upaya politik budaya dan intelektual yang bertujuan untuk menciptakan visi bersama tentang dunia bagi masyarakat secara keseluruhan, sebagai bentuk penguasaan berdasarkan kepemimpinan etis dan intelektual. Teori politik Gramsci menjelaskan bagaimana ide atau ideologi menjadi instrumen dominasi yang memberikan legitimasi kepada kelompok yang berkuasa untuk memerintah.

Konteks yang berkembang sekarang ini yakni mengenai hegemoni *online shop* yang mana mulai mendominasi remaja masuk secara sadar dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi yang menjadi salah satu faktor dominasi dari pembelian secara *online*. Belanja *online* lebih mudah di karenakan pemanfaatan media masa sekarang semakin dioptimalkan untuk melakukan pencitraan yang baik dalam masyarakat. Ketika berbicara soal hegemoni maka kita harus tahu bagaimana langkah atau metode dari hegemoni kemudian apa *impact* (dampak) yang diberikan dari hegemoni tersebut. Jika

---

<sup>24</sup> Ibid, Bocock.

kita relevansikan dengan hegemoni pada *online shop*, tentu ada banyak cara bagaimana kebiasaan yang tidak terhindarkan tersebut bisa terbentuk dimasyarakat, yang tentu prosesnya tidak semudah membalikkan telapak tangan. Proses yang dilalui untuk mempromosikan penggunaan sistem belanja *online* tersebut butuh kesungguhan dan biaya yang tidak murah, salah satunya yakni pemasangan iklan di berbagai akun media sosial layaknya instagram, facebook atau sosial media lainnya, dan juga televisi.

Perkembangan teknologi yang semakin maju pada era sekarang ini, semua orang bisa memasarkan produk jualannya dengan sistem *paid sell*, mengendorse seseorang dengan jumlah penggemar yang cukup banyak dan bisa dibidang sebagai *affect* dalam bidang yang dipromosikan. Tanpa kita sadari ketika seseorang melihat postingan barang sebagai produk yang di promosikan, secara tidak langsung konsumen akan tertarik untuk mengetahui seberapa bagus produk tersebut. Kemudian ketika proses komersial itu sudah berjalan selanjutnya bagaimana produsen memainkan *advertising control* dengan melihat kondisi pasar di masyarakat, yang mana sebelum memproduksi barang tentu penjual akan melihat apa saja yang diminati oleh kalangan remaja kekinian, dari situ mereka mengetahui desain kemudian ciri khas apa yang disukai oleh remaja saat ini. Ketika proses itu sudah dilewati kemudian produk yang dibuat ini bisa sampai ketangan atau dapat dilihat secara menyeluruh tepat pada sasaran. Oleh karenanya, penting bagi kita untuk mengupas lebih lanjut mengenai hegemoni *online shop* dalam membentuk Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perspektif Pemikiran Antonio Gramsci, pada bab selanjutnya.

**BAB III**  
**PENGGUNAAN ONLINE SHOP PADA SMK AL MU'ALLIM KESUGIHAN**  
**KABUPATEN CILACAP**

**A. Sekilas Tentang SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap**

**1. Sejarah Berdirinya SMK Al Mu'allim Kesugihan**

SMK Al Mu'allim Kesugihan merupakan Sekolah Menengah Kejuruan swasta yang terletak di JL. Kemerdekaan Timur No. 06 Kesugihan Kidul Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap provinsi Jawa Tengah dengan kode pos 53274. SMK Al Mu'allim Kesugihan didirikan pada tahun 2005, dan mendapatkan surat izin untuk operasional pelaksanaan pada tahun 2007 menurut SK yang ditanda tangani oleh bupati dengan No. 421.5/195/33/2007. Tempat penelitian yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini dilaksanakan pada SMK Al Mu'allim Kesugihan, sebagai salah satu sekolah berbasis pesantren yang terdapat di Kesugihan Cilacap. SMK Al Mu'allim Kesugihan merupakan sekolah menengah kejuruan dengan lokasi yang strategis dan terletak paling dekat dengan pasar tradisional (pasar pahing maos) serta pusat perbelanjaan, sehingga peneliti mudah dalam mengamati perkembangan sampel dalam melakukan penelitian. Sedangkan waktu yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan SK penelitian yang diberikan yaitu mulai tanggal 9 Desember 2021 sampai dengan Februari 2022.

Berdirinya SMK Al Mu'allim Kesugihan ini dimulai setelah dua tahun pendirian Pondok Pesantren Al Fiel yang didirikan oleh KH. Ahmad Mu'allim. Pondok Pesantren Al Fiel sendiri merupakan pondok putra dan putri dengan menggunakan sistem pendidikan salafi yang didirikan pada tahun 1995. Adapun lokasi Pondok Pesantren Al Fiel yaitu di Jl Kemerdekaan Timur no. 06 Bumi Jaya desa Kesugihan kidul kecamatan kesugihan kupaten Cilacap tepat di sekitar SMK Al Mu'allim Kesugihan dengan luas tanah 8.000 m serta luas bangunan 2.000 m. Pengasuh dari Pondok Pesantren Al Fiel saat ini adalah KH.

Drs. Sugeng Mu'allim, M. Ag yang dibantu oleh para guru-guru lainnya dalam mendidik dan mengayomi santri-santrinya.<sup>1</sup>

Demi menunjang sistem pembelajaran yang lebih efektif dalam mencerdaskan santri-santri yang ada pada Pondok Pesantren Al Fiel, maka didirikanlah SMK Al Mu'allim Kesugihan dengan berbasis pesantren dengan nuansa islami. Para pelajar yang menuntut ilmu di SMK Al Mu'allim kesugihan tidak hanya dari kalangan santri saja, melainkan juga dari remaja sekitar yang menginginkan belajar di sekolah umum kejuruan dengan berbasis islami. Beberapa lembaga pendidikan yang dinaungi oleh Pondok Pesantren Al Fiel Kesugihan diantaranya PAUD RA. Al Fiel yang berdiri pada tahun 2008, TPQ Miftahussa'adah, Madrasah Diniyah Miftahussa'adah, Pendidikan Paket Wajar Dikdas 9 Tahun, serta LPK Komputer Al Mu'allim. Pada awal pendirian sekolah SMK Al Mu'allim kesugihan hanya terdapat dua jurusan yakni Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL), dan sekarang ini telah bertambah 2 kompetensi keahlian diantaranya Farmasi Industri (FI) dan Teknik Bisnis Sepeda Motor (TBSM), dengan menggunakan kurikulum tingkat satuan pendidikan 2013 (K13).

Berbeda dari sekolah swasta lainnya, SMK Al Mu'allim Kesugihan menjadi salah satu sekolah kejuruan yang bernaung dibawah Pondok Pesantren Al Fiel Kesugihan Cilacap. Nuansa keislaman berbasis pesantren yang dianut bertujuan menjadi sebuah lembaga yang siap membentuk dan menghantarkan generasi muda yang profesional dan berakhlakul karimah. Pembelajaran yang diberikan mengandung nilai-nilai pesantren untuk membentuk karakter yang mulia pada siswa siswinya serta menjadi alumni yang kelak siap untuk bekerja dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. SMK Al Mu'allim Kesugihan menjadi salah satu satuan pendidikan dengan jenjang SMK yang berada di Kesugihan Kidul, Kecamatan Kesugihan, Kabupaten Cilacap, Jawa

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan KH. Drs. Sugeng Mu'allim, Pengasuh Pondok Pesantren Al Fiel pada tanggal 26 Desember 2021 di rumahnya.

Tengah. Dalam menjalankan kegiatannya, SMK Al Mu`allim Kesugihan sudah diakui oleh pemerintah dan berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Adapun fasilitas yang tersedia di SMK Al Mu`allim Kesugihan diantaranya masjid, asrama santri, kantor, asrama pengasuh, dapur, lapangan, gedung sekolah, koperasi, laboratorium komputer, perpustakaan, laboratorium bahasa, gudang, kamar mandi dan klinik kesehatan. Adapun fasilitas yang disebutkan di lengkapi dengan listrik yang berasal dari PLN & Diesel untuk membantu kegiatan belajar mengajar. SMK Al Mu`allim Kesugihan menyediakan akses internet dengan provider smartfren yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan belajar mengajar menjadi lebih mudah.<sup>2</sup>

Demikian sekilas sejarah berdirinya SMK Al Mu`allim Kesugihan, yang berasaskan pendidikan Islam sebagai pangkuan pengajarannya. Semoga SMK Al Mu`allim Kesugihan tetap Berjaya untuk memajukan Pendidikan Indonesia dan bersinar diantara sekolah-sekolah di Kesugihan khususnya dan Indonesia pada umumnya.

#### 1.) Visi Sekolah

Mewujudkan sumber daya yang inovatif, kompetitif, berwawasan teknologi dan tafaquh fiddin.

#### 2.) Misi Sekolah

- a. Mengembangkan pembelajaran yang berkualitas.
- b. Mengembangkan peserta didik berkarakter yang memiliki kreatifitas.
- c. Menumbuhkembangkan daya saing peserta didik pada prestasi akademik dan kompetensi kejuruan.

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Muhlisin, M. Pd. I, Kepala sekolah SMK Al Mu`allim Kesugihan pada tanggal 26 Desember 2021 di SMK Al Mu`allim Kesugihan.

- d. Memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam penguasaan teknologi dalam menunjang kegiatan pembelajaran dan pasca purnawidya.
- e. Memiliki, memahami dan menerapkan nilai nilai agama, dan
- f. Memiliki ghirah pesantren.

### 3.) Tujuan Sekolah

Tujuan yang ingin dicapai oleh program pendidikan di sekolah adalah:

- f. Peningkatan dalam IMTAQ
- g. Memberikan keterampilan dan pengetahuan (*life skills education*) kepada peserta didik yang siap bermasyarakat.
- h. Penambahan sarana dan prasarana yang lengkap dan memadai
- i. Menanamkan kedisiplinan pada siswa
- j. Menciptakan dan membudayakan kekeluargaan pada siswa
- k. Meningkatkan keseimbangan dengan menyejahterakan guru dan staf.

## 2. Pembelajaran di SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap

Jam pembelajaran di SMK Al Mu'allim Kesugihan dilakukan pada pagi hari dan dilanjutkan dengan kegiatan serta pembelajaran keagamaan untuk siswa dan siswi yang menetap di asrama pesantren Al Fiel. Dalam seminggu, pembelajaran dilakukan terhitung 6 hari dari hari senin sampai sabtu. SMK Al Mu'allim Kesugihan memiliki nilai akreditasi B, berdasarkan sertifikat 1214/BAN-SM/SK/2018.

Penerapan pembelajaran di SMK Al Muallim seperti sekolah pada umumnya dan terdapat dua mata pelajaran yang sudah dilakukan dengan menggunakan akses internet yaitu pada pelajaran berbasis TIK atau Teknik Ilmu Komputer. Penerapan pembelajaran dengan tujuan membangun karakter bangsa juga kerap dilakukan yakni dengan menyelenggarakan pembelajaran ekstra atau ekstrakurikuler antara lain olahraga, pramuka, OSIS, kesenian dan juga Paskibra,



serta pendidikan keterampilan seperti pertanian & peternakan, LPK computer, Otomotif dan Elektronika yang dibimbing oleh guru serta tenaga ahli khusus.

Sedangkan bagi pelajar yang menetap sebagai santri terdapat beberapa kegiatan tambahan, diantaranya Haflah Hauliyah Muassis untuk memperingati hari ulang tahun Pondok Pesantren Al Fiel tepatnya di tanggal 27 Dzulhijjah, dengan kumpulan kajian bahsul masail diniyah di hari ahaad kiliwon, mujahaadah “Nihadul Mustagfirin” pada maalam jumat, dan bersih bersih lingkungan pada hari minggu pagi.

## **B. Pelajar Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap**

Pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap terdiri dari 6 kelas dengan jumlah keseluruhan 193 pelajar. Seluruh siswa kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan sejumlah 325 siswa pada Tahun Pelajaran 2021/2022. Demi terciptanya kelengkapan pembahasan mengenai pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan yang penulis jadikan sebagai objek dari penelitian, berikut penulis sediakan tabel dari profil pelajar kelas X SMK Kesugihan selanjutnya pada tabel ini tertera data jumlah pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan yang tercatat sampai dengan tahun 2022:

Pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Tahun Pelajaran 2013/2014

<b>NO</b>	<b>Kelas</b>	<b>Jumlah Siswa</b>
1.	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif 1	33 orang
2.	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif 2	34 orang
3.	Akuntansi Keuangan Lembaga	46 orang
4.	Farmasi Industri	34 orang
5.	Teknik Dan Bisnis Sepeda Motor 1	22 orang
6.	Teknik Dan Bisnis Sepeda Motor 2	24 orang
	Jumlah	193 orang

Berdasarkan penyajian data tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa dari jumlah seluruh murid kelas X yang ada di SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap sejumlah 193 murid dari empat jurusan yang dibagi menjadi enam kelas. Penentuan pelajar kelas X sebagai subjek ini mengacu pada representasi informasi atau data yang mana tiap-tiap subjek memiliki dirinya sendiri. Subjek penelitian merupakan setiap individu, tempat atau benda yang diamati oleh peneliti yang dijadikan sebagai sasaran penelitian untuk mendapatkan informasi.<sup>3</sup> Pemilihan kelas X sebagai subjek dari penelitian ini dikarenakan sesuai dengan rentang usia remaja yang dimaksud penulis yakni pada usia 15-17 tahun dan mengalami masa peralihan kegiatan belajar secara dalam jaringan selama pandemi covid 19 serta diambil dari berbagai alasan yang diberikan dan melalui berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Menurut Arikunto apabila didapati jumlah populasi tidak ada 100 orang responden, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika jumlah populasinya lebih besar dari 100 orang, maka peneliti bisa mengambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi yang ada.<sup>4</sup> Dengan demikian, peneliti menentukan mengambil 15% dari jumlah keseluruhan populasi, yakni 15% dari 193 pelajar kelas X dengan hasil 30 orang dipilih dan dijadikan sampel. Maka dari itu peneliti mengambil populasi seluruh siswa kelas X sebanyak 193, dan diambil sampel 15% dari jumlah keseluruhan populasi secara acak pada masing-masing kelas dengan total sampel sebanyak 30 pelajar. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas maka jumlah sampel untuk dijadikan bahan analisa dalam penelitian ini sejumlah 30 pelajar dari seluruh siswa siswi kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap yang berjumlah 193 siswa. Adapun gambaran hegemoni *online shop* yang terjadi pada remaja kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan kabupaten Cilacap diantaranya:

---

<sup>3</sup> Kamus Bahasa Indonesia, 1989, hlm. 862.

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2012), hlm. 104.

## 1. Penggunaan *Online Shop* Pada Remaja Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan

*Online shop* sebagai bentuk dari kemajuan teknologi telah banyak memberikan kontribusi secara menyeluruh dalam berbagai bidang dengan maksud dan tujuan demi kesejahteraan umat manusia, yakni untuk mempermudah dalam kegiatan transaksi jual beli. Transaksi jual beli sebelumnya hanya bisa dilakukan melalui akad yang dilakukan oleh pelaku ekonomi (penjual dan pembeli) tanpa melalui perantara pada tempat perbelanjaan, dengan adanya internet transaksi bisa dilakukan di rumah, tanpa harus bertatap muka. Peneliti melakukan wawancara dengan Ratna Kurnia Ningsih dan Rizki Andri Setiawan mengenai pemahaman mereka terkait *online shop*.

Belanja secara *online* yang saya tau, belanja yang barangnya tidak dapat di lihat secara langsung, dan bisa dibayarkan langsung melalui aplikasi belanja online tersebut atau bisa juga dibayar di tempat ketika barang sampai di rumah secara COD (*cash on delivery*).<sup>5</sup>

*Online shop* adalah tempat jual beli barang atau kebutuhan seseorang yang dibeli atau dijual dengan cara mempublikasikannya di internet sehingga banyak yang melihat dan berminat untuk memilikinya.<sup>6</sup>

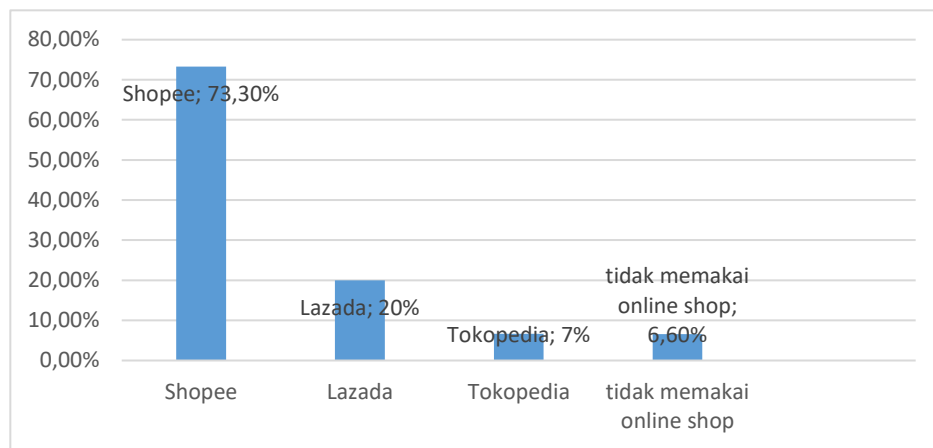
Seperti yang diketahui oleh narasumber di atas, *online shop* adalah sebuah transaksi yang dilakukan dengan membeli barang yang diinginkan melalui layanan internet dengan memesannya di toko *online* menggunakan sistem pembayaran elektronik, mantransfer *via bank*, *e-bank*, ataupun COD (*cash on delivery*).<sup>7</sup> Perlu kita ketahui aplikasi apa saja yang menjadi perantara dan paling digemari oleh pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan dalam berlangsungnya sistem jual beli *online*, digambarkan dalam diagram batang berikut ini:

---

<sup>5</sup> Ratna Kurnia Ningsih, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

<sup>6</sup> Rizki Andri Setiawan, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

<sup>7</sup> Dwi Suwiknyo, *BOS (Bisnis Online Syariah)*, (Yogyakarta: Trust Media, 2009), hal.2.



Gambar 1. Diagram Batang Presentase Penggunaan Aplikasi Online Shop yang sering digunakan

Gambar diagram batang diatas menyajikan data presentase penggunaan aplikasi online shop yang paling banyak digunakan oleh subjek, untuk aplikasi shopee sebesar 73,3%, untuk aplikasi lazada sebesar 20%, penggunaan aplikasi tokopedia sebesar 6,7%, dan didapati presentase sebesar 6,6% untuk mereka yang tidak mempunyai ataupun menguunakan aplikasi *online shop*.

Dari data yang didapatkan, daya pikat *online shop* yang menyeluruh terhadap subjek cenderung mendorong konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* selama pandemi dikarenakan keterbatasan kegiatan yang dilakukan selama memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat memicu perilaku konsumtif pada kalangan konsumen, sehingga perlu diimbangi melalui pengendalian diri sebagai bentuk penghambatan dari kebiasaan berbelanja yang kurang baik.

## 2. Motif Remaja Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Pengguna *Online Shop*

Motif merupakan suatu dorongan yang muncul dari dalam diri manusia dikarenakan oleh adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Motif merupakan istilah yang diambil dari bahasa latin

*movere* yang mempunyai arti bergerak (*to move*). Motif juga diartikan sebagai kekuatan dalam diri yang mendorong suatu organisme melalui perilaku kearah tujuan. Sedangkan motivasi merupakan pendorong, sebuah usaha yang disadari guna mempengaruhi tingkah laku perbuatan manusia supaya individu tersebut dapat tergerak hati dan pikirannya dalam melakukan sesuatu hingga mencapai hasil dari tujuan yang di kehendaki.<sup>8</sup> Keduanya mempunyai keterkaitan satu sama lain, yang mana apabila kita tarik kesimpulan maka motif dan motifasi mempunyai peranan yang penting dalam menunjang perbuatan manusia hingga mencapai hasil tingkah laku yang di tuju.

Berbelanja menggunakan aplikasi *online* awal mulanya juga dilakukan oleh manusia dari berbagai kalangan dikarenakan adanya keinginan yang membuat mereka tertuju untuk melakukannya. Pada studi kasus remaja pelajar SMK Al Mu'allim Kesugihan setelah ditelusuri terdapat beberapa motif dari penggunaan *online shop* ini. Jika dilihat pada tingkat usia yang menjadi objek dalam konsumsi, kebanyakan mereka terpengaruh terhadap sesuatu yang banyak dijumpai dan ditonton dalam iklan pada media masa dalam mengisi kekosongan selama pandemi berlangsung, serta mengikuti segala sesuatu yang sedang menjadi *trend* pada saat itu.

Saya tau belanja lewat *online shop* sejak adanya pandemi covid 19 dari iklan di televisi juga dari iklan-iklan karena ajakan teman juga, diajarkan bagaimana membelinya, karena waktu itu semua aktivitas dilakukan di rumah jadi sekeluarga ikut memakai *online shop*.<sup>9</sup>

Sistem perbelanjaan *online* di Indonesia sekarang sudah sangat maju, seperti adanya sistem *paylater*, dan kemudahan membeli barang diluar negeri sering membuat kalap saat belanja.<sup>10</sup>

Belanja pakai *online shop* sangat murah dan cepat tanpa harus keluar rumah yang barangnya mahal, saya suka belanja di *online shop* ya karena kalau semisal barang yang kita inginkan tidak ada di toko sekeliling kita bisa

---

<sup>8</sup> Sarlito Sarwono, *Psikologi Sosial Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

<sup>9</sup> Saeful Bahri, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

<sup>10</sup> Fika Nurfadilah, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

langsung dapat pas cari lewat *online shop*, tokonya banyak jadi bisa pindah-pindah toko liat barangnya.<sup>11</sup>

Sejauh ini saya merasa tidak ada kerugian berbelanja menggunakan *online shop* soalnya banyak diskon, banyak *voucer* yang disediakan juga jadi bisa mengurangi biaya ongkir yang ditanggungkan, tapi untuk dapat menggunakan *voucer*, diskon dan *cash back* kita harus belanja melebihi batas harga yang di tentukan, jadi harus beli banyak.<sup>12</sup>

Keberadaan *online shop* berpengaruh dalam kehidupan saya karena jadi hobi *shopping* daripada sebelumnya, dan jadi lebih mudah karna tidak perlu mendatangi tokonya, barang yang dibeli bisa sampai ke kita dalam waktu dekat.<sup>13</sup>

Berikut beberapa motif yang dihasilkan dari narasumber melalui proses wawancara yang didapati peneliti di atas:

a. Terpengaruh oleh lingkungan

Lingkungan sudah pasti menjadi sebab dari motif manusia bergerak atas tujuannya, banyak pelajar yang ikut berbelanja melalui *online shop* dikarenakan lingkungan yang mendukung dalam pengaplikasiannya. Informasi ini didapatkan dari hasil wawancara dengan saudara informan, peneliti menemukan bahwasanya teman dan lingkungan sekitar membawa pengaruh dalam menarik perhatian berbelanja online. Karena terkadang lingkup sosial menjadikan sekitarnya terhegemoni dengan mengajak dan merekomendasikan pada individu lainnya.

b. Diskon dan Harga yang lebih murah

Harga murah dan diskon yang didapati dalam *online shop* melalui aplikasi berbelanja cenderung dijadikan alasan utama pada data yang diperoleh dari informan. Harga barang yang lebih murah dari harga pasaran di mall, swalayan, atau pasar tradisional secara langsung kerap kali kita jumpai. Terlebih berbagai diskon yang sering dijadikan tampilan dalam

---

<sup>11</sup> Dea Noviana, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

<sup>12</sup> Fadzlina Nurul Aqilah, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.

<sup>13</sup> Lutfiatin Nurul Hikmah, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

penjualan dibuat semenarik mungkin untuk membangkitkan minat membeli pengguna *online shop*. Selain itu belanja dengan *online shop* lebih mudah karena pembeli bisa mendapatkan barang yang sulit didapatkan (*unlimited*) bermerek sekalipun dengan harga jual yang miring.

c. Mudah dan Praktis

Belanja dengan menggunakan *online shop* tentu lebih praktis dan menghemat waktu. Hal tersebut menjadi salah satu motif yang didapatkan dari data para informan pengguna *online shop* aplikasi shopee. *Online shop* sendiri menggunakan teknologi modern yang sangat mudah di akses dengan jejaring internet. Kita hanya perlu *scroll up and down* untuk mencari barang yang dicari tanpa memakan banyak waktu dan tenaga. Selain itu, *online shop* juga menawarkan berbagai jenis jasa pembayaran layaknya sistem COD (*cash on delivery*), transfer antar bank bahkan jasa *shopee pay* atau *e-wallet* yang tentunya sangat memudahkan proses jual beli. Dengan adanya penggunaan *online shop*, telah meningkatkan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi.<sup>14</sup>

d. Kelengkapan barang yang disediakan

Sering kali ketika kita berbelanja di swalayan, pembeli kesulitan dalam mencari barang-barang terbaru yang sedang kekinian di kalangan masyarakat. Kelengkapan barang yang dijual menjadi motif dari para pengguna *online shop*. Berdasarkan wawancara dengan informan, gambar-gambar yang disediakan dalam aplikasi *online shop* bagus dan menarik, pengguna juga bisa melihat kualitas barang dengan rating bintang yang telah diberikan dari para pembeli sebelumnya. Dari data yang didapati di atas, bahwasanya perilaku *update* barang terbaru juga dilakukan hanya dengan sekedar melihat-lihat saja barang-barang yang disediakan meskipun tidak membeli barang-barang tersebut.

---

<sup>14</sup> Abdul Halim B. & Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm.2-3.

Data di atas merupakan data yang didapati peneliti dari hasil pengamatan terhadap informan mengenai motif dari remaja pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan secara langsung. *Online Shop* telah menjadi sebuah kebiasaan baru dalam menunjang aktifitas berbelanja selama pandemi yang dinilai cukup efektif dan efisien karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Keberadaan *online shop* menjadikan banyak remaja menjadi pribadi yang konsumtif apabila mereka selalu membelanjakan uangnya untuk berbelanja atau membeli barang-barang yang kurang diperlukan dan senantiasa terus mengkonsumsi saat mendapati apa yang mereka inginkan. Sehingga perlu adanya otonomi dari *self control* pada masing-masing individu sebagai bentuk keputusan yang tepat, agar dapat membatasi konsumen untuk tidak mengkonsumsi barang yang diinginkan melainkan mengarahkan konsumen untuk membeli barang sesuai dengan yang dibutuhkan.



**BAB IV**

**ANALISIS HEGEMONI *ONLINE SHOP* DALAM MEMBENTUK PERILAKU  
KONSUMTIF PADA REMAJA KELAS X SMK AL MU'ALLIM  
KESUGIHAN PERSPEKTIF PEMIKIRAN ANTONIO GRAMSCI**

**A. Peran Media dalam Pembentukan Hegemoni *Online Shop***

Perkembangan teknologi membentuk terciptanya ideologi masyarakat teknologis dengan mengarahkan dan menyetir masyarakat secara halus sehingga mengikuti berbagai kemudahan serta kecepatan dari kemajuan teknologi layaknya penggunaan *online shop* yang banyak digunakan kalangan remaja saat ini. Hal tersebut dikatakan sebagai bentuk dari hegemoni menurut pandangan Antonio Gramsci, dikarenakan adanya proses yang melatar belakangi sehingga masyarakat terkhusus remaja, menyetujui dan mengikuti alur dari ideologi yang diberikan. *Online shop* menjalankan perannya dalam menghegemoni ideologi serta budaya remaja melalui kontrol-kontrol yang diberikan melalui media.

Media serta produk yang direkayasa dapat dinilai sebagai sarana dan alat dominan pembentukan hegemoni menurut kerangka hegemoni Antonio Gramsci. Media seperti halnya televisi, sosial media, radio, film, video, surat kabar dan lain-lain, merupakan produk dari teknologi yang diciptakan dari kebudayaan untuk mempengaruhi kebiasaan manusia itu sendiri sebagai produk budaya yang mengandung norma, gagasan, serta makna ke dalam bentuk komunikasi juga ideologi yang hegemonik. Terjadinya hegemoni yaitu dikarenakan adanya dominasi serta kepemimpinan moral,<sup>1</sup> dan media berkuasa sebagai penggerak dalam mengontrol keinginan masyarakat.

Keberhasilan media banyak memberikan sumbangsih dalam menyuplai kehidupan masyarakat menjadi lebih baik di masa pandemi, namun di sisi lain media juga membuat permasalahan dalam masyarakat menjadi lebih rumit. Masa telah

---

<sup>1</sup> Antonio Gramsci, *Prison Notebooks; Catatan-Catatan dari Penjara*, terj. Teguh Wahyu Utomo, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2013.

terhegemoni dengan kerangka budaya serta ideologi industri kapital melalui pasar modern yang menyediakan prroduk-produk kekinian seperti: *skincare*, selera *style*, aksesoris, hobi, konsumsi kesehatan, barang elektronik, dan lain sebagainya, yang menyebabkan manusia merasa membutuhkan produk tersebut untuk keberlangsungan hidupnya terlebih di masa pandemi yang membuat manusia merasa siap dan aman dari paparan virus Corona-19, serta memenuhi hobi untuk menghilangkan stress yang ditimbulkan dari peralihan kegiatan ke dalam jaringan, walaupun apabila tidak membeli dan menggunakan produk tersebut pun kehidupan masih berjalan baik-baik saja. Adapun analisis yang didapati dari proses terjadinya hegemoni *online shop* pada remaja menggunakan teori Antonio Gramsci, diantaranya:

### **1. Jejaring Sosial Sebagai Media Periklanan**

Perkembangan teknologi jejaring sosial pada setiap aspeknya sudah diakui sebagai bagian terpenting dalam setiap aktivitas kehidupan manusia. Jika ditelaah lebih lanjut, menurut Badan Pusat Statistik melaporkan, sebanyak 78,18% rumah di Indonesia telah menggunakan internet pada tahun 2020, dan terus mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 73,75%, sejalan dengan adanya pembatasan aktivitas masyarakat selama pandemi virus Covid-19. Statistik juga menunjukkan bahwa aktifitas daring yang banyak digemari di Indonesia ialah media sosial, pesan seluler dan pasar *online*.<sup>2</sup>

Kegiatan berbasis *online* menjadi sesuatu yang ramai dipergunakan oleh masyarakat tidak hanya sebagai sarana hiburan dan perantara komunikasi, tetapi juga sebagai bahan promosi. Oleh karenanya proses dari berlangsungnya hegemonisasi *online shop* dapat dilihat melalui beberapa penguasaan yang diberikan berupa pelayanan dan kualitas guna menarik perhatian masyarakat

---

<sup>2</sup> Fernando, Andira Guspa, *Tingkat Perilaku Konsumtif Online Shopping Di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*, (Socio Humanus: Jurnal Fakultas Ilmu Pendidikan dan Teknologi Universitas Negeri Padang, Vol. 3 No. 1, Januari 2021), hal. 66-75

supaya berbondong-bondong berbelanja menggunakan *online shop*. Media sosial banyak merespon berbagai pemasaran barang yang ada pada *online shop* melalui bermacam fitur terkini pada *reels* di Instagram, TikTok, snack video, dan lain sebagainya dengan berbagai konten video yang disuguhkan atas dasar menarik minat konsumen untuk mengunjungi dan membeli di sistem perbelanjaan tersebut.

Sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan *online shop* karena banyak orang yang kemungkinan besar memiliki kesibukan yang padat sehingga tidak bisa pergi keluar untuk berbelanja, apalagi pada saat pandemi COVID-19 yang tidak boleh keluar rumah karena ada PPKM dan aplikasi *online shop* sangat membantu mereka untuk dapat membeli barang dari rumah dan barang tersebut bisa diantarkan sampai ke rumah, pembayaran barang tersebut bisa dibayar secara COD (*cash on delivery*) atau transfer sehingga sangat mempermudah pembeli.<sup>3</sup>

Saya mengetahui *online shop* karena saya aktif menggunakan sosial media. Biasanya iklannya sering muncul di IG (Instagram) pas lagi liat *story* temen-temen, atau gak di TikTok banyak yang promosiin barang-barang kecantikan gitu, jadi saya tertarik buat beli lewat *online shop*.<sup>4</sup>

Seperti apa yang telah disampaikan oleh narasumber, pandemi COVID-19 serta sosial media yang termasuk didalamnya Instagram, TikTok, Facebook dan lain sebagainya selalu memunculkan iklan berupa tampilan video atau gambar sesuai dengan apa yang diminati dari pemilik akun tersebut menjadi faktor pemicu yang perlu digaris bawahi, karena sejatinya berbagai iklan yang disuguhkan didesain dan diarahkan untuk membeli produk-produk tersebut. Selama pandemi, minat masyarakat mengunjungi dan berbelanja melalui *online shop* mendorong peningkatan nilai transaksi *e-commerce*. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat terjadinya peningkatan belanja *online* sebesar 26% atau mencapai 3,1 juta transaksi selama pandemi COVID-19. Hal tersebut sejalan dengan berubahnya struktur hidup masyarakat yang sebelumnya tidak pernah mengenal berbelanja *online*, kini harus mengandalkan *platform online shop*

---

<sup>3</sup> Tri Ningsih, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

<sup>4</sup> Dafina Ahda Sabilla, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

guna memenuhi kebutuhan mereka selama pandemi berlangsung.<sup>5</sup> Berbagai bentuk dominasi tersebut disampaikan melalui berbagai sistem iklan sebagai tampilan awal (dalam pemutaran video di YouTube) atau sela dari tampilan pencarian dalam sosial media maupun *browser* juga kerap kali menggiur pengguna untuk mengunduh aplikasi jual beli *online* melalui serangkaian diskon nol rupiah dan berbagai promo menarik yang ditawarkan. Pengguna sosial media yang telah mendaftarkan diri dalam aplikasi *online shop* kerap kali mendapati berbagai iklan yang tak lain berisi mengenai produk dari barang yang sering dibeli atau masuk dalam daftar pencarian pemilik akun tersebut.

Iklan telah mendikte dan mengarahkan masyarakat pada konsumsi barang tertentu seperti pakaian, *make up*, *gadget*, makanan, *fashion*, dan penwaran lainnya, menuntun masyarakat untuk menerima dan mengikutinya. Iklan sebagai sarana yang mampu mengarahkan ide serta memebentuk nalar dan paradigma dalam masyarakat, dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat serta perhatian pemirsanya. Contoh iklan shopee di media masa membentuk nalar dan paradigma masyarakat untuk berbelanja setiap tanggal cantik seperti, 1.1, 2.2, 3.3, dan seterusnya. Segala kemudahan berbelanja yang di tawarkan telah menarik masyarakat untuk mengikuti arahan yang diberikan. Slogan iklan yang manampilkan daya tarik tersendiri, seperti “jangan lewatkan belanja di shopee *fashion show* 6.6, 3.15 hari belanja konsumen, nikmati berbagai promo menarik...” dan lain sebagainya, menjerat penonton secara halus dengan sengaja dibuat untuk kepentingan kelompok tertentu. Hegemoni *online shop* dalam pelayanannya merangkul media masa untuk mendukung sistem agar terciptanya kompetisi konsumen dalam berbelanja. Dalam ranah promosi, konten menjadi andalan dalam membentuk pengertian yang salah, hal tersebut dibuat oleh media untuk pelatihan mendominasi tanpa paksaan,

---

<sup>5</sup> <https://m.merdeka.com/uang/kemenkop-catat-transaksi-belanja-online-meningkat-26-persen-selama-pandemi.html>, diakses pada tanggal 21 Maret 2022.

sehingga para konsumen menjadi konsumtif atas dasar keinginan dirinya sendiri.

Berangkat dari buah pikir Gramsci dapat kita jadikan barometer bahwa hegemoni adalah suatu kekuasaan atau dominasi atas nilai-nilai kehidupan, norma, maupun kebudayaan sekelompok masyarakat yang pada akhirnya dapat saja berubah menjadi doktrin terhadap kelompok masyarakat lainnya yang mana kelompok yang dikuasai atau didominasi tersebut secara sadar mengikuti pihak yang mendominasi, tanpa merasakan adanya penindasan di sana. Adapun masyarakat yang dijadikan sasaran merupakan remaja remaja sebagai salah satu sasaran yang mudah tergiur dampak dari psikologis, dikarenakan kepribadian yang belum dewasa menjadi sangat mudah untuk menerima sesuatu yang bernuansa baru atau kekinian. Alat analisa hegemoni pada penelitian ini dibangun oleh pemilik pasar modern, yakni dengan menerobos masuk dalam mendoktrin cita rasa remaja, membangun kebiasaan moral para pengunjunnya, serta membangun budaya-budaya modern.

Pembangunan hegemoni ini mendapat banyak perhatian di kalangan remaja, tentunya dengan alasan modern, *lifestyle*, keamanan, ekonomis, efisien, dan sebagainya. Dari ruang inilah kemampuan kaum borjuis menyusup masuk dalam bilik-bilik kenikmatan kaum proletarian.<sup>6</sup> Pada titik tertentu hal tersebut akan disadari, namun kemampuan remaja untuk keluar dalam ruang ini hanya menjadi kamufase belaka. Karena teknologi telah berhasil mempengaruhi cara pandang remaja sebagai suatu yang wajar dan ideal dalam penyelesaian permasalahan hidup sehari-hari.

Saya tau belanja lewat *online shop* sejak adanya pandemi covid 19 dari iklan di televisi juga dari iklan-iklan yang muncul pas lagi main hp karena waktu itu semua aktivitas dilakukan melalui media sosial.<sup>7</sup>

---

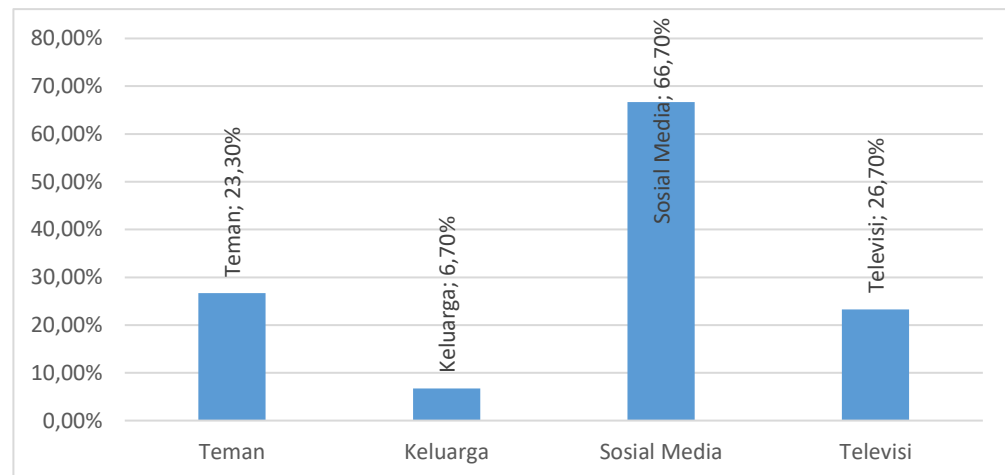
<sup>6</sup> Vibriza Zuliaswara, *Relasi Kuasa Bisnis Daring Menghadapi Hegemoni Pasar Modern di Indonesia*, (Jurnal Simularca, Vol. 2, No. 2, November 2019).

<sup>7</sup> M. Samsul Hidayat, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

Saya suka liat *live influencer* di instagram, siarannya menarik, banyak promo juga, apalagi sekarang brand ambasadornya kebanyakan artis-artis Korea.<sup>8</sup>

Dari pendapat narasumber di atas, *online shop* banyak memberikan kontribusi dalam menyuarakan aspirasi masyarakat selama pandemi dalam memasok kebutuhan sehari-hari yang sulit didapatkan. Adapun sistem promosi yang banyak ditemui kalangan muda saat ini berasal dari unggahan *story* dalam bentuk video atau gambar berupa gaya berpakaian kekinian atau semisalnya yang dibawakan selebriti atau *influencer* menjadi salah satu dari cara berpromosi yang paling laku untuk menarik minat pengguna media sosial. *Influencer* bertugas sebagai kalangan yang membangkitkan minat pada produk yang diminati konsumen yakni dengan mempromosikan dagangan atau *endorsement* juga kerap mengubah pola pikir remaja. *Brand ambassador* dari setiap produk kecantikan menyuguhkan aktor dan aktris rupawan yang berasal dari dalam atau luar Negeri juga bertujuan untuk menarik minat remaja guna menarik perhatian penggemar sehingga tergiur mengikuti apa yang dikenakan idolanya.

Berikut adalah diagram batang sebagai bentuk penyajian data dalam mengenal sistem perbelanjaan online (*online shop*):



Gambar 2. Diagram Batang Presentase Pengenalan Sistem Belanja *Online Shop*

<sup>8</sup> Adila Anis Afifah, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

Adapun presentase yang diberikan, untuk penggunaan *online shop* melalui ajakan teman sebesar 23,30%, penggunaan *online shop* melalui ajakan kerabat atau keluarga sebesar 6,70%, penggunaan *online shop* melalui iklan di media sosial sebanyak 66,70%, dan penggunaan *online shop* melalui iklan di televisi sebanyak 26,70%. Sosial media dan televisi menjadi pemicu terbesar dalam menciptakan manipulasi serta kontrol ide dalam masyarakat. Awal mulanya hegemoni yang terjadi pada penggunaan *online shop* berawal dari adanya keinginan untuk membeli produk yang menjadi kebutuhan ataupun *trend* saja, namun seiring waktu media berkontribusi dalam menampilkan citra dan membuat opini publik melalui perantara selain dari media sosial yakni didapati dari ajakan teman, keluarga, dan juga iklan pada televisi. Kesadaran aktif manusia sangat diperlukan terutama dalam hal konsumsi yang memang dilatar belakangi dari berbagai macam aspek.

Media sebagai mekanisme kelembagaan ini, menurut Gramsci adalah “tangan” bagi kelompok penguasa untuk mengidentifikasi ideologi yang dianggap dominan. Hegemoni *online shop* pada remaja terjadi melewati berbagai praktik yang dilakukan media, seperti menggunakan aktor untuk membuat konten yang menarik sehingga multimedia dapat menjadi ideologi konsumen, seperti apa yang telah dijelaskan di atas. Media sosial dalam hal ini berperan sebagai medium relasi kuasa, karena internet juga menjadi tanda atas teknologi tinggi yang mengerucut pada diferensiasi kelas sosial dan simbol sosial.

Perubahan perilaku menuju penggunaan *online shop* yang di lakukan konsumen selama pandemic Covid-19 juga merupakan persepsi terhadap manfaat yang merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik dari transaksi belanja online yang mengacu pada sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik untuk menggantikan gagasan sebelumnya. Sehingga didapati hegemoni *online shop* masuk pada tingkatan hegemoni merosot. Pada hegemoni tingkat ini, dalam masyarakat kapitalis

modern, dominasi ekonomis borjuis menghadapi tantangan berat. Dimana, ia menampakan adanya potensi diintegrasikan, dengan sifat potensial, dimaksudkan bahwa disintegrasi itu tampak dalam konflik yang tersembunyi dibawah permukaan kenyataan sosial. Itu artinya, sekalipun sistem yang ada telah mencapai kebutuhan atau sasarannya, namun mentalitas massa tidak sungguh-sungguh selaras dengan pemikiran dominan dari subjek hegemoni. Oleh karena itu, integrasi budaya maupun politik mudah runtuh, situasi seperti inilah yang disebut Gramsci sebagai Hegemoni yang merosot.<sup>9</sup>

Secara ideal, manusia tanpa media sosial mampu untuk menentukan sendiri kebutuhannya secara naluriah. Selama memiliki pemasukan dan kondisi keuangan yang cukup maka mereka mampu mencukupi kebutuhannya sesuai finansial yang dimiliki. Namun, permasalahan yang dihadapi saat ini adalah masyarakat telah terkapitalisasi oleh sistem pada beragam hal dan telah menjadi kesukarelaan atas keikutsertaan yang digambarkan melalui menjamurnya pusat perbelanjaan *online* yang berhasil menambah serta mengalihkan kebiasaan lama remaja pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan dalam berbelanja di pasar modern dan pasar tradisional dengan berbelanja menggunakan *online shop* di masa pandemi Covid-19.

## **2. *Online Shop* dalam Membentuk Perilaku Konsumtif**

Seiring dengan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat, akibat penggunaan teknologi dalam perdagangan, sistem perbelanjaan *online shop* membangun *mindset* internet sebagai medium konsumsi yang paling praktis dan ideal. *Online shop* menjadi objek ciptaan manusia yang sekaligus menjadikan manusia sebagai bagian dari sistem tersebut. Fenomena penerapan teknologi dalam berbelanja mengatur laju tingkah laku manusia untuk melaksanakan tindakan sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh perusahaan-

---

<sup>9</sup> <https://sosiologibudaya.wordpress.com/2011/04/13/hegemoni/>, diakses pada tanggal 21 Maret 2020.



perusahaan dengan media yang memungkinkan terjadinya manipulasi tingkah laku manusia.<sup>10</sup>

Perkembangan teknologi yang di salurkan terhadap sistem perbelanjaan mengarahkan dan mengontrol sikap serta tingkah laku masyarakat, mempengaruhi etika remaja dalam berbagai hal seperti etika berpakaian, etika berkomunikasi, etika sosial, etika berbelanja dan lain sebagainya. Nilai etis dari berbusana yang membawa remaja pada etika berpenampilan, menunjukkan selera fashion sebagai *life style* yang selalu ditampilkan di media sosial. Sebagai salah satu contohnya yaitu *trend* hijab yang ditampilkan melalui media sosial merupakan salah satu dari produk yang mampu mengarahkan remaja untuk mengikkuti gaya berhijab yang ditampilkan. Awal mulanya hijab merupakan tuntutan agama yang dianjurkan untuk dikenakan kaum wanita sebagai alat penutup aurat, sekarang hijab membawa gaya hidup atau *life style* tersendiri. Dalam etika berkomunikasi, kegiatan penawaran atau negosiasi menjadi berkurang dikarenakan sistem menawarkan dan mengedepankan kemudahan serta kecepatan, sehingga mengurangi pertemuan individu untuk melakukan transaksi secara tatap muka. Hegemoni *online shop* mengendalikan tindakan baik dan buruknya pengguna untuk diarahkan kearah konsumsi oleh kelompok tertentu yang dirancang guna memenuhi pasar industri kapital saat ini dengan dalih meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Akibat hegemoni *online shop* yang muncul dari perilaku manusia dapat dilihat pada saat fenomena pandemi Covid-19 terjadi. Aktivitas manusia yang terbatas, mengubah pola hidup dan kecenderungan tingkah laku manusia. Tawaran menarik dari *online shop* di satu sisi sangat memudahkan dan menguntungkan manusia dalam bertransaksi untuk keberlangsungan hidup terlebih di masa pandemi yang membuat kebanyakan remaja merasa jenuh terus berada di rumah. Media *online* yang dijadikan solusi untuk menghilangkan

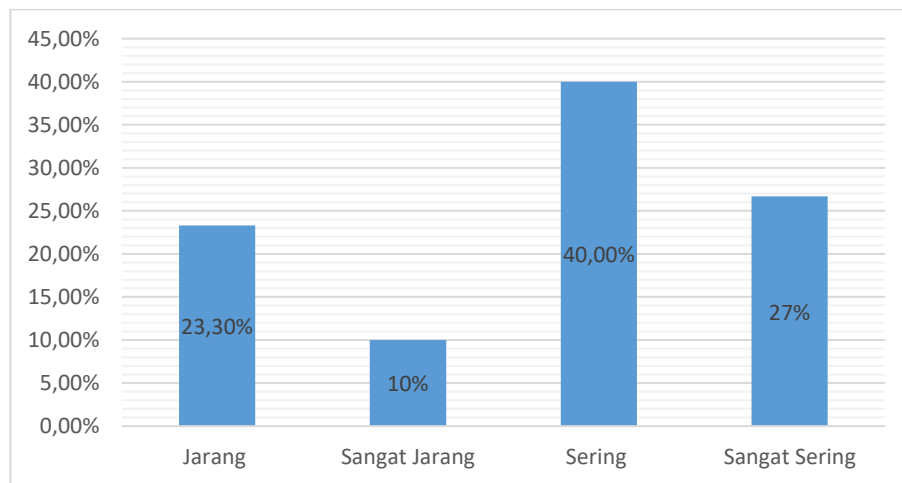
---

<sup>10</sup> Achmad Charis Zubair, *Etika Rekayasa Menurut Konsep Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997) hlm. 42.

kejenuhan serta memenuhi hobi untuk menghilangkan stress yang ditimbulkan dari peralihan kegiatan ke dalam jaringan, tidak jarang membuat pelaku menjadi pribadi yang konsumtif.

Budaya konsumtif sendiri tidak hanya terbatas pada perilaku boros terhadap uang, tetapi penggunaan waktu, dan energi yang berlebihan pun termasuk kedalamnya. Biasanya remaja cenderung konsumtif karena dalam masa pencarian jati diri, mereka menuangkan kejenuhannya dengan berbelanja untuk memenuhi tuntutan pergaulan. Dimasa pandemi manusia menjadikan persuasi hedonis dalam berselancar pada media sosial sebagai bentuk kewajaran sehingga menimbulkan budaya konsumtif pada masyarakat. Saat ini sikap budaya konsumtif telah dijadikan sebagai alasan dan juga landasan dalam masyarakat, yang mana dibangun atas upaya manusia senantiasa mengutamakan keinginan atas kebutuhan, sehingga terciptanya penurunan terhadap standar prioritas dalam berbelanja.

Berikut merupakan diagram batang sebagai bentuk penyajian data dalam tingkatan seberapa sering remaja kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan melakukan kegiatan transaksi berbelanja menggunakan *online shop* selama pandemi Covid-19:



Gambar 4. Diagram Batang Presentase Berbelanja Remaja Kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Menggunakan *Online Shop* Selama Pandemi

Adapun presentase yang diberikan pada tingkat konsumsi berbelanja remaja kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan menggunakan *online shop* pada masa pandemi Covid-19 berlangsung yakni; untuk berbelanja menggunakan *online shop* dengan presentase jarang sebesar 23,30%, untuk berbelanja menggunakan *online shop* semasa pandemi dengan ketentuan sangat jarang sebesar 10%, untuk berbelanja menggunakan *online shop* semasa pandemi Covid-19 dengan ketentuan sering sebesar 40% dan untuk berbelanja menggunakan *online shop* selama pandemi Covid-19 kategori sangat sering sebesar 27%. Dari data yang dihasilkan menunjukkan adanya tingkatan konsumsi yang terjadi secara berulang terhadap remaja kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap mengingat presentase sangat sering menjadi kategori tertinggi kedua setelah kategori sering. Adapun data diatas dilengkapi dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan narasumber yang akan dipaparkan di bawah sebagai sumber informasi data pada penelitian ini.

Sikap konsumtif merupakan sebuah pemahaman di mana seseorang atau kelompok mempersepsikan dan melakukan tindakan konsumsi berlebih dengan mengenakan barang-barang produksi, secara sadar dan berkelanjutan. Apabila seseorang telah menganggap perilaku konsumtif sebagai gaya hidup, maka dapat dikatakan bahwa mereka telah mengadopsi budaya konsumtif, dikarenakan gaya hidup yakni kecenderungan yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menghabiskan waktu, materi dan energi mereka sebagai bentuk pencerminan diri dan kesenangan hidup. Kepribadian merupakan faktor utama yang telah menggambarkan konsumen kedalam hal perspektif internal, dengan menunjukkan karakteristik keadaan pikiran, emosi dan persepsi mengenai sesuatu. Gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang dapat mempengaruhi perilaku berbelanja serta mengubah penampilannya dengan menyebutnya sebagai *lifestyle*.

Seseorang dapat disebut konsumtif jika secara sadar melakukan atau terlibat dalam setiap proses konsumsi dan mengenakan barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhannya tanpa paksaan dan

terus berulang.<sup>11</sup> Sikap konsumtif biasanya dilakukan seseorang untuk memperoleh sebuah identitas atau pengakuan jati diri di masyarakat. Ketika budaya konsumtif telah menjadi kebiasaan hidup, maka dapat menyebabkan tidak pernah terpuaskannya seseorang dengan apa yang telah dikonsumsi dan menyulitkannya dalam menentukan antara kebutuhan sebagai prioritas yang harus dipenuhi dengan keinginan belaka. Dapat dikatakan bahwa, apabila seseorang menghabiskan banyak waktu dan materi untuk segala sesuatu yang tidak perlu, berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan, maka gaya hidup seperti ini tergolong sebagai perilaku konsumtif.<sup>12</sup>

Karakteristik dari perilaku dapat dikatakan konsumtif berdasarkan pendapat Sumartono<sup>13</sup> di antaranya:

- a. Pembelian yang dilakukan hanya berdasarkan iming-iming hadiah yang ditawarkan, bukan dikarenakan aspek kebutuhan dan manfaat dari barang yang dibeli. Pada kasus remaja, kebutuhan yang dipenuhi yakni untuk mencapai kepuasan semata dikarenakan diskon atau promo pada iklan yang ditampilkan.
- b. Pembelian yang dilakukan bukan atas dasar manfaat melainkan adanya keinginan mengkonsumsi secara berlebih. Hal tersebut menimbulkan pemborosan terutama pada remaja yang belum memiliki pendapatan dengan mengkonsumsi barang dengan nilai harga lebih besar dari nilai produk itu sendiri.
- c. Pembelian sebagai dasar dari usaha untuk memperoleh pangakuan sosial. Pada usia remaja perilaku konsumtif memungkinkan sebagai bentuk dari peralihan dalam menemukan identitas diri, diantaranya

---

<sup>11</sup> Noor Fatmawati, *gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shop*, (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial, 1 Juni 2020), vol. 29,

<sup>12</sup> Albertina Sandy Zebua dan Rostiana D Nurdjayanti, *Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*, (Jurnal Phronesis, 2001), 74

<sup>13</sup> Fransisca & Suyasa, *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*, (Jurnal Phronesis, 2005), hlm. 178-179.

dengan mengikuti mode untuk menunjang penampilan menyesuaikan dengan apa yang sedang populer.

- d. Pembelian yang dilakukan secara impulsif dan tidak rasional, yakni pembelian yang dilakukan tanpa adanya rancangan hanya berdasarkan sugesti untuk membeli dan dilakukan karena adanya motif emosional. Kondisi mental remaja yang tergolong menggebu-gebu berkaitan dengan perasaan dalam menentukan keputusan, menjadikan apapun yang didalamnya terdapat rasa cinta, status sosial, kenyamanan, kepraktisan dan kebanggaan menjadi suatu keharusan untuk dimiliki.

Berdasarkan apa yang telah dikemukakan di atas, perilaku konsumtif yang dimaksud lebih kepada sikap atau keinginan seseorang dalam melakukan pembelian dengan tidak berlandaskan pada kebutuhan. Sikap konsumtif cenderung menimbulkan rasa cemas karena harus selalu mengikuti setiap perkembangan dan kekacauan dalam mengatur keuangan akibat pembelian yang membutuhkan pengeluaran lebih besar.

Saya pernah bertemu dengan teman yang memakai pakaian *brand* luar negeri, karena terlihat bagus dan *elegant*, saya tertarik untuk membelinya di salah satunya aplikasi *online shop* karena disana banyak sekali dijual barang-barang dari *brand* luar maupun *brand* lokal.<sup>14</sup>

Saya belanja di *online shop* paling sering beli *make up*, pakaian dan aksesoris, karena kalo beli di *online shop* lebih murah dan *up to date* tentang keluaran yang terbaru.<sup>15</sup>

Saya kalo pas bosan ketika masa pandemi memilih buka aplikasi *online shop* main game, mengumpulkan koin buat beli barang elektronik atau suku cadang mobil.<sup>16</sup>

Dari penjelasan narasumber di atas gaya hidup konsumtif yang ditemui pada remaja akibat pemakaian *online shop* yakni tidak mau ketinggalan zaman

---

<sup>14</sup> Siti Patma, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

<sup>15</sup> Serli Lestari, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

<sup>16</sup> Adi Purwanto, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

dengan selalu mengikuti *style* kekinian seolah bersaing untuk mendapatkan citra diri yang lebih baik. Selain itu selama pandemi, remaja cenderung menghabiskan waktu untuk melihat barang keluaran terbaru baik dari internet ataupun *online shop* untuk menghindari kejenuhan serta memenuhi kepuasan tersendiri. Remaja cenderung memilih mode berpakaian, *make up*, aksesoris, barang elektronik, serta segala hal yang sering muncul melalui siaran media *online*, ataupun iklan di dunia maya.

Persaingan dalam konsumsi barang kekinian pada alat komunikasi seperti android canggih dan berpenampilan, juga kerap kali membuat mereka yang tidak mengikuti perkembangan tersebut sering dianggap sebagai orang jadul dan cupu dengan maksud meremehkan. Oleh karenanya banyak remaja yang berlomba menunjukkan identitas diri dalam bentuk penampilan mengikuti perkembangan mode terkini. Sebagai jalan pintas mereka lebih sering belanja di *online shop*, ketimbang di mall atau dipasar tradisional, selain untuk mematuhi protokol peraturan pemerintah, juga lebih praktis dan tidak mengeluarkan banyak tenaga dikarenakan adanya diskon besar serta harga yang lebih terjangkau.

Situasi masyarakat di Indonesia sendiri pada saat ini berada dalam kebijakan pembangunan nasional berorientasi pada pasar bebas. Alhasil berimbas terhadap produk-produk impor yang bertebaran sebagai konsumsi nyata yang tersedia pada *online shop* sehingga terjangkitnya budaya konsumtif sangat memungkinkan terjadi pada kalangan remaja, seperti berbagai produk barang elektronik canggih yang multifungsi, serta kemudahan dalam pembelian yang membuat pemakainya merasa nyaman, menjadikan beragam produk yang tadinya adalah kebutuhan yang kurang penting menjadi kebutuhan utama (primer). Situasi tersebut menjadi sebab terciptanya kondisi kurang kritis pada masyarakat oleh karena kehidupan beserta kebutuhannya yang dicukupi melalui beragam perangkat teknologi terkini.

Masyarakat dibuat secara terus menerus berada di bawah sugesti bahwa dengan mengkonsumsi barang tertentu seperti pakaian cantik, *make up* mewah,

seolah-olah telah mengatasi permasalahan hidupnya. Berbagai penawaran yang didapati dalam kecanggihan teknologi, dalam situasi ini memang perlu dicermati karena bersifat ambivalen, di satu sisi dibutuhkan dan memang perlu, di sisi lain produk tersebut menjadi semacam idola, trend *gaya hidup*, bahkan identitas pada manusia itu sendiri, sehingga tercipta situasi membingungkan yang tidak terhindarkan. Gaya hidup merupakan cara seseorang menghabiskan waktu dan uangnya untuk mengaktualisasikan dirinya.

Saya buka aplikasi *online shop* pas lagi senggang saja, buat liat barang-barang terbaru seperti baju walaupun kadang gak beli, biasanya bisa sampe lebih dari satu jam karena gak kerasa.<sup>17</sup>

Belanja pakai *online shop* sangat murah dan cepat tanpa harus keluar rumah yang barangnya mahal, saya suka belanja di *online shop* ya karena kalau semisal barang yang kita inginkan tidak ada di toko sekeliling kita bisa langsung dapat pas cari lewat *online shop*, tokonya banyak jadi bisa pindah-pindah toko liat barangnya.<sup>18</sup>

Sejauh ini saya merasa tidak ada kerugian berbelanja menggunakan *online shop* soalnya banyak diskon, banyak *voucer* yang disediakan juga jadi bisa mengurangi biaya ongkir yang ditanggungkan, tapi untuk dapat menggunakan *voucer*, diskon dan *cash back* kita harus belanja melebihi batas harga yang di tentukan, jadi harus beli banyak.<sup>19</sup>

Dari apa yang diucapkan informan, didapati data bahwa dengan keberadaan *online shop* berbagai kemudahan serta kenyamanan yang diberikan oleh *online shop* menjadikan penggunanya cenderung konsumtif. Informan juga menyatakan selain pada saat terdapat *event* promo bulanan, tidak terdapat waktu yang khusus untuk membuka aplikasi berbelanja *online*, mereka cenderung menilik aplikasi *online shop* untuk mengisi waktu luang dengan mencari barang-barang terbaru yang ada di *online shop*, selain itu berbagai iklan pada sosial media yang disesuaikan dengan apa yang menjadi prioritas

---

<sup>17</sup> Khuswatun Hasanah, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

<sup>18</sup> Dea Noviana, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

<sup>19</sup> Fadzlina Nurul Aqilah, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.

pada laman pencarian membuat mereka semakin tertarik untuk berbelanja *online*. Daya tarik lainnya yang membuat remaja gemar berbelanja di *online shop* karena ketersediaan barang yang beragam dan unik, saat mereka tidak menjumpai barang yang mereka inginkan di toko A, mereka dapat langsung berpindah dari satu toko ke toko yang lain.

Pengaruh dari kemajuan dan perkembangan *online shop* semakin ketara, sikap gemar belanja yang didapati remaja kelas XSMK Al Mu'allim Kesugihan yaitu karena adanya sistem pemasaran pada *online shop* seperti promo gratis ongkir, sistem *cash back*, dan berbagai diskon bersyarat yang diberikan cenderung membuat kalangan remaja menjadi konsumtif dalam pengeluaran dan pembelian barang yang tidak dibutuhkan. Penulis juga mendapati beberapa dari informan yang tidak tertarik berbelanja menggunakan *online shop*.

Saya tidak tertarik belanja menggunakan *online shop*, saya lebih suka membeli barang secara langsung dipasar atau toko, wujud barangnya jelas bisa liat langsung baik tidaknya kualitas barang.<sup>20</sup>

Kalau saya tidak pernah belanja pakai *online shop* karena ribet mba, saya juga tidak punya aplikasinya biar gak boros seperti teman-teman lain yang suka berbelanja pakai *online shop*, lebih suka yang mudah-mudah aja langsung beli ke toko.<sup>21</sup>

Informan diatas berpendapat bahwa mereka tidak berminat untuk berbelanja menggunakan *online shop* didasarkan kepada perilaku konsumtif yang kerap didapati pada setiap pengguna *online shop*. Informan tidak tergiur terhadap segala aspek yang disediakan seperti kemudahan dalam bertransaksi, adanya potongan harga, serta promosi apapun yang diberikan *online shop*. Informan menyatakan bahwa berbelanja di *online shop* hanya akan membentuk perilaku konsumtif. Menurut pandangan informan berbelanja secara langsung

---

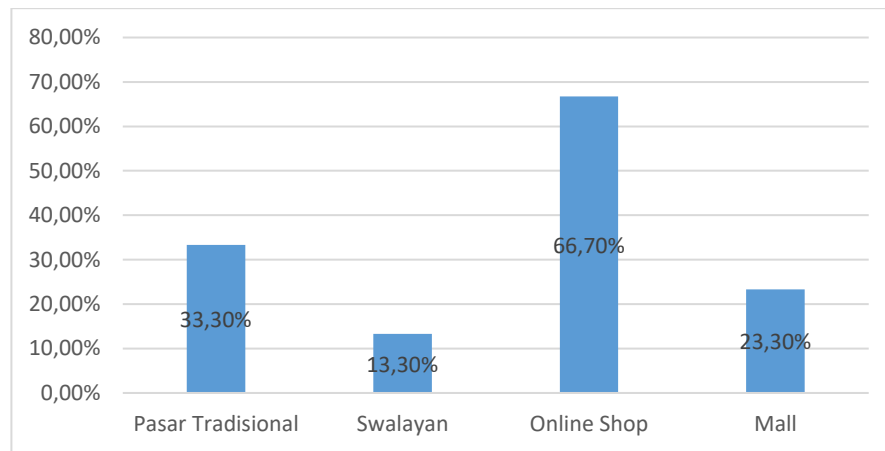
<sup>20</sup> Mawatikhurrahmah, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.

<sup>21</sup> Adi Purwanto, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.



menjadi sebuah kegiatan yang menyenangkan dan lebih positif. Adanya *online shop* membuat konsumen malas untuk keluar rumah dan cenderung lebih sering berbelanja secara *online* sehingga terbentuklah perilaku konsumtif dalam diri konsumen.

Berikut diagram batang yang menunjukkan ketertarikan subjek dalam melakukan transaksi belanja terhadap beberapa jenis pusat perbelanjaan:



Gambar 5. Diagram Batang Presentase Ketertarikan Subjek Terhadap Beberapa Jenis Subjek Perbelanjaan

Gambar diagram batang diatas menyajikan data presentase dari beberapa jenis pusat perbelanjaan yang menjadi proses berlangsungnya kegiatan berbelanja, untuk pasar tradisional didapati presentase sebanyak 33,30%, swalayan didapati presentase sebesar 13,30%, online shop didapati presentase sebanyak 66,70%, dan dari pusat perbelanjaan Mall didapati presentase sebesar 23,30%.

Dalam imbas globalisasi dari pengintegrasian semua aspek pada manusia, baik pada bidang ekonomi dan sosial, *online shop* telah menimbulkan keresahan berdasarkan sepak terjang kapitalisme. Kapitalisme merambah dalam masyarakat terutama pada remaja menggunakan berbagai strategi pemasaran terhadap segala produk-produk yang dijual pada *online shop* demi mendapatkan banyak keuntungan yang kemudian dijadikan modal. Satu hal

yang sangat terlihat sebagai wujud kapitalisme yakni apabila dipandang berdasarkan strategi, *online shop* sanggup menggeser pemikiran para remaja khususnya pelajar SMK Al Mu'allim Keesugihan untuk beralih berbelanja dari pasar konvensional ke dalam lingkup pasar digital melalui *online shop*. Apabila dipandang berdasarkan segi pemenuhan kebutuhan, pergeseran-pergeseran yang telah terjadi merupakan sebuah strategi yang dapat membuat konsumen membeli barang-barang secara berkala atau terus menerus sampai pada tahap ketergantungan berbelanja di pusat perbelanjaan *online*.

Melalui kemudahan berbelanja *online*, hal yang bisa terjadi yakni *lifestyle* yang dipengaruhi, mulai berdasarkan *fashion, fun* (kesenangan), *food* (makanan), dan sebagainya seolah-olah menjadi sesuatu yang mempunyai kewenangan untuk menciptakan tolak ukur pada remaja. Perusahaan-perusahaan *e-commerce* yang di dalamnya terdapat banyak toko *online* telah menjustifikasi mana yang terkini dan mana yang konservatif. Disitulah terjadi intervensi budaya yang dikemas pada pola *lifestyle* yang terjadi dalam kebudayaan dalam bentuk kebutuhan palsu.

Kebutuhan palsu yang dimaksud penulis yakni suatu keperluan atau kebutuhan yang telah dimanipulasikan oleh sistem kapitalisme melalui propaganda iklan dan media masa, yang dibebankan oleh aneka kepentingan sosial tertentu kepada semua individu dengan maksud menindas dan mengambil banyak keuntungan pada mereka. Kebutuhan palsu tentu menjadi sesuatu yang tidak sulit untuk kita temui, dikarenakan telah lama ada dalam berbagai realitas kehidupan nyata. Propaganda kebutuhan palsu, dilakukan dengan menggunakan beragam promosi, pameran, dan iklan tentang merek dagang, pusat perbelanjaan, mode busana, kendaraan bermotor dan peralatan rumah tangga hingga berbagai keberagaman lainnya. Kebutuhan palsu ditanamkan dalam kesadaran manusia sehingga masyarakat kontemporer, remaja pada umumnya terjebak dalam ketidak kritisian dan cenderung tidak melakukan penolakan.

*Online shop* menawarkan pada masyarakat industri maju dalam bentuk produk-produk dengan logika, keramah tamahan, kesenangan, dan kemewahan, untuk melengkapi bangunan teknologi sebagai sesuatu yang telah melekat pada perjalanan hidup manusia. Situasi yang tak tampak inilah yang dikembangkan di wilayah ekonomi, terutama sebagai upaya distribusi produk-produk dari produsen ke konsumen di seluruh negara (terutama negara berkembang). Remaja sebagai salah satu sasaran utama yang mudah tergiur dampak dari gangguan psikologis, dikarenakan kepribadian yang belum dewasa menjadi sangat mudah untuk menerima sesuatu yang bernuansa baru atau kekinian. Visi hegemoni Gramsci menekankan bentuk ekspresi, metode aplikasi, mekanisme orang dieksekusi untuk perlindungan dan diperluas ke bagian tunduk pada korbannya, sehingga pada akhirnya membentuk pola pikir.

Perilaku konsumtif yang di sebabkan oleh hegemoni *online shop* pada remaja pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan selama terjadinya pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni faktor internal berupa emosional yang lebih dipentingkan daripada rasio dan faktor eksternal dikarenakan terpengaruh oleh lingkungan yang bisa didapat dari teman, keluarga ataupun sosial media. Kondisi ekonomi juga berpengaruh terhadap tingkat konsumtifitas remaja, bagi mereka yang berasal dari keluarga tingkat menengah ke atas, cenderung mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, untuk memenuhi status sosial, *fashion*, dan kenyamanan daripada pertimbangan ekonomi. Sedangkan remaja yang berasal dari keluarga menengah ke bawah cenderung mengalihkan dan memilih untuk menghindari agar tidak timbul upaya ketertarikan pada sistem perbelanjaan *online shop*. Hal tersebut membuat remaja semakin menerima teknologi dalam bidang jual beli *online* sebagai hal yang wajar dan ideal untuk diterima. Tapi setidaknya, teknologi memiliki peran penting dalam membantu memenuhi kebutuhan serta laju perekonomian ditengah pandemi Covid-19 yang terjadi menimpa masyarakat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan berbagai data analisis yang diperoleh penulis di lapangan, maka dapat disimpulkan mengenai beberapa hal yang menjadi fokus pada penelitian ini tentang hegemoni *online shop* dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja perspektif pemikiran Antonio Gramsci studi kasus pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan. Penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Proses berlangsungnya hegemoni *online shop* pada remaja (pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan) terjadi dikarenakan adanya motif diantaranya: terpengaruh oleh lingkungan; diskon dan harga yang lebih murah dari harga pasaran di mall, swalayan, atau pasar tradisional; lebih mudah; praktis dan menghemat waktu; serta kelengkapan barang yang disediakan. Proses transaksi jual beli *online shop* juga memiliki keunggulan, diantaranya: mudah digunakan, efisiensi waktu, ekonomis, serta lengkap dan beragam dan berimplikasi positif dalam memberikan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan selama pandemi Covid-19 berlangsung.
2. Hasil analisis hegemoni *online shop* pada remaja menggunakan teori Antonio Gramsci menghasilkan: *pertama*, jejaring sosial sebagai media periklanan; Media seperti halnya televisi, sosial media, radio, film, video, surat kabar dan lain-lain, merupakan produk dari teknologi yang diciptakan sebagai sarana dan alat dominan dalam pembentukan hegemoni *online shop* menurut kerangka hegemoni Antonio Gramsci. Media berkuasa sebagai penggerak dalam mengontrol, menyetir, dan mendikte cita rasa masyarakat, membangun kebiasaan para pengunjunnya, serta membangun budaya-budaya modern melalui media yang ditayangkan pada iklan. Promosi berupa iklan yang didapati dari jejaring sosial sengaja dibuat untuk menimbulkan keinginan mengkonsumsi produk yang ditawarkan melalui *online shop*. *Kedua*, *online shop* dalam membentuk perilaku konsumtif; hegemoni *online shop* yang membawa nuansa modern, *lifestyle*, kenyamanan, murah, hemat, dan

lain sebagainya, berimplikasi terhadap etika berbelanja remaja dengan membentuk sikap dan perilaku konsumsi secara terus menerus ditandai dengan peningkatan pemesanan dari *online shop* yang semakin melunjak menandakan adanya kecenderungan lebih konsumtif dalam berbelanja semasa pandemi Covid-19 berlangsung. Perilaku konsumtif yang disebabkan oleh hegemoni *online shop* pada remaja pelajar kelas X SMK Al Mu'allim Kesugihan selama terjadinya pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni faktor internal berupa emosional yang lebih dipentingkan daripada rasio dan faktor eksternal dikarenakan terpengaruh oleh lingkungan yang bisa didapat dari teman, keluarga ataupun sosial media. Kondisi ekonomi juga berpengaruh terhadap tingkat konsumtifitas yang terjadi. Namun setidaknya, teknologi memiliki peran penting dalam membantu memenuhi kebutuhan serta laju perekonomian ditengah pandemi Covid-19 yang terjadi menimpa masyarakat.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah penulis berikan, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti, diantaranya:

- a. Saran dari penulis, bagi kalangan remaja khususnya pelajar SMK Al Mu'allim Kesugihan Cilacap, serta bagi generasi millennial yang hidup di masa sekarang, Untuk lebih cerdas menggunakan media sosial, menyaring informasi yang paling positif untuk diri sendiri, agar tidak mudah terombang-ambing oleh iklan yang sengaja dirancang untuk meningkatkan konsumsi seseorang.
- b. Bagi kalangan masyarakat dengan berkembangnya teknologi yang telah melahirkan banyak kemudahan sebaiknya lebih berhati-hati dalam memilih kebutuhan yang sebatas keinginan, supaya tidak menjadi pribadi yang konsumtif dan selalu terjebak arus kemajuan, untuk lebih meningkatkan sikap dewasa sebagai individu dalam artian anak muda khususnya remaja di masa depan dapat membeli sesuatu berdasarkan nilai pakainya, bukan nilai gengsi, atau dengan kata lain dapat melihat dan menerima lebih banyak efek positif dan negatif. Serta ampu melindungi diri agar tidak terjerumus ke dalam hegemoni

*online shop*, berpendirian dan tidak mudah tergoda meski lingkungan dan jejaring sosial tidak dapat dihindarkan.

- c. Sangat diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai tema yang peneliti bahas, yakni terkait hegemoni *online shop* dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja. Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna serta dapat dijadikan sebagai *referensi* atau bahan rujukan bagi kalangan muda yang hendak melakukan penelitian lebih lanjut pada khalayak dan sasaran lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fernando, Andira Guspa. 2021. *Tingkat Perilaku Konsumtif Online Shopping Di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Socio Humanus: Jurnal Fakultas Ilmu Pendidikan Dan Teknologi Universitas Negeri Padang, Vol. 3 No. 1.
- Marcuse, Herbert. 1991. *One Dimensional Man*. Studies in The Ideology of Advanced Industrial Society Boston: Beacon Press hal. 5.
- Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf. 2012. *1 Jam Membuat Toko Online dengan Jumlah Virtuemarket*, Yogyakarta: Expert.
- Herbert Marcuse. 2016. *Manusia Satu Dimensi*, Yogyakarta: Narasi.
- Qurrata Ayun, Primada, dkk. 2014 *Cyberspace dan Culture* Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Ma'ruf, Zahrul Alwatoni. 2018. *Hegemoni E-Commerce (Studi Deskriptif tentang Perubahan Perilaku Berbelanja pada Masyarakat Perkotaan)*, Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Universitas Airlangga.
- Sumadi Suryabrata. 1998. *Metodologi Penelitian* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kartini, Kartono. 1990. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Mandar Maju Bandung.
- Saifudin, Azwar. 2007. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Pustaka Pe lajar.
- Lexi, Moeloeng. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Amirudin, ZaenalAsikin. 2003. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research 2*, Yogyakarta: ANDI.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, cet. Ke-19, Bandung CV. Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- K. J. Holsti. 1985. *The Dividing Discipline: Hegemony and Diversity in International Theory*.

- Patria, Andi Arief dan Nezar. 2015. *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ross Hassing. 1994. *Mexico and the Spanish Conquest*.
- Arief, Nezar Patria dan Andi, *Antonio Gramsci Negara & Hegemoni*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Siswati, Endah. 2017. *Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci*, Jurnal Translitera, Universitas Islam Blitar, edisi 5.
- Patria, Nezar & Arief, Andi. 2015. *Antonio Gramsci, Negara dan Hegemoni*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Muhadi Sugiono. 2006. *Kritik Antonio Gramsci Terhadap Pembangunan Dunia Ketiga*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Gramsci, Antonio. 2013. *Catatan-Catatan dari Penjara*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Strange, Susan. 1971. *The Politics Of International Currencies*, World Politics.
- Roger Simon. 2004. *Gagasan-gagasan Politik Gramsci*, Yogyakarta: Insist bekerja sama dengan Pustaka Pelajar.
- Kurnia Ningsih, Ratna, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.
- Andri Setiawan, Rizki, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.
- Suwiknyo, Dwi. 2009. *BOS (Bisnis Online Syariah)*, Yogyakarta: Trust Media.
- Fernando, Andira Guspa. 2021. *Tingkat Perilaku Konsumtif Online Shopping Di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*, Socio Humanus: Jurnal Fakultas Ilmu Pendidikan Dan Teknologi Universitas Negeri Padang, Vol. 3 No. 1.
- Tri Ningsih, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022
- Dafina Ahda Sabilla, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022
- M. Samsul Hidayat, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022
- Adila Anis Afifah, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022
- Noor Fatmawati. 2020. *Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*, Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial. vol. 29.



Albertina Sandy Zebua dan Rostiana D Nurdjayanti. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*, Jurnal Phronesis.

Siti Patma, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

Serli Lestari, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

Adi Purwanto, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022

Sarlito Sarwono. 2002. *Psikologi Sosial Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.

Abdul Halim B. & Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Khuswatun Hasanah, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

Dea Noviana, wawancara oleh penulis, 27 Februari 2022.

Fadzlina Nurul Aqilah, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.

Mawatikhurrahmah, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.

Adi Purwanto, wawancara oleh penulis, 27 November 2022.

[kbbi.kemendigbud.go.id/entri/kamus](http://kbbi.kemendigbud.go.id/entri/kamus), diakses pada tanggal 17 Februari 2022.

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Antonio\\_Gramsci](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Antonio_Gramsci), Wikipedia Bahasa Indonesia, di akses pada 15 April 2022.

<https://m.merdeka.com/uang/kemenkop-catat-transaksi-belanja-online-meningkat-26-persen-selama-pandemi.html>, diakses pada tanggal 21 Maret 2022.

<https://sosiologibudaya.wordpress.com/2011/04/13/hegemoni/>, diakses pada tanggal 21 Maret 2020.

## LAMPIRAN

### A. Foto Dan Dokumentasi Penelitian



Gambar 5.1. Foto dokumentasi SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap dan Pondok Pesantren Al Fiel



Gambar 5. 2. Dokumentasi wawancara dengan kepala sekolah SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap



Gambar 5. 3. Foto dokumentasi masjid SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap



Gambar 5. 4. Foto dokumentasi kegiatan praktik belajar SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap



Gambar 5. 5. Foto dokumentasi kegiatan ekstra kulikuler SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap



Gambar 5. 6. Foto dokumentasi kegiatan bahsul masail atau ngaji kitab di SMK Al Mu'allim Kesugihan Kabupaten Cilacap

## DAFTAR PERTANYAAN

1. Apa yang anda ketahui mengenai *online shop*?
2. Darimana anda mengetahui dan mengenal sistem perbelanjaan *online shop*?
3. Kapan anda mulai mengenal dan berbelanja pada situs perbelanjaan *online shop*?
4. Seberapa sering anda berbelanja menggunakan jejaring situs *online shop* selama pandemi Covid-19 berlangsung?
  - a. Sangat jarang
  - b. jarang
  - c. sering
  - d. sangat sering

Berikan alasannya!

5. Seberapa lama kurun waktu anda membuka aplikasi sistem perbelanjaan online shop?
  - a. kurang dari 30 menit
  - b. lebih dari 30 menit
  - c. kurang dari satu jam
  - d. lebih dari satu jam

Berikan alasannya!

6. Hal apa yang membuat anda tertarik berbelanja menggunakan situs perbelanjaan *online shop*?
7. Aplikasi *online shop* apa saja yang anda punya dan sering anda gunakan?
  - a. Shopee
  - b. Lazada
  - c. Tokopedia
  - d. Bukalapak
  - e. Jd.id
  - f. Blibli.com
  - g. Lainnya...

Berikan alasannya!

8. Apa saja yang sering anda beli pada situs jejaring *online shop*?

- a. Pakaian, sepatu, tas
- b. Aksesoris, *make up*
- c. Barang elektronik
- d. Peralatan rumah
- e. Bahan makanan
- f. Lainnya...

Berikan alasannya!

9. Brand barang mana yang lebih anda minati dalam berbelanja di *online shop*?

- a. Barang *brand* lokal
- b. Barang *brand* luar negeri

Berikan alasannya!

10. Apa keuntungan yang anda dapatkan dari berbelanja menggunakan situs jejaring *online shop*?

11. Apa kerugian atau dampak negatif yang kerap anda dapati saat berbelanja menggunakan situs jejaring *online shop*?

12. Bagaimana kesan anda terhadap situs perbelanjaan *online shop*?

13. Berikan tanggapan anda mengenai seberapa maju sistem perbelanjaan *online shop* di Indonesia?

14. Mana yang lebih anda sukai dari pusat perbelanjaan di bawah ini?

- a. Pasar tradisional
- b. Swalayan
- c. Mall
- d. Online shop

Berikan alasannya!

15. Seberapa besar pengaruh yang anda dapatkan dari sistem perbelanjaan *online shop* terhadap hidup anda?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Berliana Nurfatikhah

TTL : Purbalingga, 04 Desember 1998

Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora (Aqidah dan Filsafat Islam) UIN  
Walisongo Semarang

Alamat : Jl. Lanud Wirasaba Rt. 001/ RW. 001, Desa Kembangan Kec. Bukateja  
Kab. Purbalingga

### B. Riwayat Pendidikan

#### 1. Formal :

SD N 01 Wirasaba Kec. Bukateja Kab. Purbalingga Jawa Tengah

SMP N 01 Purwareja Klampok Kab. Banjarnegara Jawa Tengah

Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1 Ngawi Jawa Timur

UIN Walisongo Semarang Jawa Tengah

#### 2. Informal :

Ma'had Al Jamiah Walisongo Semarang Jawa Tengah

Bhakti Wikrama *English Course* Pare Jawa Timur