

**KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN
MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYAH SEMARANG
(PERSPEKTIF *CULTURAL STUDIES*)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
dalam Ilmu Ushuluddin
Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam

Oleh:

ZIDNA RAHMATIKA

NIM: 1904016065

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

2023

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zidna Rahmatika
NIM : 1904016065
Jurusan : Aqidah dan Filsafat Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora
Judul Skripsi : Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren
Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang (Perspektif *Cultural Studies*)

Dengan penuh tanggungjawab peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berupa isi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 20 maret 2023

Peneliti



Zidna Rahmatika

1904016065

**KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN
MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYAH SEMARANG
(PERSPEKTIF *CULTURAL STUDIES*)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
dalam Ilmu Ushuluddin
Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam

Oleh:

ZIDNA RAHMATIKA

NIM: 1904016065

Semarang 20 Maret 2023

Disetujui Oleh

Pembimbing I

Dr. Zainul Adzfar, M.Ag
NIP .197308262002121002

Pembimbing II

Dr. Ahmad Tajuddin Arafat M.S.I
NIP. 198607072019031012

NOTA PEMBIMBING

Kepada:
Yth. Dekan fakultas ushuluddin
Uin walisongo semarang
Di semarang

Assalamualiakum wr.wb

Setelah kami mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

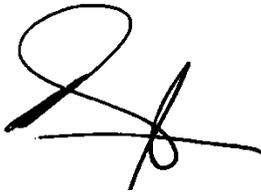
Nama	:	Zidna Rahmatika
NIM	:	1904016065
Program	:	S1 Ilmu Filsafat
Jurusan	:	Aqidah dan Filsafat Islam
Judul Skripsi	:	Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang (Perspektif <i>Cultural Studies</i>)

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Semarang, 20 maret 2023

Pembimbing I



Dr. Zainul Adzfar, M.Ag
NIP .197308262002121002

Pembimbing II



Dr. Ahmad Tajuddin Arafat M.S.I
NIP. 198607072019031012

PENGESAHAN

Skripsi saudara Zidna Rahmatika dengan NIM: 1904016065 telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal: **14 Juni 2023**

Dan diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora.



Pembimbing I


Dr. Zainul Adzfar, M.Ag
(NIP: 197308262002121002)

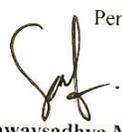
Pembimbing II


Dr. H. Tajudin Arafat, M.S.I
(NIP: 198607072019031012)

Penguji I


Badrul Munir Chair, M.Phil
(NIP: 199010012018011001)

Penguji II


Wawaysadhya M.Phil
(NIP: 198704272019032013)

Sekretaris Sidang


Tsuwaibah, M.Ag
(NIP: 1972071220060422001)

MOTTO

يَبْنِيءَادَمُ خذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۝

“Hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi arab latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158 tahun 1987 dan nomor: 0543b/ U/1987. Secara garis besar urutanya sebagai berikut:

1. Konsonan

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	Es(dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	De(dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik(di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang dilambangkan berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
---َ---	Fathah	A	A
---ِ---	Kasrah	I	I
---ُ---	Dhamah	U	U

b. Vokal rangkap Vokal rangkap bahasa Arab yang dilambangkan berupa gabungan antara harakat dan huruf. Transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Haruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ـَـي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
ـَـو	Fathah dan wau	Au	A dan u

c. Vokal Panjang (Maddah) Vokal panjang atau Maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ي	Fathah dan ya	Ā	A dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و	Dhammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

3. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- Ta marbutah hidup Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah (t)
- Ta marbutah mati Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h)
- Kalau 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 ha (h)

Contoh: روضة الأطفال : raudah al-atfāl

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan pada tanda syaddah.

Contoh : زين : zayyana

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf al namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

- Kata sandang dengan huruf syamsiyah, ditransliterasikan menurut bunyinya, yaitu huruf (1) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf sesudah mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang diikuti huruf qamariyah
- c. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sandang.
Contoh : الرَّجُل : ar-rajulu

6. Hamzah

Sebelumnya dinyatakan bahwa hamzah ditranskripsi dengan apostrof, tetapi ini hanya berlaku bagi hamzah medial kata dan akhir kata. Ketika hamzah berada di awal kata, hamzah tidak dilambangkan karena alif dalam Bahasa arab.

Contoh : شَيْءٌ : syai'un

7. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata fi'il, isim, dan harf ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang ditulis dalam huruf Arab biasanya digabungkan dengan kata lain karena huruf atau vocal yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini, ejaan kata tersebut mengacu pada kata lain yang mengikutinya.

Contoh: فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : Fa aufu al-kaila wa al-mîzāna.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam huruf kapital tidak dikenal dalam sistem penelitian Bahasa arab, transliterasi ini juga menggunakan huruf kapital seperti dalam EYD, yaitu: huruf kapital digunakan untuk inisial nama pribadi dan di awal kalimat. Jika nama pribadi didahului oleh kata sandang, huruf pertama nama pribadi, tetap menggunakan huruf capital, bukan huruf pertama kata benda:

Contoh : وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : wa mā Muhammadun l illā rasuul

Huruf kapital digunakan untuk Allah hanya jika dalam tulisan Arabnya sudah lengkap dan ketika tulisan itu digabungkan dengan kata lain, sehingga huruf atau fungsinya dihilangkan, tidak ada huruf kapital yang digunakan.

Contoh: **لِللّٰهِ اَمْرٌ جَمِيعًا** : Lillāhi al-amru jamî'an.

9. Tajwid

Bagi mereka yang ingin membaca dengan lancar atau fashih, panduan transliterasi ini merupakan penting dari pengucapan. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan petunjuk transliterasi Arab-Latin (Versi Bahasa Indonesia), petunjuk tajwid yang harus disertakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah menganugerahkan taufiq dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYYAH (PERSPEKTIF *CULTURAL STUDIES*)”** dipersiapkan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana (S1) Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuliddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Sholawat dan salam selalu peneliti panjatkan kepada Rasul-Nya baginda Muhammad SAW. Utusan terakhir yang membawa risalah Islam, menyejukkan dan mencerahkan hati manusia di jalan yang diridhai Allah sehingga membuat mereka selamat, bahagia dunia dan akhirat, dan pemberi syafaat kelak *fi yaumil qiyamah*.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu perkenankanlah peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektorat Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Imam taufiq, M.Ag.
2. Dr. H. M Mukhsin Jamil, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah menyetujui pengerjaan skripsi ini.
3. Muhtarom, M.Ag, selaku ketua jurusan dan Tsuwaibah, M.Ag, selaku sekretaris jurusan Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo yang telah membimbing dan memberikan memotivasi dalam penyusunan skripsi.

4. Dr. Ahmad Tajudin Arafat, M.S.I, sebagai wali dosen yang selalu sabar dalam memberikan pengarahan dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Zainul Adzfar, M.Ag. sebagai dosen pembimbing I dan Dr. Ahmad Tajudin Arafat, M.S.I, sebagai dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Pada dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah banyak memberikan informasi untuk membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
7. Abah H. Hasyim Asy'ari, S.Ag., M.A. dan Umi Ani Nurhayati Amd. Keb. Saudaraku tercinta Haki AlFatikh dan Diva Abelia yang senantiasa memberikan semangat, motivasi dan doa kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Nyai Hj. Nur Azizah yang telah memberikan nasihat dan pelajaran terbaik kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik dukungan moral maupun material dalam penyusunan skripsi.

Pada akhir kata, peneliti menyatakan bahwa penelitian karya skripsi ini belum mencapai tingkat kesempurnaan dalam arti yang sebenarnya, namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya.

Semarang 20 maret 2023

Peneliti,



Zidna Rahmatika

1904016065

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN DEKLARASI KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka.....	5
F. Metode Penelitian	7
G. Sistematika Penelitian.	13
BAB II <i>CULTURAL STUDIES</i> DAN BUDAYA POPULER	14
A. <i>Cultural Studies</i>	14
B. Budaya Pop	25
BAB III KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYYAH SEMARANG.....	34
A. Profil Singkat Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang	34
B. Kegiatan Santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang ...	39

C. Budaya Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang	44
BAB IV KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYAH SEMARANG PERSPEKTIF <i>CULTURAL STUDIES</i>	50
A. Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang	50
B. Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang perseptif <i>Cultural Studies</i>	59
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran-saran	67
C. Penutup	67

ABSTRAK

Zidna Rahmatika (1904016065), “*Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang (Perspektif Cultural Studies)*”

Perilaku konsumtif saat ini menjangkit seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali para santri. Santri yang seharusnya dapat menahan diri dari perilaku berlebih-lebihan seharusnya dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Namun faktanya, tidak sedikit para santri yang terjerumus dalam pola perilaku yang konsumtif. Penelitian ini bertujuan (1) untuk menjelaskan konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang (2) untuk menjelaskan konsumtivisme di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang perspektif *Cultural Studies*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik sampling terhadap santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *cultural studies*. Hasil penelitian ini menunjukkan ada kaitan antara konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang dengan adanya fenomena perilaku konsumtif yang terjadi pada santriwati salah satunya dipengaruhi oleh media massa yang dapat membentuk berbagai indikator-indikator dari segi gaya hidup hedonis, mengikuti trend, serta berbelanja secara online. Hal ini dapat menyebabkan santriwati dapat mengonsumsi sesuatu baik berupa fashion, makanan atau minuman dan merchandise, hal ini bukan hanya sebatas kebutuhan saja, bahkan menjadikan sebagai keinginan yang dapat memiliki perilaku konsumtif dan dapat menimbulkan konsumtivisme yang berlebih-lebihan. Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang dalam perspektif *Cultural Studies* terbagi menjadi 3 bagian; *pertama*, budaya trend sangat cenderung diikuti oleh santriwati karena mengikuti gaya trend, dengan adanya media digital yang dapat mempermudah berbelanja, seperti; fashion, makanan atau minuman dan merchandise. *Kedua*, budaya identitas diri seseorang santriwati yang ingin memiliki identitas diri yang baik cenderung lebih mengonsumsi produk-produk untuk memperbaiki konsep dirinya dan sikap santriwati lebih cenderung menimbulkan cemas. *Ketiga*, budaya konsumerisme terbentuk karena pembangunan pusat hiburan dan pembelanjaan, yang dapat membentuk pola perilaku gaya hidup boros. Kemudian dari pola tersebut yang lebih dominan adalah menciptakan dan memiliki sifat pemborosan.

Kata Kunci: Konsumtivisme, Santri, Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang, Budaya Populer, *Cultural Studies*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumtisme merupakan dorongan atau kecenderungan untuk mengonsumsi berbagai hal hanya untuk memuaskan keinginan berbelanja, bukan berdasarkan ada tidaknya kebutuhan.¹ Konsumtisme merujuk pada sebuah konsep dalam studi budaya yang menggambarkan masyarakat sebagai konsumen aktif yang terus-menerus terlibat dalam produksi dan reproduksi budaya. Selain itu, konsumtisme juga dapat terlihat dalam praktik sosial dan budaya pesantren. Para santri dapat mengonsumsi gagasan, nilai, dan norma-norma yang diajarkan dalam pesantren. Mereka dapat mengonsumsi identitas keagamaan dan budaya yang diperoleh melalui partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan seperti ibadah, pengajian, dan perayaan hari besar Islam.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumtisme, antara lain; pertama, hadirnya iklan sebagai pesan menawarkan suatu produk yang ditunjukkan pada khalayak melalui media massa yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Kedua, konformitas terjadi disebabkan karena keinginan yang kuat pada individu untuk tampil menarik dan tidak berbeda dari kelompoknya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya. Ketiga, gaya hidup merupakan salah satu faktor utama yang dapat memunculkan perilaku konsumtif. Keempat, kartu kredit digunakan oleh pengguna tanpa takut tidak mempunyai uang untuk berbelanja.²

Sumarsono telah memberikan pemahaman terhadap unsur-unsur yang melingkupi perilaku konsumtif antar lain; pertama, perilaku konsumtif tidak memiliki perencanaan, melampaui batas kebutuhan dan hanya mengikuti kesenangan. Kedua, kecenderungan yang kuat untuk menyamai, menandingi, melebihi tindakan individu lain dengan menampilkan diri secara berbeda. Ketiga

¹ Mertisa fardesi. *“Analisis perilaku konsumtif dan gaya hidup santri ditinjau dalam perspektif religiusitas (studi pada dayah modern darul ulum banda aceh)”*. (Skripsi Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.2020), h. 35

² Bagas yudhoyono. *“Etika dan konsumtisme”*. Universitas kanjuruhan malang.

barang dan jasa menjadi simbol status social dan memperoleh pengakuan dari masyarakat di lingkungannya.³

Kajian *Cultural Studies* merupakan salah satu pembentukan wacana, gagasan-gagasan, citra-citra dan praktik-praktik, yang menyediakan cara-cara untuk membicarakan topik, aktivitas sosial tertentu atau arena institusional dalam masyarakat. Sehingga dapat menekankan pentingnya menganalisis budaya dalam konteks sosial, politik, dan ekonomi yang lebih luas. *Cultural Studies* dapat membantu dalam memahami bagaimana konsumtivisme menjadi bagian integral dari pengalaman dan praktik kehidupan sehari-hari dan dapat membantu pula melihat bagaimana konsumtivisme di masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan ekonomi yang lebih luas. Misalnya, perubahan pola konsumsi dan pengaruh media massa terhadap trend konsumsi. Kemajuan teknologi dan aksesibilitas informasi juga dapat mempengaruhi bagaimana konsumtivisme terjadi, seperti penggunaan media sosial untuk berbagi pengalaman keagamaan atau memperoleh barang-barang keagamaan secara online.

Pola perilaku konsumtivimse ini telah banyak digunakan oleh masyarakat khususnya di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang sebagai lembaga pendidikan islam yang di dalamnya terdapat seorang kyai yang mengajar dan mendidik para santri dengan sarana masjid yang digunakan untuk menyelenggarakan pendidikan tersebut, serta adanya asrama sebagai tempat tinggal santri.⁴

Sistem pembelajaran utama di Pondok Pesantren ini berfokus pada hafalan Al-Qur'an. Di samping itu juga, belajar membaca Al-Qur'an dan ilmu-ilmu lainnya, seperti ilmu fiqh dan akhlak. Program pembelajaran Al-Qur'an tersebut terdiri atas dua bagian yakni *takhasus al-Qur'an bin nadzri dan bil hifdzi*. Sedangkan pembelajaran ilmu-ilmu lainnya dikemas dalam program Madrasah Diniyah. Orientasi pembelajaran yang dilaksanakan oleh kyai dan ibu nyai yang

³ Nila Sastrawati. "Konsumtivisme Dan Status Ekonomi Masyarakat". El-Iqtishady. Vol 2. No1. Juni (2020), h. 21

⁴ Eva Irawati. "Peran Pondok Pesantren Dalam Pembentukan Akhlak Santri Di Pondok Pesantren Baitulkirom Desa Mulyosari Kecamatan Tanjungsari". (Skripsi PAI. Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan. Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.2018), h.34

diterapkan di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah bertujuan untuk mencetak para alumni menjadi generasi *huffadz*.⁵

Santriwati sebagai generasi muda diharapkan menuntut ilmu agama dan ilmu umum guna meningkatkan kemampuannya dalam bersaing di era globalisasi dan informasi sesuai dengan tujuan didirikannya pondok pesantren. Santri juga dituntut untuk mampu melakukan sebuah perubahan sosial serta mampu menularkan perilaku positif di kalangan masyarakat dengan cara memberikan kontribusi contoh yang baik dan membanggakan dari segi akademik dan sosial kepada masyarakat.⁶

Pondok pesantren telah mengajarkan nilai-nilai moral yang tinggi tentang kesederhanaan dalam beberapa aspek termasuk dalam menggunakan barang-barang sesuai dengan kebutuhan hidup. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi, perihal yang bermula dari kesederhanaan berubah menjadi hal konsumtif. Gaya hidup dengan cara mengonsumsi suatu barang saat ini bukan merupakan untuk memenuhi kebutuhan hidup saja, melainkan untuk memenuhi gengsi dan untuk menunjukkan citra.⁷

Fenomena yang terjadi saat ini yakni perilaku konsumtif dapat terlihat dari cara bagaimana perilaku santri dalam memutuskan barang-barang yang hendak dibeli, digunakan dan dikonsumsi baik pada saat di dalam maupun di luar kompleks pondok pesantren. Adapun dalam pondok pesantren perilaku konsumtif dapat terjadi dalam beberapa aspek. Pertama, pesantren mungkin menjadi tempat konsumsi barang-barang tertentu seperti buku, alat tulis, dan perangkat elektronik yang digunakan untuk kegiatan pembelajaran. Kedua, pesantren juga bisa menjadi tempat di mana komoditas agama, seperti kitab suci, pakaian syar'i, dan perlengkapan ibadah, dikonsumsi oleh para santri.

⁵ Nurul Naini, "*Problematika kecerdasan emosional santri dalam menghafal al-qur'an dan solusinya di pondok pesantren madrosatul qur'anil aziziyyah kelurahan bringin kecamatan ngaliyan semarang*". (skripsi. Fakultas dakwah dan komunikasi. 2017), h.37

⁶ Tirtha Segoro. "*Gaya Hidup Konsumtif Pada Santri Pondok Pesantren Modern*". (Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2013), h.1

⁷ Nur Hasanah. "*Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan-Iklan E-Commerce Pada Smartphone*". (Skripsi. Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2019), h.5

Berangkat dari uraian latar belakang yang peneliti paparkan di atas, peneliti merasa tertarik dan perlu mengkaji lebih lanjut untuk memilih dan mengetahui tentang konsumtivisme di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang dalam perspektif *Cultural Studies*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang?
2. Bagaimana konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang perspektif *Cultural Studies*?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang peneliti sajikan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang.
2. Untuk menjelaskan konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang perspektif *Cultural Studies*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki manfaat dan keunggulan diantaranya:

1. Bersifat Teoritis
Hasil penelitian ini berupaya untuk menambah konsep dan wawasan dalam perkembangan generasi yang dapat dipengaruhi oleh dukungan sosial bagi santriwati di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang.
2. Bersifat Praktis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, kontribusi dan wawasan secara empiris kepada para pembaca sehingga dapat melihat gaya

hidup dan aktivitas santri dari suatu konsep mengenai Konsumtisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dalam Perspektif *Cultural Studies*.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan literatur ini didasarkan pada studi penelitian yang telah diulas sebelumnya dalam topik tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan berdasarkan kajian pustaka yang didukung oleh informan sebagai sumber informasi, antara lain:

1. *Cultural Studies*: sudut pandang budaya pop. Penelitian ini membahas tentang fenomena-fenomena alat di sekitar kita seperti; televisi, fiksi, film, music pop, dan konsumsi masyarakat saat ini. Penelitian ini mengkaji lebih mendalam antara lain; pertama, institusi-institusi yang memproduksi kesenian dan kebudayaan. Kedua, formasi-formasi pendidikan, gerakan, dan fiksi-fiksi dalam produksi kebudayaan. Ketiga, bentuk-bentuk produksi termasuk segala manifestasinya. Keempat, identifikasi dan bentuk-bentuk kebudayaan termasuk kekhususan produk-produk kebudayaan, tujuan-tujuan estetisnya. Kelima, reproduksinya dalam perjalanan ruang dan waktu. Keenam, cara pengorganisasiannya. Persamaan dan perbedaan jurnal dengan penelitian ini. Adapun titik persamaannya yaitu membahas tentang pengalaman dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan teori *Cultural Studies*.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Noor Arifah Maziyah Program studi sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2015). yang berjudul “Perilaku Konsumtif Dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplik Q Krpyak Yogyakarta”. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi munculnya perilaku konsumtif dalam berbusana, serta dampak yang muncul dari adanya perilaku konsumtif di kalangan santriwati Al-Munawwir Komplek Q Krpyak Yogyakarta. Persamaan dari kedua skripsi penelitian ini mengenai

perilaku konsumtif di pondok dan penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu konsumtivisme di kalangan santri Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang, sedangkan penelitian sebelumnya yaitu perilaku konsumtif dalam berbusana di kalangan santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krpyak Yogyakarta. Perbedaan penelitian ini dengan menggunakan teori *Cultural Studies*.

3. Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati (Studi Kasus di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Ngaliyan Semarang). Wahyu Susilowati. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumtif dalam berbusana di kalangan santriwati. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan menyebar angket (kuesioner) terhadap 70 responden yang merupakan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah. Uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yaitu perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumtif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu dalam studi lapangan (*field resech*) di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Letak perbedaan dari peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini mengenai teori *Cultural Studies*, sedangkan penelitian sebelumnya mengenai perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumtif dalam berbusana.
4. Religiusitas dan Perilaku Kebersihan (studi kasus terhadap santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang). Rizka Zakiyyah. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana ajaran-ajaran keagamaan santri terkait kebersihan di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas terhadap

perilaku kebersihan santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Hasil penelitian ini, pertama adapun ajaran-ajaran kebersihan santri di pondok pesantren MQA diantaranya: membuang sampah, mengaji kitab fiqh, penyuluhan, ro'an atau kerja bakti, piket harian, memcuci alat makan dan pakaian. Kedua yaitu ajaran kebersihan ataupun religiusitas santri tentang pentingnya menjaga kebersihan tidak dapat memberikan pengaruh terhadap kebersihan santri di lingkungan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Persamaan penelitian ini dana yang diteliti oleh oleh peneliti yaitu dalam studi lapangan (*field resech*) di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, bahwa penelitian ini membahas tentang konsumtivisme dan menggunakan teori *Cultural Studies*.

5. Konsumtivisme dan Status Sosial Ekonomi Masyarakat. Nila Sastrawati. Univesitas Islam Negeri Alauddin Makassar. 2020. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari studi literature. Penelitian ini mengenai konsumsi tidak lagi dilihat dalam perspetif fungsionali sebagai kebutuhan yang memiliki nilai guna, dan pertukaran ekonomi. Kemajuan peradaban ditandai dengan kemajuan teknologi informasi yang memberi kemudahan dalam mengaskses kebutuhan atas barang dan jasa. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu membahas konsumtivisme. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan studi literature, sedangkan peneliti yang akan diteliti yaitu menggunakan data studi lapangan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu cara proses untuk mendapatkan kembali pemecahan terhadap segala sesuatu dari permasalahan dengan menggunakan penelitan kualitatif. Berdasarkan metode tersebut, maka untuk menemukan data Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dalam Perspektif *Cultural Studies*,

peneliti menggunakan elemen utama yang harus ditemukan sesuai dengan butir-butir rumusan masalah, tujuan, dan manfaat, maka harus menggunakan metode kualitatif, diantaranya meliputi:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dan sifatnya kualitatif deskriptif, di mana penelitian ini berupaya memberikan gambaran pada permasalahan yang diteliti lebih mendalam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang Jalan Raya Bringin Timur Rt 01, Rw 01 Desa Bringin, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih, karena sebagian dari santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang berpotensi dalam berperilaku konsumtif, khususnya dalam music, drama, fashion, makanan atau minuman dan merchandise. Waktu yang diperlukan dalam penelitian terhadap konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang persepektif *Cultural Studies* ini pada bulan Januari 2023 sampai pada bulan Februari 2023.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh. Ada dua kategori sumber data dalam penelitian ini, antara lain:

a. Primer

Sumber data diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, menggunakan pengumpulan data langsung sebagai sumber data yang akan dicari. Sehingga data yang dapat diambil diperoleh dari tempat penelitian yaitu meliputi tempat penelitian seperti aktivitas santri, sejarah, maupun metode yang berkaitan dan membentuk segala sesuatu dari sudut Konsumtivisme di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang.

b. Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber tambahan yang dapat menunjang sumber primer. Adapun sumber sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan media sosial, surat kabar, website, perpustakaan pencarian buku dan karya ilmiah yang berkaitan dengan *Cultural Studies* sebagai telaah teoritis.

4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini melalui:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data esensial dalam sebuah penelitian, sehingga studi ini disengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan.⁸ Melihat dan mencatat dari serangkaian fenomena yang ada. Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dalam perspektif *Cultural Studies*. Meliputi sarana, prasarana, maupun metode pembelajaran.

b. Wawancara

Wawancara mendalam merupakan suatu teknik penggalian data utama untuk mendapatkan data-data yang esensial dalam studi kasus. Wawancara merupakan percakapan yang dibangun antara pewawancara dengan yang diwawancarai untuk bertukar informasi. Penelitian ini bertujuan untuk dapat menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks yang bersangkutan dengan aktivitas yang berhubungan dengan kondisi Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Oleh

⁸ Seto Mulyadi, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif Dan Mixed Method*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019), h. 211.

sebab itu, data-data tersebut sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya.⁹ Metode tersebut digunakan untuk memperoleh informasi. Untuk mendapatkan hasil tersebut, maka peneliti menggunakan teknik wawancara dari delapan santriwati di pondok, salah satunya dari pengurus pondok dan sebagian santri. Dengan menggunakan teknik ini, maka dapat terkumpul data tentang Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.

Wawancara dilakukan terhadap santri putri dari berbagai usia dari tingkat mahasiswa yang berada di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Terdiri dari tujuh orang informan yang dapat dianggap representative terhadap obyek masalah dalam penelitian. Delapan informan santri tersebut adalah:

No	Nama Narasumber	Umur	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Niswatul Afifah	22	Perempuan	Santri Mahasiswi
2.	Shofwatun Nisa	22	Perempuan	Santri Mahasiswi
3.	Sebrina Zulfa	20	Perempuan	Santri Mahasiswi
4.	Oktaviani Olivia Rifaati	20	Perempuan	Santri Mahasiswi
5.	Anggi Afaresha	19	Perempuan	Santri Mahasiswi
6.	Nasriyatun N	19	Perempuan	Santri Mahasiswi
7.	Nida Ul Hasanah	19	Perempuan	Santri Mahasiswi
8.	Alfa Zahro	20	Perempuan	Santri Mahasiswi

Dengan demikian akan dipaparkan bagaimana analisis budaya penggemar dengan menggunakan teori budaya populer yang telah dipaparkan pada bab dua. Sehingga pada pembahasan terakhir akan dijelaskan mengenai bagaimana Konsumtivisme di kalangan santri Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.

⁹ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (2014), h. 125.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu. Sedangkan dokumen itu dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental seseorang. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data berdasarkan triangulasi, teknik triangulasi ini dapat dikatakan sebagai teknik pengumpulan data lain untuk memperoleh data dari sumber yang sama. Penelitian ini menggunakan observasi, partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Metode dokumentasi dalam penelitian melalui data-data mengenai salah satu cara pengumpulan data catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, dan notulen. Hal ini sebagai pelengkap dari data primer dan data sekunder baik berupa gambar maupun arsip-arsip tertulis. Dengan demikian dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto-foto di lapangan dan berupa buku-buku dokumen. Dengan demikian data yang sudah terkumpul dari wawancara, observasi, maupun informasi, sehingga data tersebut dapat digunakan untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam.

d. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan suatu proses dan cara mengambil sampel untuk menduga keadaan suatu populasi. Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Peantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dan Bagaimana konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang perspektif *Cultural Studies*. Peneliti telah mengambil 8 *sampling* santri Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang yang konsumtiv.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses pencarian dan pengumpulan informasi secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, secara terus menerus sampai hasil kajian penelitian

terkumpul. Analisis bahan penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis ini didasarkan pada penyelidikan lebih dalam mengenai Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang (Perspektif *Cultural Studies*). Adapun aspek-aspek analisis data, antara lain:

1. Meneliti semua data yang terkumpul dari data hasil penelitian berupa yang berupa observasi (lapangan), hasil dari bentuk wawancara mendalam, dan hasil dari bentuk dokumentasi.
2. Reduksi data merupakan proses menggabungkan (memadatkan) dan menyatukan semua jenis informasi tentang apa yang paling penting, memfokuskan pada apa yang paling penting. Sehingga menerima bahwa tulisan yang diteliti berasal dari hasil observasi, wawancara, hasil dokumentasi dan FGD. Dalam format penulisan yang dapat berubah tergantung format umur.
3. Display data (penyajian data) merupakan proses pengumpulan data yang telah diringkas (direduksi) menjadi tatanan yang lebih sistematis sehingga dapat diketahui tema dan polanya. Display data juga dapat digambarkan sebagai deskripsi sekumpulan informasi terstruktur yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan informasi yang diperoleh dari informan sehingga berdasarkan dalam hubungannya dengan informan individu.
4. Kesimpulan dan verifikasi (*review*) merupakan akhir aktivitas dari analisis data. bentuk interpretasi untuk menarik kesimpulan adalah mencari dan menemukan sebuah informasi dari arti makna yang sudah disajikan. Dengan kata lain, kita dapat menarik kesimpulan dari data yang tersusun secara sistematis.

G. Sistematika Penelitian.

Sistematika penelitian adalah kerangka penyusunan skripsi dari bab awal hingga bab akhir.

Bab I, bab ini merupakan bab pendahuluan yang akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian

Bab II, Bab ini membahas tentang landasan teori yang akan disampaikan secara rinci dalam *Cultural Studies* dan budaya pop.

Bab III, Bab ini membahas tentang gambaran umum dalam penyajian data penelitian tentang “Konsumtivisme di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang”

Bab IV, Bab ini membahas analisis data yang dituangkan pada bab III “Konsumtivisme di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang” dengan argument mengenai apakah data tersebut sesuai dengan landasan teori “*Cultural Studies*”

Bab V, Bab ini merupakan bab penutup yang meliputi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

BAB II

CULTURAL STUDIES DAN BUDAYA POPULER

A. *Cultural Studies*

1. Pengertian *Cultural Studies*

Penggunaan istilah ini dalam bahasa Inggris bermakna budaya, yang berasal dari kata Latin *Colere* mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau berani. Kata *Culture* kadang juga diterjemahkan sebagai *culture* dalam makna Indonesianya. *Cultural Studies* tidak memiliki suatu wilayah subjek yang didenifikan secara jelas dan terang. Kajian ini hanya bertitik pijak pada sebuah gagasan tentang budaya yang sangat luas dan mencakup segala hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari beraneka macam sebuah peraktek keseharian manusia.

Cultural Studies merupakan suatu pembentukan wacana, yaitu “kluster (atau bangunan) gagasan-gagasan, citra-citra dan praktik-praktik, yang menyediakan cara-cara untuk membicarakan topik, aktivitas sosial tertentu atau arena institusional dalam masyarakat. Cara-cara tersebut dapat berbentuk pengetahuan dan tindakan yang terkait dengannya”

Cultural Studies dibangun oleh suatu cara berbicara yang tertata perihal objek-objek (yang dibawahnya sebagai permasalahan) dan yang berkumpul di sekitar konsep-konsep kunci, gagasan-gagasan dan pokok-pokok perhatian. Selain itu, *cultural studies* memiliki suatu momen ketika dia menamai dirinya sendiri, meskipun penamaan itu hanya menandai penggalan atau kilasan dari suatu proyek intelektual yang terus berubah. Tradisi kajian budaya menjadi tradisi studi yang banyak dilakukan awal kemunculannya oleh para akademisi dan peneliti di *Center for Contemporary Cultural Studies*. Universitas Birmingham di Inggris pada

tahun 1960 an. Sejak saat itu kajian budaya menjadi tradisi studi yang meluas di kalangan intelektual di negara-negara seperti Amerika, Afrika, Asia, Amerika Latin, dan Eropa, dengan setiap informasi yang berbeda-beda objek kajiannya.¹

Cultural studies menjelaskan bagaimana berbagai artefak budaya mengungkapkan ideology, nilai, dan representasi gender, ras, dan kelas sosial, dan bagaimana berbagai fenomena tersebut terhubung satu sama lain. Menempatkan teks-teks budaya pada konteks sosialnya lantas melibatkan penelusuran kembali mengungkapkan yang dilalui masyarakat untuk menghasilkan budaya, dan bagaimana budaya pada gilirannya membentuk masyarakat melalui pengaruhnya pada perseorangan dan kelompok.²

Sejak awal kemunculannya, kajian budaya menjadi semakin besar dan hasil-hasil studi yang dihasilkannya semakin meningkat. Buku-buku teks tentang kajian budaya dan budaya populer di kalangan akademik tumbuh pesat. Mc Guigan (1997) bahkan menyatakan bahwa perkembangan kajian budaya secara profesional dan institusional pada akhirnya membawa kondisi yang disebut oleh Stuart Hall sebagai kajian yang mempermasalahakan secara kritis keberadaan, kekuasaan, sejarah masa lalu, dan politik (dalam arti luas), atau yang dikatakannya: “*formalize out of existence the critical questions of power, history and politics*”.

Budaya dan praktik tentang tanda, menggambarkan bahwa budaya adalah makna dengan pertanyaan tentang makna sosial bersama dalam bagaimana cara manusia dalam memahami dunia. Makna tersebut terbentuk dari praktik nyata, representasi, Bahasa, dan kebiasaan masyarakat tertentu. Perubahan budaya tidak berlangsung dengan massif, tetapi perubahan budaya tersebut berlangsung perlahan-lahan. Banyak pihak yang secara

¹ Chris Barker. *Cultural Studies: Theory And Practice*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2006)

² Douglas Kellner. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik Antara Modern Dan Postmodern*. (Yogyakarta: Jalasutra. Juli 2010), h.33

tidak tampak bergerak untuk mengubah budaya di dalam masyarakat, termasuk budaya hedonisme dalam berlibur.³

Stuart Hall (1972) menjelaskan bahwa kajian media dan budaya, atau yang lebih dikenal dengan *Media and Cultural Studies*, pada dasarnya mencoba untuk menggoyang kemampuan berpikir kita tentang “realitas” dan apa yang dimaksud dengan “real” (yang sebenarnya) dalam kehidupan budaya kita sehari-hari. Dalam dunia yang sudah dipenuhi dengan images atau gambar-gambar, dan tulisan-tulisan yang ada di koran, televisi, film, video, radio, iklan, novel dan lain sebagainya, cara kita dan lingkungan sekitar kita ternyata bervariasi dan berbeda satu sama lain. Di era yang disebutnya sebagai “*media saturated world*” saat kehidupan manusia telah dimediasi oleh media masa, dan cara kita melihat, memandang, memahami dan berperilaku terhadap realitas sosial telah diantarai oleh media massa. Apa yang ada di sekitar kita, menentukan cara kita bertindak dan berperilaku terhadapnya, karena apa yang kita lihat, tonton, baca, dengarkan, dan nikmati dari media massa seolah “mengajarkan” kita untuk melakukan seperti itu. Pada kenyataannya, budaya kita sebenarnya juga dibentuk oleh media massa yang kita nikmati tiap harinya. Kebudayaan merupakan sebuah kata yang relatif sulit didefinisikan karena memang ruang lingkupnya yang terlalu luas, dalam buku *Seri mengenal dan Memahami Sosiologi*, Richard Osborne dan Borin Van Loon merinci apa-apa saja yang bisa masuk dalam kategori kebudayaan. Hal-hal itu adalah:

- a) Norma-norma, nilai-nilai, ide-ide, dan cara melakukan sesuatu di masyarakat tertentu.
- b) Semua sarana komunikasi, seni, benda-benda material, dan objek-objek, yang sama-sama dimiliki oleh suatu masyarakat. Pengembangan pikiran, peradaban dan cara belajar masyarakat.

³ Chris Barker. *Cultural Studies; Teori & Praktik*. (Bantul: Kreasi Wacana. 2006), h.9-13

- c) Cara hidup yang dianut oleh kelompok budaya tertentu.
- d) Praktik-praktik yang menghasilkan makna dalam suatu masyarakat (yang menandakan praktik tersebut).⁴

Dari definisi di atas, budaya terasa hampir meliputi segala sesuatu, dan *Cultural Studies* berarti mempelajari hampir segala sesuatu. Tidak mengherankan jika *Cultural Studies* tak memiliki batasan wilayah subjek yang didefinisikan secara jelas. Titik pijaknya adalah sebuah ide mengenai budaya yang sangat luas dan mencakup semua hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari bermacam-macam kebiasaan. Inilah yang membuat *Cultural Studies* berbeda dari disiplin ilmu yang lain. *Cultural Studies* juga merupakan disiplin ilmu yang menggabungkan dan meminjam secara bebas dari disiplin ilmu sosial, ilmu humaniora dan seni. Ia mengambil teori-teori dan metodologi dari ilmu apapun yang diperlukannya sehingga menciptakan sebuah bifurkasi.

Budaya dalam *Cultural Studies* tidak didefinisikan sebagai budaya tinggi, sebuah budaya adiluhung estetis, namun lebih kepada teks dan praktik kehidupan sehari-hari. Budaya dalam *Cultural Studies* bersifat politis, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan kekuasaan. Kiranya, budaya dan pergumulan kekuasaan yang melingkupinya inilah yang menjadi inti dari *Cultural Studies*.

2. Subyek Kajian *Cultural Studies*

Penggunaan kata *culture* dalam bahasa Inggris bermakna budaya, yang berasal dari kata Latin *colere* mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau berani. Kata *culture* kadang juga diterjemahkan sebagai kultur dalam makna Indonesianya. *Cultural Studies*

⁴ Aulia Rahmawati. *Cultural Studies; Analisis Kasus Atas Kebudayaan*. (Jurnal; Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No.(2), 2012), h. 1

tidak memiliki suatu wilayah subjek yang didenifikan secara jelas dan terang Kajian ini hanya bertitik pijak pada sebuah gagasan tentang budaya yang sangat luas dan mencakup segala hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari beraneka macam sebuah peraktek keseharian manusia. Hal ini berbeda dengan kajian disiplin-disiplin ilmu konvensional, seperti sosiologi, filsafat, fisika, yang masing-masing mempunyai ranahnya sendiri dengan batasan cukup jelas. *Cultural Studies* dapat dikatakan sebagai kajian yang secara holistik menggambarkan teori feminis, sejarah, filsafat, teori sastra, teori media, kajian tentang video atau film, ekonomi politik, sejarah dan kritik seni yang merupakan sebuah fenomena dalam kajian budaya dari berbagai bentuk masyarakat.

Cultural Studies berupaya memahami bagaimana diarahkan, disebarkan, dihasilkan dari berbagai macam praktek budaya, kepercayaan, institusi, struktur ekonomi, politik dan social yang di dalamnya ada aspek yang dikaji dari budaya. Adapun beberapa isu dan kajian yang sering menjadi perhatian *Cultural Studies* antara lain :

- a) Budaya Tinggi,
- b) Budaya Rendah.
- c) Budaya Publik.
- d) Budaya Populer.
- e) Budaya Masa.
- f) Budaya Kulit Hitam.
- g) Budaya Kolonial.
- h) Budaya Global.
- i) Budaya Kulit Hitam Inggris.
- j) Budaya Rock.
- k) Budaya Punk dan Lain Sebagainya.⁵

⁵ Sandi Suwardi Hasan. Pengantar Cultural Studies. (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media. 2011), h.30

3. Teori-Teori *Cultural Studies*

a) Raymond Williams

Tokoh *Cultural Studies* Williams menekankan pada struktur sosial dan hubungan komunikasi antar-manusia dalam konteks pergaulan masyarakatnya. Melihat praktik melihat kebudayaan sebagai ekspresi spesifik dari komunitas organik yang koheren dan melawan determinisme dalam berbagai bentuknya. Tetapi praktik menetapkan nilai yang secara inheren permanen baik dan yang secara inheren permanen buruk bukanlah suatu upaya tanpa noda. Nilai dapat digunakan untuk mendukung dan menopang struktur ideologis yang ada dan sebagai ekspresi yang merendahkan upaya-upaya umum dari orang-orang awam.⁶

Bagi Williams (1978), objek dalam iklan adalah penanda yang kita decode dalam konteks sistem budaya yang telah dikenal dan mengasosiasikan produk dalam iklan tersebut dengan kebaikan-kebaikan kultural lain. Kendati citra tentang produk tertentu mungkin hanya memberikan arti kepada kacang atau mobil, dia diciptakan untuk berkonotasi ‘watak’ atau keluarga, sehingga iklan menciptakan dunia perbedaan antara produk dengan gaya hidup yang “kita beli”. Dalam membeli produk kita membeli citra sehingga memberikan kontribusi pada konstruksi identitas kita melalui konsumsi. Bagi Williamson, iklan bersifat ideologis dalam upayanya mengaburkan ketimpangan ekonomi pada level produksi dengan citra tentang konsumsi yang bebas dan setara.⁷

⁶ Sandi Suwardi Hasan. *Pengantar Cultural...* h.72

⁷ Chris Barker. *Cultural Studies; Teori & Praktik*. (Bantul; Kreasi Wacana. November. 2013), h,65

Bagi Williams, kebudayaan sebagai makna dan nilai sehari-hari adalah bagian dari keseluruhan ekspresi relasi sosial. Jadi, teori kebudayaan didefinisikan sebagai studi tentang hubungan antar elemen keseluruhan cara hidup “Bagi William, analisis kultural bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis kebudayaan yang terekam pada ruang dan waktu tertentu dalam rangka memadukan lagi” struktur perasaan, atau nilai dan pandangan hidup yang dimiliki bersama oleh orang-orang yang hidup saat itu, sambil terus menyadari bahwa rekaman-rekaman tersebut merupakan bagian dari tradisi yang dijaga dan ditafsirkan secara selektif.

Williams berpendirian bahwa kebudayaan dapat dipahami melalui representasi dan praktik kehidupan sehari-hari. Ini disebut William dengan materialisme kultural, yang meliputi “analisis atas semua bentuk signifikasi didalam tujuan dan syarat produksi mereka”. Kebudayaan menurut Williams dibentuk oleh makna dan praktik laki-laki dan perempuan biasa.

Kebudayaan adalah pengalaman yang dihidupi: teks, praktik dan makna bagi semua orang ketika mereka menjalani hidupnya. Makna dan praktik tersebut muncul dari arena yang tidak kita buat sendiri, bahkan meski kita ngotot berjuang secara kreatif membentuk hidup kita sendiri. Kebudayaan tidak mengembangkan kondisi material kehidupan: sebaliknya, bagi Williams, “apapun tujuan praktik kultural, sarana produksinya tak terbantahkan lagi selalu bersifat material”. Pada akhirnya, makna kebudayaan yang dihidupi harus dieksplorasi didalam konteks syarat produksinya,

sehingga menjadikan kebudayaan sebagai “keseluruhan cara hidup”.⁸

b) Stuart Hall

Mengangkat evaluasi terhadap budaya masa yang disebut-sebut dalam Mazhab Frankfurt. Mazhab Frankfurt juga dikenal sebagai penganut teori kritis (*critical theory*). Teori kritis mengandung kritik kebudayaan, yang tujuannya untuk menyadarkan manusia akan hubungannya dengan masyarakat dan adanya perbedaan antara kegiatan mereka sehari-hari dan asas-asas yang menjadi panduan dalam kegiatan masyarakat yang mereka ikuti.⁹

Dialectic of Enlightenment memperkenalkan momok reifikasi dan konsekuensi bagi masyarakat kontemporer, yaitu hancurnya pencerahan dan terjadinya dilema kritik. Karya ini mengakui adanya paradoks penderitaan manusia dan kemajuan sosial serta kondisi-kondisi yang berlawanan yang di dalamnya aliran informasi yang rinci dan hiburan ringan (*candyfloss*) terus mengajarkan dan melemahkan kemanusiaan.

Praktik intelektual, Hall berpendapat bahwa *Cultural Studies* perlu mempertahankan masalah teoritis dan politis dalam ketegangan yang senantiasa tak terpecahkan namun permanen, membiarkan keduanya saling membuat jengkel, mengacaukan dan mengganggu yang lain, mencoba menerima kekuatan-kekuatan yang bertentangan, menggunakannya dan menyalurkannya dalam arah yang kreatif dan politis. Masyarakat dikendalikan oleh konflik yang berdasarkan pada jenis kelamin, ras, agama, dan wilayah,

⁸ Yuni Adhitya. *Keluarga Di Masyarakat Jawa Dalam Perspektif Cultural Studies*. (Skripsi: Fakultas Ushuluddin. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2015), h.85

⁹ Sandi Suwardi Hasan. *Pengantar Cultural Studies*. (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media. 2011), h.83

maupun kelas, budaya juga membentuk rasa identitas manusia sama seperti ekonomi.

Senantiasa bersikeras *Cultural Studies* sebenarnya berdampak praktis pada realitas. Dibandingkan dengan mendesaknya orang-orang yang sekarat di jalanan, apa gunanya *Cultural Studies*, apa gunanya studi tentang representasi, jika tidak ada respon atas nasehat bagi seseorang yang bertanya apakah mereka sebaiknya memakai obat untuk AIDS, dan jika hal tersebut berarti bahwa mereka akan mati dua hari kemudian atau beberapa bulan.

Sementara itu, melanjutkan analisis konstruksi sosial poststrukturalis, teori postkolonial membahas bagaimana wacana memperoleh kekuasaan dan menggunakannya sebagai alat. Stuart Hall membedakan setidaknya ada tiga fungsi kekuasaan yang telah menciptakan relasi tentang keberbedaan (*differences*). Pertama, kekuasaan sebagai cara untuk mengkategorikan masyarakat ke dalam kategori dikotomis seperti “*western non western*”. “*developed third world*” “*civilised-uncivilised*”. Kedua, kekuasaan sebagai cara membandingkan kedua kondisi dikotomis tersebut; Ketiga, sebagai *framework* atau bingkai untuk mengorganisasikan relasi kekuasaan dan menentukan bagaimana kita berpikir serta berbicara.¹⁰

c) Antonio Gramsci

Pemikiran Gramsci adalah tentang hegemoni, etnografi, Marxis, dengan kritik sastra menjadi *Cultural Studies*. Istilah hegemoni berasal dari Antonio Gramsci, seorang Marxis Italia. Hegemoni

¹⁰ Yuni Adhitya. *Keluarga Di Masyarakat Jawa Dalam Perspektif Cultural Studies*. (Skripsi: Fakultas Ushuluddin. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2015), h.87

berarti dominasi yang berlangsung tidak dengan cara paksaan yang kasat mata melainkan dengan persetujuan (*consent*) dari pihak yang didominasi. Dalam bingkai hegemoni inilah kebudayaan terletak. Sebagaimana yang diungkapkan di atas tentang pengertian budaya, kebudayaan bukan hanya ekspresi sistem nilai suatu komunitas yang mencerminkan identitas kolektif, tapi juga alat yang memungkinkan hegemoni itu berfungsi dalam sistem dominasi. Berbicara tentang hegemoni negara dengan “perilaku”-nya dalam mengkonstruksi identitas, peneliti melihat bahwa pendekatan teoretis yang baik adalah menggunakan pisau analisis Gramsci tentang hegemoni negara, dekonstruksi oleh Derrida, dan multikulturalisme yang dicanangkan Ali Rattansi.

Pertama, dengan hegemoni, Gramsci menyatakan bahwa hegemoni adalah kekuasaan yang dicapai melalui suatu kombinasi paksaan dengan kerelaan. Mendasarkan pada sugesti Machiavellian bahwa kekuasaan bisa dicapai melalui paksaan dan tipuan, Gramsci menyatakan bahwa kelas-kelas yang telah berkuasa memperoleh dominasi bukan dengan kekuatan dan paksaan saja, tetapi juga dengan menciptakan subjek-subjek yang “sukarela” bersedia untuk dikuasai.

Lewat hegemoni inilah negara meletakkan dasar-dasar identitas suatu individu atau kelompok. Dengan menggunakan model hegemoni dan kontra hegemoni Gramsci *Cultural Studies* berupaya menelisik kekuatan-kekuatan sosial dan kultural yang “hegemonik”, atau yang berkuasa (*ruling*). *Kedua*, dengan dekonstruksi Derrida, kita dapat membongkar bangunan yang

sudah mapan, mempreteli sebuah konstruksi yang hendak mencegah kesatuan, kebenaran, dan pencarian dari menutup diri.¹¹

Klaim keutamaan, klaim kebenaran, dan penyeragaman adalah awal kekerasan dan kemunafikan. Dan untuk inilah dekonstruksi menjadi penting sebab ia berupaya melakukan suatu perlawanan terhadap kekerasan, penindasan, penguasaan, dan penyingkiran.

Kerangka berpikir Gramsci digunakan untuk melihat bagaimana negara lewat kekuasaannya yang hegemonik melakukan konstruksi identitas dengan cara-cara yang cenderung represif. Represif dalam arti negara sesungguhnya memaksakan suatu ideologi tertentu yang tidak bisa diganggu-gugat “keabsahan” dan “kebenaran” nilai-tunggal. Di sinilah letak relevansi model analisis.

Dalam kaitan teoretik Gramscian ini pulalah bahwa melalui pengidentifikasian atau pengotak-kotakan identitas negara sebenarnya tengah menjalankan apa yang disebut Althusser sebagai “*The Ideological State Apparatuses*” (ISAs). Kemudian, peneliti juga akan berupaya membongkar segala bangunan struktur ideologis tersebut dengan menggunakan cara pandang yang dekonstruktif. Peneliti melihat bahwa segala bentuk pengidentifikasian yang dilakukan oleh negara adalah suatu dominasi dan kekerasan simbolik. Dengan upaya pewacanaan yang didasarkan pada Gramscian’s and Derrida’s Approaches, pada akhirnya hendak melakukan suatu rekonstruksi-ulang untuk menawarkan konsep multikulturalisme, sebagaimana yang dicanangkan oleh Ali Rattansi. Yaitu, upaya lokalisasi berbagai

¹¹ Agnes Setyowati. *Cultural Studies: Sebuah Pengantar, Teori, Dan Konsep*. (Jakarta; Mitra Wacana Media, 2019), h. 142

identitas, bagaimanapun juga, seyogyanya diarahkan pada sebuah multikulturalisme yang harmonis.¹²

d) Roland Barthes

Barthes merupakan manusia banyak dimensi, manusia dengan sejumlah keahlian. Seringkali barthes dikategorikan sebagai seorang strukturalis sekaligus seorang poststrukturalis; memang sebuah kategori yang tidak mudah untuk memberi predikat kepadanya.¹³

Apa yang dilakukan Barthes dalam analisisnya terhadap sejumlah fenomena budaya pop seperti *mythologies*, *the fashion system*, ataupun *camera lucida*, memang tidak terkait dengan apa yang dilakukan oleh Hoggart maupun William di Inggris. Bahkan Barthes menulis kajian terhadap budaya massa lebih awal, yakni pada tahun 1954-1956 yang secara reguler dia tulis untuk sejumlah media yang kemudian diterbitkan menjadi buku dengan judul *Mythologies*. Menurut Roland Barthes *Mythologies* atau *Myth Today* memberikan satu contoh yang sering dikutip tentang cara kerja signifikasi, mitos dan ideologi.¹⁴

B. Budaya Pop

Budaya populer merupakan arena pertarungan makna-makna kultural, yang dijadikan sebagai landasan untuk melihat makna kultural, mana yang dimenangkan dan yang tidak. Sub ini menjelaskan bahwa budaya pop dalam *Cultural Studies* dan bagaimana kekuasaan bisa terkandung dalam budaya pop.

¹²Yuni Adhitya. *Keluarga Di Masyarakat Jawa Dalam Perspektif Cultural Studies*. (Skripsi: Fakultas Ushuluddin. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2015), h.90

¹³ Ulfatun Hasanah. *Kontribusi Pemikiran Roland Barthes (Cultural Studies) Terhadap Studi Komunikasi*. (Al-I'iam, Vol. 3, No. 2 Maret 2020), h. 47

¹⁴ Chris Barker. *Cultural Studies; Teori & Praktik*. (Kreasi Wacana; Bantul. November. 2013), h,74

Selain itu, konsep-konsep lain seperti ideologi dan hegemoni dalam kaitannya dengan budaya pop juga akan dijelaskan secara ringkas dan sederhana.¹⁵

Budaya pop adalah budaya yang telah berkembang dan memiliki pandangan tentang kehidupan seseorang, praktik, dan jumlah penggemar dalam karya mereka. Budaya ini kemudian dapat dengan sengaja menciptakan perangkat elektronik dalam bentuk media massa, dimana media massa menyampaikan segala sesuatu tentang apa yang akan menjadi budaya masyarakat umum. Sedangkan menurut Frankfurt, budaya populer adalah budaya massa yang diproduksi oleh industri budaya karena stabilitas dan kontinuitas kapitalisme.¹⁶

Budaya populer dipengaruhi oleh media massa dan dapat mempengaruhi anak muda. Dengan tidak secara langsung media dapat menggambarkan budaya, tetapi dibiarkan dalam proses mengelola budaya, dalam akses tersebut dapat memudahkan bagi masyarakat sekitar untuk menerima budaya baru yang akan diterima. Dengan pengelolaan ini, masyarakat secara tidak sadar akan menerima budaya baru tersebut dan diterima oleh masyarakat. Budaya ini mendapatkan popularitas karena telah banyak diadopsi oleh masyarakat.¹⁷

Budaya populer yang hadir bersama globalisasi telah membawa sesuatu yang baru di mata masyarakat Indonesia. Budaya populer dibiarkan menjadi salah satu ancaman bagi penguatan identitas nasional masyarakat perkotaan, khususnya kaum muda, karena mampu menghapus kerangka acuan tradisional masyarakat seperti suku, agama, suku, budaya dan nilai. falsafah hidup bangsa. Ancaman budaya populer terhadap identitas bangsa tidak bisa dibiarkan begitu

¹⁵ Agnes Setyawati. *Cultural Studies Sebuah Pengantar, Teori, Dan Konsep*. (Bogor; Mitra Wacana Media), h. 100

¹⁶ Rudy Setiawan, “*Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia*”, (Ejournal Ilmu Komunikasi, Vol.3, No.2, 2013), h. 364

¹⁷ Laksmi Widyawati, “*Fenomena Budaya Pop Dalam Ruang Kota Yogyakarta*”, (Skripsi: Program Studi Arsitektur Universitas Borobudur), h. 74.

saja karena diyakini akan mengganggu stabilitas keutuhan persatuan rakyat dan kesetiaan pada ideologi negara, keluarga Pancasila.¹⁸

Budaya populer muncul dan bertahan atas kehendak media (dengan ideologi kapitalis) dan perilaku konsumsi masyarakat. Dalam hal mempopulerkan suatu produk budaya, media berperan sebagai penyebar informasi sesuai fungsinya serta pembentuk opini publik yang kemudian berkembang menjadi penyeragaman opini dan selera. Akibatnya, apapun yang diproduksi oleh suatu media akan diterima oleh publik sebagai suatu nilai, dalam hal ini nilai kebudayaan. Masalahnya adalah, selama ini budaya populer hadir dengan stigma bahwa ia adalah sebuah budaya yang cenderung sekedar memunculkan pencitraan tanpa makna, bersifat dangkal dan tidak valuable. Kekuatan media dalam hal ini tidak lain adalah dalam mengkonstruksi realitas media yaitu sebuah realitas yang dikonstruksi berdasarkan system yang direkayasa oleh media tersebut dengan tujuan salah satunya adalah meraih keuntungan finansial dari publik yang mengkonsumsi semua jenis komoditi yang ditawarkan.

Dalam proses ini, media jelas menjadi semakin penting. Bangkitnya bentuk-bentuk komunikasi massa modern maupun pengembangbiakan budaya media populer yang diasosiasikan sehingga menjadi hal penting dalam kerangka penjelasan teori posmodern. Dapat disimpulkan dari sini adalah bahwa media massa telah menjadi hal utama bagi arus komunikasi dan informasi di dalam maupun di antara masyarakat-masyarakat modern (dan akibatnya budaya populer yang mereka siarkan dan promosikan semakin banyak menerangkan dan memperantarai kehidupan sehari-hari di dalam

¹⁸ Muhammad Daud Yusuf, “*Budaya Pop Dari Korea Dan Dampaknya Di Indonesia*”, (Jurnal: Ilmiah Hubungan Internasional, Vol.2 No.2,2020), h.2

masyarakat) bahwa mereka, bersama-sama dengan konsumerisme, telah memenculkan ciri-ciri khas posmoderisme.¹⁹

Perhatian *Cultural Studies* mengenai budaya populer berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut. *Pertama*, narasi *Cultural Studies* berupaya untuk mengeksplorasi bagaimana dan mengapa bentuk-bentuk budaya tertentu berkembang dan diterima dalam hubungan sosial kontemporer *Kedua*, narasi *Cultural Studies* berusaha mengeksplorasi bagaimana hegemoni kelompok dominan, posisi dan fungsinya dalam dunia produksi berkembang dan bergerak. *Ketiga*, asumsi tentang betapa perlunya untuk menyingkap bagaimana hubungan hegemoni yang baru bisa dipraktekkan di masa yang akan datang, bagaimana kelompok dan kelas subordinat bisa menjadi bagian dominan dan integral dari hegemoni yang baru. *Keempat*, sebagai konsekuensi tiga poin di atas adalah adanya kecenderungan *Cultural Studies* untuk memberikan perhatian pada persoalan politik praktis yang seringkali mengambil tindakan simpatik terhadap praktisi budaya yang dapat diidentifikasi sebagai bentuk resistensi terhadap hubungan dominasi dan kepemimpinan yang ada.²⁰

Adapun macam-macam bentuk budaya pop salah satunya yaitu televisi, *music pop*, fiksi, surat kabar (majalah), film, yang dikonsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.²¹ Dengan demikian dari macam-macam budaya pop dapat membentuk berbagai jenis dan ciri-ciri dalam budaya pop, antara lain:

a) Jenis-Jenis Budaya Populer

Menurut pendapat dari Ev. Junedy Lee, mengatakan bahwa *pop culture* mempunyai jenis-jenis budaya, diantaranya sebagai berikut:

1) Budaya Hiburan

¹⁹ Bing Bedjo Tanudjaja. *Pengaruh Media Komunikasi Massa Terhadap Popular Culture Dalam Kajian Budaya/Cultural Studies*. (Nirmana, Vol. 9, No. 2, Juli 2007), h.99

²⁰ Bing Bedjo Tanudjaja. *Pengaruh Media Komunikasi ...* h.100

²¹ Muhammad Daud Yusuf, "Budaya Pop Dari Korea Dan Dampaknya Di Indonesia", (Jurnal: Ilmiah Hubungan Internasional, Vol.2 No.2,2020), h.3

Budaya hiburan merupakan ciri yang utama dari budaya populer di manasegala sesuatu harus bersifat menghibur. Pendidikan harus menghibur supaya tidak membosankan, maka muncullah edutainment. Olah raga harus menghibur, maka muncullah sportainment. Informasi dan berita juga harus menghibur, maka muncullah infotainment. Bahkan muncul juga religiotainment, agama sebagai sebuah hiburan, akibat perkawinan agama dan budaya populer. Hal ini dapat dilihat sangat jelas khususnya ketika mendekati hari-hari raya keagamaan tertentu. Bahkan kotbah dan ibadah harus menghibur jemaat supaya jemaat merasa betah. Bisnis hiburan merupakan bisnis yang menjanjikan pada masa seperti saat ini.²²

2) Budaya Instan

Segala sesuatu yang bersifat sesaat muncul, misalnya: mie instan, makanan cepat saji, kebutuhan hidup yang mendesak dan tulisan yang langsung di atas kertas tanpa pemahaman yang mendalam.²³

3) Budaya Ikon

Menampilkan banyak ikon budaya seperti Madonna, Elvis Presley, Marlin Monroe, Michael Jackson dan lainnya yang lahir dalam wujud manusia bersama dengan ikon lain seperti Monumen Nasional, Patung Liberty, dan Menara Eiffel.

4) Budaya Kontemporer

Budaya kontemporer merupakan budaya nilai-nilai temporer, kontemporer, tidak stabil yang terus berubah dan berubah (sesuai tuntutan pasar dan zaman). Hal ini terlihat dari lagu-lagu pop yang

²² Nastain. "Euforia Pendakian Gunung Dalam Perspektif Budaya Pop (Studi Kasus Gunung Andong)", (Skripsi, Ushuluddin Dan Humaniora, 2020), h. 39

²³ Nastain. "Euforia Pendakian Gunung... h. 40

beredar, termasuk lagu-lagu pop rohani, yang terus berubah dan berubah sesuai dengan tuntutan pasar.

5) Budaya Konsumerisme

Globalisasi budaya konsumen dan pascamodernisme adalah fenomena yang terjalin erat karena hal-hal sebagai berikut: *pertama*, globalisasi telah menggeser dunia barat dan kategori filosofisnya dari pusat jagat raya; memang, beberapa orang telah melihat runtuhnya klasifikasi barat sebagai tanda-tanda pascamodernisme. *Kedua*, meningkatnya penampilan dan status budaya pop, yang dipercepat oleh media elektronik, berarti bahwa pemisahan antara budaya rendah dan budaya tinggi tidak lagi relevan. *Ketiga*, kaburnya batas-batas seni, kebudayaan dan perdagangan, yang menyatu dengan semakin pentingnya ‘figural’ pascamodern telah menghasilkan estetisasi secara umum kehidupan sehari-hari.²⁴

Budaya konsumerisme yaitu masyarakat yang terus menerus mengalami kekurangan dan ketidakpuasan terhadap dirinya sendiri, masyarakat yang mengkonsumsi dan mengkonsumsi yang tidak membeli sesuai dengan kebutuhannya sendiri, tidak seperti yang diinginkannya, bahkan tidak sesuai dengan apresiasinya. Ini juga karena media massa, cetak dan elektronik, bergerilya dengan iklan, yang saat ini semakin berkembang untuk membangkitkan hasrat meskipun sesuatu yang diiklankan tidak mutlak diperlukan. Sebagai contoh, banyak anak muda yang membeli ponsel Blackberry dan Android yang mahal hanya untuk kebutuhan mendesak, karena pekerjaan mereka membutuhkan penggunaan ponsel tersebut. Hal yang sama dapat dilihat pada penggunaan media sosial yang luas, seperti: facebook, instagram, twitter, di kalangan anak muda dan dewasa saat ini.

²⁴ Chris Barker. *Cultural Studies*; Teori & Praktik (Bantul; Kreasi Wacana. 2013), h.304

Budaya konsumsi menurut Baudrillard dikonseptualisasi sebagai suatu proses dimana pembeli suatu barang terlibat secara aktif dalam upaya menciptakan dan mempertahankan rasa identitas melalui permainan barang-barang yang dibeli. Teori konsumsi Baudrillard, mengatakan bahwa masyarakat kosumerisme pada masa sekarang tidak didasarkan kepada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya. Siapapun bisa menjadi bagian dari kelompok apapun jika sanggup mengikuti pola konsumsi kelompok tersebut. Konsumsi menurut Baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda, dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau akan menjadi tanda.²⁵

6) Budaya Massa

Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya. Akibatnya musik dan seni tidak lagi menjadi objek pengalaman estetis, melainkan menjadi barang dagangan yang wataknya ditentukan oleh kebutuhan pasar.

7) Budaya Hilangnya Batasan-Batasan

Budaya pop membuang semua perbedaan dan batasan mutlak antara budaya klasik dan budaya salon, antara seni dan hiburan, antara budaya tinggi dan rendah, periklanan dan hiburan, masalah moral dan amoral, apa yang baik dan apa yang tidak. Apa yang baik dan apa yang buruk Perbedaannya tidak terlalu penting lagi. Perbedaan dan batasan

²⁵ Muh Riskan. *“Perilaku Sosial Kosumerisme Pada Remaja Di Era Gloalisasi Di Desa Bontobulaeng Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba”*. (Skripsi: Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar. 2017), h. 25

ini hanya dimanipulasi untuk alasan yang bermasalah. Hasilnya tidak berbeda dengan es krim, hamburger dan lain-lain. Bahkan pendengar yang positif pun dapat merasakan musik dan karya seni lainnya sebagai objek sensual popularitas.²⁶

8) Budaya Hedonisme

Menurut teori Reynold dan Darden mengatakana bahwa hedonisme merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencar kesenangan hidup, menghabiskan waktunya diluar rumah untuk bersenang-senang dengan temanya, gemar membeli barang yang tidak dibuthkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Budaya populer lebih banyak berfokus kepada emosi dan pemuasanya daripada intelek. Tujuan hidup ini adalah untuk bersenang-senang dan menikmati hidup, sehingga memusakan segala keinginan hati dan hawa nafsu. Hal seperti ini dapat menyebabkan munculnya budaya hasrat yang mengikis budaya malu.²⁷

9) Budaya Gaya

Menurut Kotler (2002) gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang di ekspresikan dalam aktivitas minat, dan opninya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang dengan lingkungan”. Budaya visual juga telah menghasilkan budaya gaya, dimana tampilan atau gaya lebih di pentingkan daripada esensi, substansi, dan makna. Maka muncul istilah “aku bergaya maka aku ada” maka pada budaya ini, penampilan (packaging) seseorang atau sebuah barang (branding) sangat dipentingkan.

²⁶ Nastain. “*Eurforia Pendakian Gunung Dalam Perspektif Budaya Pop (Studi Kasus Gunung Andong)*”, (Skripsi, Ushuluddin dan Humaniora, 2020), h. 40

²⁷ Ranti Tri Angraini dan Fauzan Heru Santhoso. “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja”. *Gajah Mada Journal Of Pshychology*, V. 3, N.3, (2017), h.133

b) Ciri-Ciri Budaya Popular

- 1) Trend yaitu budaya yang menjadi arus utama dan diikuti atau disukai banyak orang yang berpotensi menjadi sebuah budaya populer.
- 2) Keseragaman bentuk, khususnya kreativitas manusia. Akhirnya menjadi trend yang diikuti oleh banyak penjiplak. Karya ini dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain yang memiliki karakteristik serupa, seperti musik pop (diambil dari kata populer) yang merupakan genre musik yang nadanya terlalu rumit, liriknya mudah dipahami dan sederhana, merindukan.
- 3) *Adaptability*, budaya populer mudah diapresiasi dan diterima masyarakat sehingga menimbulkan trend.
- 4) *Durabilitas*, yaitu suatu budaya populer yang sudah dianggap atas dasar yang berlanjutan dari sebelumnya, pionir budaya pop dapat mempertahankan diri jika pesaing yang muncul nanti tidak dapat bersaing dengan keunikannya, akan bertahan selama merek coca-cola ada selama dekade.
- 5) *Profitabilitas* Dari segi ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.²⁸

²⁸ Rudy Setiawan, “Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia”, (Ejournal Ilmu Komunikasi, Vol.3, No.2, 2013), h. 364.

BAB III

KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYYAH SEMARANG

A. Profil Singkat Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang

1. Sejarah Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia yang mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan agama, yang memiliki akar kuat pada masyarakat muslim. Dengan demikian pondok pesantren dapat memerankan suatu usaha yang dapat memperkuat iman, dapat menghasilkan akhlaq mulia, dan meningkatkan ketakwaan.¹

Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang merupakan lembaga pendidikan yang difungsikan untuk mencetak generasi Islam yang mumpuni dalam bidang *ta'limul Qur'an*, mulai dari tingkat *bin nadzri* maupun *bil hifdzi* yang diasuh langsung oleh K.H. Sholeh Mahalli, AH dan istrinya Nyai Hj. Nur Azizah, AH. Sepeninggal K.H. Sholeh Mahalli, AH pada tahun 2015, maka Ibu Nyai Hj. Nur Azizah, AH meneruskan kepengasuhan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah dan dibantu oleh putra-purtrinya.²

Landasan berdirinya Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah yang disingkat dengan PPMQA adalah niat dari penanggungjawab pondok pesantren dan masyarakat desa Bringin untuk mendirikan lembaga pendidikan yang dapat menampung generasi Qur'ani, karena dari pihak pesantren khawatir akan punahnya para penghafal Al-Qur'an di Indonesia. Hal itu merupakan keinginan para pengawas dan masyarakat, serta dawah KH. Abdullah Umar yang memerintahkan pengasuh pondok untuk memperjuangkan Al-Qur'an. Pondok pesantren ini didirikan oleh KH. Sholeh Mahalli pada tahun 13 Juli 1991 Masehi. Pondok pesantren ini pada mulanya hanya menerima santri putri saja dan masih

¹ Riskal Fitri, Syarifuddin Ondeng, "*Pesantren Di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter*". (Jurnal Al Urwatul Wustqa, Vol. 2, No. 1, Juni, 2022), h. 44

² Ali Hamdani, "*Pola Kepemimpinan Dakwah Nyai Hajjah Nur Azizah, AH Dalam Pengembangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Desa Beringin Ngaliyan Semarang*", (Skripsi: Program Strata 1 UIN Walisongo Semarang, 2018), h. 83.

belum memiliki gedung yang sebenarnya. Terdapat 5 santri singgah ke K.H. Sholeh Mahalli. Kemudian seiring dengan bergesernya waktu, pondok pesantren ini semakin banyak peminatnya yang ingin belajar Al-Qur'an bersamanya. Akhirnya pada tahun 1991 didirikan sebuah yayasan yang bernama "Madrosatul Qur'an". Pondok pesantren ini terus berkembang hingga akhirnya dibangun gedung khusus untuk mahasiswi dengan dua lantai; lantai bawah untuk aula dan lantai atas untuk ruang-ruang mahasiswi. Para santri tersebut wajib menghafal Al-Qur'an baik oleh mereka yang menempuh pendidikan formal seperti SD, SMP, SMA maupun perkuliahan.³

Terdapat tiga golongan santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah. Pertama, santri berkebutuhan khusus (*takhasus*) adalah santri yang hanya belajar di pondok pesantren dan tidak mempunyai pekerjaan tambahan misalnya kuliah dan sekolah. Kedua, santri mahasiswa adalah santri yang memiliki kegiatan di luar pesantren yaitu perkuliahan. Ketiga, santri pelajar yaitu santri yang mempunyai berbagai aktivitas di luar kalangan pondok pesantren berupa SD, SMP, SMA. Saat ini jumlah santri putri pada tahun 2023 terdapat 110 santri.⁴

Sistem pembelajaran di pondok pesantren ini tidak hanya berfokus pada hafalan al-Qur'an, akan tetapi juga belajar membaca al-Qur'an dan ilmu-ilmu lainnya, seperti halnya baik ilmu Fiqh maupun Akhlak. Program pendidikan terdiri atas dua jenis yaitu takhasus al-Qur'an *bin nadzri* dan *bil hifdzi* dan madrasah diniyah. Dari ajaran yang dilakukan oleh nyai dan bu nyai yang diterapkan dalam Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah bertujuan untuk mencetak generasi *huffadz*, yakni para penghafal al-Qur'an yang akan menjadi penguat barisan dakwah islam. Dengan kapasitas dan fasilitas yang ada

³ Uswatun Khasanah, "Analisis Penerapan Ta'zir Terhadap Pendidikan Kedisiplinan Santri Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Bringin, Ngaliyan, Semarang". (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2020), h.43

⁴ Muhammad Ibnu Abbas, "Pengaruh Intensitas Menonton Program One Pride Mma (Mixed Martial Arts) Di Tv One Terhadap Agresivitas Remaja Pada Santri Pelajar Putra Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang". (Skripsi. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam. 2018), h. 68

diharapkan pondok pesantren ini dapat menampung generasi-generasi penghafal Qur'an.

Di samping untuk mencetak *Huffadz* Al-Qur'an, pondok pesantren ini juga bertujuan untuk membentuk kepribadian santri dengan akhlakul karimah dan melengkapinya dengan berbagai ilmu pengetahuan. Dengan akhlakul karimah dapat melahirkan dan mewujudkan perilaku yang baik bagi santri dan dapat mengamalkan ilmu pengetahuannya di lingkungan sekitar.

Aktifitas sehari-harinya yang dilakukan oleh santri lebih fokus pada proses menghafal Al-Qur'an. Faktanya, santri lebih banyak menghabiskan sebagian besar waktunya untuk membaca, menghafal dan *muroja'ah*. Namun dalam rangka menumbuhkembangkan intelektual para santri, pondok pesantren juga menyelenggarakan sebuah kegiatan pengajian kitab kuning khususnya di bidang Fiqh, Akhlak dan tata Bahasa arab, serta pengabdian kepada masyarakat dengan menggalakkan bacaan Al-Qur'an dan mengajarkan menulis kepada anak-anak taman pendidikan Al-Qur'an (TPQ). Setiap hari, santri yang memiliki kemampuan di bidang Al-Qur'an mengajari anak-anak sekolah dasar ketrampilan membaca dan menulis Al-Qur'an, disini mereka berlatih untuk memberikan kontribusi intelektual bagi umat.⁵

Selain tujuan yang sudah dipaparkan di atas, terdapat tujuan lain salah satunya adalah dakwah Islam. Kegiatan dakwah ini berupa kegiatan *muqqodaman* atau *sima'an*, yaitu membaca Al-Qur'an sebanyak 30 juz bersama-sama untuk santri *takhossus* dalam masyarakat. Pembacaan Al-Qur'an tersebut dilakukan pada hari kematian salah satu anggota keluarga, atau ketika jamaah ingin menikahkan putra/putrinya. Para santri biasanya meminta restu terlebih dahulu kepada pengasuh dan pengurus untuk membaca Al-Qur'an pada lokasi yang telah ditentukan. Kegiatan ini merupakan simbol dakwah yang selalu dilakukan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang.⁶ Sekaligus untuk membesarkan pondok pesantren.

⁵ Nurul Naini. "Problematika Kecerdasan Emosional Santri Dalam Menghafal Al-Qur'an Dan Solusinya Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Kelurahan Bringin Kecamatan Ngaliyan Semarang". (Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. 2017), h.37

⁶ Nurul Naini, "Problematika Kecerdasan Emosional Santri ...h. 38

2. Letak Geografis Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang



Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang secara geografis terletak di titik jalan raya Bringin timur RT 01, RW 01 desa Bringin, kecamatan Ngaliyan, kota Semarang, Jawa Tengah, kode pos 50109, telepon (024)7621004.

Adapun batas-batas wilayah Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang, yaitu;

- Batas selatan : Desa Tambak Aji
- Batas utara : Desa Gondoriyo
- Batas timur : Kelurahan Ngaliyan
- Batas barat : Desa Wonosari⁷

Ditinjau dari segi letak geografisnya, maka Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang merupakan lokasi, situasi dan kondisi lingkungan pondok pesantren yang terbilang sangat strategis dan kondusif untuk kegiatan belajar menghafal Al-Qur'an dan belajar agama. Secara geografis, jarak antara pondok pesantren dengan kampus Universitas Islam Negeri Walisongo juga dekat.

3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

a) Visi Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah

- 1) Mencetak santri yang Qur'ani berakhlakul karimah, berprestasi, patuh, dan terampil.

⁷ Siti Mifatkul Sholikhah, *"Bimbingan Tahfidz Qur'an"*, (Skripsi: Program Strata 1 UIN Walisongo Semarang, 2022), h. 46.

- 2) Memasyarakatkan al-Qur'an dan mengQur'ankan masyarakat.
 - 3) Mencetak santri yang hafidzoh
- b) Misi Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah
- 1) Menumbuhkan niat kecintaan dan semangat belajar pengetahuan agama teknologi.
 - 2) Melaksanakan dan melakukan proses pembelajaran secara aktif, konsisten, efektif, dan tidak mempengaruhi dampak rasa membosankan.
 - 3) Memanfaatkan ekstra kulikuler untuk menggali potensi santri.
 - 4) Mengamalkan teori keilmuan secara terkontrol.

4. Struktur Kepengurusan

Tujuan dari struktur organisasi adalah untuk menyajikan tanggungjawab dan pembagian tugas secara formal sehingga dapat dilakukan tugas sesuai dengan yang diharapkan dan untuk mendukung kelancaran aktivitas agar dapat terkendali dan terorganisir dengan baik. Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah memiliki struktur administrasi yang cukup jelas.⁸

Pengasuh	: Ibu Nyai Hj. Nur Azizah, AH. Khotibul Umam S.Pd.I
Ketua Pondok	: Miladya Laili Sania
Sekretaris	: Aida Fitriani
Bendahara	: Saneiha Wafishobaha Mizajuha Zanjabilla Sri Anjarwati
Keamanan	: Kiki Ismah Umi Layyinatush Shifah Aniswa Miladi
Pendidikan	: Umu Tri Mulyani

⁸ Nurul Naini. "Problematika Kecerdasan Emosional Santri Dalam Menghafal Al-Qur'an Dan Solusinya Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Kelurahan Bringin Kecamatan Ngaliyan Semarang". (Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. 2017), h. 41

Yunita Milenia Anggraini
Anisa Fathiyah Yasmin
Kebersihan : Indah Solikhatul Amalia
Mufarikha
Perlengkapan : Nandya Febrilia
Afifatun Nisa

B. Kegiatan Santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

1. Jadwal kegiatan santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

a) Kegiatan Harian

Kegiatan harian di pondok pesantren dilaksanakan pada pukul 04.00–04.30 diharapkan semua santri mempersiapkan untuk wudhu dan melaksanakan sholat subuh berjamaah di masjid. Pukul 05.00-selesai semua santri melakukan segala aktivitas baik belajar mengajar atau setoran hafalan Al-Qur'an kepada pengasuh pondok Ibu Nyai dan kegiatan dilaksanakan di masjid pondok pesantren. Khusus untuk melaksanakan jamaah sholat dhuhur dapat menyesuaikan setelah setoran selesai. Pukul 15.00-16.45 santri melaksanakan sholat ashar berjamaah. Pukul 16.00-17.30 santri sebelum melaksanakan sholat maghrib, semua santri untuk mempersiapkan untuk mandi dan makan. Pukul 17.50- 18.15 seluruh santri untuk melaksanakan sholat mahrib berjamaah. Pukul 18.30-selesai santri mempersiapkan setoran *muraja'ah* dan membuat hafalan. Pukul 19.15-20.00 persiapan sholat isya dan pukul 20.00-21.30 kegiatan madrasah diniyah yaitu kajian kitab seperti akhlak, fiqh, dan lain-lain. Pukul 21.30-04.00 waktu tidur malam atau membuat hafalan Al-Qur'an.

a) Kegiatan Mingguan

Pesantren sebagai miniatur masyarakat, tidak terlepas dari aktivitas-aktivitas kemasyarakatan atau pola di dalam kehidupan bermasyarakat. Berdasarkan hasil observasi peneliti di pondok pesantren Aziziyah dapat

dipaparkan bahwa rutinitas yang diselenggarakan oleh pesantren Aziziyyah adalah untuk membekali santri agar dapat beradaptasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Maka pesantren Aziziyyah membiasakan rutinitas sosial keagamaan pada setiap minggu dengan kegiatan sebagai berikut:

- 1) Jamaah manaqibah bersama santri
- 2) Jamaah diba'an bersama santri
- 3) Roan akbar
- 4) Yasinan dan tahlil
- 5) Ekstrak al-qur'an
- 6) Ziarah maqom
- 7) Mujahadah
- 8) Membaca surah al-kahfi
- 9) Hiburan TV

b) Kegiatan Bulanan Pesantren

Kegiatan yang dilaksanakan santri pesantren selain harian ada juga kegiatan bulanan antar asrama. Seperti halnya berupa Ahad Pon. Dimana semua santri wajib menghafal dan membaca surah yang sudah ditentukan oleh pengurus.

c) Kegiatan Tahunan Pesantren

Kegiatan ini merupakan kegiatan pesantren yang dilakukan agar santri dapat memahami dan mengelaborasi dalam menghadapi tantangan zaman. Kegiatan tahunan ini meliputi:

- 1) Perayaan referensi kitab kuning melalui pengajian kilatan bulan Ramadhan.
- 2) Dzulhijah: haul K.H. Sholeh Mahalli, AH
- 3) Muharram: santunan anak yatim
- 4) Rabiul Awal: pengajian maulid Nabi
- 5) Rajab: peringatan Isra' Mi'raj dan Khatmil Qur'an
- 6) Ramadhan: pengajian Nuzulul Qur'an
- 7) Syawwal: sowan kepada ndalem bersama orang tua

2. Peraturan Kewajiban dan Larangan Santri Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Peraturan merupakan suatu yang diprogramkan dan dilaksanakan oleh setiap orang supaya dapat terciptakan, suatu kondisi yang teratur, tertib dan kondusif. Begitu pula, pembentukan karakter yaitu salah satu tingkah laku yang dimiliki oleh seseorang. Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah menerapkan dan mencerminkan sebuah kepribadian akhlak, salah satunya sopan dan santun dalam berperilaku, kedisiplinan, kejujuran, kebersihan, kemandirian, kerja keras, toleransi, kreativitas dan tanggung jawab. Sehingga para santri dapat membiasakan diri dalam berperilaku yang dapat diharapkan. Baik dari kebiasaan seperti bangun malam dan melaksanakan sholat malam, maupun mengaji dalam waktu tertentu.

Di bawah ini peneliti paparkan kewajiban, larangan, anjuran dan sanksi atau hukuman bagi santri Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah.

a) Kewajiban

- 1) Menghormati dan menghayati aqhlauqul karimah kepada pengasuh, ahlul bait, pengurus, asatidz, dan sesama santri.
- 2) Menjaga nama baik almamater pondok pesantren di dalam maupun di luar lingkungan pondok pesantren.
- 3) Berpartisipasi dalam semua kegiatan yakni harian, mingguan, bulanan dan tahunan.
- 4) Berpakaian rapih dan sopan (berbusana muslimah) ketika saat berjama'ah, mengaji, dan keluar pondok.
- 5) Membayar administrasi bulanan pondok paling lambat pada tanggal 20 setiap bulan masehi.
- 6) Wali santri wajib meminta izin kepada pengasuh apabila membawa santri meninggalkan lingkungan pondok (pulang, hajatan, membeli keperluan apapun).
- 7) Kembali ke pondok pada waktu yang telah ditentukan oleh pengasuh setelah izin pulang dan liburan pondok.

b) Larangan

- 1) Berbahasa (Bertutur kata), sikap dan perilaku tidak sesuai dengan standar norma agama dan etika.
- 2) Melakukan perbuatan yang dilarang oleh syari'at islam dan melakukan berbuat menggosob, fakhisyah, mengancam, berkelahi, dan mencuri.
- 3) Hubungan dengan lawan jenis yang bukan muhram.
- 4) Membeli barang-barang, makanan, dan keperluan sehari-hari diluar pondok pesantren tanpa seizin pengasuh.
- 5) Mengikuti kegiatan ekstra tanpa seizin pengasuh.
- 6) Membuang sampah disembarang tempat.
- 7) Di larang Menyemir rambut.
- 8) Santri dilarang membawa handphone di area pondok dan penggunaan waktu di luar batas dari pukul (07:00- 17:00).
- 9) Santri tidak boleh keluar tanpa izin dari pengasuh.
- 10) Santri yang diperbolehkan pulang harus kembali ke Pondok dalam batas waktu yang telah ditentukan.
- 11) Santri memarkir motor dengan rapi di tempat yang sudah disediakan.
- 12) Santri Diperolehkan menonton Tv Hari Kamis Setelah Asar, Hari Jum'at Setelah Ro'an.
- 13) Membawa atau membaca tabloid, novel, gambar, komik, dan majalah yang tidak sesuai dengan hokum syara.

c) Anjuran

- 1) Membiasakan sholat sunnah.
- 2) Mempunyai alat pribadi masing-masing.
- 3) Apabila merasa kehilangan atau menemukan sesuatu segera melapor pengurus.

d) Sanksi

- 1) Diperingati pengurus.
- 2) Ditakzir.
- 3) Dilaporkan pengasuh.

4) Dikeluarkan dari pondok.

3. Media Hiburan Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Media massa merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk mencari berbagai sumber informasi yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, mulai dari anak muda hingga dewasa.⁹ Saat ini media elektronik sudah merambah ke kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dan telah memberikan kemudahan pada santri dalam mengakses berbagai jenis sumber informasi yang datang dari dunia maya, baik menggunakan handphone atau laptop melalui akses jaringan internet. Penggunaan media tersebut telah diperbolehkan oleh pengurus dan disetujui oleh pihak pengasuh dan masuk dalam sistem tata tertib peraturan. Penggunaan media elektronik tersebut telah diatur dalam tata tertib pondok pesantren. Adapun batasan waktu yang sudah ditentukan bermula dari pukul 07.00-17.00 WIB.¹⁰

Penggunaan media sosial sebagai bentuk kebebasan dari diri santri dapat dijadikan sebagai bentuk sarana hiburan yang dapat menghilangkan rasa kepenatan dan kebosanan di kalangan santri pondok pesantren. Salah satu informan telah mengungkapkan, bahwa penggunaan media sosial dapat dilaksanakan pada waktu luang atau selingan saat menyelesaikan tugas. Ketika informan sedang mengerjakan urusan yang belum selesai tetapi sudah pusing dan lelah, biasanya berhenti sejenak untuk mengobrol. Cara seperti ini setidaknya dapat menghibur dari rasa lelah akan tugas dan dapat melanjutkan tugas yang sudah tertunda.

Adapun penggunaan media elektronik dapat dipergunakan untuk mengakses kebutuhan konsumtivisme santriwati. Penggunaan media elektronik di pondok pesantren ini dapat digunakan pada hari Senin sampai hari

⁹ M Rizal Hidayatullah, Yanuar Yoga Prasetyawan. "Kajian Literasi Media Online Santri Mahasiswa". (Jurnal Ilmu Perpustakaan, Vol. 8, No. 4, Oktober 2019), h.199

¹⁰ Wawancara Dengan Kiki Ismah. Di Aula Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.

Jum'at. Konsumtisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dilakukan melalui berbagai cara seperti sosial media, pertemanan, televisi dan lain-lain. Namun kehebatan, kecerdasan, ketekunan santri dalam menyikapi budaya konsumtisme bukan merupakan halangan dan hambatan dalam melaksanakan aktivitas di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.

C. Budaya Konsumtisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Konsumtisme merupakan perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa mempertimbangkan dengan matang. Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh arus globalisasi dan postmodern yang telah berubah. Globalisasi cenderung membawa masyarakat pada satu budaya global. Perkembangan perilaku konsumtif sangat pesat dilihat dari akses teknologi digital. Kemajuan teknologi di era modern yang serba canggih ini, masyarakat dapat lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kehadiran teknologi canggih di tengah-tengah masyarakat telah mengubah arus pola perilaku konsumen. Fakta menunjukkan bahwa hampir sebagian besar masyarakat berperilaku konsumtif dan menyukai barang-barang baru, serta rela menghabiskan sebagian pendapatnya untuk membeli produk baru yang sedang trend.

Konsumtisme telah masuk ke dalam lingkungan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang sebuah lembaga pendidikan yang menampung generasi Qur'ani, dengan memiliki visi untuk mencetak generasi yang mampu menghafal Al-Qur'an, berakhlakul karimah, berprestasi, patuh, dan terampil. Pondok pesantren ini telah mencoba mengimbangi tuntutan modernisasi dengan beragam pembenahan, seperti meningkatkan fasilitas di dalam pondok pesantren. Modernisasi dapat menimbulkan dampak positif dan dampak negative terhadap santriwati. Fenomena yang terjadi saat ini yaitu konsumtisme. Dengan konsumtisme ini dapat membentuk sikap dan tingkah laku yang masuk ke dalam kegiatan konsumsi. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari para santriwati memiliki pola konsumtif yang berbeda-beda atau tidak sama.

Penelitian ini dilakukan terhadap santriwati aktif di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Adapun delapan narasumber yaitu Niswatul Afifah, Shofwatun Nisa, Sebrina Zulfa, Oktaviani Olivia Rifaati, Nasriyatun Nuriyah, Anggi Afaresha, Nida Ul Hasanah, dan Alfa Zahro, yang dijadikan sebagai objek kajian penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Narasumber merupakan santriwati aktif di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.
2. Memenuhi batas usia minimal 19 tahun untuk menjadi syarat diperbolehkan sebagai objek kajian penelitian.
3. Batas jumlah pendapatan setiap bulan minimal Rp.1.000.000
4. Menerapkan gaya hidup konsumtif, antara lain:
 - a. Berperilaku hedonismee dalam pengeluaran kebutuhan makanan dan minuman diluar lingkungan pondok pesantren yang melebihi dari Rp.300.000 setiap bulan.
 - b. Sebelumnya memiliki gaya hidup hemat dan sesudah mengenal perilaku konsumtif yang hanya bersenang-senang dengan barang tersebut, sehingga dapat menimbulkan gaya hidup hedonismee.
 - c. Merasa tidak percaya diri ketika menggunakan fashion di lingkungan pondok pesantren.
 - d. Menghabiskan uang dan waktu untuk kegiatan berbelanja secara percuma.
 - e. Berlebihan dalam mengonsumsi makan dan minum.
5. Mengikuti trend yang sedang berkembang atau *booming* di media sosial, dengan ketentuan:
 - a. Santriwati mengikuti gaya hidup traveling yang menjelajahi tempat-tempat baru seperti wisata kuliner, salah satunya yaitu membeli makanan diluar lingkungan seperti aneka kuliner dari negara korea selatan, misalnya Ttebokki, mie Samyang, corndog dan lain-lain.
 - b. Membeli make up ala korea selatan.
 - c. Mengikuti gaya trend pakaian atau fashion.

6. Berbelanja online, dengan rincian sebagai berikut:
 - a. Kebutuhan dalam berbelanja online minimal sebanyak Rp. 200.000 setiap bulan.
 - b. Media elektronik dari handphone dan computer berdasarkan atas aplikasi shopee, tokopedia, dan tiktok shop.
 - c. Membeli barang atas dasar keinginannya.

Adapun penjelasan yang menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam karakteristik konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 1. Konsumtivisme Santriwati di Kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.

No	Nama Santriwati	Jumlah pengeluaran			Jumlah
		Biaya makanan	Biaya Belanja (Fashion dan Makanan)	Biaya kebutuhan lain	
1.	Niswatul A	Rp.300.000	Rp.200.000	Rp. 500.000	Rp.1.000.000
2.	Shofwatun N	Rp.300.000	Rp.200.000	Rp. 500.000	Rp.1.000.000
3.	Sebrina Z	Rp.300.000	Rp.200.000	Rp. 800.000	Rp.1.300.000
4.	Oktaviani O	Rp.300.000	Rp.250.000	Rp. 450.000	Rp.1.000.000
5.	Nasriyatun N	Rp.300.000	Rp.250.000	Rp. 450.000	Rp.1.000.000
6.	Anggi A	Rp.300.000	Rp.300.000	Rp. 600.000	Rp.1.200.000
7.	Nida Ul K	Rp.300.000	Rp.300.000	Rp. 400.000	Rp.1.000.000
8.	Alfa Zahro	Rp.300.000	Rp.200.000	Rp.700.000	Rp.1.200.000

Sumber: data Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang wawancara dengan santriwati (2023)

Table diatas menunjukkan pemasukan data presentase pengeluaran biaya kehidupan santriwati yang paling banyak digunakan oleh objek, sejumlah delapan orang dapat beragam variasi yang tergantung pada berbagai faktor seperti biaya perbulan, biaya belanja, dan biaya kebutuhan lain. kecendrungan perilaku konsumtif santriwati dapat dilihat dari pengeluaran untuk biaya kebutuhan lain

lebih besar. biaya perbulan pada santriwati sekitar Rp.1.000.000 sampai Rp.1.300.000. Sedangkan biaya pengeluaran belanja online santriwati minimal 200.000 sampai Rp.300.000 untuk memenuhi kebutuhan primer baik berupa fashion dan makanan.

Dari data yang didapatkan, bahwa biaya kehidupan santriwati dapat mencakup berbagai hal, seperti; biaya makan, kegiatan, akomodasi dan lain-lain. Pengeluaran perilaku konsumtif pada santriwati dapat terjadi ketika mereka mengeluarkan uang untuk memenuhi keinginan yang tidak penting dan berlebihan. Beberapa contoh pengeluaran yang dialami oleh santriwati, seperti; mengikuti trend atau mode, dan aneka kuliner, seperti halnya pakaian yang sedang populer.

Berikut beberapa karakteristik yang dihasilkan dari narasumber melalui proses yang diperoleh dari peneliti, antara lain:

a) Terpengaruh Oleh Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup yang memiliki pola kehidupan yang dapat mencerminkan dalam aktivitas, minat dan pendapatnya dalam sesuatu yang dilihat dari cara bergaul. Masyarakat mengadopsi trend ini biasanya akan selalu berpenampilan menarik, mengenakan fashion dan makanan yang sedang trend. Zaman dahulu santriwati tidak mementingkan penampilan dan gaya hidup, akan tetapi berbeda dengan yang sekarang. Bahwasanya santriwati ketika mengikuti trend, sebagai bentuk fenomena yang lebih mengarah pada suatu keunikan sehingga mampu menjadi pusat perhatian di kalangan masyarakat. Beberapa contoh konsumtivisme gaya hidup, antara lain; *pertama*, gemar membeli barang-barang yang tidak penting seperti pakaian atau aksesoris. *Kedua*, lebih banyak menghabiskan uang dan waktunya untuk hiburan, yang digunakan untuk konser dan nonton bioskop tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan pribadi atau keluarga.

Kebutuhan primer salah satu kebutuhan pokok atau kebutuhan yang dibutuhkan yang menyangkut pada diri santriwati, melalui dengan sandang, dan pangan yang digunakan oleh santriwati dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan produk atau barang yang dikenakan oleh santriwati yaitu fashion (baju, rok, dan hijab) yang sedang trend saat ini mulai dari atas sampai bawah,

selain itu santriwati juga mengonsumsi makanan sebanyak tiga kali sehari yang sudah tersedia di pondok pesantren, terkadang santriwati sering membeli diluar lingkungan. Akan tetapi pada kegiatan sehari-hari santriwati membeli barang sebagai gaya hidup yang mengikuti trend saat ini. Bahwasanya santriwati diberi kesempatan untuk membeli barang di luar lingkungan yaitu pada setiap hari jumat santriwati untuk keberlangsungan hidup mereka. Gaya hidup yang diikuti oleh santriwati sekarang, dapat merugikan bagi konsumtif dengan pola perilaku hidup untuk mencari kesenangan, menghaiskan waktu, senang membeli barang-barang yang disenangi.¹¹

b) Mengikuti Trend

Berperilaku konsumtif dalam mengikuti trend masa kini. Saat ini banyak santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. yang membeli sesuatu barang bukan lagi disebabkan karena kebutuhan melainkan hanya berdasarkan keinginan saja. Bahwasanya keinginan untuk tampil cantik dilakukan santriwati dengan menggunakan fashion, makanana atau minuman, dan aksesoris, para santriwati juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berkembang. Karena jika tidak mereka akan dianggap kurang gaul. Akibatnya santriwati tidak memperhatikan kebutuhannya ketika mereka membeli barang mereka cenderung membeli barang yang diinginkan.¹²

c) Terpengaruh Oleh Belanja Online Shop

Adanya media elektronik yang dapat mempermudah dapat mengakses berbagai hal salah satunya berbelanja. Hal ini tidak sedikit para santriwati yang membeli dan meniru gaya yang sedang trend sehingga mereka ingin mengikuti trend yang tengah berkembang sekarang ini. Santriwati ketika melakukan kegiatan belanja ini dapat membentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah, dengan adanya komunikasi melalui media elektronik baik handphone

¹¹ Hasil observasi pada bulan 30 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

¹² Hasil observasi pada bulan 30 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

maupun komputer yang tersambung dengan layanan akses internet dan membeli barang juga dapat disebut online-shop, yang diakses melalui aplikasi seperti shopee, tiktok shop, tokopedia, dan lain-lain. Hal ini faktor alasan yang dipengaruhi oleh santriwati, yaitu berbelanja online dapat mempermudah belanja, dan terpengaruh oleh teman sebaya.¹³

¹³ Hasil observasi pada bulan 30 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

BAB IV

KONSUMTIVISME DI KALANGAN SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MADROSATUL QUR'ANIL AZIZIYYAH SEMARANG PERSPEKTIF *CULTURAL STUDIES*

A. Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Pada hakikatnya perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi suatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang boros, mewah dan berlebihan. Seorang individu harus membuat keputusan untuk membeli sesuatu namun tidak mengetahui konsekuensi pilihan tindakanya pada satu hal yang lain. Konsumtivisme ini tentu tidak boleh dibiarkan. Sebab bisa membahayakan keberlangsungan hidup manusia, apalagi perilaku konsumtif ini yang dilakukan secara terus menerus.¹

Tabel 1. Jumlah keseluruhan konsumtivisme santriwati di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.



Tabel di atas menunjukkan pengguna konsumtivisme di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang sebanyak 110 atau 93% responden dari keseluruhan santriwati lebih banyak dibandingkan 8 atau 7% responden dari jumlah

¹ Tiya Waryanti. *Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institute Agama Islam Negeri Metro 2018), h. 9

konsumtivisme santriwati. Maka peneliti membutuhkan informan yaitu santriwati yang dinyatakan memenuhi kriteria dalam memberi informasi dalam hal konsumtivisme kesehariannya. Analisis konsumtivisme yang terjadi di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang Informan dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan atas santriwati yang berusia sekitar 19 sampai 22 tahun. Hal ini dapat dilihat dari metode observasi yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti berfokus pada gaya hidup hedonismee, konsep diri, dan berbelanja secara online. Untuk dapat memecahkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka peneliti membutuhkan data berupa informasi dengan menggunakan metode observasi, wawancara serta dokumentasi secara mendalam terhadap santriwati yang dinyatakan telah memenuhi kriteria dalam memberikan informasi terkait perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu gaya hidup hedonis, konsep diri, dan berbelanja secara online, sehingga santriwati melakukan kegiatan berbelanja dan membeli barang yang sebenarnya sudah mereka diinginkan, contohnya dalam mode pakaian wanita yang merupakan bagian dari siklus berkeselimbangan yang memunculkan satu mode pakaian kemudian diganti oleh mode pakaian berikutnya. Maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyyah Semarang dapat dinyatakan ha-hal sebagai berikut:

1. Konsumtivisme Sebagai Gaya Hidup Hedonis

Globalisasi mendorong pengetahuan dan teknologi yang lebih memaksimalkan sumber daya yang tersebar di berbagai belahan dunia untuk pengembangan kehidupan manusia. Teknologi tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga setiap orang dapat mengakses internet apapun yang mereka inginkan. Sebenarnya, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak yang begitu luas termasuk dalam perubahan gaya hidup dan konsumsi masyarakat.²

Gaya hidup menjadi suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dalam penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan

² Mario Ferdy Pradana. *Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa*. (Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang. 2013), h. 2

dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya. Perilaku konsumtif juga menggambarkan adanya pola hidup manusia yang didorong atau dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Gaya hidup hedonis menggambarkan sifat seseorang yang memiliki karakter egois karena biasanya mereka hanya peduli terhadap dirinya sendiri. Gaya hidup biasanya tumbuh bersamaan dengan era globalisasi, perkembangan pasar bebas dan transformasi kapitalisme konsumsi. Melalui dukungan iklan, budaya populer, media massa, dan transformasi nilai modern yang dilakukan. Kapitalisme konsumsi akan memoles gaya hidup dan membentuk masyarakat konsumen.³

Kebutuhan primer salah satu kebutuhan pokok atau kebutuhan yang dibutuhkan yang menyangkut pada diri santriwati, melalui sandang dan pangan yang digunakan oleh santriwati dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan produk atau barang yang dikenakan oleh santriwati yaitu fashion (baju, rok, dan hijab) yang sedang trend saat ini mulai dari atas sampai bawah, selain itu santriwati juga mengonsumsi makanan sebanyak tiga kali sehari yang sudah tersedia di pondok pesantren, terkadang santriwati sering membeli diluar lingkungan. Akan tetapi pada kegiatan sehari-hari santriwati membeli barang sebagai gaya hidup yang mengikuti trend saat ini. Santriwati diberi kesempatan untuk membeli barang di luar lingkungan pondok yaitu pada setiap hari Jum'at santriwati untuk keberlangsungan hidup mereka. Gaya hidup yang diikuti oleh santriwati sekarang, dapat merugikan bagi konsumtif dengan pola perilaku hidup untuk mencari kesenangan, menghabiskan waktu, senang membeli barang-barang yang disenangi.⁴

Gaya hidup hedonis di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang menurut pendapat Nida Ul Hasanah mengatakan bahwasanya gaya hidup boros yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari membawa dampak besar bagi para konsumtif, salah satunya sikap hedonisme dalam menghabiskan uang dan waktunya untuk bersenang-senang setelah menyadari ketika membeli barang kebutuhan, akan tetapi gaya hidup ini sebetulnya

³ Mario Ferdy Pradana. *Gaya hidup konsumtif pada mahasiswa...* h. 6

⁴ Hasil observasi pada bulan 30 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

dapat kita hindari dengan berbagai strategi yang ada, namun sangat sulit untuk dihindari, seperti makanan atau, minuman dan fashion, dan merchandise. Sedangkan menurut Niswatul Afifah mengatakan bahwa ketika sebelum mengenal perilaku konsumtif ia belum mengalami dampak negative dan pada akhirnya sesudah mengenal perilaku konsumtif ia mengalami dampak terbesar dalam perilaku konsumtif yaitu ketika mengikuti gaya hidup boros atau hedonis, dengan membeli barang-barang melalui media elektronik baik dari aplikasi shopee, tokopedia maupun tiktok shop.⁵

Dalam *Cultural Studies* Budaya dan praktik tentang tanda, menggambarkan bahwa budaya adalah makna dengan pertanyaan tentang makna sosial bersama dalam bagaimana cara manusia dalam memahami dunia. Makna tersebut terbentuk dari praktik nyata, representasi, bahasa, dan kebiasaan masyarakat tertentu. Perubahan budaya tidak berlangsung dengan massif, tetapi perubahan budaya tersebut berlangsung perlahan-lahan. Banyak pihak yang secara tidak tampak bergerak untuk mengubah budaya di dalam masyarakat, termasuk budaya hedonisme dalam berlibur.⁶

Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang menunjukkan gaya hidup hedonis terjadi ketika pola hidup konsumtif sangat mempengaruhi gaya hidup hedonisme dari konsumtivisme di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Menurut Nida UI Hasanah dan Niswatul Afifah, bahwa konsumtivisme yang menjadi gaya hidup hedonis ketika penggunaan dapat menimbulkan dampak besar bagi santriwati, salah satunya dapat menyebabkan penghabisan uang dan waktu mereka untuk mengonsumsi barang online melalui aplikasi shopee, tokopedia dan tiktok shop, seperti fashion, makanan atau minuman, dan merchandise.⁷

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonismee konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang.

⁵ Hasil wawancara peneliti dengan Nida UI Hasanah dan Niswatul Afifah pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

⁶ Chris Barker. *Cultural Studies; Teori & Praktik*. Bantul: Kreasi Wacana. 2006, h.9-13

⁷ Hasil wawancara Peneliti dengan Nida UI Hasanah Dan Niswatul Afifah pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Gaya hidup hedonis yang dikonsumsi oleh konsumtif menunjukkan pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, melalui membeli barang-barang yang diinginkan.

2. **Konsumtivisme Sebagai Trend**

Perkembangan teknologi dan kemajuan industrialisasi memiliki dampak dalam pola perilaku konsumtif masyarakat, secara tidak langsung kehadiran trend dapat meningkatkan dan mendorong perilaku konsumtif untuk menggunakan barang-barang yang sesuai dengan keinginan. Budaya trend merupakan Budaya yang menjadi arus utama dan diikuti oleh masyarakat yang relative tinggi dan berpotensi pada budaya populer. Perkembangan budaya trend ini terus menerus mengalami peningkatan dari masa ke masa sehingga menimbulkan banyaknya peminat dari masyarakat yang tertarik oleh budaya trend sekarang. Budaya trend sangat berkaitan dengan fashion dan makanan, maka trend sebagai suatu aliran dalam dunia yang mengalami perubahan yang terjadi. Ciri yang dapat menunjukkan suatu trend adalah ketika berada di suatu tempat umum.⁸

Budaya trend di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang Perspektif *Cultural Studies*, sebagaimana pendapat dari informan Alfa Zahro bahwa adanya trend sangat berpengaruh, salah satu faktor timbulnya budaya trend yaitu teman sebaya dengan cara bersenang-senang membelanjakan uangnya secara lebih untuk membeli fashion, makanan atau minuman, dan merchandise, sebagai identitas diri yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dan menurut pendapat Alfa juga, jika tidak mengikuti budaya trend maka akan kehilangan jati dirinya. Sedangkan menurut Sebrina Zulfa bahwa fenomena konsumtivisme budaya trend saat ini menjadi pusat perhatian terutama fashion, pada dasarnya bertujuan untuk penutup, pelindung, daya tarik. Akan tetapi menurut Sebrina yang menjadi faktor utama ketika mengikuti budaya trend salah satunya fashion yang identik dengan warna hitam, seperti; hoodie.⁹

⁸ Rindang Berti Noviana. "Pengaruh Trend Dan Gaya Hidup Fashionable Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo". (Skripsi: Fakultas Syariah, Institute Agama Islam Negeri Ponorogo. 2023), h.21

⁹ Hasil wawancara peneliti dengan Alfa Zahro dan Sebrina Zulfa pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Berperilaku konsumtif dalam mengikuti trend masa kini. Saat ini banyak santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang, yang membeli suatu barang bukan lagi disebabkan karena kebutuhan, melainkan hanya berdasarkan keinginan saja. Keinginan untuk tampil cantik dilakukan santriwati dengan menggunakan fashion, makanan atau minuman, dan aksesoris, para santriwati juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berkembang. Karena jika tidak, mereka akan dianggap kurang gaul. Akibatnya santriwati tidak memperhatikan kebutuhannya ketika mereka membeli barang mereka cenderung membeli barang yang diinginkan.¹⁰

Menurut *Cultural Studies* mengatakan bahwa trend merupakan budaya yang menjadi arus utama dan diikuti atau disukai banyak orang yang berpotensi menjadi sebuah budaya populer. Sedangkan menurut Roland Barthes dalam analisisnya terhadap sejumlah fenomena budaya pop seperti *mythologies*, *the fashion system*, ataupun *camera lucida*, memang tidak terkait dengan apa yang dilakukan oleh hoggart maupun William di Inggris. Bahkan Barthes menulis kajian terhadap budaya massa lebih awal, yakni pada tahun 1954-1956 yang secara reguler dia tulis untuk sejumlah media yang kemudian diterbitkan menjadi buku dengan judul *Mythologies*. Menurut Roland Barthes *mythologies* atau *myth today* memberikan satu contoh yang sering dikutip tentang cara kerja signifikasi, mitos dan ideologi.¹¹

Konsumtivisme di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dalam hal ini menunjukkan trend sangat mempengaruhi oleh santriwati di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Menurut Alfa Zahro dan Sebrina Zulfa mengatakan bahwa konsumtivisme menjadi trend adalah dari pola perilaku hidup yang terpengaruh oleh teman sebaya karena dengan cara bersenang-senang membelanjakan uangnya lebih untuk membeli barang. Seperti yang dikatakan bahwa Sebrina Zulfa

¹⁰ Hasil observasi pada bulan 30 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

¹¹ Chris Barker. *Cultural Studies; Teori & Praktik*. (Kreasi Wacana; Bantul. November 2013). h. 74

fenomena konsumtivisme budaya trend saat ini menjadi pusat perhatian terutama fashion, dasarnya bertujuan untuk penutup, pelindung, daya tarik.¹²

Hal ini menunjukkan bahwa konsumtivisme merupakan budaya yang mengikuti trend yang sedang terjadi terus menerus mengalami peningkatan dari masa ke masa sehingga menimbulkan banyaknya peminat dari masyarakat yang tertarik oleh budaya trend sekarang. Fenomena budaya trend yang terjadi oleh santriwati dapat dilihat dari kebiasaan dalam beraktivitas sehari-hari yang cenderung pada gaya trend fashion, makanan atau minuman dan mercandise.

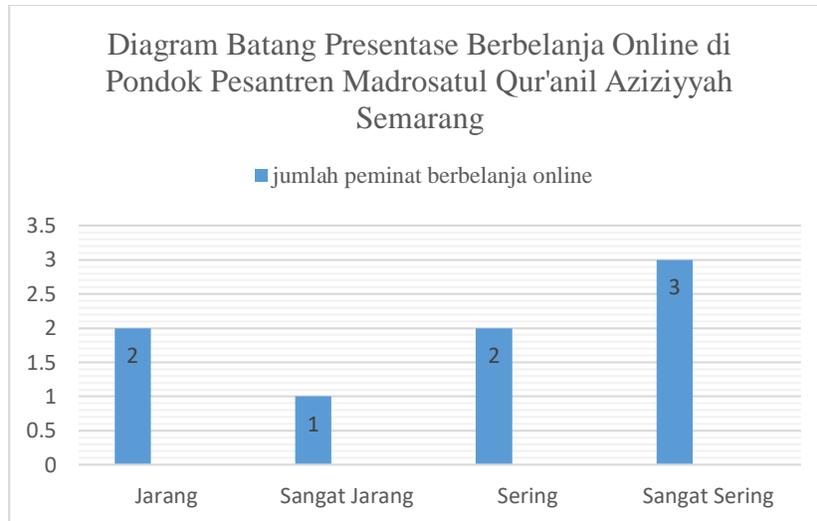
2. Kosumtivisme melalui Berbelanja Online

Perkembangan teknologi saat ini berdampak besar pada kegiatan yang dilakukan masyarakat setiap hari. Kemajuan teknologi yang ada pada saat ini memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat dengan adanya penggunaan internet. Di era modern saat ini, santriwati juga tidak dapat dipisahkan dengan internet. Partisipasi masyarakat dalam penggunaan internet menyebabkan masyarakat dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh internet terutama dalam hal berbelanja. Masyarakat dalam melakukan belanja online bukan didasarkan pada kebutuhan saja melainkan demi kesenangan. Belanja online merupakan sebuah media yang memungkinkan konsumtif membeli barang atau jasa secara langsung dari penjual dengan media internet yang diinginkan. Kemudian konsumtif tersebut menghubungi penjual untuk memastikan ketersediaan barang melalui belanja online.¹³

Berikut merupakan diagram sebagai bentuk penyajian data dalam tingkat seberapa sering santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang melakukan belanja menggunakan online:

¹² Hasil wawancara dengan Alfa Zahro dan Sebrina Zulfa pada tanggal 30 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

¹³ Lisa Arnita. *Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram*. (Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram. 2020), h.1



Adapun persentase yang diberikan pada tingkat konsumsi berbelanja online di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang menggunakan belanja online atau online shop berlangsung yakni; untuk berbelanja secara online dengan persentase jarang sejumlah 2 orang, untuk berbelanja menggunakan online shop dengan ketentuan sangat jarang sebesar 1 orang, untuk berbelanja belanja online dengan ketentuan sering sebesar 2 orang dan untuk ketentuan berbelanja secara online kategori sangat sering sebanyak 3 orang dari data yang dihasilkan menunjukkan adanya tingkatan perilaku konsumtif yang terjadi secara berulang terhadap santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang presentase sangat sering menjadi kategori tertinggi, sedangkan kategori terendah yaitu sangat jarang. Adapun data di atas dilengkapi dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan narasumber yang akan dipaparkan di awal sebagai sumber informasi data pada penelitian ini.¹⁴

Belanja secara online di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang, menurut pendapat dari Shofwatun Nisa bahwa berbelanja secara online dapat mempermudah kita untuk dapat memenuhi kebutuhan tanpa harus keluar dari tempat, apalagi dengan adanya media yang digunakan melalui aplikasi shopee yang sudah menjamin akan datangnya barang

¹⁴ Hasil observasi peneliti dengan delapan narasumber pada tanggal 29 Agustus 2023 di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

tersebut bahkan makanan atau minuman juga menggunakan shopee food dengan harga dan promo yang sudah tersedia. Sedangkan menurut pendapat Anggi Afaresha bahwa kehadiran aplikasi berbelanja online semakin mempermudah pemenuhan kebutuhan masyarakat, hanya dengan koneksi internet. Aplikasi yang digunakan untuk membeli barang dan kuliner, salah satunya dari aplikasi shopee terkadang telegram atau tiktok shop. Sebelum mengenal aplikasi tersebut terkadang kita bisa melihat dari review dari penjual yang memiliki bobot bintang yang paling tinggi”. seperti pada kegiatan berbelanja secara online pada santriwati yang dapat menjadi suatu kebiasaan dan dapat dikatakan sebagai konsumtivisme.¹⁵

Dalam *Cultural Studies* yang mendapat perhatian berlebih dalam kajian budaya, merupakan medan di mana kesadaran diperebutkan. Untuk memahami permainan bersama kekuasaan dan kesadaran, ada dua konsep yang dulu sering digunakan dalam teks-teks awal kajian budaya, meski kini tidak terlalu sering dipakai, yaitu ideologi dan hegemoni. Ideologi adalah peta-peta makna yang, meski berpretensi mengandung kebenaran universal, sebenarnya merupakan pengertian-pengertian yang spesifik secara historis yang menopengi dan melanggengkan kekuasaan. Misalnya, berita televisi terus menghasilkan pengertian tentang dunia yang menjelaskan dunia dalam kerangka bangsa-bangsa, yang dianggap sebagai objek yang ada secara ‘alami’, mengaburkan baik pembagian-pembagian kelas dalam formasi sosial dan ketidakalamian kebangsaan yang merupakan suatu konstruksi.¹⁶

Konsumtivisme di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang, bahwa berbelanja secara online sangat berpengaruh bagi santriwati di pondok pesantren. Sebagaimana menurut Shofwatun Nisa dan Anggi Afaresha mengatakan bahwa berbelanja online sangat berdampak bagi santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang, salah satunya dapat dilihat dari kebiasaan hidup sehari-hari, dengan akses handphone dan computer

¹⁵ Hasil wawancara peneliti dengan Shofwatun Nisa dan Anggi Afaresha pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyyah Semarang

¹⁶ Chris Barker. *Cultural Studies: Teori & Praktik*. (Kreasi Wacana; Bantul. November 2013). h.11

adanya koneksi internet melalui dari berbagai aplikasi, seperti shopee, tiktok shop atau telegram.¹⁷

Hal ini menunjukkan bahwa konsumtivisme di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang, dalam berbelanja online dapat mempengaruhi santriwati dengan pembelian barang-barang yang diinginkan melalui akses internet baik dari aplikasi shopee, tiktok shop, maupun telegram.

B. Konsumtivisme di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang perspektif *Cultural Studies*

Cultural Studies merupakan pendekatan interdisipliner yang mempelajari budaya sebagai suatu sistem yang kompleks. Dalam perspektif ini konsumsi dipahami sebagai bagian dari budaya yang secara aktif membentuk identitas dan perilaku individu serta kelompok.¹⁸

Cultural Studies dapat dilihat sebagai situs penting bagi produksi hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Budaya populer menghadirkan sederetan teori dan metode yang telah digunakan dalam *Cultural Studies*. Budaya populer merupakan suatu pola tingkah laku yang disukai oleh sebagian besar masyarakat. Pada umumnya budaya populer merupakan segala hal yang ada di sekeliling hidup kita dalam sehari-hari, budaya trend adalah budaya yang menjadi pedoman kita dalam memilih fashion, makanan atau minuman dan merchandise hingga seluruh kegiatan yang kita lakukan.¹⁹

Dalam menghadapi konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang perspektif *Cultural Studies* menekankan pentingnya pengembangan kesadaran kritis dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai budaya. Selain itu, pondok pesantren juga melibatkan santriwati dalam kegiatan sosial dan keagamaan yang lebih bermanfaat daripada sekedar konsumsi. Dalam skripsi konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok

¹⁷ Hasil wawancara peneliti dengan Shofwatun Nisa dan Anggi Afaresha pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

¹⁸ Chris Barker, *Cultural Studies; Teori dan Praktik* (Kreasi Wacana: Yogyakarta, 2009), h. 36

¹⁹ Roro Sri Rejeki Waluyajati, Afhoni Syahuri. *Budaya Pop Dalam Tradisi Shalawatan Pada Masyarakat Pedesaan*. (Religious; Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya. Vol.3, No.2. 2019), h.135

Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang ini menganalisis dengan berpedoman pada teori menurut perspektif *Cultural Studies*, antara lain:

a) Konsumtivisme Sebagai Budaya Populer

Globalisasi budaya populer telah membawa budaya dalam masyarakat Indonesia. Budaya populer dibiarkan menjadi salah satu ancaman bagi penguatan identitas nasional masyarakat perkotaan, khususnya kaum muda, karena mampu menghapus kerangka acuan tradisional masyarakat seperti suku, agama, suku, budaya dan nilai. falsafah hidup bangsa. Ancaman budaya populer terhadap identitas bangsa tidak bisa dibiarkan begitu saja karena diyakini akan mengganggu stabilitas keutuhan persatuan rakyat dan kesetiaan pada ideologi negara, keluarga Pancasila.²⁰

Budaya populer di kalangan Pondok Pesantren Maadrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang menurut Nasriyatun Nariyah dan Oktaviani Olivia Rifaat bahwa budaya populer cenderung dilakukan oleh pengguna konsumtif. Prilaku konsumtif sangat berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua santriwati, seperti fashion, makanan atau minuman, dan merchandise. Kebutuhan tersebut dapat dilihat dari sekitar lingkungan tempat, yang membawa pengaruh bagi santriwati lainnya. Oleh sebab itu, ia merasakan dampak rasa tidak percaya diri dengan penampilannya. Sedangkan menurut Niswatul Afifah bahwa ia juga pengguna konsumtif yang mengikuti teman sebaya di pondok pesantren seperti halnya ia berbelanja kebutuhan yang sedang trend saat ini, sehingga secara tidak sadar, ia terkontruksi oleh produk-produk budaya populer. Salah satu fenomena budaya populer yang terjadi di pondok pesantren yaitu dengan adanya media digital yang dapat mempermudah ia mencari informasi.²¹

²⁰ Muhammad Daud Yusuf, "*Budaya Pop Dari Korea Dan Dampaknya Di Indonesia*", (Jurnal:Ilmiah Hubungan Internasional, Vol.2 No.2,2020), h.2

²¹ Hasil wawancara peneliti dengan Nasriyatun Nuriya, Oktaviani Olivia Rifaati dan Niswatun Afifah pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Budaya populer merupakan arena pertarungan makna-makna kultural, yang dijadikan sebagai landasan untuk melihat makna kultural, mana yang dimenangkan dan yang tidak. Sub ini menjelaskan bahwa budaya pop dalam *Cultural Studies* dan bagaimana kekuasaan bisa terkandung dalam budaya pop. Selain itu, konsep-konsep lain seperti ideology dan hegomoni dalam kaitanya dengan budaya pop juga akan dijelaskan secara ringkas dan sederhana.²²

Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Menunjukkan bahwa budaya populer salah satu pandangan mengenai kehidupan seseorang. Hasil data tersebut dari Nasriyatun Nuriyah, Oktaviani Olivia Rifaati dan Niswatul Afifah. Dari narasumber mengatakan bahwa fenomena budaya populer yang terjadi di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang sangat cenderung diikuti oleh santriwati karena mengikuti gaya trend, dengan adanya media digital yang dapat mempermudah berbelanja, seperti; fashion, makanan atau minuman dan merchandise.²³

Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer sangat mempengaruhi konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang karena dengan banyaknya budaya populer yang identik dengan kemajuan media digital dapat mempermudah belanja santriwati dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

b) Konsumtivisme sebagai Identitas Diri

Identitas diri merupakan kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai seorang pribadi yang unik, memiliki keyakinan yang relative stabil, serta memiliki peran penting dalam konteks kehidupan bermasyarakat. Remaja yang sedang mencari jati diri akan senantiasa mencari sebuah contoh yang anggap mereka menarik dan mempunyai nilai-nilai ideal bagi remaja. Konsumtivisme menunjukkan

²² Dr. Agnes Setyowati H. *Cultural Studies* Sebuah Pengantar, Teori, Dan Konsep. (Bogor; Mitra Wacana Media), h. 100

²³ Hasil wawancara peneliti dengan Nasriyatun Nuriya, Oktaviani Olivia Rifaati dan Niswatun Afifah pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

identitas diri yang dapat disimbolkan atau dicirikan oleh atribut-atribut tertentu.²⁴

Identitas diri di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang, menurut pendapat Alfa Zahro, Ia berbelanja online paling sering dibeli pakaian, aksesoris, make up. Ia selalu memperhatikan penampilan sendiri sehingga dapat menimbulkan percaya pada diri sendiri. Sedangkan menurut pendapat Anggi Afaresha mengatakan bahwa dengan cara membeli pakaian sehingga Ia rela mengeluarkan banyak uang untuk menunjang penampilan yang dapat memberi rasa percaya diri.²⁵

Dalam *Cultural Studies* bahwa objek dalam iklan adalah penanda yang kita decode dalam konteks sistem budaya yang telah dikenal dan mengasosiasikan produk dalam iklan tersebut dengan kebaikan-kebaikan kultural lain. Kendati citra tentang produk tertentu mungkin hanya memberikan arti kepada kacang atau mobil, dia diciptakan untuk berkonotasi 'watak' atau keluarga, sehingga iklan menciptakan dunia perbedaan antara produk dengan gaya hidup yang "kita beli". Dalam membeli produk kita membeli citra sehingga memberikan kontribusi pada konstruksi identitas kita melalui konsumsi. Bagi Williamson, iklan bersifat ideologis dalam upayanya mengaburkan ketimpangan ekonomi pada level produksi dengan citra tentang konsumsi yang bebas dan setara.²⁶

Konsumtivisme di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang (perspektif *Cultural Studies*) Hal ini menunjukkan bahwa identitas diri Alfa Zahro dan Anggi Afaresha menentukan perilaku konsumtifnya, dimana seseorang santriwati yang ingin memiliki identitas diri yang baik cenderung lebih mengonsumsi produk-produk untuk

²⁴ Dhea Abri Triamali. "*Identitas Diri Remaja Ditinjau Dari Perilaku Obsesif Terhadap Artis Idola*". (Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Riau Pekanbaru. 2019), h. 5

²⁵ Hasil wawancara peneliti dengan Alfa Zahro dan Anggi Afaresha pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

²⁶ Chris Barker. *Cultural Studies; Teori & Praktik*. (Kreasi Wacana; Bantul. November. 2013). h.65

memperbaiki konsep dirinya dan sikap santriwati lebih cenderung menimbulkan cemas.²⁷

Dengan demikian data diatas menunjukkan bahwa Konsumtivism di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang Perspektif *Cultural Studies*, mengatakan bahwa memiliki persamaan dalam pandangan budaya trend, yaitu bahwasanya faktor yang menjadi pemicu utama terjadinya budaya trend adalah fashion yang identik dengan citranya identitas diri yang baik cenderung lebih mengonsumsi produk-produk untuk memperbaiki konsep dirinya dan sikap santriwati lebih cenderung menimbulkan cemas.

c) **Budaya Konsumerisme**

Budaya konsumerisme merupakan suatu paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan bahkan ukuran kesuksesan dalam hidup. Konsumerisme dapat diartikan sebagai gaya hidup yang hemat. Namun konsumerisme akan melahirkan sikap hedonismee yang merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan dunia merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia. Timbulnya budaya konsumerisme sebagai bagian dari masyarakat yang berorientasi pada konsumsi, remaja juga memenuhi kebutuhannya dengan kegiatan konsumsi. Namun kenyataannya mereka mengonsumsi sesuatu bukan dari segi fungsionalnya melainkan trend yang sedang berkembang.²⁸

Budaya konsumerisme santriwati di kalangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang sebagaimana penjelasan dari Nida Ul Hasanah mengatakan bahwa pengeluaran dalam kebutuhan setiap bulan berjumlah Rp. 300.000, sehingga konsumerisme ini terbetuk karena pembangunan pusat hiburan dan pusat pembelanjaan. Dengan pola

²⁷ Hasil wawancara peneliti dengan Alfa Zahro dan Anggi Afaresha pada tanggal 30 Agustus 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

²⁸ Muh Riskan. "*Perilaku Sosial Konsumerisme Pada Remaja Di Era Globalisasi Di Desa Bontobulaeng Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba*". (Skripsi: Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhamaddiyah Makassar Oktober 2017) h. 14

konsumtif dari gaya hidup hedonis, mengikuti trend yang sedang *booming* dan berbelanja secara online melalui transaksi barang dan jasa dari handphone maupun komputer dengan media elektronik melalui akses aplikasi shopee dan tiktok shop. Dampak positif dan dampak negatif yang telah mempengaruhi yaitu saya lebih menonjol pada dampak positif yakni memberi kepuasan bagi saya sendiri dan dapat meningkatkan perputaran roda perekonomian. Sedangkan dampak negative pada diri saya sendiri yaitu dapat menimbulkan sifat pemborosan dan menimbulkan inflasi. Sedangkan menurut Nasriyatun Nuriyah mengatakan bahwa pengeluaran dalam kebutuhan setiap bulan berjumlah Rp. 250.000, sehingga konsumerisme ini terbentuk karena adanya media yang dapat mempermudah dalam kebutuhan berbelanja dan menjadi pusat hiburan baginya, dengan munculnya media elektronik bagi konsumtif berupa handphone maupun komputer. Pola konsumtif yang ia alami yaitu gaya hidup boros. Sehingga menimbulkan dampak positif, antara lain; dapat mendorong masyarakat untuk melakukan perubahan pola pikir yang lebih maju dan dapat menambah wawasan baru terhadap budaya baru. Bahwa konsumtivisme sangat berpengaruh dalam diri saya salah satunya dari sudut positif yakni menjadikan bentuk semangat dalam diri sendiri, sedangkan negativenya yaitu menimbulkan masalah konflik dan kecemburuan sosial, dan menciptakan gaya hidup boros.²⁹

Dalam *Cultural Studies* globalisasi budaya konsumen dan pascamodernisme adalah fenomena yang terjalin erat karena hal-hal sebagai berikut: *pertama*, globalisasi telah menggeser dunia Barat dan kategori filosofisnya dari pusat jagat raya; memang, beberapa orang telah melihat runtuhnya klasifikasi barat sebagai tanda-tanda pascamodernisme. *Kedua*, meningkatnya penampilan dan status budaya pop, yang dipercepat oleh media elektronik, berarti bahwa pemisahan antara budaya rendah dan budaya tinggi tidak lagi relevan. *Ketiga*, kaburnya batas-batas seni,

²⁹ Hasil wawancara peneliti dengan Nida Ul Hasanah dan Nasriyatun Nariya pada tanggal 1 September 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

kebudayaan dan perdagangan, yang menyatu dengan semakin pentingnya ‘figural’ pascamodern telah menghasilkan estetisasi secara umum kehidupan sehari-hari.³⁰

Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang (perspektif *Cultural Studies*). Hal ini menunjukkan konsumerisme suatu proses dimana pembeli suatu barang terlibat secara aktif dalam upaya menciptakan dan mempertahankan rasa identitas melalui permainan barang-barang yang dibeli. Menurut Nida Ul Hasanah dan Nasriyatun Nuriyah, mengatakan bahwa budaya konsumerisme terbentuk karena pembangunan pusat hiburan dan pembelanjaan, yang dapat membentuk pola perilaku gaya hidup boros. Kemudian dari pola tersebut yang lebih dominan adalah menciptakan dan memiliki sifat pemborosan.³¹

Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumtivisme dianggap sebagai konsumerisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang (Perspektif *Cultural Studies*) sangat dipengaruhi dari narasumber tersebut, karena sudah sangat jelas melalui pengalaman santriwati bahwa pengguna konsumerisme karena pembangunan pusat hiburan dan pembelanjaan, yang dapat membentuk pola perilaku gaya hidup boros. Dari pola tersebut yang lebih dominan adalah menciptakan dan memiliki sifat pemborosan.

³⁰ Chris Barker. *Cultural Studies*; Teori & Praktik (Bantul; Kreasi Wacana. 2013), h.304

³¹ Hasil wawancara peneliti dengan Nida Ul Hasanah dan Nasriyatun Nuriya pada tanggal 1 September 2023 di kamar Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai penutup skripsi ini, maka sudah menjadi kewajiban bagi peneliti untuk bisa menyampaikan hasil temuan dari seluruh rangkaian penelitian ini. Kesimpulan yang peneliti sajikan merupakan respon dari rumusan masalah yang peneliti sajikan sebelumnya.

1. Berdasarkan kajian konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang perseptif *Culture Studies*, maka konsumtivisme dapat mempengaruhi kehidupan bagi santriwati. Sejumlah 110 santriwati, terdapat 8 atau 7% santriwati telah mengalami dampak perubahan. Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dipengaruhi oleh adanya faktor eksternal dan faktor internal dari segi gaya hidup, trend, serta berbelanja secara online. Hal ini dapat menyebabkan santriwati dapat mengonsumsi sesuatu baik berupa fashion, makanan atau minuman dan merchandise, hal ini bukan hanya sebatas kebutuhan saja, bahkan menjadikan sebagai keinginan yang dapat memiliki perilaku konsumtif dan dapat menimbulkan konsumtivisme yang berlebihan.
2. Konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang dalam perspektif *Cultural Studies* terbagi menjadi 3 bagian; *pertama*, budaya trend sangat cenderung diikuti oleh santriwati karena mengikuti gaya trend, dengan adanya media digital yang dapat mempermudah berbelanja, seperti; fashion, makanan atau minuman dan merchandise. *Kedua*, budaya identitas diri seorang santriwati yang ingin memiliki identitas diri yang baik cenderung lebih mengonsumsi produk-produk untuk memperbaiki konsep dirinya dan sikap santriwati lebih cenderung menimbulkan cemas. *Ketiga*, budaya konsumtivisme terbentuk karena pembangunan pusat hiburan dan pembelanjaan, yang dapat membentuk pola perilaku gaya hidup boros. Dari

pola tersebut yang lebih dominan adalah menciptakan dan memiliki sifat pemborosan.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti menyarankan beberapa hal antara lain:

1. Bagi santri

Ada baiknya santri lebih memperhatikan dan mengontrol diri. Memperhatikan dampak positif maupun negatif dalam perilaku konsumtif dalam kehidupannya. Khususnya dampak negatif agar tidak terjadi sesuatu yang dapat merugikan pada diri sendiri.

2. Bagi Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang

Diharapkan mampu berperan serta dalam mengurangi gaya hidup santriwati, salah satunya dengan menerbitkan kantin yang terdapat dalam pondok.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan terhadap apa yang diteliti mengenai konsumtivisme di kalangan santriwati Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang (Perspektif *Cultural Studies*).

C. Penutup

Meskipun segala kemampuan sudah dikerahkan, namun peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif sangat peneliti harapkan dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abri Triamali, Dhea. 2019. *Identitas Diri Remaja Ditinjau dari Perilaku Obsesif terhadap Artis Idola*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Adhitya, Yuni. 2015. *Keluarga di Masyarakat Jawa dalam Perspektif Cultural Studies*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Arnita, Lisa. 2020. *Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram*. (Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Barker, Chris. 2013. *Cultural Studies*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Berti Noviana, Rindang. 2023. *Pengaruh Trend dan Gaya Hidup Fashionable terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*. Skripsi. Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Daud Yusuf, Muhammad. 2020. *Budaya Pop dari Korea dan Dampaknya Di Indonesia*, (Jurnal:Ilmiah Hubungan Internasional).
- Fardesi, Mertisa. 2020. *Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Santri ditinjau dalam Perspektif Religiusitas (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh)*. (Skripsi Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Ferdy Pradana, Mario. 2013. *Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa*. (Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang).
- Fitri, Riskal Dan Ondeng, Syarifuddin. 2022. *Pesantren di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter*. Jurnal Al Urwatul Wustsqa
- Hamdani, Ali. 2018. *Pola Kepemimpinan Dakwah Nyai Hajjah Nur Azizah, Ah dalam Pengembangan Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Desa Beringin Ngaliyan Semarang*, (Skripsi: Program Strata 1 Uin Walisongo Semarang).
- Hasanah, Nur. 2019. *Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri terhadap Iklan-Iklan E-Comerce pada Smartphone*. (Skripsi. Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Hasanah, Ulfatun. 2020. *Kontribusi Pemikiran Roland Barthes (Cultural Studies) Terhadap Studi Komunikasi. Al-I'iam*.

- Hidayatullah, M Rizal. 2019. Yanuar Yoga Prasetyawan. *Kajian Literasi Media Online Santri Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Perpustakaan.
- Ibnu Abbas, Muhammad. 2018. *Pengaruh Intensitas Menonton Program One Pride Mma (Mixed Martial Arts) di Tv One Terhadap Agresivitas Remaja pada Santri Pelajar Putra di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang*. (Skripsi. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam).
- Indra Astute, Santi. 2003. *Cultural Studies dalam Studi Komunikasi Suatu Pengantar*. Jurnal Komunikasi Mediator.
- Irawati, Eva. 2018. *Peran Pondok Pesantren Dalam Pembentukan Akhlak Santri di Pondok Pesantren Baitulkirom Desa Mulyosari Kecamatan Tanjungsari*. (Skripsi Pai. Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro).
- Kellner, Douglas. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, Dan Politik Antara Modern Dan Postmodern*. (Yogyakarta: Jalasutra. Juli 2010).
- Khasanah, Uswatun. 2020. *Analisis Penerapan Ta'zir Terhadap Pendidikan Kedisiplinan Santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Bringin, Ngaliyan, Semarang*. (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- M Kaparang, Olivia. 2013. *Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi*. (Jurnal Acta Diurnal).
- Mifatkhul Sholikhah, Siti. 2022. *Bimbingan Tahfidz Qur'an*. (Skripsi: Program Strata 1 Uin Walisongo Semarang,
- Mulyadi, Seto dkk., 2019. *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method*, (Depok: Pt Raja Grafindo Persada).
- Naini, Nurul. 2017. *Problematika Kecerdasan Emosional Santri dalam Menghafal Al-Qur'an dan Solusinya di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Kelurahan Bringin Kecamatan Ngaliyan Semarang*. (Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi).
- Nastain. 2020. *Euforia Pendakian Gunung dalam Perspektif Budaya Pop (Studi Kasus Gunung Andong)*, (Skripsi, Ushuluddin Dan Humaniora).
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.

- Rahmawati, Aulia. 2012. *Cultural Studies; Analisis Kasus atas Kebudayaan*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Riskan, Muh. 2017. *Perilaku Sosial Konsumerisme pada Remaja di Era Globalisasi di Desa Bontobulaeng Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba*. (Skripsi. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhamaddiyah Makassar Oktober)
- Roro Sri Rejeki Waluyajati, Afhoni Syahuri. *Budaya Pop dalam Tradisi Shalawatan pada Masyarakat Pedesaan*. (Religious; Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya. Vol.3, No.2. 2019), H.135
- Sastrawti, Nila. 2020. *Konsumtivisme dan Status Ekonomi Masyarakat*. El-Iqtishady.
- Segoro, Tirtha. 2013. *Gaya Hidup Konsumtif pada Santri Pondok Pesantren Modern*. (Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Setiawan, Rudy. 2013. *Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia*, (Ejournal Ilmu Komunikasi).
- Setyowati, Agnes. *Cultural Studies Sebuah Pengantar, Teori, Dan Konsep*. (Bogor; Mitra Wacana Media).
- Suwardi Hasan, Sandi. *Pengantar Cultural Studies*. (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media. 2011).
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2007. *Pengaruh Media Komunikasi Massa terhadap Popular Culture dalam Kajian Budaya atau Cultural Studies*. Artikel Nirmana. Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Tri Anggraini, Ranti Dan Heru Santhoso, Fauzan. 2017. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. Gadjah Mada Journal Of Pshychology).
- Waryanti, Tiya. 2018. *Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Metro).
- Zuhri, Nabil. 2019. *Spritualitas Di Kalangan Anak Milenial Cople: Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Fitrah Meteseh Semarang (Perspektif Cultural Studies)*. Aqidah Dan Filsafat Islam Uin Walisongo Semarang.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA

1. Apakah anda memiliki perilaku konsumtivisme?
2. Berapa jumlah pendapatan dan pengeluaran kebutuhan dalam satu bulan?
3. Bagaimana pengalaman anda mengenai budaya kosumtivisme?
4. Setiap manusia pasti memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi demi keberlangsungan hidupnya. Salah satunya kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Apakah makanan, fashion dan merchandise sebagai salah satu kebutuhan?
5. Apakah anda memiliki kriteria konsumtivisme baik dari gaya hidup, yang sedang mengikuti trend dan konsumtivisme berbelanja online, bagaimana alasan anda mengenai hal tersebut?
6. Bagaimana terbentuknya budaya konsumerisme di kalangan santriwati?
7. Apakah dengan membeli barang tersebut dapat dimanfaatkan dalam kehidupan anda?
8. Bagaimana pendapat anda mengenai konsumtivisme sebagai trend dalam kehidupan anda?
9. Bagaimana pendapat anda mengenai konsumtivisme sebagai belanja online dalam kehidupan anda?
10. Apa saja media internet yang anda beli baik barang-barang maupun kuliner?
11. Bagaimana dampak positif dan negative konsumtivisme dalam diri anda?

HASIL DOKUMENTASI



Asrama PPMQA



Wawancara dengan Santri



Media Hiburan Santri



Corak Konsumtif

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas diri

1. Nama lengkap : Zidna Rahmatika
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Brebes, 04 Mei 2000
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. Alamat : Keboledan RT 08 RW 01 Wanasari Brebes
5. Handphone : 089666751183
6. E-mail : rahmatikazidna80@gmail.com

B. Riwayat pendidikan

1. Pendidikan formal
 - a. TK Pertiwi Keboledan Wanasari Brebes
 - b. MI Miftahul Huda Keboledan Wanasari Brebes
 - c. MTsN Model Brebes
 - d. MA Assalafiyah Luwungragi Bulakamba Brebes
 - e. UIN Walisongo Semarang
2. Pendidikan non formal
 - a. Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Ngaliyan Semarang.