

Konsumerisme buruh: studi tentang perilaku konsumtif buruh terhadap barang produksi industri fesyen tempat buruh bekerja = Labour consumerism the study of labour s consumer behaviour toward goods production of fashion industry where they work

Estu Putri Wilujeng, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432882&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tesis ini bertujuan untuk memahami cara yang dilakukan oleh buruh untuk mewujudkan imaji serta hasrat dalam berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi simbol kebendaan atas dorongan hasrat untuk mencapai imaji. Penulis berargumen, buruh sebagai bagian dari masyarakat konsumen juga memiliki imaji, hasrat dan fantasi dalam mengonsumsi. Konsumsi yang mereka lakukan bukan lagi konsumsi atas dasar nilai guna barang atau pertimbangan rasional lainnya, melainkan konsumsi simbolik. Hal tersebut disebabkan oleh adanya dorongan dari media dan godaan dari komoditas industri fesyen yang dihasilkan pada tempat mereka bekerja. Dorongan media dan godaan tersebut mempengaruhi imaji buruh dalam menentukan barang konsumsi. Namun, dengan adanya imaji, bukan berarti buruh dapat langsung berperilaku konsumtif, melainkan perlu cara lain untuk mendapatkan akses dalam mewujudkan imaji.

Untuk menggali permasalahan tersebut secara lebih dalam, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buruh memiliki imaji untuk mengonsumsi simbol kebendaan yang dipicu oleh media dan godaan produk fesyen tempat ia bekerja. Untuk mewujudkannya, mereka menggunakan kombinasi industri dan serikat. Industri memberi akses berupa produk fesyen dan serikat berfungsi untuk melakukan kontrol agar pihak industri tetap memberikan akses kepada buruh. Tesis ini juga menyertakan diskusi teoritik tentang perbedaan perspektif dalam memahami permasalahan konsumerisme yang terjadi pada buruh.

.....

This thesis aims to understand how the labours consume products or services to make their dreams and desires come true. In the age of consumerism, everybody consumes symbols based on their desire to achieve their imagination. The author argues that the labours as part of consumer society, also have images, desires, and fantasies to consume. Consumption that they is not based on the value of goods or other rational judgment, instead symbolic consumption. It was caused by the encouragement of the media and the seduction of commodities that was produced in the fashion industry where they work. Media encouragement and the seduction from the production of goods affect the labour imagination in determining consumer goods. However, by having the imagination, it does not mean labours could immediately being consumptive, but they need another way to get access in realizing their imagination.

To explore these issues deeply, the author used qualitative research methods. The results showed that labours have imaginations and desires to consume symbols of consumer goods triggered by the media, namely TV series and social media, and the seduction of fashion products in where they worked. To make their imaginations and desires come true, they combined industry and unions. Industry gives access in the form of fashion products and labour unions play a control role in the industry. Consequently, the industry still provides access to the labours. This thesis also includes a theoretical discussion about different

perspectives in understanding the problems that occur in the labours consumerism.