

Emmy Solina



Modul
SOSIOLOGI
EKONOMI



MODUL SOSIOLOGI EKONOMI

MODUL SOSIOLOGI EKONOMI

Emmy Solina



MODUL SOSIOLOGI EKONOMI

Emmy Solina

© Emmy Solina, 2020

Layouting : Mahadiansar

ix, 50 hlm, 15,5 cm x 23,5 cm

Cetakan 1, April 2020

Hak Penerbitan pada UMRAH Press, Tanjungpinang



Kantor :

Kampus Universitas Maritim Raja Ali Haji, gedung Rektorat Lantai III. Jalan Raya Dompok. Tanjungpinang - Kepulauan Riau 29111

Telp / Fax : (0771) 7001550 – (0771) 7038999, 4500091

Email : umrahpress@gmail.com / umrahpress@umrah.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa ijin tertulis dari Penerbit

ISBN :

KATA PENGANTAR

Modul sosiologi ekonomi ini menjadi bahan ajar bagi dosen pengajar mata kuliah sosiologi ekonomi yang disesuaikan dengan kurikulum terbaru yaitu kurikulum 2019. Modul ini dibuat agar pembaca dapat dengan mudah memahami materi perkuliahan mata kuliah sosiologi ekonomi yang dimana modul ini disajikan tulisan dari berbagai literature. Penulis mencoba menyusun modul ini dengan maksud untuk mempermudah mahasiswa dalam memperoleh literatur atau referensi bacaan terkait mata kuliah sosiologi ekonomi. Penulis berusaha semaksimal mungkin menyusun modul ini secara sederhana, sebagai pengantar dalam memahami berbagai konsep ekonomi melalui perspektif sosiologis.

Tanjungpinang, 19 April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP	1
1.1. Pengertian Sosiologi	1
1.2. Pengertian Ekonomi	2
1.3. Pengertian Sosiologi Ekonomi	3
1.4. Rangkuman	5
1.5. Latihan Soal	5
BAB 2 JARINGAN	7
2.1. Pengertian Jaringan	7
2.2. Bentuk-Bentuk Jaringan	8
2.3. Ciri-Ciri Jaringan Sosial	9
2.4. Pendekatan-Pendekatan Jaringan Sosial Ekonomi	11
2.5. Karakteristik Jaringan Sosial Ekonomi	12
2.6. Rangkuman	15
2.7. Latihan Soal	15
BAB 3 GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN BUDAYA KONSUMEN	17
3.1. Pengertian Gaya Hidup	17
3.2. Gaya Hidup dan Gender	21
3.3. Rangkuman	22
3.4. Latihan Soal	23
BAB 4 GLOBALISASI DAN MCDONALISASI	25
4.1. Globalisasi	25
4.2. McDonalikasi	26
4.3. Rangkuman	28
4.4. Latihan	29
BAB 5 PERSPEKTIF SOSIOLOGI TENTANG UANG.....	31
5.1. Konsep Uang	31
5.2. Peletak Fondasi Sosiologi Uang	32
1. Karl Mark (1818-1883)	32
2. George Simmel (1858-1818)	33
3. Max Weber (1864-1920)	35
5.3. Makna Sosial Uang	36
5.4. Uang Dalam Perspektif Teori Sosiologi Modern	37
1. Teori Struktural Fungsional	38
2. Teori Struktural Konflik	38
3. Teori Interaksionalisme Simbolik	38

4. Teori Pertukaran	39
5.5. Rangkuman	39
5.6. Latihan Soal	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
BIODATA PENULIS	41
LAMPIRAN.....	

BAB 1

PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP

1.1. Pengertian Sosiologi

Reiss (1968) berpendapat sosiologi adalah studi tentang perkumpulan-perkumpulan atau kelompok-kelompok sosial meniru pengorganisasian atau kelembagaan mereka (institusional), pranata-pranata dan susunan organisatoris mereka, dan penyebab-penyebab serta konsekwensi dari pranta-pranata dan organisasi sosial. Dalam bukunya *Sociologie Begrien en Problemen*, P.J. Bouman mengemukakan pengertian sosiologi yakni ilmu pengetahuan yang mempelajari hubungan sosial antar sesama manusia (individu-individu), antar individu dengan kelompok, sifat dan perubahan-perubahan, lembaga-lembaga serta ide-ide sosial (Dalam Rianto,1992).

Brinkerhoff & White (1988,:4) Berpendapat bahwa Sosiologi merupakan studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Titik fokus perhatiannya terletak pada hubungan-hubungan dan pola-pola interaksi yaitu bagaimana pola-pola tersebut tumbuh-kembang, bagaimana mereka di pertahankan, dan juga bagaimana mereka berubah. Untuk bisa memahami definisi Brinkerhoff dan white tersebut, terlebih perlu interaksi sosial. Konsep interaksi sosial yang dimaksudkan di sini adalah sebagai suatu tindakan timbal-balik antara dua orang atau lebih melalui suara kontak dan komunikasi. suatu tindakan timbal-balik tidak akan terjadi bila tidak dilakukan oleh dua orang atau lebih.

Sebagai contoh, Budi melempar bola ke danau merupakan suatu tindakan, Tetapi hal itu belum bisa dikatakan sebagai tindakan sosial ataupun interaksi sosial. tetapi Apabila Budi melempar bola ke danau dengan tujuan agar temannya Arif, yang berada di seberang danau melihat dia, Maka hal itu baru bisa disebut sebagai tindakan sosial, yaitu suatu tindakan individu yang memiliki arti atau makna (*meaning*) subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain. tindakan sosial Budi melempar bola ke danau bisa Dikatakan interaksi sosial apabila Arif di seberang danau

sana melihat dan Melambaikan tangan kepadanya. dengan demikian, Tindakan Budi melempar ditanggapi dengan tindakan Arif melihat dan melambaikan tangannya merupakan tindakan timbal balik antara dua orang aktor.

Horton & Hunt (1976:3) berpendapat bahwa Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat. untuk memahami definisi ini maka terlebih dahulu kita harus mengerti tentang batasan masyarakat. banyak definisi tentang masyarakat yang telah dibuat oleh sosiolog (Soekanto, 1997). dari sekian banyak definisi yang ada, untuk kepentingan pemahaman batasan sosiologi ekonomi, menarik untuk dipahami 2 definisi masyarakat yang ada, yaitu definisi dari Horton & Hunt (1976) dan (Berger & Luckmann, 1966). Horton & Hunt (1976:59) Mendefinisikan masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang secara relatif mandiri, yang hidup bersama-sama cukup lama, yang mendiami suatu wilayah mandiri, memiliki kebudayaan yang sama, dan melakukan segala besar kegiatannya dalam kelompok tersebut.

1.2. Pengertian Ekonomi

Ekonomi yang merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, yaitu *economy*. sementara kata *economy* itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu *oikonomike* yang berarti pengeluaran rumah tangga. adapun yang dimaksud dengan ekonomi sebagai pengelolaan rumah tangga adalah suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan mengalokasikan sumber daya rumah tangga yang terbatas diantara berbagai anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing. oleh karena itu suatu rumah tangga selalu dihadapkan pada banyak keputusan dan pelaksanaannya.

Dengan demikian, ekonomi merupakan suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan pengalokasian sumber daya masyarakat (rumah tangga dan bisnis/perusahaan) yang terbatas di antara berbagai anggotanya,

dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing atau dengan kata lain, Bagaimana masyarakat (termasuk rumah tangga dan pebisnis/perusahaan) mengelola sumber daya yang langka melalui suatu pembuatan kebijaksanaan dan pelaksanaannya.

1.3. Pengertian Sosiologi Ekonomi

Sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang di dalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. dalam hubungan tersebut, dapat mempengaruhi ekonomi. juga sebaliknya, Bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat. Sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi. Hubungan dilihat dari sisi saling pengaruh-mempengaruhi. Masyarakat sebagai realitas eksternal objektif akan menuntun individu dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti apa yang boleh diproduksi, bagaimana memproduksinya dan di mana memproduksinya. Tuntunan tersebut biasanya berasal dari budaya, termasuk di dalamnya hukum dan agama.

Dalam agama Islam misalnya, orang boleh beternak kambing karena kambing dikategorikan makanan halal. Namun apabila seorang muslim/ muslimah beternak babi maka kegiatan tersebut dipandang sebagai perbuatan haram. Islam mengkategorikan babi sebagai makanan haram, suatu makanan yang dilarang atau tidak dibolehkan untuk dikonsumsi. Disamping itu, jika seekor kambing disembelih tidak dengan atas nama Allah, yaitu tidak mengucapkan *Bismillahirrahmanirrahim*, maka makanan tersebut dipandang haram. Oleh sebab itu, untuk menjaga keyakinan agamanya, muslim/ muslimah memerlukan kepastian halal haramnya suatu makanan, melalui label yang dapat dipertanggungjawabkan

Bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi, kita ambil contoh lain. Dalam berbusana, Apakah kita bisa menggunakan semua jenis dan bentuk pakaian pada semua kesempatan? tentunya tidak! ketika ada kematian, kita menggunakan busana

seperti warna hitam atau putih misalnya, tetapi jelas tidak warna terang seperti warna merah atau orange. Jika hendak pergi ke kampus, kita tidak menggunakan pakaian daster, tetapi menggunakan busana biasa. ketika akan menghadiri pesta, orang tidak akan menggunakan kaos oblong, tetapi menggunakan batik atau kebaya misalnya. Dalam setiap masyarakat terdapat pola busana, Pola busana tersebut menjadi rujukan bagi anggota masyarakat untuk memilih warna, model, atau bahan apa yang tepat atau sepantasnya dikenakan untuk suatu momen tertentu dari kehidupan kita dalam masyarakat.

Selanjutnya, Bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat, yang didalamnya ada proses interaksi sosial? semua orang perlu mengkonsumsi sandang, pangan dan papan untuk bisa bertahan hidup. oleh sebab itu masyarakat perlu bekerja untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pilihan seseorang terhadap suatu pekerjaan dipengaruhi salah satunya oleh kualitas, kuantitas dan citra (*image*) dari apa yang (ingin) dikonsumsi. Untuk memenuhi pola konsumsi yang misalnya, seorang wanita harus berperan ganda yaitu sebagai mahasiswi dan pelacur padahal dia berasal dari keluarga miskin. bekerja sebagai pelacur, secara ideal pada tatanan normatif, tidak perlu dilakukan sebab pelacuran dinilai sebagai perbuatan tercela. Namun karena kebutuhan pada pola konsumsi yang lebih tinggi skala prioritasnya dibandingkan dengan kebutuhan citra diri sebagai wanita yang tidak tercela maka jadilah dia memilih profesi sebagai mahasiswi pelacur.

Untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat, kita ambil ilustrasi lain. Pada saat sekarang, orang yang tinggal di wilayah perkotaan sedang menghadapi banjir iklan seperti agar “keren” maka beli mobil Mercy, agar cantik beli dan pakailah pemutih atau suntik putih, agar tubuh harum beli parfum Hermes, dan seterusnya. Iklan tersebut tidak hanya menggenangi jalan-jalan tetapi juga telah masuk ke rumah bahkan sampai ke kamar tidur lewat media televisi dan radio. Kapan dan di mana saja kita mengalami banjir iklan. tidak ada lagi tempat untuk menghindari dari iklan dan tidak

ada lagi waktu yang tidak luput dari genangan iklan. Dengan kondisi seperti ini, dipastikan akan ada orang yang jadi korban iklan. Tetapi, tidak semua orang mampu memenuhi keinginan dengan pendapatan yang diperoleh dari pekerjaannya. Apa yang terjadi jika seseorang dengan posisi dari pekerjaannya bisa memperoleh pendapatan jasa untuk memenuhi keinginan yang dipengaruhi oleh iklan tersebut? jawabannya adalah orang melakukan perbuatan mencuri, korupsi dan lain sebagainya. Jadi, salah satu penyebab perilaku koruptif adalah pola konsumsi, dalam hal ini dipengaruhi oleh iklan.

1.4. Rangkuman

Sosiologi yakni ilmu pengetahuan yang mempelajari hubungan sosial antar sesama manusia (individu-individu), antar individu dengan kelompok, sifat dan perubahan-perubahan, lembaga-lembaga serta ide-ide sosial. Ekonomi sebagai pengelolaan rumah tangga adalah suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan mengalokasikan sumber daya rumah tangga yang terbatas diantara berbagai anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing. Sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang di dalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi.

1.5. Latihan Soal

1. Apa yang dimaksud dengan sosiologi ekonomi?
2. Jelaskan dan berikan contoh masyarakat mempengaruhi ekonomi?
3. Jelaskan dan berikan contoh ekonomi mempengaruhi masyarakat?

BAB 2 JARINGAN

2.1. Pengertian Jaringan

Menurut Granovetter & Swedberg (1992) jaringan adalah suatu rangkaian hubungan yang teratur atau hubungan sosial yang sama antara individu-individu atau kelompok-kelompok. Jaringan sosial adalah sebagai suatu pengelompokan yang terdiri atas sejumlah orang, paling sedikit terdiri atas tiga orang yang masing-masing memiliki identitas tersendiri dan masing-masing dihubungkan antara satu dengan yang lainnya melalui hubungan-hubungan sosial yang ada sehingga melalui hubungan sosial tersebut mereka dapat dikelompokkan sebagai satu kesatuan sosial. Adapun jaringan sosial berfungsi untuk melanggengkan sesuatu yang terjadi dalam masyarakat sosial.

Pengertian jaringan yang dikemukakan oleh Lawang (2004:50–54) jaringan merupakan terjemahan dari *network* yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*, *net* diterjemahkan dalam bahasa bagi jaring, yaitu tenunan seperti jala, terdiri dari banyak ikatan antar simpul yang saling terhubung antara satu sama lain. sedangkan kata *work* bermakna sebagai kerja. Gabungan kata *net* dan *work* sehingga menjadi *Network*, yang penekanannya terletak pada kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*). Berdasarkan cara berpikir seperti itu, maka jaringan (*Network*), menurut Lawang (2004:50–51) dimengerti sebagai :

1. Ada ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media hubungan sosial (hubungan sosial). Hubungan ini diikat dengan kepercayaan kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.
2. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.

3. Seperti halnya sebuah jaring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama, dan dapat “menangkap ikan” lebih banyak.
4. Dalam kerja jaring itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Kalau satu simpul saja putus, maka keseluruhan jaringan itu tidak bisa berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Dalam hal ini, analogi tidak seluruhnya tepat terutama kalau orang yang membentuk jaring tuh hanya 2 saja.
5. Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
6. Ikatan atau mengikat (simpul) adalah norma yang mengatur dan menjaga Bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Sedangkan sosial, dimengerti sebagai sesuatu yang dikaitkan atau dihubungkan dengan orang lain atau menunjuk pada makna subjektif yang mempertimbangkan perilaku atau tindakan orang lain yang berkaitan dengan pemaknaan tersebut. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa jaringan sosial merupakan hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut.

2.2. Bentuk-Bentuk Jaringan

Bentuk-bentuk jaringan terbagi menjadi 3 bagian yaitu didalam sosiologi ekonomi yaitu :

1. Jaringan Vertikal; Jaringan vertical adalah hubungan dua pihak yang berlangsung secara tidak seimbang karena satu pihak mempunyai dominasi yang lebih kuat dibanding pihak lain, atau terjadi hubungan patron-klien
2. Jaringan Horizontal; Jaringan horizontal adalah hubungan dua pihak di mana masing-masing pihak menempatkan diri secara sejajar satu sama lainnya. Namun pada kenyataannya dalam

suatu komunitas, termasuk komunitas masyarakat pesisir (nelayan maupun pembudidaya), ke tiga bentuk jaringan ini saling tumpang tindih dan bervariasi, serta bentuk yang satu tidak dapat secara tegas dipisahkan dari bentuk lainnya.

3. Jaringan Diagonal; Jaringan diagonal adalah hubungan dua pihak di mana salah satu pihak memiliki dominasi sedikit lebih tinggi dibanding pihak lainnya.

Jaringan sosial dapat diidentifikasi baik pada tingkatan antar individu maupun pada tingkatan struktur. Pada tingkatan antar individu, jaringan sosial dilihat melalui rangkaian hubungan yang khas di antara sejumlah orang dengan sifat tambahan, yang ciri-ciri dari hubungan tersebut digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari individu- individu yang terlibat. Sementara pada tingkatan struktur memperlihatkan bahwa, pola atau struktur hubungan sosial dapat meningkatkan dan atau menghambat perilaku orang untuk terlibat dalam bermacam arena dari kehidupan sosial. Oleh karena itu, tingkat ini memberikan suatu dasar untuk memahami bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh struktur sosial.

Hubungan sosial merupakan hasil dari interaksi (rangkaiannya tingkah laku) yang sistematis antara dua orang atau lebih. Suatu hubungan sosial akan ada jika tiap-tiap orang dapat meramalkan secara tepat macam tindakan yang akan datang dari pihak lain terhadap dirinya. Disebut sistemik karena terjadinya secara teratur dan berulang kali dengan pola yang sama. Pola dari interaksi ini disebut sebagai hubungan sosial dan hubungan sosial akan membentuk jaringan sosial.

2.3. Ciri-Ciri Jaringan Sosial

Suparlan (1982:36–39) mengatakan ada beberapa hal yang merupakan ciri-ciri utama dari jaringan sosial, yaitu:

1. Titik-titik, merupakan titik-titik yang dihubungkan satu dengan lainnya oleh satu atau sejumlah garis yang dapat merupakan perwujudan dari orang, peranan, posisi, status, kelompok, tetangga, organisasi, masyarakat, negara dan sebagainya.

2. Garis-garis, merupakan penghubung atau pengikat antara titik-titik yang ada dalam suatu jaringan sosial yang dapat berbentuk pertemuan, kekerabatan, pertukaran, hubungan superordinat-subordinat, hubungan-hubungan antarorganisasi, persekutuan militer dan sebagainya.
3. Ciri-ciri struktur. Pola dari garis yang menghubungkan serangkaian atau satu set titik-titik dalam suatu jaringan sosial dapat digolongkan dalam jaringan sosial tingkat mikro atau makro, tergantung dari gejala-gejala yang diabstraksikan. Contoh dari jaringan tingkat mikro yang paling dasar adalah suatu jaringan yang titik-titiknya terdiri atas tiga buah yang satu sama lainnya dihubungkan oleh garis-garis yang mewujudkan segitiga atau *triadic balance* (keseimbangan segitiga) sedangkan contoh dari jaringan tingkat makro ditandai oleh sifatnya yang menekankan pada hubungan antara sistem atau organisasi, atau bahkan antarnegara.
4. Konteks (ruang). Setiap jaringan dapat dilihat sebagai terwujud dalam suatu ruang yang secara empiris dapat dibuktikan (yaitu secara fisik), maupun dalam ruang yang didefinisikan secara sosial, ataupun dalam keduanya. Misalnya, jaringan transportasi selalu terletak dalam suatu ruangan fisik, sedangkan jaringan perseorangan yang terwujud dari hubungan-hubungan sosial tidak resmi yang ada dalam suatu organisasi adalah suatu contoh dari suatu jaringan yang terwujud dalam satu ruang sosial. Jaringan komunikasi dapat digambarkan sebagai sebuah peta baik secara fisik, yaitu geografis maupun menurut ruang sosialnya, yaitu yang menyangkut status dan kelas sosial.
5. Aspek-aspek temporer. Untuk maksud-maksud sesuatu analisa tertentu, sebuah jaringan sosial dapat dilihat baik secara sinkronik maupun secara diakronik, yaitu baik sebagai gejala yang statis maupun dinamis.

2.4. Pendekatan-Pendekatan Jaringan Sosial Ekonomi

Berdasarkan literature yang berkembang, Doerr & Powell (1994) mengajukan dua pendekatan yang dapat digunakan untuk memahami jaringan sosial, yaitu

1. Pendekatan analisis atau abstrak; Pendekatan terhadap jaringan sosial menekankan analisis abstrak pada :
 - a. Pola informal dalam organisasi, pada dasarnya area ini memiliki kerangka pemikiran yaitu hubungan informal sebagai pusat kehidupan politik organisasi-organisasi.
 - b. Jaringan juga memperhatikan tentang bagaimana lingkungan dalam organisasi diskonstruksi. Ini berarti bahwa perhatian lebih banyak tertuju pada segi-segi normative dan budaya dari lingkungan seperti sistem kepercayaan, hak, profesi dan sumber-sumber legitimasi.
 - c. Sebagai suatu alat penelitian formal untuk menganalisis kekuasaan dan otonomi, area ini terdiri dari struktur sosial sebagai suatu pola hubungan unit-unit sosial yang terkait (individu-individu sebagai aktor-aktor yang bersama dan bekerja sama) yang dapat mempertanggungjawabkan tingkah laku mereka yang terlibat.
2. Pendekatan perspektif atau studi kasus. Pendekatan perspektif memandang jaringan sosial sebagai pengaturan logika atau sebagai suatu cara menggerakkan hubungan-hubungan diantara para aktor ekonomi. Dengan demikian ia dipandang sebagai perekat yang menyatukan individu-individu secara bersama kedalam suatu sistem yang padu. Pendekatan ini lebih pragmatis dan terkait dengan pendekatan antar-disipliner. Pendekatan ini cenderung untuk melihat motif yang berbeda kedalam kehidupan

ekonomi seperti analisis jaringan sosial dalam pasar, tenaga kerja, etika bisnis, dan organisasi kelompok bisnis.

Persamaan antara pendekatan analitis dan pendekatan perspektif didasarkan atas kerangka kerja konseptual dari :

- a. Keterlekatan, resiprositas dan koneksi. Kesemuanya itu merupakan jaringan hubungan bagi setiap tindakan tertentu yang melekat dalam struktur sosial yang lebih luas atau masyarakat sebagai suatu keseluruhan.
- b. Pemakaian bahasa dan model tindakan. Menurut Burt keuntungan informasional dari sosial merupakan akses, pengaturan tempo, dan penterahan. Kedua pendekatan tersebut sama menganggap penting kepercayaan (*trust*) bagi resiprositas dalam jaringan sosial.

Baik pendekatan analitis maupun pendekatan perspektif mempunyai keterbatasan. Keadaan tersebut menyebabkan kedua pendekatan tersebut tidak mampu melihat keseluruhan struktur atau bentuk dan isi jaringan sosial secara mendalam. Pendekatan yang berorientasi abstrak sering terlalu sedikit memberi perhatian pada substansi, lebih menekankan pada struktur (ukuran) dibandingkan isi dari ikatan dari suatu jaringan sosial.

2.5. Karakteristik Jaringan Sosial Ekonomi

Dari pernyataan para ahli itu akhirnya dapat memperlihatkan bahwa jaringan sosial itu dapat digunakan untuk melakukan upaya menginterpretasikan tingkah laku individu dalam berbagai keadaan sosial. Mitchell (1969) mengungkapkan ada dua karakteristik penting dari jaringan sosial.

1. Karakteristik Morphologi; Karakteristik ini dilihat dari aspek struktural tingkah laku sosial individu yang ada dalam jaringan, antara lain :

- a. *Achorage*, totalitas hubungan yang terbentuk dalam suatu jaringan. Biasanya diletakan pada individu tertentu yang tingkah lakunya diamati dan diharapkan dpat diinterpretasikan
- b. *Reachability*, derajat dimana tingkah laku individu dipengaruhi oleh hubungannya dengan individu lain.
- c. *Densitas*, derajat dimana terdapat keterhubungan antara individu yang satu dengan yang lain.
- d. *Range*, menunjuk pada jumlah individu yang melakukan kontak secara langsung dengan individu yang berada dalam jaringan.

Karakteristik morfologi dapat dikatakan sebagai tempat yang berujud dan merupakan tempat yang digunakan dalam penjualan. Misalnya perbedaan dapat kita lihat pada pasar modern dengan pasar tradisional. Atau pada pasar tradisional dengan supermarket. Kedua hal itu saling berlainan. Pasar tradisional tempatnya tidak sebgus seperti pasar modern. Pasar modern lebih bersih, sedangkan pada pasar tradisional harganya dapat ditawar. Tidak seperti pada pasar modern, yang tidak ada tawar menawarnya.

Peminat dari pasar tradisional dengan pasar modern pun beragam, kebanyakan di pedesaan lebih banyak peminat pasar tradisional. Karena jarak yang dekat dan harga yang terjangkau, sehingga membuat orang dipedesaan yang kebanyaakan ekonomi menengah kebawah memilih alternatif pasar tradisional. Sedangkan di wilayah perkotaan memilih pasar modern, hal ini karena pasar modern lebih bersih dan tidak ribet, karena mereka tidak perlu menawar.

2. Karakteristik interaksional; Dilihat dari tingkah laku individu, dari proses interaksi yang terjadi antara satu individu dengan individu lain. Karakteristik jenis ini antara lain :

- a. *Content*, hubungan yang ada antara individu dengan individu lain berdasarkan tujuan tertentu. Content dari hubungan ini dapat dipahami karena berdasarkan norma, kepercayaan dan nilai yang telah disepakati bersama.
- b. *Directedness*, dalam suatu jaringan dapat terlihat apakah suatu hubungan antara individu satu dengan yang lain hanya berupa hubungan yang berorientasi dari satu individu ke individu lain atau sebaliknya (resiprok).
- c. *Durability*, jaringan sosial itu ada jika individu menyadari hak dan kewajiban untuk mengidentifikasi orang lain. Kesadaran akan hubungan ini dapat digunakan untuk suatu tujuan tertentu, untuk mencapai objek tertentu, untuk memperoleh beberapa informasi.
- d. Intensitas, hubungan dalam suatu jaringan social dapat dilihat dari derajat dimana individu, dipersiapkan untuk memiliki tanggung jawab atau memiliki kebebasan untuk mengekspresikan haknya dalam hubungannya dengan orang lain.
- e. Frekuensi, karakteristik nyata dari interaksi dalam suatu jaringan yang dapat dilihat secara simple dalam kuantitasnya yaitu kontak antar individu dalam jaringan.

Karakteristik interaksional lebih dilihat dari interaksi antara penjual dan pembelinya. Jaman sekarang ada banyak interaksi yang berlangsung, ada yang secara langsung dan tidak langsung. Pada contoh kasus morfologi diatas yaitu pasar tradisional dan pasar modern merupakan pasar yang bertatap muka langsung antara penjual dan pembelinya. Sedangkan pasar yang tidak langsung ada pada pasar bursa saham atau online shop yang sekarang marak di indonesia. Mereka melihat barang yang ditawarkan lewat internet. Kemudian bagi yang berminat bisa menghubungi pada nomor yang tertera di gambar itu.

Setelah mentransfer uangnya maka penjual akan mengirim paketan barang kepada pembeli. Penjualan ini lebih memiliki resiko dibandingkan dengan yang bertemu secara langsung. Bisa jadi pembelian semacam itu merupakan penipuan, atau mungkin barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Berbeda dengan pasar yang bertemu langsung, pembeli bisa memilih barang yang terbaik kemudian untuk dipilih. Agar tidak mengecewakan.

2.6. Rangkuman

Jaringan sosial adalah sebagai suatu pengelompokan yang terdiri atas sejumlah orang, paling sedikit terdiri atas tiga orang yang masing-masing memiliki identitas tersendiri dan masing-masing dihubungkan antara satu dengan yang lainnya melalui hubungan-hubungan sosial yang ada sehingga melalui hubungan sosial tersebut mereka dapat dikelompokkan sebagai satu kesatuan sosial. Bentuk-bentuk jaringan terdiri dari jaringan vertikal, jaringan horizontal dan jaringan diagonal.

Ciri-ciri jaringan sosial adalah titik-titik, garis-garis, struktur, konteks (ruang), dan aspek-aspek temporer. Karakteristik jaringan sosial ekonomi adalah karakteristik morfologi dan karakteristik interaksional.

2.7. Latihan Soal

1. Apa yang dimaksud dengan jaringan sosial?
2. Jelaskan dan berikan contoh jaringan vertikal, jaringan horizontal dan jaringan diagonal?
3. Jelaskan ciri-ciri jaringan sosial dan berikan contoh?

BAB 3

GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN BUDAYA KONSUMEN

3.1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup (life style) berbeda dengan cara hidup (way of life). Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri, seperti norma, ritual, pola-pola tatanan sosial . gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang ia konsumsi, dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku ketika dihadapan orang lain. Masyarakat yang terperangkap dalam pusaran dan perkembangan gaya hidup, ketika melakukan proses reflektif, bernegosiasi antara diri dan tuntutan pasar sering kali tidak berdaya ditelung cengkraman kekuatan kapitalis yang secara kreatif senantiasa menawarkan produk-produk industri budaya yang menarik dan seolan terus menjadi kebutuhan konsumen.

Di masyarakat, gaya hidup biasanya tumbuh bersamaan dengan globalisasi, perkembangan pasar bebas, da transformasi kapitalisme konsumsi. Di masyarakat post-modern, tidak ada orang yang bergaya tanpa modal atau hanya mengandalkan simbol-simbol budaya. Seseorang dikatakan memiliki gaya hidup yang modern, ketika ia mengonsumsi dan memamerkan simbol-simbol ekonomi yang berkelas, dan melakukan berbagai aktivitas yang membutuhkan dana tidak sedikit. Banyak masyarakat, gaya hidup cenderung berkembang cepat, karena didorong keterbukaan, plurarisme tindakan, dan aneka ragam otoritas. Di masyarakat yang kapitalistik dimana iklim keterbukaan berkembang pesat, demokrasi berjalan maksimal, dan semangat multipluralisme benar-benar tumbuh, maka kombinasi ini biasanya akan menjadi ladang persemaian yang subur bagi perkembangan gaya hidup.

Di era masyarakat konsumen, untuk membiayai penampilan, karena biaya yang mereka keluarkan adalah bentuk investasi dalam rangka membangun citra diri dan maka personal yang dinilai lebih penting. Ciri atau karakteristik yang menandai perkembangan masyarakat post-modern yang terperangkap ke dalam pusaran gaya hidup dan citra diri yaitu : pertama, ketika budaya tontotan

menjadi cara dan media bagi masyarakat mengekspresikan dirinya. Kedua, ketika masyarakat tumbuh dan berkembang kelompok masyarakat pesolek yang lebih mementingkan penampilan diri daripada kualitas kompetensi yang sebenarnya. Ketiga, estetisasi penampilan diri. Yakni ketika gaya dan desain lebih penting daripada fungsi.

Seseorang yang menempatkan dirinya kelas elite, niscaya akan rela merogoh koceknya puluhan juta rupiah hanya untuk membeli tas braded. Keempat, penampakan luar atau lookism. Artinya, bila seseorang lebih baik dalam tampilan, maka orang itu cenderung akan dinilai sebagai orang yang lebih sukses dalam kehidupan daripada orang yang berpenampilan kumuh, kucel, dan jauh dari keren. Di masyarakat post-modern, perkembangan gaya hidup yang makin kapitalistik tidak hanya tumbuh di wilayah profan. Dominasi dan penetrasi kekuatan kapitalis, di era masyarakat post-modern sepertinya tidak ada lagi ruang atau ranah kehidupan manusia yang steril dari penetrasi kekuatan kapitalisme yang menawarkan keemasan gaya hidup.

Gaya gaya hidup aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain.. gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap, serta terutama perlengkapan untuk hidup. cara berpakaian, lalu ada cara kerja, pola-pola konsumsi, Bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup. gaya hidup dipengaruhi keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dari seringnya berinteraksi dan menanggapi berbagai stimulus di sana. (Adlin, 2006:36–39).

Gaya hidup oleh berbagai ahli sering disebut merupakan ciri sebuah dunia modern atau modernitas. Artinya, siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan beberapa orang yang lain (Chaney, 2003). istilah gaya hidup, baik dari sudut pandang

individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa gaya hidup sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. cara sendiri bukan sesuatu yang alamiah, melainkan hal yang ditemukan, diadopsi atau diciptakan, dikembangkan dan digunakan untuk menampilkan tindakan agar mencapai tujuan tertentu. untuk dapat dikuasai, cara harus diketahui, digunakan, dan dibiasakan (Donny gahral Adian, dalam Adlin (Ed.), 2006:37).

Seseorang yang memutuskan untuk membeli sebuah tas merk Hermes, Louis Vuitton, atau yang lain, misalnya, Apakah ia melakukan karena semata didorong kebutuhan untuk memiliki tas sebagai wadah dompet, lipstik, dan pernak lainnya, ataukah lebih didorong keinginan untuk menunjukkan dari mana kelas sosial Dia berasal? Ketika seseorang mengonsumsi suatu, bukan sekedar karena ingin membeli fungsi pertama atau fungsi inheren dari produk yang dibelinya itu, tetapi sebetulnya ia juga berkeinginan untuk membeli fungsi sosial yang lain yang disebut Adorno (1960) sebagai *ersatz*, Nilai pakai kedua sebagai produk (lihat: Evers, 1988). artinya, seorang membeli tas, tidak selalu karena ia butuh tempat berbagai barang miliknya, tetapi bisa juga karena didorong tujuan tujuan sosial yang lain: prestise, kepentingan Untuk memperoleh modal sosial, sebagai tiket menjalin relasi dengan *peer-group-nya*, dan lain sebagainya. seperti dikatakan Adorno, bahwa komodifikasi budaya atau Kebudayaan yang di industrialisasi kan- yang dirancang berdasarkan kalkulasi kalkulasi keuntungan- hanya akan menghasilkan penipuan masa (lihat: Ibrahim (Ed.), 2004:328). di era kapitalisme akhir membeli barang sesungguhnya juga berarti membeli kesan dan pengalaman, dan kegiatan berbelanja bukan lagi suatu transaksi ekonomi sederhana, melainkan lebih merupakan interaksi simbolis dimana individu membeli dan mengonsumsi kesan.

Gaya hidup, sebagaimana dikatakan Chaney (2004:40) ada sebuah dunia modern, akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup, atau modernitas, artinya, siapapun yang hidup dalam

masyarakat modern, akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain. istilah gaya hidup, baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa gaya hidup merupakan konsep cara hidup mencakup sekumpulan pada kebiasaan, Pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. cara sendiri bukan sesuatu yang alamiah, melainkan hal yang ditemukan, diadopsi atau diciptakan, dikembangkan dan digunakan untuk menampilkan tindakan agar mencapai tujuan tertentu. untuk Dapat dikuasai, cara harus diketahui, Digunakan, dan dibiasakan (Donny gahril Adian, dalam Adlin (Ed.), 2006:37).

Dalam perspektif sosiologi ekonomi, membeli mengkonsumsi produk-produk budaya, bukan sekedar aktivitas ekonomi: mengonsumsi produk atau menggunakan komoditas untuk memuaskan kebutuhan kebutuhan material, tetapi lebih dari itu Aktivitas ini juga berhubungan dengan mimpi, hasrat, identitas, dan atau Dalam istilah John storey disebut bagian dari budaya Pop (Storey,2007:169). Menurut Machin & Leeuen (2005), berbeda dengan *individual style* (gaya pribadi) dan *social style* (gaya sosial), yang di maksud *lifestyle* (Gaya hidup) di sini adalah gabungan dari Kedua gaya pribadi dan gaya sosial yang muncul pada wilayah sosial tertentu, merupakan aktivitas bersama dalam mengisi waktu senggang, dan sikap dalam menghadapi isu sosial tertentu. Dalam berbagai kasus, seseorang biasanya menggunakan gaya hidup Dalam kehidupannya sehari-hari untuk mengidentifikasi dan menjelaskan secara lebih luas mengenai identitas dan afiliasi orang tersebut (Chaney, 2003) menjelaskan bahwa perkembangan gaya hidup dan perubahan struktural modernitas saling terhubung melalui refleksitas institusional; karena keterbukaan kehidupan sosial masa kini, Pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam otoritas, Pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. gaya hidup merupakan sesuatu yang sifatnya Individual. Tidak Seperti *social style*, gaya

hidup menunjukkan suatu perbedaan. Gaya hidup menunjukkan aspek homogenitas yang lebih kecil, dan meningkatkan aspek pilihan seorang individu dalam bersikap, berpakaian termasuk memilih aktivitas, berdasarkan umur, Jenis kelamin, kelas sosial, pekerjaan, dan perbedaan asal negara (Leeuwen, 2005)

3.2. Gaya Hidup dan Gender

Gaya hidup merupakan cara-cara pola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolis, sekaligus merupakan cara bermain dengan identitas. Dengan menampilkan gaya hidup yang dipilih, seseorang bukan hanya untuk memenuhi hasrat dan kebutuhan dirinya sendiri, tetapi sekaligus juga sebagai cara untuk memperlihatkan atau menemukan dari kelompok sosial manakah mereka sebetulnya ingin dipersepsi orang lain: sebuah bentuk permainan identitas sosial yang dikembangkan seseorang untuk menampilkan citra dirinya. Gaya hidup adalah bagian dari ciri masyarakat modern, terlebih masyarakat post-modern. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain. Gaya hidup bukan monopoli kelas menengah ke atas, tetapi lintas kelas gaya hidup juga bukan hanya monopoli kaum perempuan, tetapi juga menjadi kebutuhan laki-laki.

Kaum laki-laki yang termasuk metroseksual, seringkali tidak kalah konsumtif dibandingkan kaum perempuan yang suka berdandan dan selalu ingin tampil modis, wangi, dan bergaya. Kaum laki-laki juga seringkali ingin tampil *macho*, berkelas atau bergaya dengan cara mengonsumsi berbagai produk industri budaya yang berkelas, yang menjadi bagian dari identitas sosialnya. Tetapi, dalam berbagai hal, gaya hidup yang ditampilkan masyarakat seringkali berbeda antara laki-laki dan perempuan. Bagi kekuatan kapitalis, dibandingkan laki-laki, perempuan dalam banyak kasus memang lebih sering dijadikan objek penawaran dan target pangsa pasar. Di mata kekuatan industri budaya, tampaknya telah disadari benar bahwa kebanyakan perempuan cenderung

lebih mengedepankan penampilan dan kesan luar, serta cenderung berperilaku seolah-olah di atas panggung. Terlepas bahwa dalam pernyataan kaum laki-laki belakangan ini juga makin banyak yang tampil metroseksual, tetapi nyaris semua kaum perempuan memang lebih suka berdandan, bersolek, dan mempercantik diri, Boleh dikata tidak ada bagian dari tubuh perempuan yang steril dari sentuhan dan tawaran berbagai produk industri budaya. Perempuan yang kebanyakan takut dengan efek penuaan, kulit yang mulai keriput dan flek yang muncul di wajah, maka jangan heran jika alokasi anggaran untuk perawatan tubuh perempuan umumnya cukup besar.

3.3. Rangkuman

Gaya Hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Gaya hidup tumbuh dan dikembangkan oleh kekuatan kapital untuk kepentingan membangun pangsa pasar, memperbesar keuntungan, dan agresivitas masyarakat dalam mengonsumsi berbagai produk industri budaya. Beberapa sifat umum dari gaya hidup, antara lain : (1) gaya hidup sebagai sebuah pola; (2) yang mempunyai massa; dan (3) mempunyai daur hidup (*life cycle*). Ciri atau karakteristik yang menandai perkembangan masyarakat post-modern yang seringkali terperangkap ke dalam pusaran gaya hidup dan citra diri, yaitu: *pertama*, ketika budaya tontonan (*a culture of spectacle*) menjadi cara dan media bagi warga masyarakat mengekspresikan dirinya. *Kedua*, ketika di masyarakat tumbuh dan berkembang kelompok masyarakat pesolek (*dandy society*) yang lebih mementingkan penampilan diri daripada kualitas kompetensi yang sebenarnya. *Ketiga*, estetisasi penampilan diri. *Keempat*, penampakan luar atau *lookism*.

Gaya Hidup bukan monopoli kelas menengah ke atas, tetapi lintas kelas gaya Hidup juga bukan hanya monopoli kaum perempuan, tetapi juga menjadi kebutuhan laki-laki. Kaum laki-laki yang termasuk metroseksual, seringkali tidak kalah konsumtif dibandingkan kaum perempuan yang suka berdandan dan selalu ingin tampil modis, wangi, dan bergaya.

3.4. Latihan Soal

1. Identifikasi kembali Apa yang dimaksud dengan gaya hidup?
2. Coba Uraikan kembali ciri masyarakat post-modern yang berkaitan dengan perkembangan gaya hidup masyarakat?
3. Coba Anda jelaskan kembali tema-tema khas yang selalu diperbincangkan dalam diskusi tentang gaya hidup?

BAB 4

GLOBALISASI DAN MCDONALISASI

4.1. Globalisasi

Globalisasi adalah penyebaran praktik, relasi, kesadaran dan organisasi ke berbagai pemjuru dunia, yang telah melahirkan tranasformasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dari segi ekonomi, kekuatan ekonomi negara maju dan pengaruhnya yang dominan acap kali menjadikan negara sedang berkembang tak ubahnya seperti pangasa pasar dan ladang persemaian bagi berbagai kepentingan perusahaan multinasional. Jika di masa lalu penjajahan dilakukan melalui invansi kolonial, maka di era post modern penjajahan dilakukan melalui penguasaan dan monopoli pasar yang makin mengglobal oleh kekuatran kapitalisme.

Dari segi budaya, globalisasi umumnya dipahami sebagai proses penjajahan budaya, westernisasi, atau paling tidak proses percampuran berbagai unsur budaya global dan lokal yang menghasilkan glocalisasi. Dalam pandangan beberapa teoritis seperti Beck (2000) misalnya, globalisasi tidak dipandang sebagai proses monokasual dan linier satu arah, melainkan dipahami sebagai proses interaksi yang multidimensional dan multidireksional. Globalisasi budaya terjadi ketika penetrasi kekuatan dan superioritas budaya dari barat merambah ke berbagai sendi kehidupan masyarakat, memengaruhi pembentukan pola konsumsi masyarakat, gaya hidup, bahkan memengaruhi cara berfikir masyarakat.

Berbeda dengan paradigma diferensiasi kultural yang meyakini globalisasi hanya berpengaruh pada permukaan dan tidak berpengaruh hingga struktur budaya, paradigma konvergensi budaya meyakini bahwaw akibat globalisasi maka kebudayaan dunia dipandang cenderung semakin serupa. Berbagai konsep seperti imperilalisme budaya, Amerikanisasi, pembaratan, termasuk McDonalikasi merupakan istilah yang acap kali digunakan untuk menunjukkan terjadinya proses globalisasi.

Globalisasi sesungguhnya bukan hanya merupakan fenomena ekonomi dan politik, tetapi juga fenomena budaya globalisasi adalah penyebaran praktis, relasi, kesadaran dan organisasi ke berbagai penjuru dunia, yang telah melahirkan transformasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dari segi ekonomi, kekuatan ekonomi negara maju dan pengaruhnya yang dominan acapkali menjadikan negara sedang berkembang ubahnya seperti pangsa pasar dan ladang persemaian bagi berbagai kepentingan perusahaan multinasional. Jika di masa lalu penjajah dilakukan melalui inovasi colonial, maka di era post-modern penjajahan dilakukan melalui penguasaan dan monopoli pasar yang makin mengglobal oleh kekuatan kapitalisme.

Berbeda dengan paradigma diferensiasi kultural yang meyakini globalisasi hanya berpengaruh pada permukaan dan tidak berpengaruh hingga struktur budaya, paradigma konvergensi budaya meyakini bahwa akibat globalisasi Maka kebudayaan dunia di pandang cenderung semakin serupa. Berbagai konsep seperti imperialisme budaya, Amerikanisasi, pembaratan, termasuk mcdonalisasi merupakan istilah yang ada kali digunakan untuk menunjukkan terjadinya proses globalisasi.

4.2. McDonalikasi

Ritzer (2002) menyebut proses perubahan dan Fenomena globalisasi yang merambah ke berbagai penjuru dunia sebagai proses Mcdonalikasi. Disebut sebagai Mcdonalikasi karena dalam pandangan Ritzer proses perubahan yang tengah melanda masyarakat di era post-industrial tak ubahnya seperti proses perubahan yang terjadi karena merebaknya praktik bisnis *fast food* McDonald di berbagai belahan dunia. Kehadiran McDonald merupakan tonggak lahirnya sebuah “paradigma” yang dinamakan *Mcdonaldikasi*, yaitu sebuah proses dimana berbagai prinsip restoran fast food hadir untuk mendominasi lebih banyak sektor kehidupan di berbagai negara manapun di dunia. Dalam mengembangkan konsep dan pengertian Mcdonalikasi, Ritzer banyak dipengaruhi Max Weber, seorang teoritisasi sosial klasik

yang terkenal dengan konsep nya tentang “kerangkeng besi” rasionalitas birokrasi hanya saja berbeda dengan Weber yang melihat birokrasi sebagai institusi yang rasional, menurut Ritzer di era masyarakat post-modern, rasionalitas diwakili oleh restoran cepat saji McDonald yang seolah menggantikan birokrasi untuk menyebarkan cara kerja rasional, yang ujung-ujungnya sebetulnya irasional.

Di berbagai negara, menurut Ritzer Apa yang disebut pelayanan cepat saji atau pelayanan instan telah merambah ke berbagai sektor kehidupan dan dimanifestasikan dalam beberapa cara. Model pengelolaan usaha seperti McDonald tidak saja diadopsi sebatas oleh usaha waralaba makanan, namun telah pula masuk dan berkembang dalam bisnis restoran “cepat hidang” di negara-negara maju maupun di negara sedang berkembang. berbeda dengan restoran dengan restoran layanan tradisional, dalam banyak kasus yang namanya usaha makanan ini cenderung dilakukan supaya cepat, seragam, dengan hitungan waktu yang ketat, dan massal, sehingga Konsumen tidak lagi bisa membedakan antara masakan atau makanan yang dihidangkan restoran cepat saji di sebuah negara dengan makanan yang sama di negara yang lain. Sensasi makanan ayam goreng di McDonald, Kentucky, Fried Chicken, Texas Chicken, California Fried Chicken, dan lain sebagainya. ini nyaris tidak bisa dibedakan Bagaimana perbedaan kita rasanya, karena semua menerapkan prinsip pengelolaan layanan cepat saji.

Di berbagai negara, dalam perkembangannya kemudian yang namanya usaha cepat saji atau mcdonalisasi ini tidak lagi sebatas usaha makanan instan. Dengan mengacu atau meniru institusi bisnis waralaba McDonald, dalam tahun tidak sedikit negara mulai mengembangkan variasi nya sendiri, mulai dari jenis makanan ringan sampai “*body shop*” aktivitas-aktivitas bisnis non makanan lain. Menurut George Ritzer (2012: 993-995) adalah konsekuensi yang tidak terhindarkan dari pengaruh globalisasi yang merambah ke berbagai penjuru dunia. cara kerja sebagaimana diterapkan restoran cepat saji McDonald yang menekankan pada

efisiensi, kemudahan diperhitungkan, kemudahan diprediksi, kontrol melalui teknologi, dan secara paradoksal ketidakrasionalan rasionalitas, bukan saja kemudian diterapkan dalam proses pengelolaan berbagai jenis usaha yang lain, tetapi juga mempengaruhi aktivitas dan perilaku sosial masyarakat di era post industrial.

Meski menggembar-gemborkan efisiensi, nama yang menjadi pertanyaan adalah efisiensi ditujukan untuk siapa? karena jika di amati dengan cermat, sebagian perolehan efisiensi tersebut hanya dirasakan oleh pencipta rasionalisasi. Adapun Sebenarnya apa yang sedang dibangun adalah *ilusi kesenangan* bagi konsumen dengan menghadirkan berbagai macam fasilitas dan hiburan untuk menutupi rasionalitasnya. bahkan, dalam beberapa kasus di tengarai penerapan mcdonalisasi tidak hanya menghasilkan irasional, tetapi juga melahirkan dehumanisasi yang anti manusia dan menghancurkan manusia. Pada kenyataannya, ada sejumlah irasionalitas yang terjadi akibat kehadiran Mcdonalisasi, di antaranya ancaman kesehatan dan lingkungan, dehumanisasi pegawai dan pelanggan, pengaruh negatif hubungan manusia dan proses homogenisasi.

4.3. Rangkuman

Globalisasi adalah penyebaran praktik, relasi, kesadaran dan organisasi ke berbagai penjuru dunia, yang telah melahirkan transformasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. dari segi budaya, Globalisasi umumnya dipahami sebagai proses penjajahan budaya, westinisasi, atau paling tidak proses percampuran berbagai unsur budaya global dan lokal yang menghasilkan glokalisasi. Ritzer (2002) menyebut proses perubahan dan fenomena globalisasi yang merambah ke berbagai penjuru dunia sebagai proses Mcdonalisasi. *Mcdonaldisasi* adalah sebuah proses dimana berbagai prinsip restoran *fast-food* hadir untuk mendominasi lebih banyak sektor kehidupan di berbagai negara manapun di dunia.

Cara kerja sebagaimana diterapkan restoran cepat saji McDonald yang menekankan pada efisiensi, kemudahan diperhitungkan, kemudahan diprediksi, kontrol melalui teknologi, dan secara paradoksal ketidakrasionalan rasionalitas, bukan saja kemudian diterapkan dalam proses pengelolaan berbagai jenis usaha yang lain, tetapi juga memengaruhi aktivitas dan perilaku sosial masyarakat di era post-industrial. Globalisasi atau seringkali pula disebut dengan istilah globalisasi (tumbuh, *growth*) secara garis besar memiliki tiga kekuatan penggerak utama, yaitu kapitalisme, Amerikanisasi, dan Mcdonalisasi, yang kesemuanya memiliki arti yang sangat penting dalam penyebaran kekosongan ke seluruh dunia. Menurut Ritzer (2012) empat bentuk kekosongan yang kini telah mengglobal di berbagai negara adalah : nontempat, nonorang, dan nonjasa.

4.4. Latihan

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan globalisasi?
2. Coba anda Uraikan kembali dimensi dimensi dari mcdonalisasi yang mempengaruhi proses perubahan sosial masyarakat di berbagai negara
3. Jelaskan apa yang dimaksud dengan mcdonalisasi?

BAB 5

PERSPEKTIF SOSIOLOGI TENTANG UANG

5.1. Konsep Uang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia uang berarti alat penukar atau standar pengukur nilai (kesatuan hitungan) yang sah, yang dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu. Uang dalam ilmu ekonomi tradisional didefinisikan sebagai setiap alat tukar yang dapat diterima secara umum. Alat tukar itu dapat berupa benda apapun yang dapat diterima oleh setiap orang dimasyarakat dalam proses pertukaran barang dan jasa. Dalam ilmu ekonomi modern, uang didefinisikan sebagai sesuatu yang tersedia dan secara umum diterima sebagai alat pembayaran bagi pembelian barang-barang dan jasa-jasa serta kekayaan berharga lainnya serta untuk pembayaran utang.

Beberapa ahli juga menyebutkan fungsi uang sebagai alat penunda pembayaran. Keberadaan uang menyediakan alternatif transaksi yang lebih mudah dari pada barter yang lebih kompleks, tidak efisien, dan kurang cocok digunakan dalam sistem ekonomi modern karena membutuhkan orang yang memiliki keinginan yang sama untuk melakukan pertukaran dan juga kesulitan dalam penentuan nilai. Efisiensi yang didapatkan dengan menggunakan uang pada akhirnya akan mendorong perdagangan dan pembagian tenaga kerja yang kemudian akan meningkatkan produktifitas dan kemakmuran.

Dalam ekonomi, uang dipandang sebagai sesuatu yang anonim secara budaya dan netral secara sosial. Ia dipandang, seperti yang telah di singgung dan akan dibahas secara lebih dalam pada bagian berikutnya, sebagai instrumen pertukaran semata sedangkan sosiologi memandang uang mempunyai makna sosial dan budaya. Oleh karena itu, uang dengan jumlah yang sama, dapat dipandang secara berbeda tergantung kepada makna yang dilekatkan kepadanya. misalnya uang hasil gaji dipandang berbeda dengan uang hasil penipuan terhadap calon jemaah haji dengan

memberikan informasi yang tidak benar terhadap daftar keberangkatan: jika calon jemaah ingin terdaftar maka sang penipu bisa mengurus asal membayar sejumlah uang, misalnya.

5.2. Peletak Fondasi Sosiologi Uang

Berikut ini tokoh-tokoh sosiologi yang berjasa dalam meletakkan fondasi sosiologi uang sehingga menjadi rujukan oleh penurun badan menjadi sanggahan oleh pembaharu sosiologi uang pada masa berikutnya:

1. Karl Mark (1818-1883)

Karyanya memperbincangkan fenomena uang adalah (Marx, 1915) ia menjelaskan ketika menjelaskan sirkulasi komoditi, Mark melihat 3 tipe sirkulasi komoditi yang dialami umat manusia sepanjang sejarah. sirkulasi komoditi yang sangat sederhana dialami umat manusia adalah tipe K-K yaitu suatu komoditi ditukar langsung dengan komoditi lainnya, seorang petani menukarkan sesumpit jagung dengan sejerat ikan kepada seorang nelayan, Tipe ini, dikenal juga dengan barter, merupakan bentuk pertukaran komoditi yang pertama dalam sejarah umat manusia. dalam tipe ini para aktor melakukan interaksi sosial dan mereka saling mengontrol perilaku mereka. Bentuk lanjut dari tipe pertama ini adalah tipe K-U-K yaitu komoditi dikonversikan ke dalam uang, kemudian uang di konversi ke dalam komoditi, misalnya nelayan menjual hasil tangkapannya kemudian uang hasil penjualan tersebut digunakan untuk membeli beras. dalam tipe kedua ini, uang digunakan oleh aktor sebagai sarana konversi. Para aktor, seperti dan dapat mengembangkan jaringan sosial di antara sesamanya secara spontan dan dapat saling mengontrol perilaku di antara mereka. Kedua tipe sirkulasi yang disebut barusan hanya terdapat dalam masyarakat pra-kapitalis.

Dalam masyarakat kapitalis, tipe sirkulasi komoditi berubah menjadi U-K-U yaitu uang digunakan untuk membeli komoditi kemudian komoditi dijual untuk memperoleh uang. Uang dalam tipe ketiga ini merupakan modal. Iya digunakan

untuk membeli sesuatu yang dimaksudkan untuk dijual lagi. Uang, yang digunakan dalam masyarakat kapitalis telah membuat komoditi dapat dipertukarkan tanpa kehadiran para aktor pada suatu tempat dan waktu yang sama. ini berarti, menurut Mark, komoditi, merupakan hasil dari aktivitas produktif dan sekaligus sebagai aspek kemanusiaan dari para aktor, tidak lagi dapat dikontrol oleh aktor dalam jaringan hubungan sosial. Segala sesuatu dapat dibeli melalui uang. Konsekuensi logis dari keadaan ini adalah aktor merasa terasing terhadap diri dan dunia sosialnya.

2. George Simmel (1858-1818)

Dibandingkan dengan teoretisi klasik lainnya, Simmel merupakan peletak dasar utama dan memberikan sumbangan terbesar terhadap perkembangan sosiologi uang. (Simmel, 1958) merupakan karya monumental sosiologi Simmel dan sebagai buku rujukan utama dalam memahami sejarah perkembangan sosiologi uang. Dalam bukunya tersebut, Simmel mulai dengan diskusi tentang bentuk-bentuk umum dari uang dan nilai. Kemudian dia menjelaskan tentang dampak uang terhadap "*inner world*" dari aktor dan terhadap budaya secara. dalam tesisnya tentang hubungan antara nilai dan uang, ia menjelaskan bahwa orang membuat nilai dengan menciptakan objek, memisahkan diri mereka sendiri terhadap objek yang diciptakan, dan kemudian mencari jalan keluar terhadap jarak, rintangan, dan kesulitan yang muncul dari objek yang diciptakannya tersebut.

Kesulitan utama dalam memperoleh suatu objek adalah nilai objek itu sendiri. Menurut Simmel, nilai dari sesuatu berasal dari kemampuan orang menempatkan diri mereka sendiri pada jarak yang tepat terhadap objek. Sesuatu yang sangat dekat, sangat mudah diperoleh bukan sebagai sesuatu yang sangat bernilai. sebaliknya, sesuatu yang sangat jauh, sangat sulit, atau hampir tidak mungkin memperolehnya juga bukan sesuatu yang sangat dekat. Diantara faktor-faktor yang

terlibat dalam jarak suatu objek dari seorang aktor adalah kesulitan terlibat didalamnya, kelangkaannya, dan mengorbankan sesuatu yang lain untuk mencapainya. Orang mencoba menempatkan diri mereka sendiri pada jarak yang tepat dari objek, yang mestinya mampu diperoleh, tetapi tidak begitu mudah mencapainya.

Dalam konteks nilai secara umum, Simmel membicarakan uang. Dalam realitas ekonomi, uang melayani baik untuk menciptakan jarak terhadap objek juga memberikan sarana untuk mendapatkan jalan keluarnya. Dalam masyarakat modern, nilai uang melekat pada objek-objek. Objek tersebut memiliki jarak dengan kita; kita tidak dapat memperoleh mereka tanpa uang dari milik kita sendiri. Kesukaran dalam memperoleh uang, oleh karenanya, objek menjadi bernilai pada kita. Pada waktu yang sama, sekali kita mendapatkan cukup uang, kita mampu untuk menghilangkan jarak antara diri kita sendiri dan objek.

Dalam proses penciptaan nilai, uang memberikan basis bagi perkembangan pasar, ekonomi modern, dan masyarakat kapitalis. Hubungan-hubungan sosial pada mulanya mempunyai makna kualitatif, dengan proses penciptaan nilai melalui uang, sekarang ia harus dipahami dalam bentuk kuantitatif. Aktor merasakan kehidupan sosialnya sebagai sesuatu yang berada di luar dari dan memaksa dirinya. dunia sosial dirasakan sebagai suatu problema aritmatika. Disamping uang mereifikasi dunia sosial tetapi juga menciptakan peningkatan dalam rasionalisasi dunia sosial.

Beberapa dampak perkembangan ekonomi uang terhadap individu dan masyarakat adalah munculnya sinisme dan kebosanan. Segala aspek kehidupan dapat diperjualbelikan melalui uang. Kita dapat membeli kekuasaan, kecantikan, kepercayaan, atau intelegensi semudah kita dapat membeli pisau, alat kecantikan dan buku. Dalam masyarakat Indonesia, sinisme ini terlihat dalam kata-kata "plesetan" seperti kasih uang habis perkara cara untuk KUHP atau semua urusan

memerlukan uang tunai untuk Sumut. Sedangkan sikap kebosanan muncul dari sesuatu yang sebelumnya merupakan fenomena kualitatif sekarang menjadi fenomena kuantitatif: segala sesuatu dapat diukur secara kuantitatif dengan uang. dari sisi lain, menurut Simmel, itu berarti pula, uang mereduksi semua nilai kemanusiaan ke dalam istilah moneter.

Sebagaimana ekonomi uang menciptakan peningkatan perbudakan Individual. Individu dalam masyarakat modern menjadi terisolasi dan teratomisasi. Ia tidak melekat dalam kelompoknya, individu berdiri sendiri dalam menghadapi peningkatan dan perluasan budaya objektif yang memaksa. individu dalam masyarakat modern diperbudak oleh suatu budaya objektif masif. Bagi Simmel, uang selain mengandung instrumen impersonal juga mempunyai aspek pembebasan. Dengan putusanya hubungan hubungan personal dalam lingkungan tradisional, uang memberikan kepada setiap individu kebebasan memilih kerangka dan kerabat kerja dalam pertukaran ekonomi.

3. Max Weber (1864-1920)

Weber (1978:80–82) memandang uang baik sebagai suatu konsekuensi maupun sebagai prasyarat penting bagi rasionalisasi dari kehidupan masyarakat modern. Diantara konsekuensi dari uang, menurut Weber, adalah peningkatan pertukaran tidak langsung. melalui uang, seseorang dapat langsung melakukan transaksi. Kemampuan seperti ini tidak dimiliki oleh barter. Kemampuan menimbun dana tunai untuk memudahkan pembelian di masa datang dan menjadikan uang menjadi sarana untuk memperoleh bermacam barang dan pelayanan merupakan konsekuensi lain dari uang. Dua konsekuensi yang disebut barusan memudahkan orang dalam melakukan perencanaan. Sesuatu hal yang sukar dilakukan pada masa masyarakat ekonomi barter.

Weber juga melihat bahwa nilai uang yang melekat pada barang dan jasa tidak selalu berkaitan dengan nilai gunanya

pada saat pembelian tetapi dapat dipengaruhi oleh kepercayaan tentang nilai tukar mereka. Gagasan ini sesuai dengan diktum ekonomi klasik seperti Smith, Richardo, dan Marx, memandangnya sebagai ciri objektif yang ditentukan oleh jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam produksi.

5.3. Makna Sosial Uang

Dalam mainstream ekonomi, seperti Adam Smith dan Carl Menger, uang selalu dianggap, tidak lebih dan tidak kurang, sebagai instrumen pertukaran yang netral tanpa makna sosial. uang dipandang hanya sebagai medium dari fungsi pertukaran pada transaksi pasar. oleh karena itu, ia hanya berhubungan dengan hukum-hukum pasar. itu itu berarti bahwa, menurut Barber (1977), pertukaran pasar dilihat bebas dari kendala sosial dan budaya, dan uang dikeluarkan dari pengaruh-pengaruh ekstra ekonomi sedangkan dalam interpretasi sosiologi klasik, uang dipandang sebagai peneruka bagi proses rasionalisasi. Oleh karena itu, uang merupakan kunci untuk memahami rasionalisasi sosial. Bagi Simmel (1978) dan Weber (1978) seperti yang telah dibahas diatas, uang tidak hanya mempunyai kemampuan untuk mengkalkulasi secara abstrak suatu objek tetapi juga suatu instrumen impersonal. Weber melihat uang merupakan sarana yang paling sempurna bagi transaksi ekonomi dan sosial.

Bagi Zelizer (1989:11–19) baik mainstream ekonomi maupun pemikiran sosiologi klasik mempunyai beberapa kelemahan dalam memahami fenomena uang. Pertama, fungsi dan karakteristik dari uang biasanya didefinisikan secara ketat dalam istilah ekonomi. Walaupun jika makna simbolik uang diakui, Iya tetap saja terbatas pada ruang ekonomi. oleh karena itu, Zelizer mengusulkan bahwa sementara uang berfungsi sebagai alat rasional utama dalam masyarakat modern, uang juga berada di luar ruang pasar dan dipengaruhi oleh struktur sosial dan budaya. Kedua, semua uang dipandang sama dalam masyarakat modern. Interpretasi ini merujuk kepada pendapat Simmel tentang karakter komunalistik kualitatif dari uang yang dapat menghindari setiap perbedaan

antara berbagai macam tipe uang. Menurut Zelizer. Interpretasi ini mengabaikan faktor sosial yang dapat marah, kaget, atau mengancam penyalahgunaan uang bagi keadaan atau hubungan sosial yang tidak benar. Oleh sebab itu, ia menekankan bahwa uang bukan sesuatu yang tunggal, seragam dan sama tetapi ia dipandang sebagai sesuatu yang beragam. Orang memperuntukannya pada penggunaan yang berbeda setiap tipe interaksi sosial.

Ketiga, bagi Zelizer, fungsi dan atribut uang yang didasarkan pada suatu tipe penggunaan uang secara tunggal, seperti yang diajukan oleh ekonomi klasik, dipandang sempit. Oleh karena itu dia mengajukan bahwa dengan memperhatikan uang tidak hanya sebagai fenomena pasar tetapi juga sebagai fenomena sosial budaya dan politik, maka akan ditemukan uang mempunyai keberagaman secara kualitatif. Keempat, dia juga tidak setuju dengan dikotomi yang tajam yang diciptakan antara cara uang dan nilai *nonpecuniary*. Baginya, uang dibawah situasi dan kondisi tertentu dapat juga menjadi tunggal dan tidak dapat dipertukarkan seperti halnya dengan kebanyakan objek personal dan unik. Kelima, struktur sosial dan budaya menentukan batas-batas yang tidak dapat dilakkan pada proses moneter dengan kontrol dan pembatasan terhadap arus dan likuiditas uang. Hal tidak oleh dua pendekatan yang di atas.

Dengan demikian, Zender telah memberikan suatu pendekatan alternatif terhadap uang, yaitu pendekatan makna sosial uang. dengan pendekatan ini, oleh karena itu, dia melihat bahwa uang tidak Netral secara budaya dan juga tidak anonim secara sosial. Adalah memungkinkan bahwa nilai-nilai "korup" dan hubungan sosial secara timbal balik mentransformasikan uang dengan menginvestasikan nya melalui makna dan pola-pola sosial. Orang berupaya, dengan berbagai usaha, untuk mengaitkan uang dengan waktu, tempat dan hubungan sosial tertentu.

5.4. Uang Dalam Perspektif Teori Sosiologi Modern

Teori sosiologi modern yang sering ditampilkan adalah teori struktural fungsional, teori struktural konflik, teori interaksionalisme simbolik dan teori pertukaran. Sub bagian ini berusaha untuk menjelaskan secara kasar Bagaimana keempat teori tersebut dipakai dalam memahami realitas uang.

1. Teori Struktural Fungsional

Uang dilihat dari teori struktural fungsional sebagai salah satu elemen yang membuat masyarakat berfungsi lebih baik. Uang memperlancar anggota masyarakat untuk melakukan semua aktivitas kehidupan: ekonomi, sosial, budaya, politik, dan agama. Dalam aktivitas ekonomi uang mempermudah transaksi, investasi, dan menyimpan kekayaan. Dalam aktivitas sosial, uang dapat menggantikan aktivitas gotong royong, ronda, dan arisan. pada aktivitas budaya, uang mempermudah untuk melakukan acara adat dan seremonial siklus kehidupan (kelahiran, perkawinan, dan kematian). Pada aktivitas politik, uang dijadikan sebagai ukuran dari bentuk kekuatan (power), dukungan dan loyalitas. Uang memudahkan orang untuk melaksanakan banyak kegiatan ibadah ritual.

2. Teori Struktural Konflik

Teori struktural konflik menerangkan bagaimana uang merupakan salah satu sumber konflik. setiap orang, kelompok institusi dan pemerintah mempunyai potensi untuk berkonflik satu sama lain oleh karena persoalan yang berkaitan dengan uang. Perselisihan, pertengkaran, perceraian, perkelahian, pembunuhan dan peperangan dimungkinkan muncul karena persoalan di sekitar uang. kejatuhan pemerintahan Soeharto pada pertengahan 1998 dimulai dengan demonstrasi anti Soeharto dikarenakan mismanajemen utang luar negeri.

3. Teori Interaksionalisme Simbolik

Teori Interaksionalisme simbolik melihat uang sebagai simpul banyak simbol. uang merupakan salah satu simbol status sosial

ekonomi seseorang. jenis kartu kredit merupakan salah satu contoh realitas simbol status sosial. semakin tinggi nilai kartu kredit semua orang, Semakin tinggi status sosial seseorang. Tidak peduli apakah hutang atau bukan. uang juga dijadikan simbol dari besar kecilnya rasa kasih, cinta dan perhatian. Dalam konteks ini, “ada uang abang disayang tak ada uang abang ditendang”. Makna terhadap simbol uang tersebut bisa beragam. Keragaman Makna tersebut dikonstruksikan dalam konteks hubungan sosial. oleh karena itu, ia juga berkait dengan dimensi waktu dan ruang sosial.

4. Teori Pertukaran

Teori pertukaran melihat bahwa uang sebagai salah satu rujukan utama orang untuk terus menerus terlibat dalam memilih diantara perilaku-perilaku alternatif. Suatu tindakan sosial dipandang ekuivalen dengan tindakan ekonomis. Suatu tindakan dipandang rasional apabila seseorang yang menghasilkan uang. Oleh sebab itu, semakin tinggi uang yang diperoleh makin besar kemungkinan suatu tingkah laku akan diulang.

5.5. Rangkuman

Uang dalam ilmu ekonomi tradisional didefinisikan sebagai setiap alat tukar yang dapat diterima secara umum. Alat tukar itu dapat berupa benda apapun yang dapat diterima oleh setiap orang dimasyarakat dalam proses pertukaran barang dan jasa. Dalam ilmu ekonomi modern, uang didefinisikan sebagai sesuatu yang tersedia dan secara umum diterima sebagai alat pembayaran bagi pembelian barang-barang dan jasa-jasa serta kekayaan berharga lainnya serta untuk pembayaran utang. Uang dipandang hanya sebagai medium dari fungsi pertukaran pada transaksi pasar. oleh karena itu, ia hanya berhubungan dengan hukum-hukum pasar.

5.6. Latihan Soal

1. Dalam kajian perspektif sosiologi apa yang dimaksudkan dengan uang?

2. Jelaskan tokoh-tokoh sosiologi yang berjasa dalam meletakkan fondasi sosiologi uang?
3. Jelaskan realitas uang dalam teori struktural fungsional?

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, A. (2006). *Resistensi gaya hidup.: Teori dan realitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Beck, U. (2000). *The brave new world of ork*. New York: Wiley.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. UK: Penguin.
- Brinkerhoff, D. B., & White, L. K. (1988). *Sociology*. West Publishing Company.
- Chaney, D. (2003). *Lifestyles : Sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Damsar. 1997. *Sosiologi ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Doerr, L. S., & Powell, W. E. (1994). Networks and Economic Life. In *The Handbook of Economic Sociology* (p. 835). Princeton University Press.
- Granovetter, M. S., & Swedberg, R. (1992). *The Sociology of economic life*. Michigan: Westview Press.
- Horton, P. B., & Hunt, C. L. (1976). *Sociology*. McGraw-Hill.
- Lawang, R. M. (2004). *Kapital sosial dalam perspektif sosiologik*. Depok: UI Press.
- Leeuwen, T. Van. (2005). *Introducing social semiotics*. Routledge.
- Marx, K. (1915). *Capital: A critique of political economy*. Michigan: Snippet View.
- Mitchell, J. C. (1969). *Social networks in urban situations : Analyses of personal relationships in Central African towns*. United Kingdom: Manchester University Press.
- Reiss, A. J. (1968). *Cooley and sociological analysis*. Snippet View.
- Ritzer, G. (2002). *Modern sociological theory*. New Jersey: McGraw-Hill Higher Education.
- Ritzer, G. (2012). *Introduction to sociology*. United Kingdom: Sage Publisher.
- Simmel, G. (1958). *The philosophy of money*. (D. Frisby, Ed.). New York: Routledge.
- Suparlan, P. (1982). *Pengetahuan budaya, ilmu-ilmu sosial dan pengkajian masalah-masalah agama*. Jakarta: Proyek Penelitian Keagamaan Badan Litbang Agama Departemen Agama RI.
- Weber, M. (1978). *Economy and society. Economy and Society: An*

Outline of Interpretative Sociology, Claus Wittich, 1.
Zelizer, V. A. (1989). *The social meaning of money*. Princeton University Press.

BIODATA PENULIS



Emmy Solina merupakan anak dari Bapak H. Solihin dan Ibu Alm Hj. Djahara. Lahir di Pontianak pada tanggal 20 Nopember 1984. Meraih gelar Sarjana (S-1) dari Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan Universitas Tanjungpura (UNTAN) 2006. Gelar Magister Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tanjungpura (UNTAN) 2009. Telah menikah pada tahun 2007 dan dikaruniai dua orang putri dan dua orang putra. Dari tahun 2010 menjadi tenaga pendidik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH).



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Raya Dompok Telp.(0771) 4500089 Fax. (0771) 4500091
PO.BOX 155 Tanjungpinang 29111
Website: <http://umrah.ac.id> Email: fisip@umrah.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Dr. Oksep Adhayanto, S.H., M.H.
2. NIP : 19810929 201504 1 002
3. Jabatan : Dekan FISIP UMRAH
4. Instansi : Universitas Maritim Raja Ali Haji

Selaku atasan dari

1. Nama : Emmy Solina, S.Pd.,M.Si
2. NIP : 19841120 201903 2 010
3. Jabatan : Dosen Asisten Ahli
4. Instansi : Universitas Maritim Raja Ali Haji

Dengan ini menyetujui dan mengesahkan "Modul Sosiologi Ekonomi Pada Program Studi Sosiologi"

Tanjungpinang, 21 April 2020

Dekan FISIP UMRAH

Dr. Oksep Adhayanto, S.H., M.H.
NIP. 19810929 201504 1 002

BIODATA PENULIS



Emmy Solina merupakan anak dari Bapak H. Solihin dan Ibu Alm Hj. Djahara. Lahir di Pontianak pada tanggal 20 Nopember 1984. Meraih gelar Sarjana (S-1) dari Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan Universitas Tanjungpura (UNTAN) 2006. Gelar Magister Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tanjungpura (UNTAN) 2009. Telah menikah pada tahun 2007 dan di karuniai dua orang putri dan dua orang putra. Dari tahun 2010 menjadi tenaga pendidik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH).