

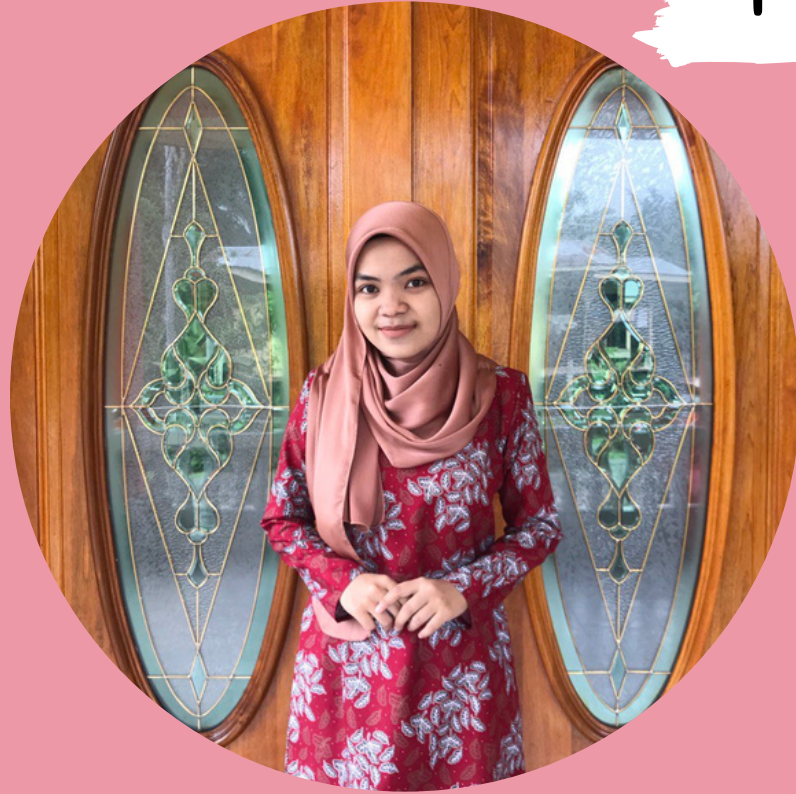
HGM 238/3 – GEOGRAFI MANUSIA

Saltik, I.A., et al. (2013) Consumption, Consumer Culture & Consumer Society

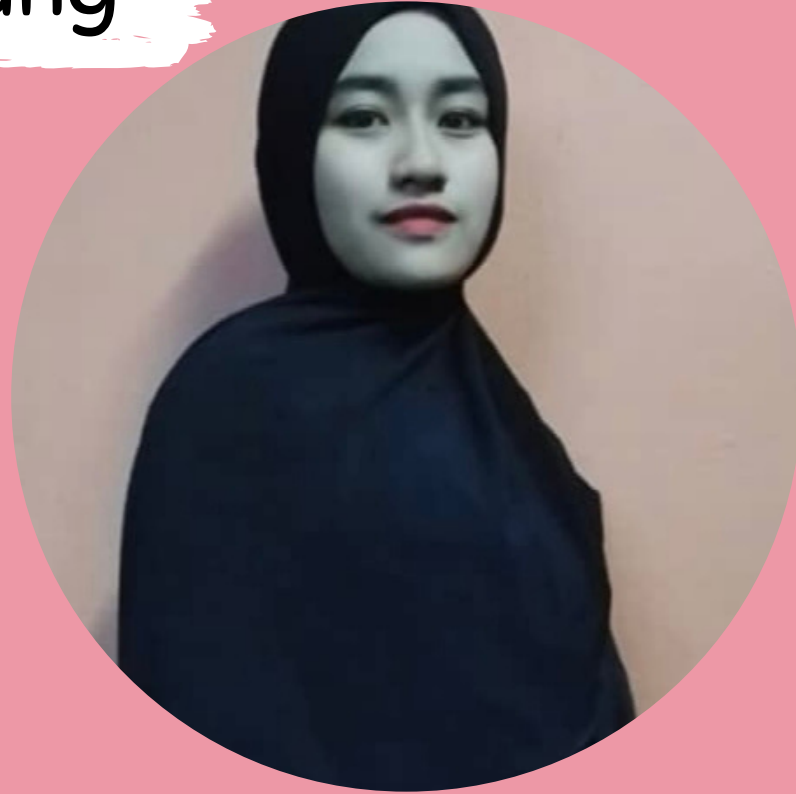
Page: 195 (5. Consumer Society & Consumerism) – 201



Pembentang



FARINAH BINTI AHMAD LONG
151397



ASMIDAR BINTI MUSTAPA
152277



SITI AISYAH BINTI ABDUL KHODIR
148673

Editor



NUR HAFIZA EZZATY BINTI ISMAIL
146502

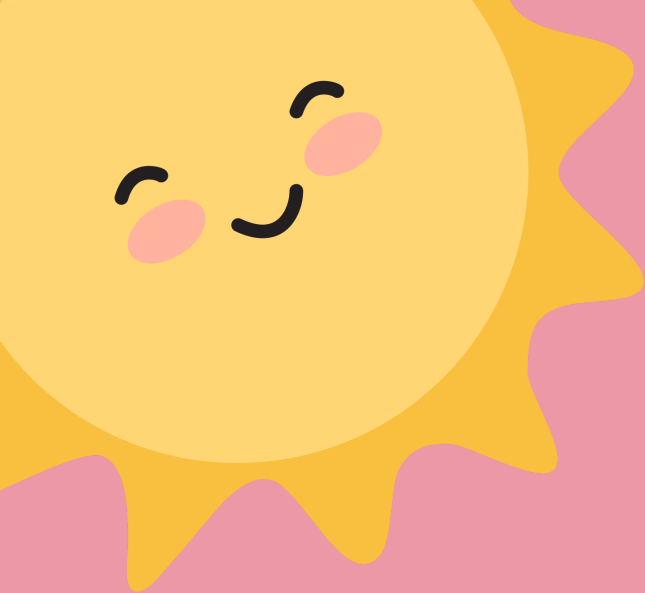


MUHAMMAD HAKIM BIN ABDUL HAMID
148763

Evolusi Masyarakat Pengguna : Daripada Pengeluaran Besar-besaran kepada Penggunaan Besar-besaran



- Revolusi Perindustrian : merubah penggunaan manusia daripada biasa kepada besar besaran
- Pengguna mempunyai masa yang terhad dan sumber lain yang terluang
- Contoh : barangan pakaian dijangka bertahan seumur hidup & tiada tekanan sosial mahupun mekanisme paksaan lain
- Di England, dua pertiga pengeluaran dijual ke negara lain



Akbulut (2006)

Contoh :

- masyarakat pengguna - perkembangan SE Kapitalis
- turut berlaku di Amerika Syarikat

- pengeluaran besar-besaran 'Fordist'
- dasar yang cuba menukar pekerja menjadi pengguna

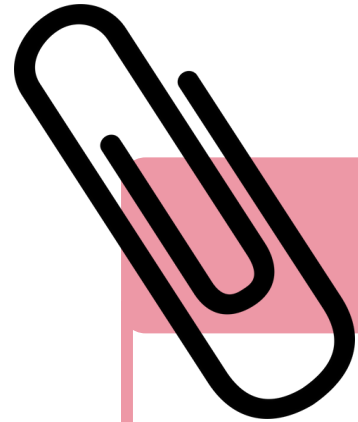
- selepas Perang Dunia II, kilang-kilang mula mengeluarkan barangan pengguna

Ekin (2010)

- krisis pasca perang - pembasmian Fordisme
- dipanggil peringkat pasca-fordisme kapitalisme / “kapitalisme lewat” (Frederick Jameson)

- teknologi baharu mengubah kaedah pengeluaran
- kilang semakin kecil, buruh kehilangan elemen pengeluaran utama
- halangan : kebanyakan masyarakat barat bekerja berdasarkan etika kerja Protestan





Bauman (1999)

- etika protestan menyerah kepada estetika penggunaan
- membincangkan bagaimana norma dan peranan dalam masyarakat berubah.

Ger dan Belk (1996)

- jangkauan dan keinginan pengguna meningkat didorong oleh
 - media massa global
 - eksport budaya popular,
 - aktiviti pemasaran firma transnasional, dll



Empat cara :



Pertama

- percambahan syarikat transnasional
- keluarkan dan pasarkan barangan pengguna.

Kedua

- percambahan kapitalisme global

Ketiga

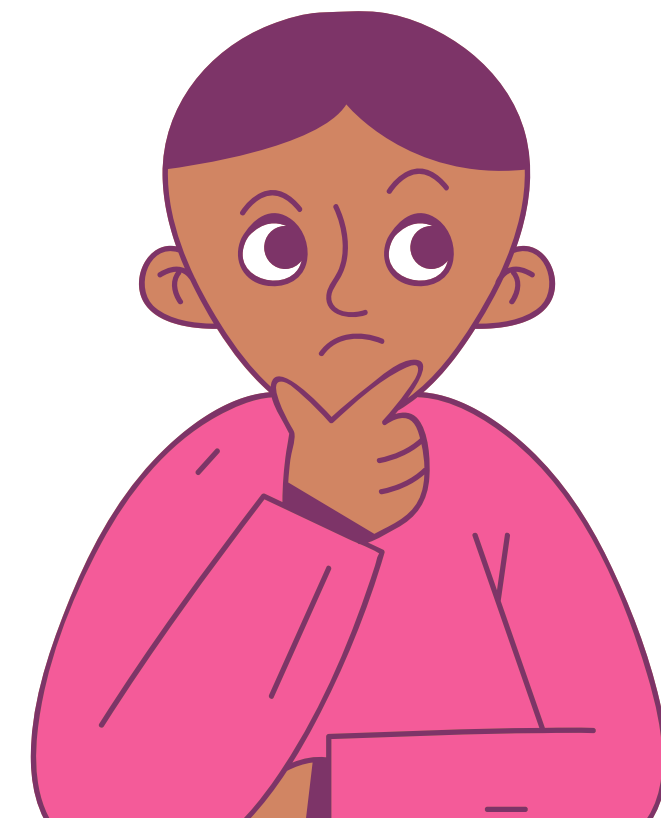
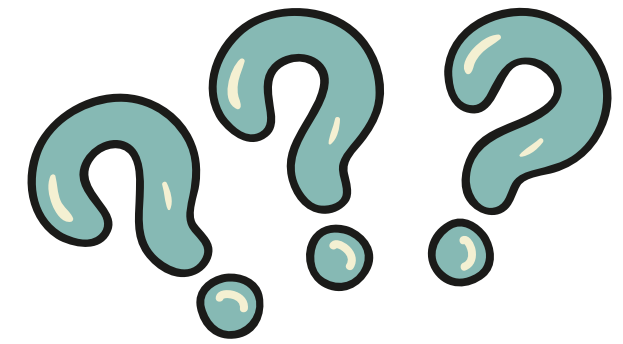
- kepenggunaan global
- Keinginan meningkat makna hidup dikejar, identiti terbentuk

Keempat

- berubah kepada homogenisasi penggunaan global
- makan, muzik, fesyen sama

Ciri-ciri Masyarakat Pengguna

- penggunaan mesti diatur supaya pengeluaran dapat diteruskan
- masyarakat pengguna, orang ramai menggunakan perbelanjaan dan materialisme
- cara untuk menjadi orang baru dengan membeli produk yang menyokong imej diri mereka
- pilihan pengguna (rasa dan gaya) dilihat sebagai penunjuk siapa mereka sebagai seseorang

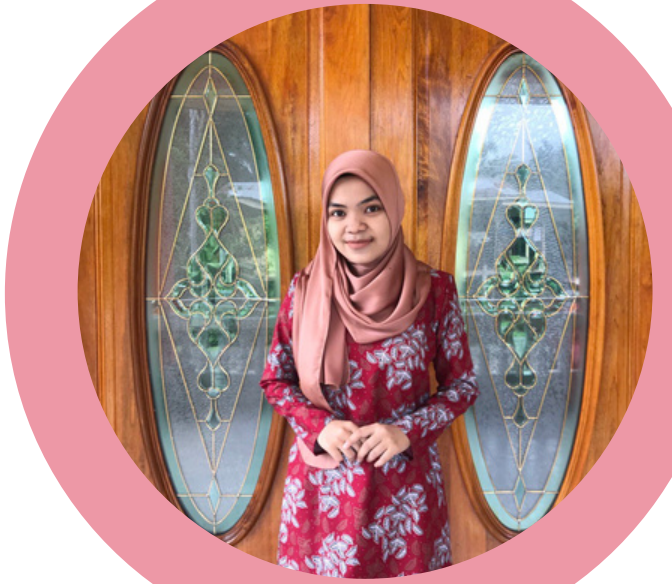




Kesimpulan

- Penggunaan adalah proses sosial dan budaya yang melibatkan tanda dan simbol budaya di luar proses ekonomi, utilitarian (Bocock, 2005)
- Budaya : fenomena yang dipelajari, dihantar dan dikongsi
- mempengaruhi sikap, tingkah laku dan gaya hidup pengguna.
- Setiap individu terdedah kepada sejumlah besar pemikiran, nilai, norma, dan budaya (Kim, Lee, Kim dan Hunter 2004).





Terima Kasih