

<b>Module/ Course Title : Konsumerisme dan Budaya Pasar</b>								
<b>Module /Course code</b>	<b>student workload</b>	<b>Credits (sks/ECTS)</b>	<b>Semester</b>	<b>Frequency</b>	<b>duration</b>			
ANT62129	80 hours	2/ 2,88	6	Every Year (January)	1 semester (s)			
<b>1</b>	<b>Types of courses</b> Kuliah		<b>contact hours</b> 23 hours	<b>independent study</b> 28 hours	<b>class size</b> 30			
<b>2</b>	<b>Prerequisites for participation/ Prasyarat untuk partisipasi</b>		-					
<b>3</b>	<b>Learning outcomes/ Capaian Pembelajaran (CPMK)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menguasai kompleksitas pengetahuan tentang riset, analisis, terapan, dan pengembangan kebudayaan, persinggungannya dengan ilmu-ilmu sosial dan ilmu humaniora yang lain.</li> <li>- Mampu mengambil keputusan yang tepat, bermutu dan terukur berdasarkan analisis informasi dan data</li> <li>- Mampu melakukan kajian dan merumuskan alternatif solusi terhadap permasalahan sosial budaya dalam masyarakat tertentu berdasarkan analisis budaya dengan pendekatan antropologi dan multi-disiplin dalam kerangka kerja dan metode penelitian yang tepat</li> </ul>							
<b>4</b>	<b>Subject aims/ Content (Sub-CPMK)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peka terhadap permasalahan dan fenomena sosial budaya dan mampu meneliti dengan rasional, ekstensif, logis, sigap, responsif, akurat, teliti, dan tidak plagiat.</li> <li>2. Menguasai kerangka kerja dan metodologi penelitian dalam Antropologi</li> <li>3. Menguasai teknik dan prosedur penulisan karya ilmiah secara logis dan komunikasi berbahasa Indonesia dalam ragam tulis dan lisan.</li> </ol> <b>Course content</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Minggu 1: Menjelaskan RPS, ruang lingkup dan kontrak kuliah Konsumerisme dan Budaya Pasar</li> <li>2) Minggu 2: Menjelaskan kapitalisme sebagai inti dan sejarah dari konsumerisme.</li> <li>3) Minggu 3: Menjelaskan tentang <b>contemporary capitalism</b> dan regulasi.</li> <li>4) Minggu 4: <b>Consumerism, Nature, and Human Spirit.</b></li> <li>5) Minggu 5: Menjabarkan tentang komoditas dan konsumerisme</li> <li>6) Minggu 6: Menjelaskan tentang <b>Consumer Culture Theory</b>.</li> <li>7) Minggu 7: Menonton film ‘Super Size Me’ dan memberikan komentar kritis untuk kuis.</li> <li>8) Minggu 8: UTS (Ujian Tengah Semester)</li> <li>9) Minggu 9: Memahami bagaimana produk makanan menjadi lahan subur untuk konsumerisme.</li> <li>10) Minggu 10: Memahami perspektif sosial ekonomi dari Slow Food Movement.</li> <li>11) Minggu 11: Memahami tentang agama dan komoditas.</li> <li>12) Minggu 12: Memiliki pemahaman dan wawasan keilmuan tentang brand, labels, dan konsumerisme.</li> <li>13) Minggu 13: Memahami tentang <b>postmodern consumerism</b></li> <li>14) Minggu 14: Memahami tentang <b>hyperconsumerism</b> dan identitas.</li> <li>15) Minggu 15: Menonton film ‘Fight Club’ dan memberikan komentar kritis.</li> <li>16) Minggu 16: UAS (Ujian Akhir Semester)</li> </ol>							
<b>4</b>	<b>Teaching methods</b> Metode pembelajaran mengacu kepada strategi pembelajaran aktif yang dilaksanakan dengan keterlibatan mahasiswa secara aktif dan saling berkolaborasi yang didasarkan pada kegiatan inkuiri. Mahasiswa secara aktif mencari berbagai sumber referensi yang relevan, dosen sebagai fasilitator bersifat memberikan stimulus dan sebagai fasilitator pada saat proses perkuliahan. Adapun kegiatan perkuliahan dilaksanakan dengan memberikan beberapa tema kajian seperti berikut: 1) Mengkaji konsep dasar, sejarah, dan ruang lingkup Konsumerisme dan budaya pasar 2) Analisis permasalahan; pada tahap ini mahasiswa menganalisis problematika yang terkait dengan tema diskusi, misalnya hubungan konsumerisme dengan gaya hidup yang dijalani oleh mahasiswa saat ini 3) Presentasi dan Diskusi; tahap ini mahasiswa saling memberikan pendapat sesuai tema kajian, 4) Review dan refleksi pada tahap ini dosen memberikan penguatan materi dan merefleksi kegiatan perkuliahan.							

5	<p><b>Assessment methods</b></p> <p>Metode tes/ evaluasi dilaksanakan melalui penugasan terstruktur, pemberian kuis, Ujian Tengah Semester, dan Ujian Akhir Semester (UAS) dan partisipasi di kelas. Nilai akhir dalam perkuliahan ini diperoleh melalui rumus atau perhitungan di bawah ini.</p> <p><b>NA = 0,10 P + 0,15 K + 0,20 TS + 0,25 UTS + 0,30 UAS</b></p> <p><b>Keterangan:</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">NA = Nilai Akhir</td><td style="width: 50%;">TS = Tugas Terstruktur</td></tr> <tr> <td>P = Partisipasi</td><td>UTS = Ujian Tengah Semester</td></tr> <tr> <td>K = Kuis</td><td>UAS = Ujian Akhir Semester</td></tr> </table>	NA = Nilai Akhir	TS = Tugas Terstruktur	P = Partisipasi	UTS = Ujian Tengah Semester	K = Kuis	UAS = Ujian Akhir Semester
NA = Nilai Akhir	TS = Tugas Terstruktur						
P = Partisipasi	UTS = Ujian Tengah Semester						
K = Kuis	UAS = Ujian Akhir Semester						
6	<b>This module is used in the following degree programmes as well / Mata kuliah ini juga digunakan dalam prodi berikut : (No)</b>						
7	<b>Responsibility for module / Penanggung jawab Modul :</b> Nabila Bidayah, M.A						
8	<p><b>Other information:</b></p> <p>Perkuliahan menggunakan referensi primer seperti jurnal, buku dan Sumber belajar sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arnould, E. J. (2005, March). Consumer Culture Theory (CCT):. <i>Journal of Consumer Research</i>,</li> <li>2. Barber, P. G. (n.d.). Commodities, Capitalism and Globalization. <i>Anthropologica</i>, 46, 123-129.</li> <li>3. Campbell, C. (2018). <i>The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism</i> (Extended Edition ed.). Palgrave Macmillan.</li> <li>4. Chintha, S. S., &amp; Geogre, B. (n.d.). Globalization, Mobility, Identity, and Consumerism: an Analysis of the Genesis of Unsustainable Consumption. <i>Palermo Business Review</i>, 42-52.</li> <li>5. Cyr, M. G. (2020). China: Hyper-Consumerism, Abstract Identity. <i>Centro de Estudios en Diseño y Comunicación</i>, 78, 195-212.</li> <li>6. Emerald, N. D. (2004, November). Consumerism, Nature, and the Human Spirit. <i>Virginia Polytechnic Institute and State University</i>.</li> <li>7. Field, M. (2010). Like Your Labels? <i>Gastronomica</i>, Vol. 10, no 1, 91-96.</li> <li>8. Gökariksel, B., &amp; Secor, A. (2010, July). Islamic-ness in the life of a commodity: veiling-fashion in Turkey. <i>Transactions of the Institute of British Geographers</i>, 35, 313-333.</li> <li>9. Grier, S. A., Mensinger, J., &amp; Huang, S. H. (2007). Fast-Food Marketing and Children's Fast-Food Consumption: Exploring Parents' Influences in an Ethnically Diverse Sample. <i>American Marketing Association</i>, 26, 221-235.</li> <li>10. Harmancı, N. (2017, December). Consumerism is the Core Ideology of the Capitalism. <i>International Journal of Business, Humanities and Technology</i>, Vol. 7, No. 4, 61-66.</li> <li>11. Kosonen, P. (1997). Acta Sociologica. <i>Contemporary Capitalism and the Critique of Political Economy: Methodological Aspects</i>, Vol. 20 - No. 4.</li> </ol>						

Catatan untuk penghitungan rumus

1. Untuk penghitungan kredit dalam ECTS rumusnya adalah  $36/25 \times \text{jumlah sks matakuliah}$ .
2. Untuk perhitungan workload mahasiswa perhitungannya bergantung pada tipe atau jenis perkuliahan. Jika jenis perkuliahanya adalah kuliah maka perhitungannya  $1 \text{ sks} = 50 \text{ menit tatap muka}, 60 \text{ menit tugas terstruktur, dan } 60 \text{ menit pembelajaran mandiri}$  (Permendikbud No.3 Tahun 2020. Pasal 19). Maka MK PSI yang 3 sks maka workload mahasiswa =  $(3 \text{ sks} \times 170 \text{ menit} \times 14 \text{ pertemuan})/ 60 \text{ menit} = 119 \text{ Jam}$ .
3. Untuk contact hours atau tatap muka dalam MK PSI 3 sks, perhitungannya adalah  $(3 \text{ sks} \times 50 \text{ menit} \times 14 \text{ pertemuan})/ 60 \text{ menit} = 35 \text{ Jam}$ .
4. Untuk independent study atau pembelajaran mandiri dalam MK PSI 3 sks, perhitungannya adalah  $(3 \text{ sks} \times 60 \text{ menit} \times 14 \text{ pertemuan})/60 \text{ menit} = 42 \text{ jam}$ .