

ABSTRACT

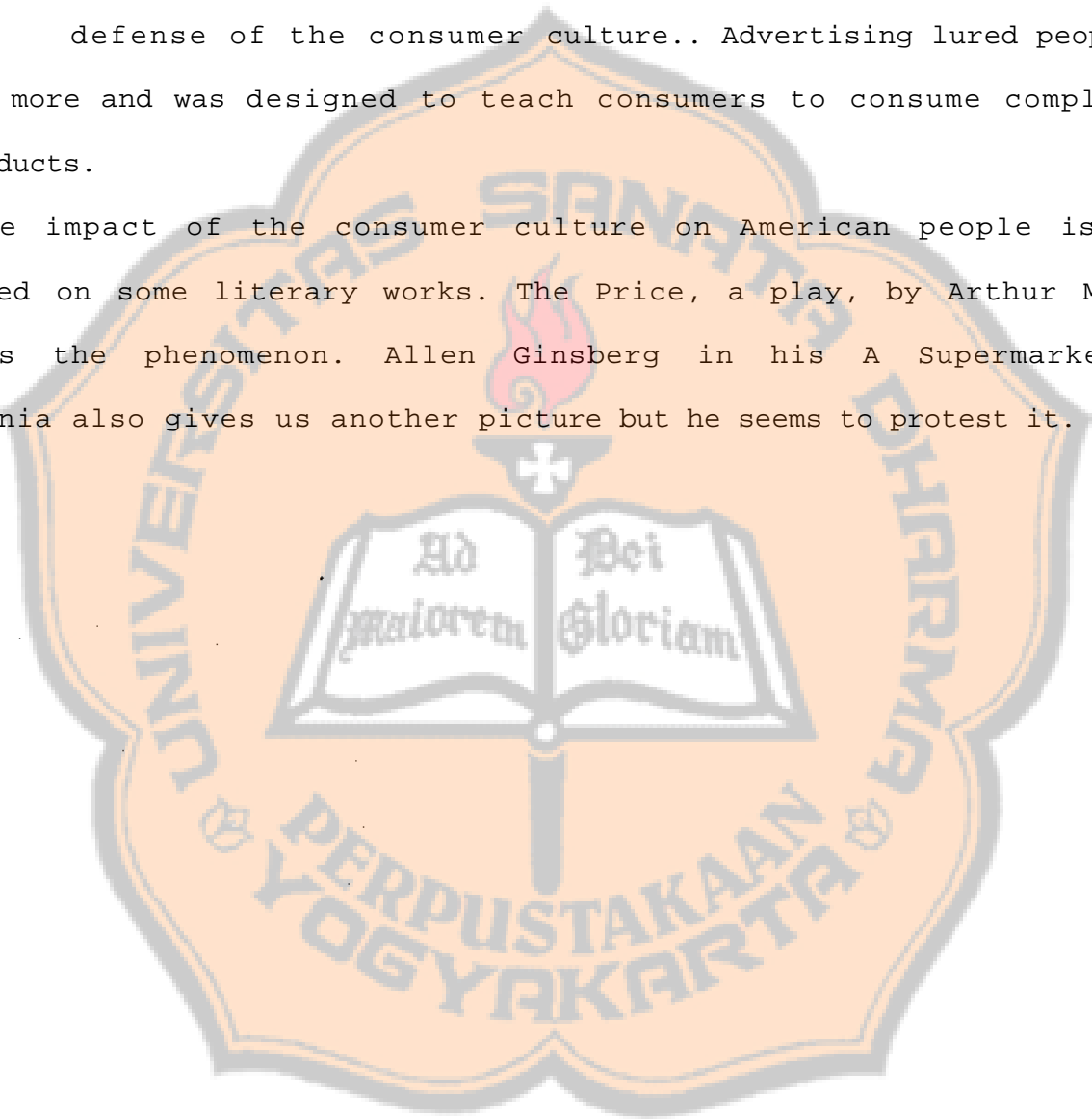
This thesis is a study on a social phenomenon in American society. This thesis particularly discusses the consumer culture as a visible fact which pinpointed the American society in the years of 1950s and 1960s. The consumer culture flourished during those years because of both internal and external causes.

The internal cause of the flourishing consumer culture was the American Dream with its ten elements. Two of the elements which activated the burgeoning consumer culture were mass well-being and opportunity. These elements motivated individuals to bring the nation to the affluent nation. The external cause, however, was the impressive economic achievement of the United States during those years. The economic growth caused the nation to experience prosperity. Prosperity surely coincided with mass well-being and opportunity.

Prosperity was also the fundamental condition for the existence of the consumer culture. The consumer culture underscored that shopping was a must and an amusement. During those years Americans consumed more and more. In turn, the industry which flooded the marketplace with various kinds of consumer goods kept rolling.

The burgeoning consumer culture in the United States flourished as it had bulwarks. It is obviously clear that its bulwarks were the establishments of supermarkets, malls, department stores, and shopping centers. Advertising, however, was also another important defense of the consumer culture.. Advertising lured people to consume more and was designed to teach consumers to consume completely new products.

The impact of the consumer culture on American people is also reflected on some literary works. The Price, a play, by Arthur Miller portreys the phenomenon. Allen Ginsberg in his A Supermarket in California also gives us another picture but he seems to protest it.



INTISARI

Tesis ini merupakan kajian tentang fenomena sosial yang terjadi di dalam masyarakat Amerika. Tesis ini secara khusus membicarakan "the consumer culture" (budaya konsumen) yang mencerminkan fakta yang terjadi pada tahun 1950-an dan tahun 1960-an. Budaya konsumen ini berkembang disebabkan oleh dua alasan yaitu alasan dari dalam masyarakat itu sendiri dan alasan eksternal.

Alasan pertama yang menjelaskan berkembangnya budaya konsumtif tersebut adalah "the American dream". "The American dream" mengandung sepuluh unsur. Dua unsur yang mendorong berkembangnya budaya konsumen adalah kemakmuran dan kesempatan yang kedua-duanya mendorong orang Amerika untuk membawa negaranya menjadi negara yang makmur. Sedangkan alasan eksternal adalah terjadinya pertumbuhan ekonomi yang sangat mengesankan. Pertumbuhan ekonomi ini membawa kemakmuran kepada bangsa Amerika. Kemakmuran sendiri merupakan salah satu unsur dari "the American dream."

Di samping itu, kemakmuran juga merupakan syarat yang mendasar bagi berkembangnya budaya konsumen. Budaya konsumen menggarisbawahi bahwa "belanja" itu keharusan dan sekaligus menyenangkan. Oleh karena itu dalam era tersebut orang Amerika menjadi konsumtif. Akan tetapi, pada gilirannya industri yang sekaligus memasok aneka jenis barang-barang

konsumsi di pusat-pusat perbelanjaan justru hidup
dan
berkembang pesat.

Budaya konsumen tidak akan berkembang tanpa adanya unsur-unsur pendukungnya. Unsur-unsur itu antarlain segala bentuk iklan, pusat-pusat perbelanjaan dan sebagainya. Iklan menjadi penting karena dapat memancing orang untuk membeli barang yang sama sekali baru.

Dampak dari budaya konsumen ini juga dirasakan oleh sejumlah sastrawan. Arthur Miller dalam dramanya yang berjudul "The Price", misalnya, merasakan dampak ini dengan menggambarkannya lewat karakter-karakter di dalamnya. Allen Ginsberg juga menggambarkan hal yang sama dalam sajaknya yang berjudul "A Supermarket in California", tetapi dia lebih menandainya dengan protes.

Kata-kata kunci: budaya konsumen kemakmuran -- "the
American dream" -- kesempatan
pusa
t
perbelanjaan

