

240910202061_ROSI DATUL R_PERUBAHAN SISTEM PASAR GLOBAL ERA MODERN KE POSTMODERN DARI SUDUT PAND (1).docx

by Holly Lewis

Submission date: 16-Dec-2024 11:23PM (UTC-0600)

Submission ID: 2554373116

File name:

240910202061_ROSI_DATUL_R_PERUBAHAN_SISTEM_PASAR_GLOBAL_ERA_MODERN_KE_POSTMODERN_DARI_SUDUT_PAND_1_.docx
(214.27K)

Word count: 2823

Character count: 19158

**PERUBAHAN SISTEM PASAR GLOBAL ERA MODERN KE POST-
MODERN DARI SUDUT PANDANG SOSIOLOGI**



⁴ Disusun untuk memenuhi tugas Ujian Akhir Semester mata kuliah Pengantar Sosiologi

Dosen Pengampu:

¹⁰ **Budhy Santoso, S.Sos., M.Si., Ph.D.**

Disusun Oleh:

Rosi Datul R (240910202061)

⁸ **FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS JEMBER

2024

Abstrak

Perubahan sistem pasar global dari era modern ke post-modern mencerminkan transformasi yang kompleks dan multidimensional, yang tidak dipengaruhi oleh faktor ekonomi saja, namun juga oleh dinamika sosial yang mendasarinya. Dalam essay ini, akan dieksplorasi bagaimana perspektif sosiologis dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai perubahan ini. Pada era postmodern, konsumsi barang mencerminkan identitas, status, dan nilai-nilai budaya, serta dipengaruhi oleh proses produksi yang terorganisasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sosiologi memegang peranan penting dalam memahami hubungan antara produksi dan konsumsi, serta dampak globalisasi dan teknologi terhadap perilaku konsumen. Pada era postmodern, pusat dunia menjadi contoh nyata bagaimana lingkungan dapat dirancang untuk meningkatkan pengalaman konsumen, menciptakan ilusi kesempurnaan, dan memengaruhi keputusan pembelian. Meskipun akses mudah dan pilihan melimpah, tantangan seperti ketimpangan ekonomi dan pengaruh struktur kekuasaan tetap ada. Perubahan nilai dan norma dalam masyarakat postmodern mendorong kesadaran akan konsumsi etis dan tanggung jawab sosial. Seiring dengan kemajuan teknologi, interaksi dengan pasar juga mengalami transformasi, di mana e-commerce dan media sosial mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi. Artikel ini menunjukkan bahwa produksi pada era postmodern tidak hanya diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumen, namun untuk memenuhi kepentingan produsen juga, sehingga mendorong masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman.

Pendahuluan

Pada era postmodern saat ini, masyarakat tengah mengalami perubahan besar dalam cara berinteraksi dengan dunia di sekitarnya, terutama dalam konteks konsumsi. Teori “Masyarakat Konsumen” yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard menjadi salah satu kerangka penting untuk memahami fenomena ini. Baudrillard menekankan bahwa objek konsumsi tidak hanya berfungsi sebagai barang atau jasa yang tersedia, tetapi juga sebagai simbol identitas, status, dan nilai-nilai budaya yang lebih luas. Dengan demikian, objek konsumsi mencerminkan realitas yang dibentuk oleh media dan proses produksi yang kompleks, di mana kekuatan produksi diorganisasikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Perubahan nilai dan norma dalam masyarakat postmodern juga memengaruhi cara individu mendefinisikan diri melalui pilihan konsumsi. Dalam konteks ini, identitas individu dan kelompok tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kelas sosial atau latar belakang ekonomi, tetapi juga oleh gaya hidup dan preferensi konsumsi. Misalnya, barang atau produk mewah yang dianggap “berkelanjutan” tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, namun juga menggambarkan aspirasi serta nilai-nilai sosial yang dipegang oleh individu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembentukan identitas dalam masyarakat modern.

Globalisasi dan kemajuan teknologi juga berperan signifikan dalam mengubah interaksi sosial dan ekonomi. Dengan hadirnya media sosial dan platform digital, informasi dan tren dapat menyebar dengan cepat, memengaruhi pola konsumsi secara global. Pusat dunia, sebagai contoh konkret, menciptakan lingkungan yang dirancang untuk menarik konsumen dan memengaruhi perilaku mereka. Keseragaman dan penataan ulang pusat dunia menciptakan ilusi kesempurnaan, di mana konsumen dapat menghabiskan waktu berjam-jam tanpa menyadari berlalunya waktu. Namun, di balik kemudahan akses dan beragamnya pilihan, tantangan seperti ketimpangan ekonomi dan pengaruh struktur kekuasaan tetap menjadi isu yang perlu diperhatikan.

Sosiologi, sebagai disiplin ilmu yang mempelajari interaksi sosial dan struktur masyarakat, memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana dinamika sosial, budaya, dan ekonomi berinteraksi dan membentuk perilaku konsumen. Dengan memahami hubungan antara produksi dan konsumsi, kita dapat mengeksplorasi bagaimana norma sosial dan nilai budaya memengaruhi pilihan konsumen, dan bagaimana perubahan dalam sistem pasar global dapat menciptakan tantangan dan peluang baru. Oleh karena itu, penting untuk lebih jauh mengeksplorasi bagaimana sosiologi dapat membantu kita memahami kompleksitas masyarakat pascamodern, di mana produksi tidak peruntukkan untuk memenuhi kebutuhan dasar saja, namun juga untuk memenuhi kepentingan produsen dan mendorong masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman. Melalui analisis ini, kita dapat lebih memahami peran konsumsi objek dalam membentuk identitas dan dinamika sosial di era yang terus berubah ini.

Pembahasan

Perkembangan Manusia Tradisional ke Masyarakat Post-Modern

Masyarakat akan selalu mengalami perubahan sosial yang biasanya dipengaruhi oleh bertambahnya jumlah Masyarakat, cara berfikir, globalisasi, munculnya teknologi baru, dan

masih banyak lagi. Perkembangan sosiologis manusia diawali dari manusia tradisional dimana manusia tradisional hanya bertindak berdasarkan naluri atau intuisi untuk bertahan hidup. Jumlah manusia tradisional bertambah dan mengakibatkan persaingan dalam mencari makanan untuk bertahan hidup juga semakin ketat, maka dari sini biasanya manusia tradisional mulai melakukan penyesuaian dan kompromi dengan hidup berdampingan dan mulai membantuk suatu koloni Masyarakat. Masyarakat-masyarakat yang ada ini akan terus bermunculan sehingga mengakibatkan mereka Kembali memikirkan cara bertahan hidup selain berburu dan meramu yaitu bercocok tanam. Dengan lahan yang terbatas, Masyarakat pada harus memanfaatkan lahan yang ada secara optimal, pada era ini Masyarakat tersebut disebut Masyarakat agraris.

Perkembangan Masyarakat terus berlanjut, dengan ditemukannya ilmu yang mempermudah munculnya keilmuan dan teknologi Masyarakat pada perkembangan selanjutnya (Masyarakat modern) menjadi Masyarakat yang matrealistik dengan cara berfikir yang rasionalitas dengan berpatok pada kebutuhan. Pada zaman Masyarakat modern, konsumen adalah pengendali pasar, dimana produsen akan menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen untuk dijual. Peradaban yang terus berkembang diikuti oleh globalisasi dan pola pikir Masyarakat yang juga berkembang membuat suatu perubahan antara Masyarakat modern dengan Masyarakat post-modern (Masyarakat setelahnya) dimana Masyarakat post-modern adalah Masyarakat yang konsumtif sehingga pasar dapat dikendalikan oleh produsen. Produsen akan melakukan pencitraan seolah-olah jasa atau barang yang ditawarkan cocok dengan kebutuhan konsumen, hal ini biasa disebut dengan produsen yang menciptakan kebutuhan baru. Produsen juga akan menggunakan kata-kata hermoini yang ditujukan untuk merangsang indra yang berkaitan dengan nafsu konsumen supaya lebih tertarik untuk menggunakan jasa atau barang yang disediakan produsen.

Pernyataan tersebut sejalan dengan pandangan Baudrillard (dalam Maharani, 2019) yang menyatakan telah terjadi perubahan besar dari masyarakat modern menuju masyarakat postmodern. Perubahan tersebut ditandai dengan adanya pergeseran gaya hidup modern yang menekankan pada produksi dan konsumsi barang, menuju gaya hidup postmodern yang menekankan pada simulasi dan permainan citra serta tanda. Hal tersebut dilakukan dengan memanfaatkan kode-kode dan model-model yang dibangun oleh tatanan sosial baru yang berbasis pada simulasi. Saat ini dapat dikatakan bahwa prinsip-prinsip modernisme sedang mengalami kemunduran.

Perkembangan Masyarakat Postmodern

Memasuki abad ke-21, ahli teori sosial makin tertarik untuk membahas apakah teori-teori dan masyarakat yang ada sudah mengalami perubahan yang signifikan. Beberapa, seperti Anthony Giddens dan Habermas, berpendapat bahwa masyarakat masih dalam fase modern, mengakibatkan pendekatan-pendekatan lama masih relevan untuk menganalisisnya. Di sisi lain, ada kelompok ahli teori lain, termasuk Jean Francois Lyotard, Jean Baudrillard, dan Fredric Jameson, yang berpendapat bahwasanya masyarakat sudah mengalami perubahan cukup mendalam, mereka menyebutnya sebagai masyarakat postmodern.

Menurut Smart (1993) sebagaimana dikutip Heldi (2009), ada tiga pandangan berbeda di kumpulan pemikir postmodern. Yang pertama, ada pandangan ekstrem yang berpendapat bahwa masyarakat modern sudah sepenuhnya terputus dan diambil alih oleh masyarakat postmodern. Beberapa tokoh yang mewakili pandangan ini adalah Jean Baudrillard, Gilles Deleuze, Felix Guattari (1983), dan Bogard (1997). Yang kedua, ada pandangan yang mengakui bahwa meskipun sudah terjadi perubahan, postmodernisme muncul dan terus berkembang bersama dengan modernisme. Pendukung pandangan ini antara lain pemikir Marxis seperti Ernesto Laclau, Fredric Jameson, dan Chantal Mouffe, juga pemikir feminis seperti Linda Nicholson dan Nancy Fraser. Ketiga, ada pandangan Smart pribadi yang melihat modernisme dan postmodernisme adalah dua era yang saling terkait. Menurutnya, kedua era ini terikat hubungan dalam jangka panjang, meskipun postmodernisme terus memperlihatkan kekurangan modernisme.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa postmodern muncul sebagai upgrade version dari masa-masa modern dimana disaat masa modern Masyarakat cenderung memiliki cara berfikir yang universal, historis dan rasional. Sedangkan mulai muncul cara berfikir baru yang menolak yang seperti itu dan cenderung lebih ke arah relativistik, irrasional, dan nihilistik. Hampir semua istilah yang diajuka oleh postmodern adalah antonimasi modern (Setiawan, 2018). Hal ini yang mendasari munculnya masyarakat postmodern. Masyarakat-masyarakat yang adaptif dengan berkembangnya zaman dan memiliki kemampuan berpikir yang lebih cepat cenderung lebih mengikuti trend yang ada dan terbuka dengan perubahan yang terjadi sehingga mengakibatkan mereka lebih muda mengikuti perkembangan zaman. Akibatnya sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Nietzsche dan Foucault (sebagaimana dikutip Heldi, 2009) cara berfikir seperti itu akan cenderung memberikan keistimewaan kepada kelompok tertentu, sementara pada saat yang sama merendahkan derajat kelompok lainnya. Hal ini

menciptakan kesenjangan sosial, di mana kelompok yang memiliki hak istimewa mendapatkan kekuasaan lebih, sedangkan kelompok lain terpinggirkan dan tidak memiliki akses yang sama terhadap kekuasaan.

Dapat dilihat dinamika kekuasaan dan wewenang sebagai bagian dari kerjasama yang saling menguntungkan antara dua pihak. Misalnya, dalam sebuah organisasi atau komunitas, ada individu atau kelompok yang memiliki kekuasaan dan wewenang untuk memimpin dan mengarahkan, sementara ada pihak lain yang bersedia untuk mengikuti dan dikuasai demi mencapai tujuan bersama. Dalam situasi ini, pemimpin yang memiliki kekuasaan dapat menggunakan wewenangnya untuk menciptakan visi yang jelas dan memberikan arahan yang diperlukan. Mereka dapat memotivasi dan menginspirasi anggota masyarakat untuk bekerja sama, memanfaatkan keahlian dan potensi masing-masing individu. Di sisi lain, pihak yang bersedia untuk dikuasai memahami bahwa mengikuti pemimpin yang kompeten dapat membawa manfaat, seperti pengembangan diri, pembelajaran, dan pencapaian tujuan yang lebih besar. Contoh konkret yang dapat kita ambil adalah Ketika kita memberikan kekuasaan kepada pemerintah untuk mengatur tata Kelola kehidupan bernegara. Dalam kondisi ini sebenarnya Masyarakat telah memberikan suatu kekuasaan atau wewenang kepada pemerintah untuk mengatur setiap tindak tanduk apa yang dikerjakan dalam kehidupan bernegara dan pemerintah mendapatkan peluang otoritas untuk mengatur setiap warga negara yang ada.

Dengan demikian, ketika ada keseimbangan antara kekuasaan dan kesediaan untuk dikuasai, hubungan ini dapat menciptakan lingkungan yang positif dan produktif. Semua pihak terlibat merasa dihargai dan berkontribusi, sehingga menciptakan sinergi yang mengarah pada pencapaian hasil yang lebih baik.

Pengaruh Sosiologi Dalam Perubahan Sistem Pasar Global di Era Postmodern

Teori postmodernisme yang cukup mempengaruhi adalah “Consumer Society” yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard (1998) yang dikutip oleh Fansuri (2012). Ia meletakkan perhatian khusus pada persoalan realitas yang pada saat ini tengah menjadi sorotan, di mana uang memiliki kekuatan untuk berbicara lebih banyak, dan segala sesuatu menjadi representasi (citra) dan hiperrealitas. Kritik dari Baudrillard terutama terlihat pada pengaruh media, yang utama seperti media penyiaran yang di mana proses ini berlangsung secara terus-menerus. Penyebaran kebudayaan secara global mencakup berbagai aspek, mulai dari perkembangan dunia mode, gaya hidup, hingga munculnya masyarakat jaringan melalui media internet, yang sebelumnya didorong oleh kemajuan teknologi komputer. Baudrillard menyoroti fenomena

kebudayaan postmodernisme melalui konsep hiperrealitas, Di mana segala sesuatu menjadi referensi, namun apa yang dirujuk tidak selalu mencerminkan realitas yang sesungguhnya. Ini disebabkan oleh fakta bahwa referensi tersebut merupakan hasil konstruksi, yang terutama dipengaruhi oleh peran media.

Teori postmodern yang ekstrem berargumen bahwa masyarakat modern telah digantikan oleh masyarakat postmodern. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Ali Maksum (2014) sebagaimana dikutip oleh Setiawan (2018) bahwa objek konsumsi tidak hanya dilihat sebagai barang atau layanan yang tersedia, tetapi juga sebagai sesuatu yang diatur oleh tatanan produksi yang ada. Dengan kata lain, objek konsumsi merupakan hasil dari proses yang lebih kompleks, di mana kekuatan produktif diorganisir dan diperluas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam konteks ini, objek konsumsi menjadi simbol dari dinamika sosial dan ekonomi yang lebih luas. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga mencerminkan identitas, status, dan nilai-nilai budaya dalam masyarakat postmodern. Proses produksi dan konsumsi saling terkait, di mana cara kita memproduksi barang dan layanan mempengaruhi cara kita mengonsumsinya, dan sebaliknya.

Di tengah perubahan yang cepat di era postmodern, sistem pasar global mengalami transformasi yang signifikan. Dalam konteks ini, sosiologi muncul sebagai disiplin ilmu yang memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana dinamika sosial, budaya, dan ekonomi berinteraksi dan membentuk perilaku konsumen dan struktur pasar.

Pada awal era postmodern, masyarakat mulai menyaksikan pergeseran dari nilai-nilai modern yang berfokus pada produksi massal dan efisiensi ke pendekatan yang lebih beragam dan individualistik. Identitas individu dan kelompok tidak lagi ditentukan hanya oleh kelas sosial atau latar belakang ekonomi, tetapi juga oleh pilihan konsumsi dan gaya hidup. Sosiologi memainkan peran penting dalam memahami fenomena ini, dengan menekankan bahwa objek konsumsi sekarang berfungsi sebagai simbol status dan identitas. Misalnya, barang-barang mewah atau produk yang dianggap "berkelanjutan" tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik tetapi juga mencerminkan nilai-nilai dan aspirasi sosial individu.

Produsen di era postmodern dapat menciptakan lingkungan baru yang dapat mendukung kegiatannya. Contoh yang dapat kita lihat adalah adanya mall. Keseragaman pusat perbelanjaan dapat ditemukan di mana saja. Dalam banyak kasus, pusat perbelanjaan tidak memiliki jam, dan pemeliharaan serta penataan ulang yang dilakukan secara berkala membuatnya tampak selalu baru dan tidak pernah usang. Hal ini menciptakan ilusi

kesempurnaan di dalam pusat perbelanjaan. Konsumen dapat menghabiskan waktu yang cukup lama di dalam tanpa sadar waktu berlalu. Dengan membuat suasana seperti ini, pusat perbelanjaan memberikan peluang lebih bagi konsumen untuk menjelajahi toko-toko dan melihat lebih banyak produk dan layanan, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan lebih banyak pembelian. Pusat perbelanjaan mengendalikan apa yang dibeli tidak hanya dengan memasok apa yang tersedia namun juga dengan menerapkan prinsip "daya tarik yang berdekatan," di mana barang-barang biasa disusun sedemikian rupa sehingga tampak lebih menarik ketika dikelilingi oleh barang-barang yang berbeda. Pusat perbelanjaan juga berusaha mengatur emosi dari konsumen melalui pencahayaan, suasana yang ceria, dan lingkungan yang menarik dan anak-anak menerima perhatian yang khusus sehingga mereka bisa digambarkan tumbuh dalam lingkungan yang terkendali.

Globalisasi, yang merupakan ciri khas era postmodern, juga berdampak besar pada interaksi sosial dan ekonomi. Sosiologi membantu kita memahami bagaimana pasar global dipengaruhi tidak oleh faktor ekonomi saja tetapi juga oleh dinamika sosial dan budaya yang kompleks. Jejaring sosial yang terbentuk di era digital memungkinkan individu untuk terhubung dan berbagi informasi dengan cepat, yang memengaruhi pola konsumsi secara global. Misalnya, tren mode atau gaya hidup dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial, sehingga menciptakan permintaan yang kuat untuk suatu produk tertentu di berbagai belahan dunia.

Terlepas dari kemudahan akses dan banyaknya pilihan, sosiologi juga mengungkap tantangan yang dihadapi masyarakat. Struktur kekuasaan dalam sistem pasar global sering kali menguntungkan perusahaan besar dan lembaga keuangan, sementara kelompok tertentu terpinggirkan. Ketimpangan ekonomi menjadi masalah yang semakin mencolok, dengan sebagian orang menikmati kemakmuran sementara yang lain berjuang untuk memenuhi kebutuhan dasar. Sosiologi menyediakan alat analisis untuk mengeksplorasi bagaimana ketimpangan ini diciptakan dan dipertahankan, serta dampaknya terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Perubahan nilai dan norma juga menjadi fokus penting studi sosiologi. Dalam masyarakat postmodern, nilai-nilai yang terkait dengan keinginan, konsumsi etis, dan tanggung jawab sosial semakin mendapat perhatian. Konsumen kini lebih sadar akan akibat pilihan mereka kepada lingkungan dan masyarakat. Sosiologi membantu menjelaskan bagaimana

norma sosial ini memengaruhi perilaku konsumen, mendorong mereka untuk memilih produk yang lebih etis dan berkelanjutan.

Di sisi lain, inovasi teknologi yang pesat juga telah mengubah cara kita berinteraksi dengan pasar. E-commerce, media sosial, dan platform digital telah merevolusi pengalaman berbelanja, memungkinkan konsumen untuk mengakses produk dari seluruh dunia dengan mudah. Sosiologi berperan dalam menganalisis bagaimana teknologi ini tidak hanya memengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga bagaimana masyarakat beradaptasi dengan perubahan ini. Misalnya, munculnya influencer di media sosial telah menciptakan cara baru dalam memasarkan produk, di mana rekomendasi dari individu yang dianggap berpengaruh dapat memicu keinginan pada pembeli yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian.

Uraian di atas memberikan pemahaman bahwa pada era postmodern, produksi dilakukan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok konsumen tetapi juga untuk memenuhi kepentingan produsen itu sendiri. Pernyataan tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Heldi (2019) bahwa dengan gejala demikian, konsumen atau masyarakat terstimulasi untuk mengikuti perkembangan zaman dengan cara memiliki barang yang ditawarkan oleh produsen, sehingga masyarakat tidak terbatas pada alasan pemenuhan kebutuhan pokok dan spiritual saja tetapi juga kebutuhan lainnya.

Penutup dan Kesimpulan

Postmodern muncul karena kritik terhadap masa-masa modern, dimana pemikir postmodern menganggap bahwa era modern gagal mengimplementasikan Masyarakat yang ada. Masyarakat postmodern cenderung konsumtif. Pada era postmodern, objek konsumsi tidak hanya dilihat sebagai barang atau jasa yang tersedia, tetapi juga sebagai hasil dari pengaturan produksi yang kompleks. Proses ini mencerminkan dinamika ekonomi dan sosial yang lebih luas, di mana konsumsi objek berfungsi sebagai simbol identitas, status, dan nilai-nilai budaya. Sosiologi memainkan peran penting dalam memahami hubungan antara produksi dan konsumsi, dan bagaimana keduanya saling memengaruhi. Identitas individu dan kelompok kini ditentukan oleh pilihan konsumsi dan gaya hidup, yang mencerminkan pergeseran dari nilai-nilai modern yang berfokus pada produksi massal ke pendekatan yang lebih individualistik.

Globalisasi dan kemajuan teknologi telah mengubah interaksi sosial dan ekonomi, menciptakan tantangan dan peluang baru dalam sistem pasar global. Sosiologi membantu kita memahami dampak struktur kekuasaan yang sering kali menguntungkan perusahaan besar,

sementara kelompok tertentu terpinggirkan. Ketimpangan ekonomi telah menjadi masalah yang semakin mencolok, dengan sebagian orang menikmati kemakmuran, sementara yang lain berjuang untuk memenuhi kebutuhan dasar. Selain itu, perubahan nilai dan norma dalam masyarakat postmodern mendorong konsumen untuk lebih menyadari dampak pilihan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan maraknya e-commerce dan media sosial, cara kita berinteraksi dengan pasar juga berubah, menciptakan cara pemasaran baru dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Daftar Pustaka

- Fansuri, H. (2012). Globalisasi, Postmodernisme dan Tantangan Kekinian Sosiologi Indonesia. *Jurnal Sosiologi Islam*, Vol. 2, No.1
- Heldi (2009). Pola Konsumsi Masyarakat Postmodern (Suatu Telaah Perilaku Konsumtif dalam Masyarakat Postmodern). *Al-Iqtishad*. Vol. I, No. 1
- Hidayat, M. A (2019). Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik dan Masa Depan Postmodernisme. *Journal of Urban Sociology*. Volume 2. No. 1
- Maharani, I. A. K. (2019). Masyarakat dalam Perkembangan Teknologi Informasi dan Realitas Perubahan Sosial di Era Postmodern. *JURNAL ILMIAH ILMU AGAMA DAN ILMU SOSIAL BUDAYA*. WIDYA DUTA. VOL. 14, NO. 2.
- Setiawan, J. Sudrajat, A. (2018). Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan. *Jurnal Filsafat*. Vol. 28, No. 1. doi: 10.22146/jf.33296.

240910202061_ROSI DATUL R_PERUBAHAN SISTEM PASAR GLOBAL ERA MODERN KE POSTMODERN DARI SUDUT PAND (1).docx

ORIGINALITY REPORT

7 %	7 %	1 %	1 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	2 %
2	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	2 %
3	sirazulkahfi.blogspot.com Internet Source	1 %
4	dymimarsa.blogspot.com Internet Source	<1 %
5	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
6	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
7	adoc.pub Internet Source	<1 %
8	anzdoc.com Internet Source	<1 %
9	cakheppy.wordpress.com Internet Source	<1 %
10	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
11	www.scribd.com Internet Source	

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

240910202061_ROSI DATUL R_PERUBAHAN SISTEM PASAR GLOBAL ERA MODERN KE POSTMODERN DARI SUDUT PAND (1).docx

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11
