



INTISARI

Penelitian ini menganalisis praktik *neuromarketing* dalam masyarakat kapitalis modern melalui perspektif filsafat sosial Max Horkheimer. Latar belakang penelitian merujuk pada kritisisme Horkheimer terhadap degradasi akal budi modern yang berubah dari sarana emansipasi menjadi alat dominasi kapitalistik. Penelitian berfokus untuk mengungkap *neuromarketing* sebagai bentuk rasionalitas instrumental dan manifestasinya terwujud dalam terbentuknya masyarakat teradministrasi (*administered society*).

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif filosofis dengan model deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui studi pustaka terhadap sumber primer Horkheimer dan *neuromarketing*. Data-data dianalisis melalui deskripsi konseptual, interpretasi kritis, dan koherensi internal untuk membangun sintesis teoretis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *neuromarketing* merupakan manifestasi rasio instrumental. Hal ini karena *neuromarketing* telah mereduksi konsumen menjadi objek data biologis yang dapat dimanipulasi demi efisiensi pemasaran dan akumulasi profit, mengabaikan otonomi dan nilai-nilai substantif manusia. Manifestasi *neuromarketing* masyarakat kapitalis modern terwujud dalam bentuk masyarakat teradministrasi (*administered society*). Ketika kesadaran, bahasa, dan relasi sosial direduksi menjadi alat fungsi instrumental untuk memperdalam hegemoni dan kontrol pasar melalui teknologi, seperti *neuromarketing*.

Kata Kunci : Neuromarketing, Filsafat Sosial, Masyarakat Kapitalis Modern



ABSTRACT

This research analyzes the practice of neuromarketing in modern capitalist society through the perspective of Max Horkheimer's social philosophy. The background of the research refers to Horkheimer's criticism of the degradation of modern reason, which turns from a means of emancipation into a tool of capitalistic domination. The research focuses on revealing neuromarketing as a form of instrumental rationality and its manifestation in the formation of an administered society.

The qualitative-philosophical method employs a descriptive-analytical model. Data were collected through literature studies of Horkheimer's primary works and neuromarketing literature, then analyzed via conceptual description, critical interpretation, and internal coherence to construct a theoretical synthesis.

The results show that neuromarketing is a manifestation of the instrumental ratio. Neuromarketing has reduced consumers to biological data objects that can be manipulated for marketing efficiency and profit accumulation, ignoring human autonomy and substantive values. The manifestation of neuromarketing in modern capitalist society is in the form of an administered society. When consciousness, language and social relations are reduced to instrumental function tools to deepen market hegemony and control through technology, such as neuromarketing.

Keywords : *Neuromarketing, Social Philosophy, Modern Capitalist Society*