

ABSTRACT

Consumerism has become a long-standing trend in modern society, where people are constantly bombarded with material objects, both online and in real life, and are encouraged to equate identity and self-esteem with the constant acquisition process. In this study, consumerism is perceived as the standardization of the acquisition of material possessions as a form of self-expression and self-satisfaction. Focusing on the film *Confessions of a Shopaholic* (2009), this research examines how the film's narrative and visual construction present consumerism as a desirable, emotionally fulfilling lifestyle. The film also remains relevant to modern consumer culture because it depicts a low-friction spending logic that resembles today's payment environment. The multi-card checkout montage serves as an early prototype of modern easy-payment systems, in which the price can be divided, deferred, and made to seem smaller at the point of purchase, even as it increases over time. In this sense, the film demonstrates how media can reconstruct consumer culture into a glamorous and pleasurable experience while only partially acknowledging its consequences. Using Roland Barthes' semiotic framework of denotation, connotation, and myth, this research unpacks the mechanisms of scenes of shopping, debt, aspiration, and payment that, together, naturalize consumerism, romanticize indebtedness, and present consumption as a pathway to emotional satisfaction and social inclusion. The findings show that the film constructs consumerism not simply as excessive shopping, but as a meaning system that first makes consumption feel attractive, normal, and socially legible before later exposing its costs. Simultaneously, the film leaves little room for critical reflection, subtly inviting viewers to recognize and question the glamorized portrayal of consumerist lifestyles.

Keywords: *Confessions of a Shopaholic, consumerism, semiotic analysis, film studies, media representation, Roland Barthes, payment friction*

ABSTRAK

Konsumerisme telah menjadi pola yang berlangsung lama dalam masyarakat modern, ketika individu terus-menerus dibombardir oleh objek-objek material, baik secara daring maupun dalam kehidupan nyata, dan didorong untuk menyamakan identitas serta harga diri dengan proses akuisisi yang terus-menerus. Dalam penelitian ini, konsumerisme dipahami sebagai normalisasi perolehan kepemilikan material sebagai bentuk ekspresi diri dan kepuasan diri. Dengan berfokus pada film *Confessions of a Shopaholic* (2009), penelitian ini mengkaji bagaimana konstruksi naratif dan visual film tersebut menampilkan konsumerisme sebagai gaya hidup yang diinginkan dan memberikan pemenuhan emosional. Film ini juga tetap relevan dengan budaya konsumen masa kini karena menggambarkan logika pengeluaran berfiksi rendah yang menyerupai lingkungan pembayaran saat ini. Montase checkout dengan banyak kartu berfungsi sebagai bentuk awal dari sistem pembayaran modern yang serba mudah, ketika biaya dapat dipecah, ditunda, dan dibuat terasa lebih kecil pada saat pembelian, meskipun beban totalnya terus bertambah seiring waktu. Dalam pengertian ini, film tersebut menunjukkan bagaimana media dapat merekonstruksi budaya konsumen menjadi pengalaman yang glamor dan menyenangkan, sambil hanya sebagian mengakui konsekuensinya. Dengan menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos, penelitian ini mengurai bagaimana adegan-adegan belanja, utang, aspirasi, dan pembayaran bekerja secara bersama-sama untuk menaturalisasi konsumerisme, meromantisasi keberutangan, dan menempatkan konsumsi sebagai jalan menuju kepuasan emosional serta inklusi sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa film ini mengonstruksi konsumerisme bukan semata-mata sebagai perilaku belanja berlebihan, melainkan sebagai suatu sistem makna yang mula-mula membuat konsumsi terasa menarik, normal, dan dapat dibaca secara sosial, sebelum kemudian menyingkap biaya-biaya. Pada saat yang sama, film ini hanya menyisakan sedikit ruang bagi refleksi kritis, sambil secara halus mengundang penonton untuk mengenali dan mempertanyakan penggambaran gaya hidup konsumernya yang telah diglamorisasi.

Kata kunci: *Confessions of a Shopaholic*, konsumerisme, analisis semiotika, kajian film, representasi media, Roland Barthes, friksi pembayaran