ABSTRAK

OVERCONSUMPTION DALAM INFLUENCER CULTURE DI MEDIA SOSIAL: KAJIAN TAFSIR AL-AZHAR KARYA BUYA HAMKA

NAILA ROYANI
71220213002

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya fenomena konsumsi berlebih (overconsumption) yang memicu belanja impulsif akibat hubungan parasocial dan FOMO, sehingga mengaburkan batas kebutuhan serta mengancam nilai spiritualitas dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi dan mendekonstruksi perilaku konsumsi berlebihan tersebut melalui kontekstualisasi konsep tabdzir dalam Q.S Al-Isra' ayat 26-27 menurut Tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan tafsir kontekstual-tematik yang didukung oleh studi netnografi siber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut Tafsir Al-Azhar, tabdzir diukung dari disorientasi pemanfaatan harta demi kepuasan batiniah semu, bukan sekadar nominal material. Manipulasi keintiman digital oleh pemengaruh terbukti melumpuhkan kesadaran kritis konsumen, sehingga overconsumption sah di konseptualisasikan sebagai bentuk tabdzir kontemporer. Penelitian menyimpulkan bahwa konsumsi berlebihan merupakan bentuk krisis spiritualitas ganda yang memicu sifat kufur nikmat, pengabaian hak kaum dhuafa, serta kerusakan ekologis. Implikasinya, nilai etis Al-Qur'an terbukti adaptif untuk dijadikan kompas moral sekaligus instrumen kritik solutif dalam menavigasi kompleksitas disrupsi ekonomi digital masa kini.

Kata Kunci: Overconsumption, Influencer Culture, Tafsir Al-Azhar, Tabdzir, Parasocial Relationship.