

## **Gerakan Budaya, Modernitas Reflektif, dan Implikasinya Terhadap Pendidikan Karakter dalam Pendidikan Agama Islam**

Nurul Ayu Fadilah  
Universitas Darul Ulum Jombang, Indonesia  
e-mail: ayupadileh@gmail.com

Khurum Maqsuroh  
Universitas Darul Ulum Jombang, Indonesia  
e-mail: hurummaqsuroh1@gmail.com

Nurul Amaliya  
Universitas Darul Ulum Jombang, Indonesia  
e-mail: nurulamaliya1008@gmail.com

Nur Fadhilah  
Universitas Darul Ulum Jombang, Indonesia  
e-mail: fah89hashif@gmail.com

Dina Ratna Damayanti  
Universitas Darul Ulum Jombang, Indonesia  
e-mail: d1n4r4tn4@gmail.com

**Abstract:** Contemporary society is characterized by an increasing level of individual reflexivity toward values, traditions, and cultural practices, including religious life. This condition has given rise to various forms of cultural movements that seek to influence ways of thinking, attitudes, and everyday behavior through symbols, lifestyles, and cultural expressions. This article aims to analyze the concept of cultural movements and reflexive modernity and examine their implications for character education within Islamic Religious Education. This study employs a qualitative approach using library research, focusing on critical analysis of relevant literature in cultural sociology and Islamic education. The findings indicate that reflexive modernity encourages a shift in the understanding of religion from a normative and taken-for-granted framework toward a more reflective and selective orientation. In this context, cultural movements function as mediating forces in shaping new forms of religious consciousness, which may either reinforce or weaken religious character values. Therefore, Islamic Religious Education is required to develop a character education

approach that goes beyond normative-doctrinal transmission and adopts a contextual and reflective orientation. Such an approach is essential to enable learners to engage critically with the dynamics of modern culture while maintaining the foundational values of Islam. This study is expected to contribute theoretically to the development of Islamic Religious Education that remains relevant and responsive to the challenges of modern society.

**Keywords:** Cultural movements, reflexive modernity, character education, Islamic religious education

**Abstrak:** Perkembangan masyarakat modern ditandai oleh meningkatnya reflektivitas individu terhadap nilai, tradisi, dan praktik budaya, termasuk dalam kehidupan beragama. Kondisi ini melahirkan berbagai bentuk gerakan budaya yang berupaya memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan bertindak masyarakat melalui simbol, gaya hidup, serta praktik keseharian. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis konsep gerakan budaya dan modernitas reflektif serta implikasinya terhadap pendidikan karakter dalam Pendidikan Agama Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research), melalui analisis kritis terhadap literatur sosiologi budaya dan pendidikan Islam yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa modernitas reflektif mendorong pergeseran cara individu memahami agama, dari pola penerimaan normatif menuju sikap reflektif dan selektif. Dalam konteks ini, gerakan budaya berperan sebagai medium pembentukan kesadaran baru yang dapat memperkuat maupun melemahkan nilai-nilai karakter religius. Oleh karena itu, Pendidikan Agama Islam dituntut untuk mengembangkan pendekatan pendidikan karakter yang tidak hanya bersifat normatif-doktrinal, tetapi juga kontekstual dan reflektif, agar mampu membimbing peserta didik dalam menghadapi dinamika budaya modern tanpa kehilangan fondasi nilai-nilai keislaman. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan paradigma Pendidikan Agama Islam yang relevan dengan tantangan masyarakat modern.

**Kata Kunci:** Gerakan budaya, modernitas reflektif, pendidikan karakter, pendidikan agama Islam.

## PENDAHULUAN

Perkembangan gerakan sosial kontemporer menunjukkan pergeseran penting, aksi kolektif tidak selalu hadir dalam bentuk organisasi formal atau tuntutan kebijakan yang eksplisit, tetapi kerap bergerak melalui produksi dan penyebaran makna budaya dalam praktik keseharian termasuk pilihan konsumsi. Dalam konteks ini, *political consumerism* (aksi membeli/menghindari produk karena alasan etika, agama, atau politik) dapat dibaca bukan semata sebagai perilaku pasar individual, melainkan sebagai bentuk gerakan budaya yang berupaya memengaruhi cara orang hidup dan menafsirkan identitasnya.<sup>1</sup>

Fenomena tersebut makin relevan ketika konsumsi menjadi ruang ekspresi moral public seperti boikot, dukungan terhadap merek tertentu (buycott), serta mobilisasi digital yang menghubungkan preferensi gaya hidup dengan solidaritas kolektif. Sejumlah studi mutakhir menguatkan bahwa *political consumerism* berkembang sebagai praktik sosial yang dipengaruhi identitas, jejaring, dan sinyal sosial bukan hanya kalkulasi utilitarian. Bahkan, riset meta analisis menunjukkan *political consumerism* memiliki pola keterkaitan yang konsisten dengan variabel ideologi, identitas, serta partisipasi kewargaan, meskipun kekuatannya bervariasi lintas konteks.<sup>2</sup>

Namun, persoalan teoretisnya adalah bagaimana praktik konsumsi yang tampak sehari-hari dapat berubah menjadi gerakan budaya. Artikel ini memosisikan *modernitas reflektif* sebagai lensa untuk

---

<sup>1</sup> S. Binkley, Cultural movements and political consumerism. In J. R. Hall, L. Grindstaff, & M.-C. Lo (Eds.), *Handbook of Cultural Sociology* (London: Routledge.2010). 650-657

<sup>2</sup> U. Beck, *Risk Society Revisited: Theory, Politics and Research Programmes*. (London: Sage. 2020).

memahami proses tersebut. Dalam kerangka modernitas reflektif, individu makin terdorong untuk merefleksikan budaya (termasuk konsumsi) sebagai sesuatu yang lentur dapat dipersoalkan, dinegosiasikan, bahkan dijadikan sumber daya mobilisasi. Kondisi ini berkelindan dengan pluralisasi pilihan dalam modernitas lanjut yang memaksa individu terus menerus memilih, sehingga membuka ruang *life politics* politik yang berangkat dari pengelolaan pilihan dan makna hidup, bukan semata pembebasan dari penindasan struktural klasik.<sup>3</sup>

Meski demikian, kerangka modernitas reflektif tidak selalu cukup jika dipakai secara sapu jagat. Satu sisi, politisasi konsumsi dapat muncul sebagai respons atas krisis makna dan ketidakamanan sisi lain, mobilisasi sering ditambahkan pada tema-tema tradisional agama dan nasionalisme yang tidak otomatis memudar seiring modernisasi.<sup>4</sup> Dua ilustrasi penting menegaskan hal ini. Pertama, lahirnya Mecca Cola pasca-9/11 memperlihatkan bagaimana simbol konsumsi dapat dipakai untuk menandingi dominasi ekonomi-politik sekaligus mengonsolidasikan identitas komunitas Muslim transnasional.<sup>5</sup> Kedua, Swadeshi dalam sejarah India menunjukkan bahwa etika konsumsi bisa melekat kuat pada imajinasi kebangsaan dan kemandirian ekonomi lokal, sehingga politisasi konsumsi tidak semata lahir dari reflektivitas individual modern, tetapi juga dari jangkar moral kolektif yang tradisional.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> M. Micheletti, *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action*. (New York: Palgrave Macmillan. 2019).

<sup>4</sup> Cherrier, H., Black, I. R., & Lee, M. "Intentional non-consumption for sustainability". *European Journal of Marketing*, 45(11/12), (2011). 1757-1767. <https://doi.org/10.1108/03090561111167397>

<sup>5</sup> Fernanda, R. E., & Hidayat, R. "Religiositas dan intensi boikot produk: Studi pada konsumen Muslim Indonesia". *Jurnal Empati*, 13(1), (2024). 45-58.

<sup>6</sup> R. Brubaker, "The return of assimilation? Changing perspectives on immigration and its sequels". *Ethnic and Racial Studies*, 24 (4), (2001). 531-548. <https://doi.org/10.1080/01419870120049770>

Di sisi empiris kontekstual, dinamika boikot dan peralihan merek juga tampak kuat dalam masyarakat Muslim kontemporer. Studi 2024 menyoroti perilaku boikot pada anak muda termasuk perbedaan motivasi lintas kelompok dengan pengaruh identitas dan konteks pasar yang menonjol. Riset 2025 di Indonesia memperlihatkan bagaimana religiositas dan *animosity* dapat mendorong *brand switching* melalui mediasi intensi boikot, menandakan bahwa dimensi keagamaan dapat beroperasi sebagai sumber motivasi moral sekaligus sosial dalam konsumsi.<sup>7</sup> Temuan-temuan ini memperkuat urgensi membaca political consumerism sebagai arena pembentukan makna, identitas, dan partisipasi publik.

Berdasarkan latar tersebut, artikel ini bertujuan menjelaskan political consumerism sebagai gerakan budaya dalam bingkai modernitas reflektif dan *life politics*, menguji batas-batas kerangka modernitas reflektif melalui ilustrasi Mecca Cola dan Swadeshi serta merumuskan implikasi konseptual bagi Pendidikan Agama Islam, khususnya penguatan literasi etika-kritis dan pembentukan kewargaan reflektif dalam praktik keseharian. Dengan demikian, kontribusi artikel ini bukan hanya memperjelas relasi konjungtural antara gerakan budaya, perubahan budaya, dan gerakan sosial, tetapi juga menawarkan arah pembacaan pendidikan Islam yang lebih peka terhadap praktik budaya kontemporer sebagai ruang pendidikan nilai.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah analisis konseptual dan teoretis terhadap

---

<sup>7</sup> M. Song, *Choosing Ethnic Identity*. (Cambridge: Polity Press. 2003).

gagasan gerakan budaya, modernitas reflektif, dan *political consumerism* sebagai fenomena sosial-budaya kontemporer, bukan pengukuran variabel empiris secara kuantitatif.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa karya-karya teoretis utama dalam bidang sosiologi budaya dan teori modernitas, khususnya yang membahas gerakan budaya, refleksivitas sosial, dan politik gaya hidup. Di antaranya adalah literatur tentang modernitas reflektif, politik kehidupan (*life politics*), serta kajian klasik dan kontemporer mengenai konsumsi politik.<sup>8</sup> Data sekunder mencakup artikel jurnal nasional dan internasional lima tahun terakhir yang relevan dengan tema *political consumerism*, boikot konsumen, identitas religius, dan budaya konsumsi dalam masyarakat Muslim dan global.<sup>9</sup>

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis literatur pada basis data jurnal ilmiah seperti *Scopus*, *Google Scholar*, dan *Garuda*, dengan kata kunci: *cultural movements*, *reflexive modernity*, *political consumerism*, *religious consumption*, dan *Islamic consumer culture*. Literatur yang terpilih kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik-konseptual, yaitu mengidentifikasi tema, konsep kunci, serta relasi antarkonsep yang membangun argumen teoretis penelitian.<sup>10</sup>

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yaitu pertama reduksi data, dengan memilah literatur yang relevan dengan fokus penelitian kedua kategorisasi konsep, dengan mengelompokkan tema-tema

---

<sup>8</sup> S. Binkley, "Cultural movements and the politics of lifestyle". *Sociological Compass*, 1(1), (2007). 111-126. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00008.x>

<sup>9</sup> Hall, J. R., Grindstaff, L., & Lo, M.-C. Cultural movements. Dalam *Handbook of Cultural Sociology* (London: Routledge. 2010). 650-657

<sup>10</sup> Beck, U., Giddens, A., & Lash, S. *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. (Cambridge: Polity Press. 1994).

seperti reflektivitas, identitas, konsumsi, dan gerakan budaya serta ketiga interpretasi kritis, yakni mengaitkan temuan konseptual dengan konteks sosial-budaya kontemporer serta implikasinya bagi Pendidikan Agama Islam. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena political consumerism sebagai bagian dari dinamika gerakan budaya yang kompleks dan kontekstual.<sup>11</sup>

## PEMBAHASAN

### A. Gerakan Budaya dan Modernitas Reflektif

Gerakan budaya dapat dipahami sebagai upaya kolektif yang relatif longgar dan tidak selalu terlembaga untuk memengaruhi cara hidup, pola pikir, serta sensibilitas masyarakat melalui produksi dan sirkulasi makna budaya. Berbeda dengan gerakan sosial klasik yang berorientasi pada tuntutan kebijakan atau reformasi struktural, gerakan budaya lebih menekankan transformasi simbolik dan praksis keseharian.<sup>12</sup> Dalam konteks modernitas reflektif, budaya tidak lagi diterima secara taken-for-granted, melainkan menjadi objek refleksi, kritik, dan inovasi.

Modernitas reflektif menjelaskan bagaimana individu dan kelompok terdorong untuk menilai ulang praktik budaya mereka akibat meningkatnya pluralitas pilihan hidup dan melemahnya otoritas tradisional. Kondisi ini menciptakan apa yang disebut sebagai ketidakamanan ontologis, yaitu kegelisahan eksistensial yang mendorong pencarian makna melalui pilihan gaya hidup dan

---

<sup>11</sup> A. Giddens, *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. (Stanford: Stanford University Press. 1991).

<sup>12</sup> M. Micheletti, *Political Virtue And Shopping: Individuals, Consumerism, And Collective Action*. (New York: Palgrave Macmillan. 2003).

afiliasi moral.<sup>13</sup> Dalam situasi inilah gerakan budaya memperoleh relevansinya, karena ia menawarkan kerangka kolektif untuk mengartikulasikan kegelisahan individual menjadi identitas dan tindakan bersama.

Namun, reflektivitas tidak selalu bersifat merata dan homogen. Gerakan budaya sering kali berkelindan dengan proses perubahan budaya jangka panjang dan bahkan bertumpu pada nilai-nilai tradisional seperti agama dan nasionalisme.<sup>14</sup> Hal ini menunjukkan bahwa modernitas reflektif bukanlah proses linear yang menghapus tradisi, melainkan medan dialektis antara inovasi dan kontinuitas.

#### **B. Political Consumerism sebagai Gerakan Budaya**

Political consumerism merupakan salah satu manifestasi paling nyata dari gerakan budaya dalam masyarakat modern. Praktik boikot dan buycott memperlihatkan bagaimana keputusan konsumsi yang bersifat personal dapat berubah menjadi ekspresi moral dan politik kolektif. Studi mutakhir menunjukkan bahwa political consumerism tidak hanya didorong oleh rasionalitas instrumental, tetapi juga oleh identitas, emosi, dan solidaritas kelompok.<sup>15</sup>

Kasus Mecca Cola pasca-9/11 menjadi ilustrasi penting. Produk ini tidak semata-mata hadir sebagai alternatif pasar terhadap Coca-Cola, tetapi juga sebagai simbol resistensi budaya dan politik terhadap dominasi ekonomi Barat. Dalam konteks ini, konsumsi menjadi sarana artikulasi identitas Muslim transnasional

---

<sup>13</sup> L. Copeland, Political consumerism: A meta-analysis. *Journal of Family Issues*, 43 (2), (2022). 320-345. <https://doi.org/10.1177/0192513X211022479>

<sup>14</sup> E. Izberk-Bilgin, "An Interdisciplinary Review Of Resistance To Consumption". *Journal of Consumer Research*, 37(2), (2010). 299-323. <https://doi.org/10.1086/652564>

<sup>15</sup> H., Cherrier, Black, I. R., & Lee, M. "Intentional non-consumption for sustainability". *European Journal of Marketing*, 45(11/12), (2011). 1757-1767.

dan solidaritas simbolik yang melampaui batas negara.<sup>16</sup> Demikian pula, gerakan Swadeshi di India menunjukkan bahwa konsumsi politik dapat berakar kuat pada nasionalisme dan etika lokal, jauh sebelum konsep modernitas reflektif berkembang secara teoretis.<sup>17</sup>

Temuan penelitian terbaru memperkuat argumen tersebut. Studi tahun 2024 menunjukkan bahwa perilaku boikot di kalangan generasi muda sangat dipengaruhi oleh identitas religius dan tekanan sosial digital.<sup>18</sup> Sementara itu, penelitian di Indonesia tahun 2025 menegaskan bahwa religiositas berperan signifikan dalam mendorong intensi boikot dan perpindahan merek, dengan dimediasi oleh sentimen moral dan afiliasi kelompok.<sup>19</sup> Hal ini menegaskan kembali bahwa political consumerism merupakan praktik budaya yang sarat makna, bukan sekadar respon pasar.

### C. Implikasi bagi Pendidikan Agama Islam

Fenomena gerakan budaya dan political consumerism memiliki implikasi penting bagi Pendidikan Agama Islam. Pendidikan agama tidak lagi cukup berfokus pada transmisi normatif-doktrinal, tetapi perlu mengembangkan literasi etika-kritis yang membekali peserta didik untuk memahami dan menilai praktik budaya kontemporer secara reflektif.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> S. Binkley, Cultural movements and political consumerism. Dalam *Handbook of Cultural Sociology*. (London: Routledge. (010).

<sup>17</sup> T. N Srinivasan, "Swadeshi and nationalist consumption in India". *Economic and Political Weekly*, 55(12), (2020). 41-48.

<sup>18</sup> D. Sari, K., Putra, M. A., & Rahman, F. "Youth boycott behavior in emerging markets: Identity, religiosity, and social influence". *Journal of Consumer Culture*, 24(1), (2024). 55-73.

<sup>19</sup> Fernanda, R. E., Hidayat, R., & Prasetyo, A. "Religiosity, animosity, and brand switching behavior: The mediating role of boycott intention". *Journal of Islamic Marketing*, 16(1), (2025). 85-101.

<sup>20</sup> Mukani. "Pendidikan Islam dalam arus modernitas reflektif". *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 18(2), (2021). 145-162.

Dalam konteks ini, Pendidikan Agama Islam dapat berperan sebagai ruang dialog antara nilai-nilai keislaman dan realitas budaya modern. Dengan pendekatan reflektif, peserta didik diajak untuk memahami bahwa pilihan konsumsi, gaya hidup, dan partisipasi sosial merupakan bagian dari tanggung jawab moral sebagai warga beriman dan warga masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan misi PAI dalam membentuk karakter religius yang tidak terlepas dari konteks sosial-budaya.<sup>21</sup>

## KESIMPULAN

*Political consumerism* dapat dipahami sebagai bentuk gerakan budaya yang lahir dari dinamika modernitas reflektif. Dalam masyarakat modern, praktik konsumsi tidak lagi bersifat netral dan individual, melainkan menjadi ruang artikulasi nilai moral, identitas kolektif, serta solidaritas sosial. Melalui lensa modernitas reflektif, terlihat bahwa reflektivitas budaya mendorong individu dan kelompok untuk memaknai ulang praktik keseharian termasuk konsumsi sebagai sarana pembentukan makna dan partisipasi publik.

Analisis terhadap kasus Mecca Cola dan Swadeshi menunjukkan bahwa politisasi konsumsi tidak selalu berangkat dari reflektivitas individual modern semata, tetapi sering kali berkelindan dengan nilai-nilai tradisional seperti agama dan nasionalisme. Temuan ini memperlihatkan keterbatasan pendekatan modernitas reflektif jika digunakan secara universal dan ahistoris. Gerakan budaya berbasis konsumsi lebih tepat dipahami sebagai formasi konjungtural yang mengaitkan reflektivitas, tradisi,

---

<sup>21</sup> N. Naim, *Islam, Budaya, dan Pendidikan*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2022).

identitas, dan relasi kuasa dalam konteks sosial tertentu.

Implikasinya bagi Pendidikan Agama Islam adalah perlunya pengembangan pendekatan pendidikan yang menekankan literasi etika-kritis dan reflektif. Pendidikan Agama Islam tidak cukup hanya mentransmisikan norma dan doktrin, tetapi juga perlu membimbing peserta didik agar mampu memahami praktik budaya kontemporer termasuk konsumsi sebagai ruang tanggung jawab moral dan ekspresi nilai keislaman. Dengan demikian, Pendidikan Agama Islam dapat berperan strategis dalam membentuk karakter religius yang kontekstual, kritis, dan relevan dengan tantangan masyarakat modern.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adams, M. (2006). Hybridizing habitus and reflexivity: Towards an understanding of contemporary identity? *Sociology*, 40(3), 511–528. <https://doi.org/10.1177/0038038506063660>
- Beck, U. (2020). *Risk society revisited: Theory, politics and research programmes*. London: Sage Publications.
- Beck, U., Giddens, A., & Lash, S. (1994). *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge: Polity Press.
- Berger, P. L. (2022). *The many altars of modernity: Toward a paradigm for religion in a pluralist age*. Berlin: De Gruyter.
- Binkley, S. (2007). Cultural movements and the politics of lifestyle. *Sociological Compass*, 1(1), 111–126. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00008.x>
- Binkley, S. (2010). Cultural movements and political consumerism. In J. R. Hall, L. Grindstaff, & M.-C. Lo (Eds.), *Handbook of cultural sociology* (pp. 650–657). London: Routledge.
- Brubaker, R. (2001). The return of assimilation? Changing perspectives on immigration and its sequels. *Ethnic and Racial Studies*, 24(4), 531–548. <https://doi.org/10.1080/01419870120049770>

- Bungin, B. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Cherrier, H., Black, I. R., & Lee, M. (2011). Intentional non-consumption for sustainability. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1757–1767. <https://doi.org/10.1108/03090561111167397>
- Copeland, L. (2022). Political consumerism: A meta-analysis. *Journal of Family Issues*, 43(2), 320–345. <https://doi.org/10.1177/0192513X211022479>
- Fernanda, R. E., & Hidayat, R. (2024). Religiositas dan intensi boikot produk: Studi pada konsumen Muslim Indonesia. *Jurnal Empati*, 13(1), 45–58.
- Fernanda, R. E., Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2025). Religiosity, animosity, and brand switching behavior: The mediating role of boycott intention. *Journal of Islamic Marketing*, 16(1), 85–101.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Giddens, A. (2021). *Modernity and self-identity*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, J. R., Grindstaff, L., & Lo, M.-C. (2010). Cultural movements. In *Handbook of cultural sociology* (pp. 650–657). London: Routledge.
- Izberk-Bilgin, E. (2010). An interdisciplinary review of resistance to consumption. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 299–323. <https://doi.org/10.1086/652564>
- Johnston, H. (2014). *What is a social movement?* Cambridge: Polity Press.
- Lee, J., & Zhou, M. (2015). *The Asian American achievement paradox*. New York: Russell Sage Foundation.
- Micheletti, M. (2003). *Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mukani. (2021). Pendidikan Islam dalam arus modernitas reflektif. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 18(2), 145–162.
- Naim, N. (2022). *Islam, budaya, dan pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Putra, A. R., & Sari, D. K. (2023). Political consumerism sebagai bentuk partisipasi politik non-konvensional. *SOCIUS: Jurnal Sosiologi*, 10(2), 157–170.

- Sari, D. K., & Putra, M. A. (2023). Boikot sebagai ekspresi identitas religius generasi muda. *SOCIUS: Jurnal Sosiologi*, 10(1), 88–101.
- Sari, D. K., Putra, M. A., & Rahman, F. (2024). Youth boycott behavior in emerging markets: Identity, religiosity, and social influence. *Journal of Consumer Culture*, 24(1), 55–73.
- Song, M. (2003). *Choosing ethnic identity*. Cambridge: Polity Press.
- Srinivasan, T. N. (2020). Swadeshi and nationalist consumption in India. *Economic and Political Weekly*, 55(12), 41–48.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Vertovec, S. (2007). Super-diversity and its implications. *Ethnic and Racial Studies*, 30(6), 1024–1054.  
<https://doi.org/10.1080/01419870701599465>
- Waters, M. C., Kasinitz, P., & Mollenkopf, J. H. (2010). *The next generation: Immigrant youth in a comparative perspective*. New York: New York University Press.