

ADAPTASI BUDAYA PERKAHWINAN KE DALAM MAJLIS PERTUNANGAN: SATU ANALISA DALAM KONTEKS BUDAYA KONSUMERISM KE ATAS PENINGKATAN KOS PELAKSANAAN MAJLIS PERTUNANGAN

CULTURAL ADAPTATION OF WEDDING TRADITIONS INTO ENGAGEMENT CEREMONIES: ANALYSIS IN THE CONTEXT OF CONSUMERISM CULTURE AND IMPACT ON INCREASING ENGAGEMENT CEREMONY COSTS

Siti Nur Asmak Binti Udin¹

Dr Mohd Khairuddin Bin Mohad Sallehuddin²

¹School of Social Sciences, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia
(E-mail: asmakudin98@student.usm.my)

²School of Social Sciences, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia
(Email: m.khairuddin@usm.my)

Article history

Received date : 26-11-2024

Revised date : 27-11-2024

Accepted date : 10-1-2025

Published date : 15-1-2025

To cite this document:

Udin, S. N. A., & Mohad Sallehuddin, M. K. (2025).
Adaptasi budaya perkahwinan ke dalam majlis
pertunangan: Satu analisa dalam konteks budaya
konsumerism ke atas peningkatan kos pelaksanaan
majlis pertunangan. *Journal of Islamic, Social,
Economics and Development (JISED)*, 10 (69), 11-25.

Abstrak: *Kajian ini mengenai budaya konsumerisme dalam konteks pengadaptasi komoditi perkahwinan ke dalam majlis pertunangan orang Melayu B40 di Pulau Pinang. Permasalahannya yang timbul adalah pengadaptasian komoditi perkahwinan ke dalam majlis pertunangan bukan sahaja memperkayakan budaya 'rites de passage' orang Melayu tetapi pada masa yang sama menyebabkan berlakunya peningkatan kos dalam pelaksanaan majlis pertunangan. Kajian ini menggunakan teknik temu bual mendalam ke atas 15 orang informan wanita yang sudah bertunang, melaksanakan majlis pertunangan dan tinggal disekitar Pulau Pinang. Pemilihan informan wanita sebagai sampel dalam kajian ini adalah secara ritualnya, majlis pertunangan orang Melayu dilaksanakan di sebelah pihak wanita. Oleh kerana kajian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, makanya kaedah temu bual mendalam sangat bersesuaian untuk digunakan. Dengan kaedah ini, penyelidik boleh meneroka pemikiran, emosi, dan persepsi peserta dengan lebih teliti, serta membolehkan informan berkongsi pengalaman mereka secara terbuka. Hal ini membantu memastikan keaslian data yang dikumpulkan, yang penting untuk mengungkap esensi fenomena yang dikaji. Hasil kajian mendapati terdapat beberapa komoditi perkahwinan seperti penggunaan tema pertunangan, pelamin, cenderamata pertunangan dan penggunaan perkhidmatan juru gambar perkahwinan telah diaplikasikan dalam majlis pertunangan orang Melayu kini. Secara kesimpulannya walaupun pengaplikasian penggunaan komoditi perkahwinan dalam majlis pertunangan berperanan penting dalam mengukuhkan identiti budaya Melayu yang mencerminkan adat dan nilai-nilai Melayu, namun pada masa yang sama penggunaan komoditi perkahwinan dalam*

majlis pertunangan boleh menjadi beban ekonomi, terutamanya dalam konteks peningkatan kos dalam melaksanakannya pada masa kini.

Kata Kunci: *Budaya Konsumerisme, Ritual, Komoditi Perkahwinan, Majlis Pertunangan, Orang Melayu*

Abstract: *This paper examines the consumerism of the B40 Malay community in Penang on the incorporation of wedding goods and services into engagement rituals. The main problem, however, is that the integration of wedding elements into engagement ceremonies not only serves to enhance the Malay 'rites de passage' culture but also facilitates the increase in the costs of holding engagement ceremonies. In this regard, 15 female informants were selected for the study who were engaged or had already performed the marriage engagement ceremony and were residents around Penang area for the in-depth interviews. The selection of female respondents for this research is due to the fact that the engagement ceremony among Malays is traditionally conducted on the woman's side, thus women are almost always nominated as for this ceremony. This is very timely. Since the research employs a phenomenological approach, in-depth interviews suit this method very well. This allows the investigator to expand his or her reach beyond simple description seeking to include the psyche of the subjects into the study and provide study participants a chance to freely speak about their feelings or experiences. This is done to guarantee protection against distortions in the information, which is a vital aspect when explaining the investigated incident. It has been found out that among several variations of wedding items, some elements of modern Malay engagement ceremonies have been developed which include engagement motifs, dais, engagement mementos, wedding photography and so on. To sum up, this essay shows that the measure of the use of wedding commodities in engagement ceremonies, regards as positive for the Malay as it shows not only traditions but also values. Unfortunately, this can also turn out to be an economic drag at this time where organizing engagements has become expensive with time.*

Keywords: *Consumerism Culture, Rituals, Wedding Commodities, Engagement Ceremony, Malays.*

Pengenalan

Pertunangan yang merupakan urusan keluarga secara tertutup itu mempunyai beberapa peranan. Antaranya adalah untuk melamar gadis tersebut secara rasmi dan lamaran tersebut hendaklah diketahui dan direstui oleh keluarga kedua-dua pihak. Hal ini bererti hasrat anak lelaki terhadap si gadis sudah secara rasmi dimaklumkan kepada keluarga. Anak gadis yang dipinang dengan baik merupakan tanda-tanda yang jelas bahawa gadis tersebut memiliki maruah dan harga diri yang sempurna (Nurhuda Salleh & Yaakob Salleh, 2015). Dalam hal ini, mengikut Robani Haji Yusuf (1984) menyatakan bahawa majlis pertunangan menunjukkan keluhuran budi masyarakat Melayu yang berpegang teguh kepada ajaran Islam yang dilakukan dengan penuh tertib oleh kedua-dua pihak.

Dalam kebanyakan masyarakat, pertunangan merupakan salah satu ritual dalam perkahwinan. Bagi orang Melayu, majlis pertunangan merupakan proses kedua yang perlu dilakukan sebelum majlis perkahwinan berlangsung. Secara tradisionalnya, majlis pertunangan kebiasaanya dilangsungkan secara sederhana sebagai simbolik kepada persetujuan untuk mengikat janji perkahwinan (Salleh, 2018). Dapat difahami bahawa pertunangan ialah sebagai satu tanda masa persetujuan dan permulaan oleh kedua-dua pihak dalam rangka membina rumah tangga menjadi suami isteri (Muhammad Shahrulnizam Muhadi, 2018).

Secara umumnya, dalam masyarakat orang Melayu terdapat empat peringkat pelaksanaan majlis pertunangan, iaitu (1) Persiapan awal, yang melibatkan persetujuan antara kedua belah pihak (keluarga lelaki dan keluarga perempuan) dan persediaan hantaran; (2) hari majlis pertunangan yang melibatkan ketibaan keluarga pihak lelaki ke rumah pihak perempuan, perbincangan dan perjanjian tempoh pertunangan dan penyampaian komoditi hantaran; (3) upacara menyarungkan cincin kepada pihak perempuan yang melibatkan upacara menyarung cincin dan doa serta restu; dan (4) jamuan dan silaturahim yang melibatkan jamuan ringan dan pertukaran pemberian.

Globalisasi yang membawa bersama budaya konsumerisme telah membawa perubahan besar dalam pelbagai aspek kehidupan orang Melayu kini dan ianya termasuk dalam tradisi pelaksanaan majlis pertunangan. Bersama dengan pengaruh global ini, pelaksanaan majlis pertunangan tradisional kini telah beradaptasi pula dengan ritual majlis perkahwinan yang telah meningkatkan penggunaan komoditi perkahwinan dalam majlis pertunangan. Walaupun keperluan adat, ritual dan tuntutan agama masih menjadi tunjang utama dalam pelaksanaan majlis pertunangan orang Melayu kini, namun, pengaruh budaya konsumerisme melalui adaptasi adat perkahwinan dalam majlis pertunangan telah menyebabkan berlakunya peningkatan kos pelaksanaannya.

Pengadaptasian elemen komoditi perkahwinan seperti perkhidmatan jurusolek, fotografi profesional, dan dekorasi eksklusif ke dalam majlis pertunangan telah menyumbang kepada peningkatan kos pelaksanaannya. Fenomena ini telah didorong oleh pengaruh media sosial, serta perubahan nilai masyarakat terhadap keutamaan prestij berbanding tradisi (Sumintak & Masruri, 2022; Jamaludin & Ramli, 2012). Di samping itu, peningkatan penggunaan perkhidmatan berbayar dan komoditi mewah ini menunjukkan bahawa kewujudan konsumerisme yang semakin ketara dalam budaya majlis pertunangan moden.

Sorotan Kajian

Aspek Budaya

Dalam konteks pelaksanaan majlis pertunangan pula, kajian yang dilakukan oleh Salleh & Harun (2015) dan Abdullah et.,all (2015) telah memberikan sumbangan yang penting dalam penyelidikan mengenai makna pertunangan wanita Melayu dengan berfokuskan aspek adat dan agama. Kajian oleh Salleh & Harun (2015) meneliti fungsi ritual dalam adat pertunangan masyarakat Melayu, yang membantu memahami bagaimana ritual-ritual ini mempengaruhi

persepsi wanita Melayu terhadap pertunangan dalam konteks adat dan budaya serta peranan mereka dalam masyarakat. Sementara itu, kajian dari Abdullah et., al (2015) telah memberi pandangan tentang bagaimana nila-nilai agama mempengaruhi pandangan, harapan dan impian wanita melayu dalam proses pertunangan dan perkahwinan. Walaupun kajian ini lebih berfokus kepada adat dan agama namun, terdapat juga kerangka penting untuk memahami perubahan dalam aspirasi dan impian wanita Melayu dalam konteks moden.

Dalam kajian yang dilakukan oleh Nurhuda (2017) mengenai penelitian ritual dan simbol dalam adat perkahwinan masyarakat Melayu Di Sekinchan, Selangor berfokuskan kepada pemahaman elemen budaya tradisional yang mana telah mendokumentasikan proses adat seperti merisik, meminang, bersanding dan berinai serta menganalisis makna simbol-simbol yang digunakan dalam upacara tersebut. Dalam kajian yang dilakukan ini telah menonjolkan bagaimana adat istiadat perkahwinan mencerminkan identiti budaya masyarakat setempat dan memperkukuhkan hubungan sosial. Melalui pendekatan etnografi ini telah menyumbang kepada pemahaman nilai budaya dalam konteks masyarakat Melayu tradisional yang berhadapan dengan perubahan zaman (Salleh, 2017)

Implikasi Ekonomi

Umumnya kebanyakan kajian berkaitan budaya konsumerisme dan perkahwinan banyak dilakukan pada proses perkahwinan yang ketiga iaitu, majlis perkahwinan. Kajian yang telah dilakukan oleh oleh Husin, Ab Rahman dan Azahari (2022) serta Ibrahim, Mohamed dan Yama (2019) membincangkan perbelanjaan dalam perkahwinan Melayu dengan fokus kepada perspektif hukum Islam. Kajian oleh Husin et al., (2022) menilai keutamaan perbelanjaan dalam urusan perkahwinan berdasarkan prinsip syarak, mengkaji aspek yang dianggap penting dan perlu diutamakan dalam konteks syarak (Husin, Ab Rahman & Azahari, 2022). Sementara itu, Ibrahim et al. (2019) memfokuskan kepada elemen perbelanjaan dalam perkahwinan Melayu dari sudut pandang fiqh kontemporari, menyediakan analisis mengenai bagaimana hukum Islam moden menangani pelbagai elemen perbelanjaan dalam perkahwinan (Ibrahim, Mohamed, & Yama, 2019). Kedua-dua kajian ini sama-sama memberi penekanan kepada pemahaman bagaimana prinsip-prinsip hukum Islam mempengaruhi keputusan kewangan dalam perkahwinan Melayu.

Perancangan kewangan dalam persiapan perkahwinan mempunyai kepentingan khususnya dalam kalangan belia. Dalam hal ini kajian yang dilakukan oleh, Ramli & Manaf (2020), Zulkarnain et all (2020) dan Affandy et all, (2022) menekankan konsep kesederhanaan dan keseimbangan dalam perbelanjaan dengan mengelakkan pembaziran dan hutang berlebihan. Oleh itu, penekanan terhadap pengurusan kewangan yang bijak seperti menetapkan

bajet, menabung dan mengelakkan perbelanjaan yang tidak perlu harus dilakukan. Dalam hal ini menunjukkan tentang peningkatan kos dan perancangan kewangan harus ditelitikan.

Konsumerisme dan Globalisasi

Budaya konsumerisme memainkan peranan utama dalam membentuk dan mengarahkan trend sosial dalam masyarakat, seperti yang ditunjukkan dalam kajian oleh Sumintak dan Masruri (2022), Sallehuddin (2022), dan Jamaludin dan Ramli (2012). Konsumerisme telah mengubah amalan masa lapang dengan menekankan pembelian barang dan perkhidmatan yang dikomersialkan sebagai aspek penting dalam menikmati masa lapang. Dalam konteks majlis perkahwinan, konsumerisme menjadikan acara tersebut lebih komoditi, dengan penekanan pada pembelian barang dan perkhidmatan yang memenuhi harapan sosial dan prestij, terutamanya semasa pandemik COVID-19. Selain itu, konsumerisme mempengaruhi norma dan setereotaip gender melalui pemasaran yang memperkukuhkan peranan gender dalam masyarakat. Secara keseluruhan, budaya konsumerisme bukan sahaja mencerminkan perubahan dalam amalan sosial tetapi juga mempengaruhi dan membentuk trend baru yang membentuk cara individu berinteraksi dengan dunia mereka.

Dalam kajian "*Analisis gender dalam budaya konsumerisme semasa menurut perspektif hukum Islam*" oleh Jamaludin dan Ramli (2012) dan "*Makna Konsumerisme bagi Wanita Endorse Online Shop di Surabaya*" oleh Cloudy (2017), kedua-duanya menunjukkan bahawa wanita memegang peranan penting dalam budaya konsumerisme melalui pengaruh mereka dalam menentukan tren dan permintaan pasaran. Jamaludin dan Ramli (2012) menggariskan bagaimana wanita berperanan sebagai pengguna utama dalam kategori produk seperti pakaian dan kosmetik, mempengaruhi permintaan pasaran dan bagaimana mereka menyesuaikan diri dengan prinsip-prinsip hukum Islam dalam amalan konsumerisme mereka. Sementara itu, Cloudy (2017) menekankan peranan wanita sebagai endorser dalam talian yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui promosi produk di platform digital. Kedua-dua kajian menunjukkan bahawa wanita bukan sahaja berperanan sebagai pengguna utama dalam pasaran produk, tetapi juga sebagai agen yang membentuk tren dan pola pembelian melalui pengaruh mereka dalam pemasaran dan media sosial. Jadi tidak hairanlah, bahawa wanita mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mengukuhkan budaya konsumerisme dalam majlis pertunangan yang mana ianya telah menyerap nilai-nilai komersial dan estetika yang mencerminkan budaya dalam masyarakat moden.

Kajian oleh Shaliza Dasuki, Fazlina Mohd Radzi, Nurkhasilah Idris, dan Nur Hasliza Abdullah (2015) membahaskan bagaimana perkembangan budaya popular dan pengaruh budaya asing telah mempengaruhi perubahan sosio-budaya dalam perkahwinan Melayu secara keseluruhan. Meskipun kajian tersebut mungkin secara spesifik memfokuskan kepada perkahwinan, prinsip yang sama boleh diaplikasikan kepada majlis pertunangan, kerana pertunangan adalah salah satu komponen penting dalam keseluruhan proses perkahwinan Melayu. Kedua-dua majlis perkahwinan dan pertunangan telah terpengaruh oleh elemen-elemen asing dan budaya popular yang menyebabkan perubahan dalam cara kedua-dua upacara ini dijalankan. Kajian ini relevan kerana ia menyoroti bagaimana masyarakat Melayu, khususnya dalam konteks majlis perkahwinan dan secara meluas termasuk pertunangan), telah mengadaptasi elemen-elemen budaya asing yang diperkenalkan melalui media dan globalisasi, sehingga mencipta satu bentuk perayaan yang lebih moden tetapi masih mengekalkan aspek-aspek tradisi. Oleh itu, pengaruh budaya popular dalam majlis pertunangan orang Melayu adalah sebahagian daripada topik yang lebih luas yang dibincangkan dalam kajian ini mengenai perubahan sosio-budaya dalam masyarakat pasca moden

Berdasarkan sorotan karya yang telah dinyatakan tersebut menunjukkan bahawa tumpuan kajian terhadap budaya konsumerisme lebih banyak diberikan tumpuan kepada proses perkahwinan yang ketiga iaitu pelaksanaan majlis perkahwinan. Kajian mengenai budaya konsumerisme yang melibatkan adaptasi ritual dan penggunaan komoditi perkawinan dalam majlis pertunangan orang Melayu pada masa kini masih kurang diteroka secara khusus dan saintifik. Meskipun terdapat kajian terdahulu yang menyentuh tentang budaya konsumerisme, fokusnya lebih kepada majlis perkahwinan. Jurang kajian ini perlu diisi bagi memahami bagaimana tradisi bertunang berubah dalam era moden, termasuklah impak sosioekonomi dan budaya terhadap majlis ini. Kajian ini juga dianggap relevan kerana ianya dapat memberikan perspektif baharu terhadap penambahan budaya dalam majlis pertunangan, peranan wanita moden dan bagaimana konsumerisme mencorakkan pelaksanaan adat bertunang. Oleh itu, kajian ini dijalankan untuk mengisi jurang dalam korpus ilmu tersebut.

Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan menggunakan kaedah kualitatif. Penggunaan kaedah kualitatif dalam kajian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengadaptasian ritual perkahwinan ke dalam majlis pertunangan dalam konteks konsumerisme, yang mana membawa kepada peningkatan kos perbelanjaan pelaksanaan majlis pertunangan. Data kualitatif dikumpul menerusi kaedah temu bual tidak berstruktur yang melibatkan 15 orang Wanita Melayu yang berpendapatan rendah dan telah melangsungkan majlis pertunangan dalam tempoh masa kurang 6 bulan pada tahun 2023. Pemilihan 15 orang informan wanita sebagai sampel kajian adalah bersesuaian dengan saranan Creswell (2007), iaitu bagi kajian kualitatif, bilangan sampel yang sesuai adalah sekitar 15 orang informan sehingga 25 orang informan untuk mencapai pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman individu. Pemilihan saiz sampel seramai 15 orang, selaras dengan saranan Creswell (2007) yang mencadangkan bahawa saiz sampel kecil mencukupi untuk kajian kualitatif, khususnya apabila melibatkan pendekatan fenomenologi. Hal ini kerana kajian ini memfokuskan kepada pengalaman mendalam individu yang terlibat dalam majlis pertunangan, yang bukan merupakan acara yang sering dilaksanakan dalam satu kawasan tertentu. Oleh itu, saiz ini sudah memadai untuk mendapatkan data yang mendalam. Pemilihan sampel wanita Melayu pula kerana secara ritualnya, majlis pertunangan hanya dilaksanakan di sebelah pihak wanita. Selain itu, golongan wanita juga merupakan golongan sasaran dan sering kali dikaitkan dengan sikap membeli (Shamsil Azahari et al., 2015). Dari segi pemilihan lokasi pula, Pulau Pinang dipilih kerana negeri tersebut merupakan negara yang termaju selepas Kuala Lumpur. Perkara ini jelas dinyatakan oleh (Salian,2024) Pulau Pinang dilabel sebagai 'Lokomotif' ekonomi negara kerana merekakan pertumbuhan dan tahap pendapatan dan yang lebih tinggi. Jadi, proses dan perkhidmatan komoditi lebih meluas setanding ibu kota. Selain itu, data yang digunakan bagi menghasilkan kertas kerja ini juga datangnya dari data sekunder yang terdiri daripada bahan-bahan bercetak seperti jurnal, buku ilmiah, majalah, surat khabar dan bahan-bahan atas talian.

Dapatan Kajian

Hasil kajian mendapati bahawa bahawa majlis pertunangan dalam kangan informan di Pulau Pinang kini mengalami transformasi yang ketara akibat daipada pengaruh konsumerisme, yang membawa kepada pengadaptasian ritual perkahwinan ke dalam majlis pertunangan mereka. Perubahan ini telah menggambarkan peralihan budaya yang mana majlis pertunangan yang dahulunya lebih sederhana, kini diadakan dengan lebih meriah dan mirip kepada majlis perkahwinan. Terdapat empat elemen utama ritual perkahwinan yang diadaptasikan ke dalam

pelaksanaan majlis pertunangan iaitu, (1) tema pertunangan; (2) cendera mata/ door gift; (3) pelamin; dan (4) perkhidmatan jurufoto

Tema Pertunangan

Secara ritualnya, penggunaan tema pertunangan tidak pernah wujud sama sekali dalam ritual pelaksanaan majlis pertunangan orang Melayu. Perlaksanaan majlis pertunangan selain untuk ‘mengikat janji’ antara dua buah keluarga untuk melangsungkan majlis perkahwinan anak-anak mereka, majlis ini juga memberi peluang kepada kedua-dua keluarga untuk bertemu dan berkenalan dengan lebih dekat. Hal ini membantu mengeratkan hubungan kekeluargaan dan mewujudkan perasaan hormat dan kesepakatan antara keluarga bakal pengantin. Justeru itu, persiapan majlis pertunangan lebih memberi tumpuan kepada memenuhi tuntutan agama, adat dan juga kehadiran tetamu (Salleh, 2017)

Namun kini, dengan pengaruh moden dan globalisasi, komoditi yang digunakan dalam majlis pertunangan kadangkala mengalami perubahan, dengan penambahan elemen-elemen yang lebih kontemporari. Hal ini termasuklah penggunaan tema dalam majlis pertunangan. Umumnya penggunaan tema adalah dalam majlis perkahwinan yang menjadi trend pada tahun 2000an. Trend penggunaan tema ini seterusnya berkembang dan diserap masuk ke dalam pelaksanaan majlis pertunangan orang Melayu pada masa kini (Sallehuddin, 2018).

Hasil kajian mendapati majoriti informan menyatakan bahawa mereka telah memilih tema pertunangan dalam majlis pertunangan mereka. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh majoriti informan tersebut;

...” untuk majlis pertunangan saya, saya menggunakan tema warna, jadi saya pilih warna marron sebagai pilihan warna yang akan dipakai oleh saya dan pasangan”

Selain itu, terdapat juga informan yang telah memilih dan menggunakan tema selain tema warna, iaitu tema klasik. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Amirah tersebut;

...” masa bertunang saya memilih tema klasik, jadi dari pelamin sehingga baju semua adalah klasik, baju pun saya pakai baju kebaya”

Berdasarkan kepada kenyataan informan-informan tersebut menunjukkan bahawa majoriti daripada mereka telah melaksanakan majlis pertunangan mereka dengan tema pertunangan pilihan mereka. Hasil kajian ini juga menunjukkan bahawa tema pertunangan yang menjadi pilihan informan-informan tersebut adalah; (1) tema warna; dan tema (2) konsep tradisional. Pemilihan tema atau konsep majlis pertunangan mempunyai tujuan tertentu termasuklah (1) untuk nampak cantik; (2) mengikut trend semasa dan (3) untuk mendapatkan kelainan dan keunikan dengan majlis orang lain (Sallehuddin, 2018) selain untuk memberikan kesan visual yang seragam dan menarik dan sekaligus menjadikan majlis kelihatan lebih cantik dan teratur. Bagi Britton (2012) amatlah wajar jika wanita cenderung untuk membeli komoditi yang cantik dan sudah pastinya mereka mempunyai keinginan untuk kelihatan cantik pada hari bermakna mereka.

Apabila sesuatu tema itu telah dipilih, maka kebanyakan komoditi seperti dekorasi, makanan, hantaran, pakaian pertunangan dan sebagainya juga harus mengikut tema atau konsep yang dipilih. Dari segi kos untuk memenuhi tuntutan tema atau konsep yang dipilih, majoriti informan menyatakan bahawa kos yang dikeluarkan bagi memenuhi tuntutan penggunaan tema

atau konsep pertunangan mereka adalah sekira RM5000.00 sehingga RM7000.00. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh majoriti informan-informan tersebut;

“untuk membuat semua keperluan majlis pertunangan saya mengikut tema atau kosep, Kos yang saya keluarkan adalah sekitar RM5000.00 sehingga RM7000.00. Kos ini termasuk semua kelengkapan dan perkhidmatan seperti pakaian, pelamin, katering dan tempahan homestay dan sebagainya bagi menjayakan majlis pertunangan saya’...

Berdasarkan kenyataan majoriti informan tersebut memperlihatkan terdapat unsur-unsur budaya konsumerisme yang ketara yang mencerminkan elemen budaya konsumerisme dalam beberapa aspek yang berkaitan dengan perancangan majlis pertunangan mereka, antaranya ialah, (1) majoriti informan memberikan fokus kepada nilai estetika dan tema, iaitu informan sangat memberi penekanan kepada tema atau konsep majlis yang dirancang, yang mencerminkan nilai budaya konsumerisme yang sering mengutamakan estetika, gaya, dan penampilan. Majlis pertunangan majoriti informan dilihat bukan lagi diadakan sekadar untuk tujuan memenuhi tuntutan agama dan adat, tetapi juga untuk menonjolkan keunikan dan keindahan visual yang selari dengan trend semasa; (2) bajet yang diperuntukkan, iaitu antara RM5000.00 hingga RM7000.00, menunjukkan bahawa pelaburan yang besar untuk satu acara yang biasanya bersifat kecil dan sementara. Hal ini adalah tanda budaya konsumerisme, iaitu informan-informan tersebut cenderung mengeluarkan wang yang banyak demi memenuhi keperluan yang dianggap penting dari segi imej dan prestij; (3) memenuhi jangkauan masyarakat dan trend, dalam budaya konsumerisme, ada tekanan untuk memenuhi jangkauan masyarakat terhadap apa yang dianggap sebagai "majlis sempurna." Hal ini juga mencerminkan keinginan individu untuk memenuhi standard yang telah ditetapkan oleh norma sosial, yang sering dipengaruhi oleh media, trend, dan gaya hidup moden; (4) kepuasan memenuhi impian, kos yang dilaburkan bukan sahaja memenuhi keperluan asas dalam majlis pertunangan informan-informan tersebut, tetapi pada masa yang sama juga bertujuan untuk memberikan pengalaman yang dianggap berharga, seperti perasaan bangga atau rasa berbeza ketika majlis pertunangan berjalan lancar. Dalam budaya konsumerisme, kepuasan ini sering berkait rapat dengan apa yang boleh diperolehi atau dibelanjakan. Kejayaan sesebuah majlis pertunangan sering diukur berdasarkan sejauh mana ia dapat memberikan pengalaman yang unik dan mewah kepada tetamu, bukan sekadar kepada pasangan atau keluarga.

Tema atau konsep yang dipilih untuk majlis pertunangan secara langsung akan mempengaruhi perbelanjaan perlaksanaannya kerana ia menentukan elemen, keperluan, dan tahap kesempurnaan majlis. Pemilihan pelamin dan dekorasi (warna/ tradisional/ moden/ fantasi), lokasi majlis (pantai/ homestay/ rumah), reka bentuk kad jemputan cenderamata, makanan (katering dan jenis hidangan) dan perkhidmatan fotografi merupakan elemen-elemen tema atau konsep yang mempengaruhi peningkatan perbelanjaan dalam pelaksanaan majlis pertunangan orang Melayu kini. Justeru itu, penggunaan tema atau konsep bukan sahaja memberi identiti kepada pelaksanaan majlis pertunangan tetapi juga, pada masa yang sama meningkatkan kos berdasarkan elemen yang perlu disesuaikan dengan tema atau konsep yang dipilih. Pemilihan tema yang lebih kompleks atau eksklusif biasanya membawa kepada perbelanjaan tambahan untuk merealisasikan visi majlis yang diinginkan.

Pelamin

Pelamin ialah platform atau ruang khas yang dihias cantik untuk majlis perkahwinan, khususnya dalam budaya Melayu. Pelamin biasanya menjadi tempat pengantin duduk sebagai "raja sehari" sepanjang upacara persandingan berlangsung (Salleh, 2018). Umumnya penggunaan komoditi pelamin hanya dilihat dalam pelaksanaan majlis perkahwinan sahaja. Namun kini, penggunaan komoditi pelamin bukan lagi terhad dalam pelaksanaan upacara persandingan dalam majlis perkahwinan, tetapi juga telah digunapakai dalam majlis pertunangan. Tidak seperti pelamin di upacara persandingan, penggunaan komoditi pelamin untuk majlis pertunangan dilihat lebih kecil, tetapi hiasannya tetap sama seperti pelamin perkahwinan. Lazimnya pelamin dalam majlis pertunangan dijadikan sebagai tempat untuk upacara "menyarung cincin" sebagai simbol penyatuan dua keluarga yang bakal menjalinkan ikatan rasmi sebagai satu keluarga besar.

Hasil kajian mendapati bahawa majoriti informan menyatakan bahawa mereka telah menggunakan komoditi pelamin semasa majlis pertunangan mereka. Penggunaan pelamin pertunangan ini disewa khas melalui butik-butik pengantin yang telah dikenalpasti oleh mereka di sekitar Pulau Pinang. Penggunaan komoditi pelamin ini juga masih mengikut tema atau konsep majlis pertunangan yang telah dipilih oleh informan-informan tersebut. Hal ini sepertimana yang dinyatakan oleh mereka;

...” Untuk pelamin memang saya tempah khas dekat butik perkahwinan. Saya menyewa pelamin yang berkonsepkan minimalis kerana ianya merupakan tema majlis pertunangan saya” ...

Berdasarkan kepada kenyataan majoriti informan tersebut menggambarkan pendekatan yang terancang dalam merancang penggunaan komoditi pelamin untuk majlis pertunangan. mereka. Majoriti informan memilih untuk menempah pelamin khas daripada butik perkahwinan, menunjukkan bahawa mereka memberikan perhatian terhadap kualiti dan keperincian bentuk, saiz dan dekorasi pelamin yang dipilih.

Selain itu, kenyataan informan-informan tersebut juga menunjukkan bahawa pemilihan pelamin berdasarkan tema atau konsep majlis pertunangan yang telah mereka pilih mencerminkan cita rasa peribadi mereka. Kebiasaannya, penggunaan tema atau konsep sering dikaitkan dengan kemodenan, dan keanggunan, yang mungkin mencerminkan keperibadian penggunanya. Dengan menempah pelamin khas dari butik perkahwinan, hal ini menunjukkan bahawa terdapat usaha untuk memastikan dekorasi majlis pertunangan mereka selaras dengan tema yang diinginkan. Pilihan ini juga menunjukkan bahawa penggunaan komoditi pelamin bukan sekadar dekorasi semata-mata, tetapi pada masa yang sama merupakan elemen yang penting dalam mencerminkan; (1) gaya; dan (2) kehendak informan-informan tersebut.

Penekanan kepada "gaya" menggambarkan bagaimana informan-informan cenderung untuk memberi ketutamaan kepada aspek visual dan estetika. Dalam budaya konsumerisme, gaya menjadi simbol status dan identiti. Informan-informan mungkin memilih komoditi pelamin untuk menyerlahkan gaya hidup yang moden, elegan, atau unik, yang sering dilihat sebagai refleksi imej sosial mereka. Manakala "kehendak" pula menunjukkan bahawa perbelanjaan dan pilihan yang dibuat bukan semata-mata untuk memenuhi keperluan asas, tetapi lebih kepada memenuhi keinginan peribadi informan-informan tersebut. Dalam budaya konsumerisme, kehendak sering dipengaruhi oleh aspirasi sosial, trend semasa, dan tekanan untuk tampil sempurna di mata orang lain, walaupun kadangkala melampaui kemampuan kewangan.

... “Oleh kerana saya memilih konsep minimalist, jaddi saya telah membayar sekitar RM500.00 hingga RM700.00 bagi pelamin berkonsepkan minimalist” ...

Berdasarkan kepada kenyataan informan-informan tersebut menunjukkan bahawa mereka telah membayar antara RM500.00 hingga RM700.00 untuk memastikan pelamin yang disewa memenuhi tema dan konsep yang diinginkan bagi majlis pertunangan mereka. Jumlah ini meliputi pelbagai aspek seperti reka bentuk pelamin, jenis bahan yang digunakan, dan elemen tambahan seperti hiasan bunga, pencahayaan, serta aksesori lain yang menyempurnakan dekorasi. Dalam konteks ini, harga yang dibayar mencerminkan tahap kesempurnaan yang mereka harapkan untuk pelamin yang bukan sahaja berfungsi sebagai simbol utama dalam majlis pertunangan mereka tetapi pada masa yang sama juga mencerminkan tahap cita rasa dan keperibadian mereka. Berdasarkan kepada kenyataan informan-informan tersebut juga menunjukkan bahawa perbelanjaan untuk pelamin dianggap wajar kerana ia memainkan peranan penting sebagai titik tumpu majlis dan elemen penting yang mencerminkan keindahan dan kesempurnaan acara.”

Pelamin tidak lagi sekadar berfungsi sebagai latar belakang untuk upacara majlis pertunangan semata-mata, tetapi turut menjadi simbol status dan prestij kepada individu dan ahli keluarga yang melaksanakannya. Majoriti informan sanggup memperuntukkan sejumlah wang untuk menyewa pelamin yang memenuhi tema atau konsep yang diinginkan, mencerminkan bagaimana aspek visual dan estetika mendapat keutamaan dalam menonjolkan

Secara tuntasnya, sewaan komoditi pelamin meningkatkan kos pelaksanaan majlis pertunangan kerana ia bukan sahaja melibatkan kos bahan, tetapi juga kreativiti, tenaga kerja, dan keperluan logistik. Walaupun begitu, kepenggunaan komoditi pelamin dianggap sebagai elemen penting yang memberikan impak visual dan menjadi fokus utama dalam majlis pertunangan, menyebabkan ramai pasangan bersedia untuk melabur dalam aspek ini.

Cenderamata Pertunangan

Umumnya, pemberian cenderamata dalam majlis pertunangan orang Melayu sememangnya tidak pernah wujud. Adat pemberian cenderamata pertunangan ini hanya berlaku sejak tahun 2000an apabila pengaruh pemberian cenderamata perkahwinan diadaptasikan ke dalam majlis pertunangan orang Melayu. Cenderamata pertunangan atau *doorgift* ialah hadiah kecil atau tanda penghargaan yang diberikan oleh pengantin kepada tetamu sebagai kenang-kenangan dari majlis perkahwinan mereka. Cenderamata ini melambangkan ucapan terima kasih atas kehadiran dan sokongan tetamu pada hari istimewa tersebut. Umumnya cenderamata pertunangan ini boleh terdiri daripada pelbagai bentuk dan jenis seperti komoditi praktikal (lilin, sapu tangan, atau beg kecil), komoditi simbolik seperti barang perhiasan, rantai kunci (keychain), atau makanan seperti coklat dan kek kecil.

Hasil kajian mendapati bahawa majoriti informan mengakui telah menyediakan cenderamata pertunangan semasa pelaksanaan majlis pertunangan mereka. Hali ini seperti yang dinyatakan oleh majoriti informan tersebut;

...” Ya, terdapat goodies yang diberikan semasa majlis pertunangan saya yang lalu” ...

Berdasarkan kenyataan majoriti informan tersebut telah memperlihatkan bahawa mereka telah menyediakan cenderamata pertunangan kepada tetamu yang hadir. Dalam konteks budaya konsumerisme, pemberian cenderamata pertunangan semasa majlis pertunangan mencerminkan bagaimana penggunaan cenderamata pertunangan digunakan untuk mengekspresikan nilai sosial, simbolik dan ekonomi dalam pelaksanaan majlis pertunangan pada masa masyarakat masa kini. Ia menunjukkan bagaimana aspek budaya tradisional seperti majlis pertunangan kini diintegrasikan dengan amalan konsumerisme melalui penggunaan barangan sebagai tanda penghargaan atau simbol status. Bahkan pengadaptasian adat pemberian cenderamata pertunangan ini dalam majlis pertunangan merupakan pengaruh trend dan produk yang ditawarkan oleh pasaran. Dalam konteks ini, cenderamata pertunangan bukan lagi sebagai simbol tanda ingatan, tetapi pada masa yang sama juga mencerminkan cita rasa, kemampuan ekonomi, dan keupayaan tuan rumah untuk mengikuti trend semasa dalam memilih barangan yang unik atau berfungsi.

Dari segi kos pula, majoriti informan mengakui bahawa kos yang dikeluarkan adalah sekitar RM3.50 hingga RM5.00 dan purata cenderamata yang dibeli adalah sekitar 50 pek hingga 70 pek. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh majoriti informan tersebut;

... “dari segi kos untuk barang cenderamata adalah sekitar RM5.00 hingga RM7.00. Ada beberapa barang yang saya letakan dalam beg cenderamata tu. Buat pun tidak banyak, adalah dalam 50 pek hingga 70 pek cenderamata yang saya sediakan”

Berdasarkan kenyataan majoriti informan tersebut menunjukkan bahawa pemberian cenderamata dengan kos sekitar RM5.00 hingga RM7.00 setiap satu mencerminkan bagaimana nilai sosial dan budaya dipengaruhi oleh norma dan trend pengguna moden dalam melaksanakan majlis pertunangan. Pemberian cenderamata pertunangan ini menjadi sebahagian daripada budaya materialistik yang mengaitkan hadiah material dengan penghargaan dan tanda status sosial pihak tuan rumah. Dengan kos RM5.00 hingga RM7.00, cenderamata pertunangan menunjukkan bagaimana norma sosial mendorong pemilihan barangan yang memenuhi jangkauan tetamu, tanpa kelihatan terlalu sederhana atau terlalu mewah. Dalam masyarakat yang terpengaruh oleh budaya konsumerisme, pemberian cenderamata pertunangan menjadi simbol status dan kemampuan pasangan atau pihak tuan rumah. Walaupun kos setiap item sederhana, kehadiran cenderamata itu sendiri mencerminkan usaha untuk memenuhi harapan sosial yang semakin meningkat terhadap pelaksanaan majlis pertunangan orang Melayu kini. Pemberian cenderamata pertunangan secara kangsung akan meningkatkan kos pelaksanaan majlis pertunangan kerana ia melibatkan beberapa lapisan perbelanjaan bermula dari bahan mentah sehinggalah logistik dan pembungkusan. Walaupun pemberian cenderamata pertunangan memberi nilai simbolik dan penghargaan kepada tetamu, tetapi penyediaannya akan menambah beban kewangan dalam bajet pelaksanaan majlis pertunangan.

Jurufoto

Jurufoto perkahwinan ialah seorang profesional yang pakar dalam mengambil gambar pada hari perkahwinan untuk merakam detik-detik istimewa, emosi, dan suasana sepanjang acara. Kepakaran mereka ini bukan hanya terhadap pengambilan gambar, tetapi pada masa yang sama mereka sesorang mahir dalam menggunakan perisian pengeditan imej dan video bagi mendokumentasikan momen-momen penting secara visual dan video menjadikannya kenangan perkahwinan bagi pasangan pengantin untuk terus kekal abadi melalui fotografi. Sama seperti penggunaan komoditi seperti tema atau konsep, pelamin dan doorgift, penggunaan

perkhidmatan jurufoto perkahwinan ini merupakan sebahagian daripada ritual dalam majlis perkahwinan (Jens Ruchatz, 2018).

Penggunaan perkhidmatan fotografi perkahwinan kini menjadi satu trend yang popular dalam kalangan masyarakat orang Melayu dalam melaksanakan majlis pertunangan. Penggunaan perkhidmatan jurufoto dalam majlis pertunangan merupakan sesi penggambaran yang diadakan beberapa minggu sebelum pasangan melangsungkan majlis pertunangan (Madiah, 2017). Keadaan ini sudah menjadi norma dalam kalangan masyarakat terutamanya dalam kalangan pasangan muda yang ingin mengabadikan kenangan indah sebelum melangsungkan pertunangan. Lazimnya, sesi ini akan dilakukan selepas semasa majlis pertunangan sama ada dilakukan bersama-sama pasangan, ahli keluarga dan rakan-rakan terdekat. Secara tradisinya, bakal pengantin lelaki tidak hadir sepanjang majlis formal berlangsung, namun kehadirannya biasanya hanya selepas majlis selesai, untuk sesi fotografi (Dasuki et al., 2015). Jadi, sesi fotografi pra pertunangan akan berlangsung sama ada di luar kawasan rumah atau di dalam rumah bergantung kepada konsep dan kehendak pasangan.

Berdasarkan hasil kajian mendapati majoriti informan menyatakan bahawa mereka telah mendapatkan perkhidmatan jurufoto professional bagi majlis pertunangan mereka. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh majoriti informan tersebut;

...” Saya mengambil perkhidmatan jurugambar dan sesi fotografi hanya dilakukan disekitar rumah. Mereka turut menyediakan video dan gambar yang telah diedit. Secara umumnya, jika saya membayar lebih, kualiti gambar yang diperoleh juga akan lebih baik, jadi saya sanggup mengeluarkan kos tambahan untuk memastikan gambar kelihatan cantik dan berkualiti. Walaupun hanya majlis pertunangan, saya tetap mahukan yang terbaik, kos upah jurugambar sekitar RM700”

Berdasarkan kepada kenyataan informan-informan tersebut menunjukkan terdapat beberapa perkara yang mencerminkan pengaruh budaya konsumerisme dalam keputusan majoriti informan untuk menggunakan perkhidmatan jurufoto, walaupun untuk majlis berskala kecil seperti majlis pertunangan. Aktiviti kepenggunaan dalam konteks ini mengutamakan nilai visual, status sosial, dan kualiti perkhidmatan sebagai faktor utama yang mendorong majoriti informan untuk melabur lebih banyak dalam pengalaman mereka.

Selain itu kenyataan informan "jika saya membayar lebih, kualiti gambar yang diperoleh juga akan lebih baik" mencerminkan idea ‘berbaloi’ yang sering dikaitkan dengan budaya konsumerisme. Majoriti informan percaya bahawa perbelanjaan lebih tinggi akan memberikan hasil yang lebih memuaskan, khususnya dari segi kualiti gambar dan video yang dihasilkan oleh jurufoto. Dalam dunia konsumerisme, gambar yang cantik dan berkualiti bukan sahaja untuk kenangan peribadi tetapi juga untuk dikongsi di media sosial untuk tatapan rakan-rakan maya dan seterusnya memperkukuhkan nilai estetika dan imej sosial informan. Walaupun hanya melibatkan pelaksanaan majlis pertunangan, pelaburan dalam mengupah perkhidmatan jurufoto profesional mencerminkan kepentingan persepsi sosial untuk menunjukkan keindahan dan keunikan majlis pertunangan, iaitu gambar yang berkualiti dianggap sebagai simbol kemewahan dan status. Hal ini dapat dilihat apabila majoriti informan menyatakan kesediaan untuk mengeluarkan kos tambahan demi hasil terbaik. Hal ini menunjukkan keselarisan antara kemampuan dengan budaya konsumerisme yang mendorong informan untuk memilih produk atau perkhidmatan jurufoto yang terbaik atau ‘premium’ demi untuk memenuhi kepuasan

peribadi, walaupun kos yang harus dikeluarkan oleh informan mungkin lebih tinggi daripada bajet asal mereka.

Dalam budaya konsumerisme, terdapat trend untuk melabur wang dalam perkhidmatan yang biasanya dianggap hanya sesuai untuk acara besar, seperti perkahwinan. Penerapan penggunaan perkhidmatan jurufoto perkahwinan dalam majlis pertunangan menunjukkan bagaimana perbelanjaan mewah kini menjadi kebiasaan walaupun untuk acara kecil. Walaupun majoriti informan menyatakan mereka hanya mengeluarkan kos RM700.00, untuk mendapatkan perkhidmatan jurufoto, namun, hal ini juga mencerminkan bagaimana konsumerisme memberi justifikasi kepada perbelanjaan seperti ini sebagai pelaburan yang memberi "nilai" kepada pengguna, sama ada dalam bentuk kenangan atau kepuasan sosial. Hal ini juga menunjukkan bahawa keputusan untuk majoriti informan membayar bagi mendapatkan perkhidmatan jurugambar profesional untuk majlis pertunangan mereka mencerminkan budaya konsumerisme yang memberi keutamaan kepada pengalaman visual dan persepsi sosial.

Pengguna sanggup mengeluarkan belanja tambahan untuk memastikan kualiti perkhidmatan yang diharapkan sejajar dengan kehendak mereka. Perkara ini menunjukkan bagaimana konsumerisme moden mempengaruhi nilai, prioriti, dan gaya hidup walaupun dalam perlaksanaan majlis yang kecil seperti majlis pertunangan.

Penggunaan jurufoto profesional dalam pelaksanaan majlis pertunangan sememangnya akan meningkatkan kos perbelanjaan majlis kerana ia melibatkan pelbagai aspek yang memerlukan sumber kewangan tambahan. Jurufoto profesional biasanya mengenakan bayaran berdasarkan pengalaman, kelengkapan peralatan dan tempoh masa perkhidmatan. Dalam keadaan yang dinyatakan oleh majoriti informan, kos sebanyak RM700.00 pelaksanaan majlis pertunangan, menunjukkan pelaburan yang signifikan walaupun untuk acara berskala kecil.

Selain itu, jurufoto juga sering menawarkan perkhidmatan tambahan seperti penyuntingan gambar dan video yang lebih 'advance', yang memerlukan masa dan kepakaran untuk menghasilkannya. Perkhidmatan 'advance' ini pastinya akan memberi nilai tambah

kepada gambar atau video yang diambil semasa majlis pertunangan informan tersebut, tetapi pada masa yang sama turut meningkatkan kos pembayaran kepada jurufoto. Bahkan produk akhir seperti penghasilan album foto, cetakan gambar berkualiti tinggi, atau video yang disunting secara profesional sering kali akan dikenakan caj tambahan.

Justeru itu, penerapan ritual bergambar dengan menggunakan perkhidmatan jurufoto dalam majlis pertunangan sememangnya akan menaikan kos pelaksanaannya. Hal ini kerana penggunaan perkhidmatan tersebut melibatkan bayaran untuk perkhidmatan profesional, keperluan teknikal, dan permintaan untuk hasil berkualiti tinggi. Walaupun penggunaan jurufoto ini dalam majlis pertunangan majoriti informan memberi nilai tambah kepada majlis tersebut, tetapi secara tidak langsung, informan-informan tersebut perlu membuat pelaburan bagi tujuan tersebut.

Terdapat elemen-elemen lain juga seperti jurusolek, hantaran, lokasi, inai, busana dan pakaian yang biasanya terdapat dalam majlis perkahwinan, namun kini sudah digunakan dalam majlis pertunangan. Walaubagaimanapun, elemen-elemen tambahan ini tidak dibincangkan secara mendalam dalam kajian ini.

Penutup

Kesimpulannya, majlis pertunangan dalam kalangan masyarakat Melayu semakin mengadaptasi elemen-elemen dari majlis perkahwinan, seperti tema dan konsep majlis, cenderamata, pelamin dan jurufoto yang membawa kepada peningkatan kos perbelanjaan yang tinggi. Hal ini juga disebabkan oleh budaya konsumerisme yang semakin berkembang mempengaruhi keinginan untuk mencipta majlis yang sempurna dan berpretij. Dalam hal ini, majlis pertunangan kini lebih cenderung untuk mengutamakan elemen-elemen estetik dan kemewahan dalam setiap aspek majlis. Oleh itu, penggunaan tema yang unik, pemilihan cenderamata yang mahal, reka bentuk pelamin yang gah serta penggunaan jurufoto professional telah menjadi norma dalam majlis pertunangan pada masa kini. Keadaan ini semakin mendorong masyarakat untuk berbelanja lebih demi memenuhi kehendak sosial dan peribadi, meskipun ianya menambah beban kewangan. Jadi, amat penting untuk menyebarkan kesedaran tentang keberkesanan pengurusan kewangan dalam merancang majlis pertunangan agar ianya lebih bersederhana, tanpa mengabaikan nilai tradisi dan makna serta simbolik terhadap majlis tersebut.

Rujukan

- Abdullah, C. Z., Yahya, Z., Salleh, F., & Alias, B. (2015). Adat perkahwinan masyarakat Melayu, kesejajarannya dengan nilai Islam: Kajian di Shah Alam.
- Affandy, M. A. I. M., & Husin, S. N. M. S. (2022). Aplikasi Konsep Wasatiyyah dalam Pengurusan Perbelanjaan Perkahwinan menurut Perspektif Islam [Application on Wasatiyyah Concept in Islamic Wedding Expenses Management]. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 23(3), 58-75.
- Airwan, N. A. A. B. Z., & Sallehuddin, M. K. B. M. (2022). Konsumerisme Ke Atas Telefon Pintar Iphone Sebagai Cerminan Kepada Identiti Pengguna. In *Proceedings of 4th U SM-International Conference on Social Sciences (USM-ICOSS)* (p. 198).
- Cloudy, N. M. (2017). *Makna Konsumerisme Bagi Wanita Endorse Online Shop di SURABAYA* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Creswell, J. W. "Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches" (2007)
- Dasuki, S., Mohd Radzi, F., Idris, N., & Abdulah, N. H. (2015). Perkembangan budaya popular dan perubahan sosio-budaya masyarakat pasca moden: Adaptasi budaya asing dalam perkahwinan Melayu.
- Hamizi, M. A. F. M. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Baharu dan Impaknya Terhadap Masyarakat Malaysia. *Perspektif Jurnal Sains Sosial dan Kemanusiaan*, 15, 24-37..
- Hasim, H. (2009). *Perancang perkahwinan: Mula membudaya dalam masyarakat Melayu moden kini*. Universiti Putra Malaysia Institutional Repository. Diakses dari <http://psasir.upm.edu.my/id/eprint/4531/1/0724.pdf>
- Husin, S. N. M. S., Ab Rahman, A., & Azahari, R. (2022). Prioriti Dalam Perbelanjaan Urusan Perkahwinan Masyarakat Melayu Menurut Syarak (Priority in Marriage Expenditure by Malays Society from Shariah Perspective). *UMRAN-Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 9(2), 101-120.
- Ibrahim, S. Z., & Mohamad, N. (2018, October). Elemen perbelanjaan yang sederhana sebagai wasilah merealisasikan maqasid al-syariah dalam perkahwinan. In *4th Muzakarah Fiqh & International Fiqh Conference*.
- Ibrahim, S. Z., Mohamed, M. F., & Yama, P. (2019). Elemen perbelanjaan dalam perkahwinan Melayu: Tinjauan hukum dari perspektif fiqh kontemporari. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 4(4), 12-18.

- Jamaluddin, J., & Mahali, M. (n.d.). Erti sebuah pemberian. *Acc & Law Journal*, 1(1), 9. Diakses dari <https://www.azminias.com/accandlaw1.pdf>
- Jamaludin, M. A., & Ramli, M. A. (2012). Analisis gender dalam budaya konsumerisme semasa menurut perspektif hukum Islam.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American psychologist*, 57(9), 705.
- Madiah, S. N. (2017). *Gelagat perbelanjaan perkahwinan masyarakat melayu muslim menurut perspektif syariah* (Doctoral dissertation, Tesis Dr. Fal, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur).
- Marcuse, H. (2007). *Art and liberation: Collected papers of Herbert Marcuse*. Routledge.
- Marwick, A. E. (2015). Instagram: Luxury selfies in the attention economy. *Public culture*, 27(1 (75)), 137-160.
- Mustafa, S. E., & Hamzah, A. (2011). Media Baharu yang Baharu: Trend Penggunaan Jaringan Sosial Dalam Kalangan Pengguna di Malaysia: New new media: Trends in the use of social networks among consumers in Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13(2), 93-110.
- Mustapha, A. M., & Junoh, N. (2022). Analisis Pandangan Hukum Menurut Ulama Kontemporari Dalam Isu Kepenggunaan Berkaitan Kosmetik: Analysis of Islamic Law Views According To Contemporary Islamic Scholars On Consumer Issues Related To Cosmetics. *Journal of Fatwa Management and Research*, 27(2-SE), 166-183.
- Norhuda Salleh & Yaacob Harun. (2015). Fungsi Ritual dalam Adat Pertunangan Masyarakat Melayu. *Journal of Education and Social Sciences*, Vol (1):228-235: ISSN 2289-9855.
- Rahman, S. M. H. S. A., Ramli, M. A., Sa'ari, C. Z., Norman, A. A., Mamat, M. A., & Azhar, M. H. M. (2022). Penggunaan Media Sosial Baharu: Isu-Isu dan Panduan Perspektif Islam. *Jurnal Usuluddin*, 50(1), 69-92.
- Ramli, Z., Farid, N. A. M., Sum, S. M., & Manaf, A. A. (2020). Strategi Pengurusan Kewangan Mahasiswa Berkahwin: Kajian Perbandingan Malaysia Dan Indonesia. *E-Bangi Journal*, 17(4).
- Robani Haji Yusuf, (1984). Bab Nikah, Rumusan Kuliah-kuliah. Melaka: Percetakan Suria.
- Salian, S. (2024, Ogos). Jurang lima negeri kaya, sembilan negeri lain semakin besar. *Berita Harian Online*. Diakses dari <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2023/08/1142775/jurang-lima-negeri-kaya-sembilan-negeri-lain-semakin-besar>
- Salleh, N., & Harun, Y. (2015). Fungsi ritual dalam adat pertunangan masyarakat Melayu. *Journal of Education and Social Sciences*, 1(26), 228-235.
- Sallehuddin, M. K. M. (2022). Budaya konsumerisme dalam majlis perkahwinan orang Melayu dalam situasi pandemik Covid-19. *Geografia*, 18(2), 264-277.
- Sannusi, S. N., Ibrahim, F., Shaari, A. H., & Subhi, N. (2019). Penggunaan media sosial dalam kalangan remaja B40 di sekitar Lembah Klang. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 101-118.
- Shaliza Dasuki, Fazlina Mohd Radzi, Nurkhasilah Idris, & Nur Hasliza Abdullah. (2015). Perkembangan Budaya Populer dan Perubahan Sosio-Budaya Masyarakat Pasca Moden: Adaptasi Budaya Asing Dalam Perkahwinan Melayu.
- Sumintak, S., & Masruri, M. (2022). Sosiologi Masa Lapang: Budaya Konsumerisme Masyarakat Bandar. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*, 3(1), 214-222.
- Yakimir Abd Talib, Y. (2019). Anggun pada majlis bertunang. *Harian Metro*. Diakses dari <https://www.hmetro.com.my/authors/yusliza-yakimir-abd-talib>
- Zulkarnain, N. M., & Ramli, Z. (2020). Perancangan kewangan ke arah perkahwinan dalam kalangan belia. *Jurnal Wacana Sarjana*, 4(2), 1-14.