

ABSTRACT

Wijanarko, Bayu Ajie. 2025. INTERNALIZING CAPITALISM AND CONSUMERISM: CULTURAL HEGEMONY IN MRBEAST'S YOUTUBE CHANNEL. Thesis. English Literature Study Program, Faculty of Humanities, Ministry of Higher Education and Culture, Jenderal Soedirman University, Purwokerto. Supervisor 1: Aidatul Chusna S.S., M.A. Supervisor 2: Tri Murniati S.S., M.Hum., Ph.D. External Examiner: Eni Nur Aeni S.S., M.A. Secretary: Dr. Lynda Susana Widya Ayu F, S.S., M.Hum

Keywords: capitalism, consumerism, cultural hegemony, MrBeast, YouTube.

This study aims to examine how the ideologies of capitalism and consumerism are internalized in YouTube content by the creator known as MrBeast, and how this internalization is accepted by both the participants in his videos and the audience without realizing the underlying ideological exploitation. This research applies Antonio Gramsci's theory of Cultural Hegemony as the theoretical framework to explain how the dominance of capitalist ideology is subtly and persuasively conveyed through popular media. The analysis focuses on the audio, visual, and verbal elements in MrBeast's videos, treating them as a unified narrative. The findings reveal three key strategies used by MrBeast to construct ideological hegemony: (1) his portrayal as a savior figure, presenting financial assistance as an act of personal generosity from a wealthy individual; (2) the emphasis on the pursuit of personal success through hard work and luck, reinforcing meritocratic capitalist values; and (3) philanthropic practices that blur the lines between entertainment consumption and charitable acts. These three strategies demonstrate that MrBeast's content is not merely entertaining, but also acts as a tool to spread capitalist and consumerist values in a way that feels natural or acceptable to the audience.

ABSTRAK

Wijanarko, Bayu Ajie. 2025. INTERNALIZING CAPITALISM AND CONSUMERISM: CULTURAL HEGEMONY IN MRBEAST'S YOUTUBE CHANNEL. Skripsi. Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Kementerian Pendidikan Tinggi dan Kebudayaan, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto. Pembimbing 1: Aidatul Chusna S.S., M.A. Pembimbing 2: Tri Murniati S.S., M.Hum., Ph.D. Penguji Eksternal: Eni Nur Aeni S.S., M.A. Sekretaris: Dr. Lynda Susana Widya Ayu F, S.S., M.Hum

Kata kunci: kapitalisme, konsumerisme, hegemoni budaya, MrBeast, YouTube.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana ideologi kapitalisme dan konsumerisme diinternalisasikan dalam konten YouTube oleh kreator yang dikenal dengan nama MrBeast, serta bagaimana internalisasi tersebut diterima oleh para peserta dalam videonya maupun oleh audiens tanpa menyadari adanya eksploitasi ideologis yang mendasarinya. Penelitian ini menggunakan teori Cultural Hegemony dari Antonio Gramsci sebagai kerangka teori untuk menjelaskan bagaimana dominasi ideologi kapitalis disampaikan secara halus dan persuasif melalui media populer. Analisis difokuskan pada elemen audio, visual, dan verbal dalam video-video MrBeast yang diperlakukan sebagai satu narasi terpadu. Temuan penelitian mengungkapkan tiga strategi utama yang digunakan oleh MrBeast untuk membangun hegemoni ideologis: (1) penggambaran dirinya sebagai sosok penyelamat, yang menunjukkan bantuan finansial sebagai bentuk kemurahan hati pribadi dari individu kaya; (2) penekanan pada pencapaian kesuksesan pribadi melalui kerja keras dan keberuntungan, yang memperkuat nilai-nilai kapitalisme meritokratis; dan (3) praktik filantropi yang mengaburkan batas antara konsumsi hiburan dan tindakan amal. Ketiga strategi ini menunjukkan bahwa konten MrBeast tidak hanya bersifat menghibur, tetapi juga menjadi alat untuk menyebarkan nilai-nilai kapitalis dan konsumeris dengan cara yang terasa alami atau dapat diterima oleh audiens