

## BAB IV ANALISA

Manusia telah mengalami evolusi, namun bukan dalam artian biologis sebagaimana gagasan yang pernah disampaikan oleh Charles Darwin. Anatomi tubuh manusia dari masa ke masa, sejak berburu dan mengumpulkan makanan, bercocok tanam, hingga industri tetaplah sama. Namun orientasi konsumsi manusia perlahan terus mengalami pergeseran makna, dari semula bertujuan untuk bertahan hidup (*survive*) dan memenuhi kebutuhan (*needs*), menuju ke arah pemuasan hasrat (*desire*) dan gaya hidup (*lifestyle*).

Sebelum Baudrillard, John K. Galbraith telah lebih dahulu mempengaruhi dunia pemikiran sosial dengan idenya bahwa manusia adalah *homo psycho-economicus*. Ekonom tersebut menyatakan konsumsi ditentukan oleh faktor kebutuhan atau hasrat memperoleh kenikmatan. Baudrillard merespon dan melakukan revisi atas pernyataan Galbraith tersebut. Walaupun tidak menafikan pentingnya faktor kebutuhan dan keinginan, Baudrillard lebih jauh menilai bahwa konsumsi juga ditentukan oleh seperangkat hasrat untuk memperoleh penghormatan, status, prestise, dan konstruksi identitas melalui suatu “mekanisme penandaan”.<sup>87</sup> Jadi, menurut Baudrillard, sistem nilai-tanda dan nilai-simbol merupakan dasar dari mekanisme sistem konsumsi.

Pada intinya konsumsi telah menjadi kegiatan dan identitas masyarakat modern. Individu memaknai semakin pentingnya aktivitas konsumsi baik dalam pengalaman personal maupun pergaulan sosial. Konsumerisme telah merasuki arena kehidupan keseharian masyarakat, terutama sekali di wilayah perkotaan. Hal ini sangat dimungkinkan karena kota didesain sebagai ruang konsumen (*consumer space*) yang diharapkan mampu memuaskan kebutuhan kelas menengah baru.<sup>88</sup> Beberapa kegiatan konsumtif yang dilakukan seperti kebiasaan menghabiskan

---

<sup>87</sup>Jean P. Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, terj. Wahyunto, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), h. 76-77.

<sup>88</sup>Irawan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 33.

waktu luang di mall<sup>89</sup> dan menyantap makanan di *foodcourt* (Mufidah, 2012).<sup>90</sup> Meminjam judul lagu Red Hot Chilli Peppers, kelihatannya masyarakat perkotaan sedang mengalami *Californication*.

#### **A. Keadaan Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Masa remaja termasuk mahasiswa merupakan masa transisi, sehingga tidak sedikit dari mereka melakukan suatu tindakan yang menyimpang. Berdasarkan tingkatannya, penyimpangan tersebut sebagai berikut:<sup>91</sup>

1. Taraf wajar, berdasarkan ciri-ciri masa remaja,
2. Taraf menengah, yang menunjukkan bahwa seorang merasa terganggu, sehingga dia melakukan penyimpangan
3. Taraf kuat, yang meliputi penyimpangan pasif dan penyimpangan agresif. Penyimpangan pasif merupakan bentuk tingkah laku yang menunjukkan kecenderungan putus asa dan merasa tidak aman, sehingga menarik diri dari kegiatan serta takut memperlihatkan usahanya. Penyimpangan agresif merupakan bentuk tingkah laku sosial yang menunjukkan kecenderungan merusak, melanggar peraturan, dan menyerang.

Dengan demikian, remaja memiliki potensi besar untuk melakukan tindakan menyimpang. Salah satu perilaku menyimpang yang kebanyakan dilakukan para remaja adalah membeli sesuatu yang bukan lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi lebih cenderung membicarakan masalah eksistensi diri, yang biasa disebut sebagai perilaku konsumtif. Hal ini hampir melanda semua kalangan, baik di sekolah/kampus maupun di dalam masyarakat. Budaya konsumen kontemporer dicirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup.

---

<sup>89</sup>M. Imam Zamroni, "Mall, Masyarakat Yogya, dan Budaya Konsumsi," *Aplikasisa Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol. 8 No. 1 (2007), h. 14-29.

<sup>90</sup>Nur Lailatul Mufidah, "Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan *Foodcort* oleh Keluarga," *BioKultur*, Vol. 1 No. 2 (2012), h. 157-178

<sup>91</sup>Abdur Rohman, "Budaya Konsumerisme...", h. 242.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tidak lepas dari keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya melalui gaya hidup yang mereka pilih. Mereka mengkonsumsi barang kurang penting. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan menunjukkan bahwa ada sebagian mahasiswa yang suka berbelanja, dan ada perbedaan tingkat konsumsi mahasiswa dan mahasiswi.

Tentu budaya konsumtif di kalangan mahasiswa terbentuk karena adanya keadaan yang mendukung, seperti pendapatan orang tua dan kekayaan lain yang dimiliki keluarganya. Adapun melalui pengumpulan data yang telah dilakukan penulis di dapati bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki orang tua yang berpendapatan sebesar Rp. 6.000.000 - Rp. 8.000.000 dan sebagiannya lagi memiliki orang tua yang berpendapatan Rp. 8.000.000 - Rp. 10.000.000 serta ada beberapa mahasiswa yang memiliki orang tua yang berpendapatan sebesar < Rp. 10.000.000 dan hanya sedikit yang memiliki orang tua dengan pendapatan < Rp. 3.000.000.

Melalui pendapatan rata-rata menengah ke atas, membuat sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki kendaraan sepeda motor sendiri sebagai kendaraan ke kampus dan ada beberapa yang menggunakan mobil pribadi sebagai kendaraannya ke kampus. Adapun yang tidak menggunakan kendaraan pribadi untuk ke kampus karena mereka memiliki kost yang dekat lingkungan kampus UMSU. Selain itu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki handphone dan laptop sebagai alat kebutuhan untuk komunikasi dan perkuliahan, namun tidak jarang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki handphone dan laptop lebih dari 1 (satu) buah, sebab dalam pengakuan para informan sebagian besar dari mereka memiliki 2 atau lebih handphone yang digunakan sesuai dengan kebutuhannya, seperti 1 buah untuk kebutuhan komunikasi dan 1 buahnya lagi untuk kebutuhan bermain game dan menonton. Begitu juga kepemilikan laptop yang lebih dari 1 (satu) buah.

Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan yang kost, mereka memiliki uang bulanan yang relatif tinggi, rata-rata mereka mendapatkan uang bulanan dari orang tua sekitar Rp. 800.000 – Rp. 2.000.000. Sedangkan mahasiswa yang tinggal bersama orang tua, mereka mendapatkan uang saku sekitar Rp.500.000 – Rp. 800.000 per minggu nya. Sehingga dengan keadaan ekonomi yang cukup mapan tersebut tidak jarang pada saat selesai perkuliahan terkadang mereka menyempatkan diri berkumpul dengan teman-teman di cafe, sedangkan saat hari libur mereka menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan dan tempat wisata. Namun tidak secara keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan melakukan hal yang demikian, ada sebagian kecil dari mereka yang saat hari libur mencari uang sampingan dengan bekerja sebagai ojek online dan guru privat bagi siswa SD, SMP, dan SMA demi untuk memenuhi kebutuhan bulanan mereka.

Dengan demikian terdapat keadaan dengan hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan, selayaknya yang terjadi pada masyarakat pada umumnya. Kendatipun memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tetap dapat mempertahankan indeks prestasi mereka di kampus dan tidak sedikit dari mereka mengharumkan nama kampus dengan mengikuti berbagai perlombaan tingkat provinsi nasional dan tingkat internasional. Seperti pada tahun 2021, Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU sukses meraih Juara International Accounting and Auditing Competition di Universiti Teknologi MARA (UiTM), Malaysia.<sup>92</sup>

Pada tahun yang sama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU, berhasil menoreh prestasi dalam ajang Spain Masters 2021 dan berhasil memenangkan medali emas pada ajang Spain Masters 2021, di Federación Española de Bádminton, Huelva, Spanyol.<sup>93</sup> Kemudian di tahun 2023,

---

<sup>92</sup>Lihat pada <https://umsu.ac.id/feb-umsu-apresiasi-mahasiswa-berprestasi/>

<sup>93</sup>Lihat pada <https://umsu.ac.id/mahasiswa-umsu-ukir-prestasi-di-spanjol/>

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta anggota Unit kegiatan mahasiswa UMSU ini turun di nomor Kumite=84 U 21 di bawah bendera INKAI berhasil meraih medali perak dalam ajang South East Asia Federation Karate Federation Championships (SEAKAF) 2023 di Manila, Filipina.<sup>94</sup>

## **B. Tinjauan Kritis Terhadap Masyarakat Konsumtif**

Kebutuhan manusia itu beragam, maka masyarakat harus mengikuti keragaman itu dan perubahannya. Hubungan konsumen dan objek konsumsi pun ikut berubah dengan keberagaman itu. Produksi dan konsumsi merupakan satu-satunya dan bahkan proses hubungan yang masuk akal dalam rantai sebuah produksi besar yang diperluas dengan kekuatan penuh produktif. Ketika produksi dikerahkan secara besar-besaran yang mengakibatkan keberlimpahan sehingga dibutuhkan tempat dilemparkan barang dan jasa, disitulah kapitalis harus membuat masyarakat mengkonsumsi barang yang telah diproduksi tersebut.<sup>95</sup> Maka dibuatlah semacam ideologi agar masyarakat membelanjakan uangnya untuk barang dan jasa tersebut. Ideologi tersebut muncul ketika produksi digantikan oleh konsumsi, terutama dengan adanya arus globalisasi kapitalis semakin melebarkan kekuatan untuk melanggengkan kekuasaan atas masyarakat dalam konsumerisme.<sup>96</sup>

Pernyataan konsumsi sebagai objek bukanlah hal yang dianggap remeh semata. Adanya kapitalis sebagai pisau ideologi industri modern telah diasah semakin tajam dengan adanya konsumerisme. Munculnya ideologi kapitalis ini sedikit demi sedikit telah merubah tatanan sistem yang ada demi melancarkan tujuannya. Alhasil, semula konsumsi sebagai bentuk tujuan diadakannya produksi, maka sekarang produksi diubah menjadi tujuan adanya konsumsi. Dari sini mulai terlihat posisi konsumsi dan produksi bergeser.

---

<sup>94</sup>Lihat pada <https://kaldera.id/news/medan/57015/karateka-umsu-sabet-perak-seakaf-di-manila/>

<sup>95</sup>Herbert Marcuse, *Towards A Critical Theory of Society*, (London: Routledge, 2001), h. 25.

<sup>96</sup>Haryatmo, *Membongkar Rezim kepastian*, (Yogyakarta: Kanisius, 2016), h. 63.

Faktor kebutuhan adalah faktor yang mendorong akan adanya konsumsi. Kebutuhan yang normalnya membutuhkan sesuatu yang hanya dianggap seperlunya dibutuhkan, akan tetapi sekarang kebutuhan menjadi segala sesuatu yang termanipulasi, sehingga berdampak pada sesuatu yang dulunya tidak dibutuhkan menjadi dibutuhkan. Tentunya dalam hal ini hasrat adalah sosok yang menjadi aktor penting dalam kebutuhan. Dulunya kita mendengar kebutuhan yang wajib itu adalah kebutuhan primer dan sekunder, akan tetapi sekarang yang sekunder pun akan menjadi primer.

Herbert Marcuse mengungkapkan bahwa hasrat pada kebutuhan akan sesuatu yang menyebabkan konsumerisme di era industri modern semakin merajalela. Hal ini tersirat pada buku Marcuse yang berjudul *Eros and Civilization*<sup>97</sup> bahwa kontrol-kontrol yang ada pada diri manusia sudah melemah. Telah dijelaskan dalam bukunya tersebut, bahwa Marcuse secara eksplisit memang mengkritik teori psikoanalisa Sigmund Freud dalam menilai masyarakat modern,<sup>98</sup> akan tetapi secara tidak langsung pun Marcuse merekonstruksi ulang teori Freud untuk mengkritik masyarakat industri modern.<sup>99</sup> Pada awalnya dalam ranah industri modern, psikologi menurut Marcuse hanya akan memiliki kekuatan analisis andai individu yang berada dalam konteks kekuatan sosial politik itu memiliki kekuatan untuk membentuk kebebasan dirinya sendiri. Akan tetapi jika kekuatan ranah sosial telah berhasil menekan dan membuat sang individu tidak lagi memiliki kekuatan untuk menjadi diri sendiri, dia akan terealisasi. Dalam kondisi demikian, menerapkan psikologi dalam analisis realitas sosial dan politik berarti meliggunakan suatu pendekatan yang telah dilemahkan oleh realitas pengekangan itu sendiri. Jelas dalam hal ini bagi Marcuse psikologi yang ditawarkan Freud tidak dapat diterapkan pada ranah industri modern, untuk itu Marcuse mulai merekonsiliasi kembali pemikiran Freud menjadi formula baru dalam menilai masyarakat modern.

---

<sup>97</sup>Herbert Marcuse, *Eros and Civilization*, (Boston: Beacon Press, 1955), h. 222.

<sup>98</sup>Marcuse, *Eros and Civilization...*, h. 8.

<sup>99</sup>Marcuse, *Eros and Civilization...*, h. 21.

Marcuse pada akhirnya menawarkan sebuah formula baru dalam bukunya *Eros and Civilization* yang bermaksud mengembangkan beragam substansi sosiologis masyarakat dalam psikologi. Energinya adalah psikologi, namun diarahkan untuk mengungkap fenomena yang terjadi pada zamannya. Perubahan di era masyarakat industri modern ternyata tidak bisa lagi terbendung. Semula ide Sigmund Freud yang memformulasikan penindasan nafsu untuk mengarahkan pada perubahan dan kemajuan peradaban ternyata penindasan dengan sendirinya sudah bergeser inakna. Hal inilah ternyata sejalan dengan apa yang telah ditakutkan Marcuse. Penindasan yang terjadi sudah terlanjur menyeluruh ke sudut-sudut aspek kehidupan masyarakat modern. Hal ini tentunya tidak bisa terelakkan karena sistem yang lepas kontrol menjadi pengontrol sistem itu sendiri, dan akibatnya masyarakat modern pun mau tak mau haruslah mengikuti perjalanan serta perubahan sistem tersebut. Dari sini nampak jelas superego telah melemah, sehingga id dan ego mendominasi penuh untuk menggerakkan nafsu dan hasrat yang ada pada manusia. Alhasil dari melemahnya superego, maka tidak ada lagi yang mengimbangi dorongan-dorongan destruktif yang ada pada diri manusia, hal ini dikarenakan efek dari sistem-sistem yang sudah menggerakkan manusia tanpa disadari. Marcuse berpendapat, tidak ada lagi yang bisa menahan laju hasrat dan nafsu manusia kecuali superego, dan apabila superego sudah melemah maka manusia pun membabi buta untuk mengikuti hawa nafsu dan hasratnya, alhasil bukannya kemajuan dan perubahan peradaban yang ada, akan tetapi penghancuran lah yang akan terjadi.<sup>100</sup>

“Fakta bahwa prinsip realitas harus selalu dibangun kembali dalam perkembangan manusia menunjukkan bahwa kemenangan prinsip realitas atas prinsip kesenangan tidak pernah lengkap dan aman. Dalam konsepsi Freud-ian, peradaban tidak mematikan ‘kekuatan alam’ sekali dan selama-

---

<sup>100</sup>Marcuse, *Eros and Civilization...*, h. 21.

lamanya. Apa yang direpresi dan dikuasai oleh peradaban (klaim prinsip kesenangan) tetap hidup, eksis dalam peradaban itu sendiri.”<sup>101</sup>

Bagi Sigmund Freud manusia di zaman industri modern saat ini telah termanipulasi oleh dua dunia. Dua dunia yang merupakan teori dasar Sigmund Freud telah membuka jalan bagi Marcuse untuk mengungkap penyakit yang ada pada industri modern. Konsep teori Sigmund Freud berkaitan jelas dengan proses sadar dan tidak sadar yang ada pada diri manusia. Bagi Sigmund Freud individu manusia telah hidup dalam dua dimensi berbeda, yang ditandai dengan dua proses dan prinsip mental yang berbeda juga. Manusia berada pada proses tidak sadar bila manusia terus menerus mengikuti prinsip kesenangan. Alam tak sadar ini bersifat primer dan struktural yang diatur oleh prinsip kesenangan dimana hal ini juga mempengaruhi sistem mental. Keprimeran ini tidak memperjuangkan apa-apa kecuali hanya untuk mendapatkan kesenangan saja, sehingga menghindari adanya hal-hal yang mengarah pada ketidaksenangan (kemunduran aktivitas mental). Akan tetapi semua prinsip kesenangan akan menjadi konflik dan momok bagi individu itu sendiri apabila prinsip kesenangan itu tidak terkendali dan tidak sesuai dengan lingkungan manusia. Dalam hal ini keprimeran yang menghasilkan kesenangan telah merubah konsumerisme yang tadinya hanya sekedar objek perkembangan kapitalisme malah menjadi subjek.

Pertikaian mulai nampak jelas ketika prinsip realitas dan prinsip kesenangan bertemu. Dunia kedua yang diduduki manusia untuk menyeimbangkan proses tak sadar menjadi proses sadar mulai terbentuk. Dalam artian prinsip realitas telah memberhentikan dan inenyadarkan individu dari proses tak sadar akan kontrol prinsip kesenangan menjadi berangsur-angsur sadar. Hal ini jelas tergambar apabila kebutuhan yang diperlukan oleh prinsip kesenangan tidak terpenuhi dikarenakan realitas yang ada ternyata berbeda. Maka dari itu timbulah traumatik akan prinsip kesenangan individu dan menimbulkan rasa sakit sehingga menyadarkan individu yang tak sadar

---

<sup>101</sup>Marcuse, *Eros and Civilization...*, h. 22.



menjadi sadar. Sigmund Freud mengatakan bahwa prinsip realitas ini telah melindungi dan bukan mengukudeta prinsip kesenangan, dan hanya memodifikasi individu agar mengingkari prinsip kesenangan. Dari sinilah pertikaian antara prinsip realitas dan prinsip kesenangan bisa didamaikan. Akan tetapi semua akan berbeda apabila st penguasa (pemegang kontrol) telah mendominasi prinsip realitas. Secara tidak langsung penguasa bisa memanipulasi prinsip realitas dengan prinsip kesenangan. Alhasil, konsumerisme perlahan telah menguatkan statusnya untuk memanipulasi segala sesuatu agar masyarakat modern bahagia dan sejahtera.<sup>102</sup>

Konsumerisme merubah segala sesuatu pada zaman industri modern menajadi termanipulasi secara keseluruhan secara tidak langsung karena kebutuhan. Pemanfaatan yang maksimal dilakukan oleh sistem konsumtifitas di era modem demi menggapai tujuan utamanya, yaitu manipulasi pasar. Prinsip kesenangan yang sudah disadarkan oleh prinsip realitas ternyata juga sudah termanipulasi. Konsumerisme sebagai objek dalam ekonomi bisnis pun mulai bergeser makna menjadi subjek dalam ekonomi. Kekejaman ini tidak lain merupakan bentuk kejahatan sistem yang dahulu dibuat manusia sekarang sudah termodifikasi sehingga berbalik sistem tersebut mengontrol manusia. Semula kebutuhan hanya terdiri dari tiga ical pokok,<sup>103</sup> sekarang ketiga hal pokok tersebut sudah termanipulasi sehingga membuat kepuasan individu

<sup>102</sup>Marcuse, *Eros and Civilization...*, h. 14.

<sup>103</sup>Kebutuhan manusia menurut intensitasnya di kelompokkan menjadi 3 macam yaitu:

1. Kebutuhan primer adalah kebutuhan utaiia atau kebutuhan yang paling penting untuk di penuhi guna menielihara kelangsungan hidup. Meliputi makanan, minuman, pakaian, dan tempat tinggal (peruniahahan) , teknologi, pendidikan , dan kesehatan.
2. Kebutuhan Sekunder dalam kebutuhan kedua sebagai pelengkap (tambahan) yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dipenuhi, contoh kebutuhan sekunder perabot rumah tangga, radio, arloji, televisi, dan seragam.
3. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan ketiga sebagai pelengkapan kehidupan manusia yang pemenuhannya dapat dihindarkan. Kebutuhan tersier bersifat *prestise*, artinya orang yang dapat memenuhi kebutuhan ini akan terangkat derajat atau martabatnya. Contoh kebutuhan ini lemari es, peralatan niusik, komputer, sepeda motor, dan mobil mewah.

Arfida BR, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 14-

menjadi tidak terpenuhi secara puas. Munculnya masyarakat konsumen merupakan upaya inengorganisir kebutuhan masyarakat serta mengintegrasikannya ke dalam sistem konsumerisme yang dirancang untuk menggantikan semua interaksi terbuka sehingga menciptakan imajinasi akan realitas alam, kebutuhan dan teknologi. Tekonologi menurut Jean Baudrillard dalam bukunya Masyarakat Konsumerisme telah berperan penting, khususnya menempatkan manusia sebagai agen yang menyebar imajinasi kepada seluruh masyarakat konsumen. Dalam hal inilah sedikit demi sedikit konsumerisme sudah menapakkan kaki sebagai pengontrol dan subjek bagi masyarakat konsumen.<sup>104</sup>

Pada zaman modern setiap individu manusia telah tenggelam ke dalam manipulasi simbol dan tanda. Bisa dimisalkan simbol dan tanda ini terselip di dalam bentuk branding yang telah menghiasi keajaiban peradaban. Saat ini bagi mereka yang mempunyai handphone *IPhone* merupakan tanda bagi mereka yang kaya dibandingkan dengan mereka yang mempunyai *Android*. Sadar ataupun tidak sadar konsumsi telah menjadikan keadaan individu masyarakat terbagi menjadi kelas-kelas tertentu. Bedanya sistem kelas yang dahulu diterapkan oleh para *borjuis* dengan *proletar* pada zama Marx merupakan bentuk sistem kelas yang diterapkan melalui sistem kerja sedangkan pada zaman modern sistem simbol dan tanda yang diterapkan oleh konsumerisme zaman modern telah menjadikan kesemua segi kehidupan individu menjadi berkelas. Tentunya dari sini kita mengamini bahwa konsumerisme telah melemahkan dimensi negatif yang ada pada masyarakat modem. Dimensi negatif ini tergambar dalam bentuk kritik yang telah dilumpuhkan sehingga menjadikan individu teralienasi dan tidak sadarkan diri dengan adanya konsumerisme. Bagi Marcuse sendiri diinensi negatif merupakan wahana rasional yang ada pada individu manusia, akan tetapi kehadiran konsumerisme telah mengirasionalkan adanya dimensi negatif ini. Irasional yang ada pada industri modem itu sendiri telah dimodifikasi

---

<sup>104</sup>Haryatmo, *Membongkar Rezim kepastian...*, h. 63.

sedemikian rupa sehingga menjadi nampak Nasional bagi masyarakat industri modem. Keluarlah ungkapan rasionalitas teknologi yang digaungkan oleh Marcuse, ungkapan ini terbentuk dari gambaran kekecewaan Marcuse akan sistem pengontrolan baru yang ada pada zaman modern.<sup>105</sup>

Dalam prinsip realitas, posisi konsumen dalam konsumerisme adalah berhubungan dengan dunia nyata sehingga si konsumen mampu memahami akan apa yang dibutuhkan dan digunakan dalam penerapan konsumerisme. Akan tetapi fakta yang ada telah berbalik karena realitas konsumen telah kehilangan nilai guna sehingga pemborosan serta pengliamburan dalam konsumerisme terjadi dan tidak terelakkan dikarenakan adanya prinsip kesenangan.<sup>106</sup> Hal ini terjadi persis seperti pertikaian antara prinsip kesenangan dan realitas. Penulismenekankan telah terjadi perubahan kedudukan antara produksi dan konsumsi. Jika dulu ada slogan pahlawan produksi akan tetapi pada zaman modem telah berubah menjadi pahlawan konsumsi. Kelemahan nilai guna telah dimanipulasi dan dimanfaatkan dengan baik oleh konsumsi sehingga menjadikan mereka sebagai subjek dan membuang jauh produksi yang selama ini menjadi subjek. Konsumsi yang berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan secara tidak langsung sudah menjadi trend bagi masyarakat yang ingin dibilang kaya. Semua ini tidak lain hanyalah untuk mengukuhkan kedudukan dan status sosial yang mereka dapatkan dari subjektifitas konsumerisme. Untuk itu perlu adanya kesadaran bagi masyarakat konsumsi demi mengembalikan konsumsi pada ranahnya dan perlu adanya pengembalian nilai guna untuk menyeimbang hubungan antar produksi dan konsumsi.

---

<sup>105</sup> Herbert Marcuse, *One Dimensional Man*, (Boston: Beacon Press, 1964), h. 218.

<sup>106</sup> Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi...*, h. 37.

### C. Tinjauan Kritis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Perkembangan budaya konsumen tidak hanya telah mempengaruhi cara-cara masyarakat mengekspresikan estetika dan gaya hidup, namun juga kehidupan mahasiswa. Oleh karenanya jika dalam kehidupan mahasiswa, telah terjadi perubahan mendasar berkaitan dengan cara-cara orang mengekspresikan diri dalam gaya hidupnya. David Chaney mengemukakan bahwa gaya hidup telah menjadi ciri dalam dunia modern, sehingga masyarakat modern akan menggunakan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri dan orang lain.<sup>107</sup>

Definisi *lifestyle* (gaya hidup) saat ini menjadi semakin kabur. Namun dalam kaitannya dengan budaya konsumen, istilah tersebut dikonotasikan dengan individualitas, ekspresi diri serta kesadaran diri yang *stylistic*: Tubuh, busana, gaya pembicaraan, aktifitas rekreasi, adalah beberapa indikator dari individualitas selera konsumen. Chaney memberikan definisi gaya hidup sebagai “pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern. Gaya hidup adalah seperangkat praktek dan sikap yang masuk akal dalam konteks waktu.”<sup>108</sup>

Gaya hidup dapat diartikan sebagai salah satu bentuk budaya konsumen. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup seseorang hanya dilihat dari apa-apa yang dikonsumsi, baik konsumsi barang atau jasa. Secara literal, konsumsi berarti pemakaian komoditas untuk memuaskan kebutuhan dan hasrat. Konsumsi tidak hanya mencakup kegiatan membeli sejumlah barang (materi), dari televisi hingga mobil, tetapi juga mengkonsumsi jasa, seperti pergi ke tempat hiburan dan berbagai pengalaman sosial. Secara tradisional, konsumsi merupakan proses materi yang berakar pada kebutuhan biologis manusia. Nanti konsumsi juga dianggap sebagai proses ideal yang berakar dalam

---

<sup>107</sup>David Chaney, *Key Ideas: Lifestyles*, (London: routledge, 1996), h. 3.

<sup>108</sup>Chaney, *Key Ideas...*, h. 5.

simbol-simbol, tanda-tanda dan kode-kode yang berhubungan dengan nilai moral.

Dalam masyarakat konsumen, orang-orang mengenali dirinya dalam komoditi mereka, mereka menemukan jiwa mereka dalam mobil, perangkat WiFi, rumah, perabotan, dsb. Suatu mekanisme yang mengikat individu kepada masyarakatnya telah berubah, dan kontrol-kontrol sosial dilabuhkan pada kebutuhan-kebutuhan baru yang diproduksinya. Gaya hidup juga dihubungkan dengan status kelas sosial ekonomi.<sup>109</sup> Hal tersebut karena pola-pola konsumsi dalam gaya hidup seseorang melibatkan dimensi simbolik, tidak hanya berkenaan dengan kebutuhan hidup yang mendasar secara biologis. Simbolisasi dalam konsumsi masyarakat modern saat ini mengkonstruksi identitasnya, sehingga gaya hidup bisa mencitrakan keberadaan seseorang pada suatu status sosial tertentu.

Konstruksi identitas diri melalui konsumsi banyak dilakukan oleh masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan khususnya meningkatkan “*awareness*” akan gaya, untuk berkonsumsi dalam suatu kode yang berbeda dari kelompok sosial tertentu, dan yang mengeskpresikan preferensi individu. Masyarakat perkotaan melakukan konsumsi dengan maksud mengartikulasikan identitasnya agar diperhitungkan yang sudah tentu melekat pada diri mahasiswa sebagai konsekuensi logis mereka adalah bagian dari masyarakat kota.

Sehingga untuk menanggapi merebaknya konsumerisme dalam kehidupan masyarakat dan mahasiswa, maka penulis menyajikan beberapa contoh sikap mahasiswa yang dapat dilakukan demi menghadapi dampak negatif dari konsumerisme misalnya;

1. Menanamkan dan mengamalkan nilai-nilai Pancasila dengan sebaik-baiknya terutama dengan memperkuat keimanan kita terhadap Tuhan Yang

---

<sup>109</sup>Peter N. Stearns, *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*, (London: Routledge, 2001), h. 13-37.

Maha Esa. Hal ini dapat dilakukan untuk menanggulangi dampak psikologis bagi yang tidak dapat memenuhi kebutuhan artifisialnya.

2. Menanamkan dan melaksanakan ajaran agama dengan sebaik-baiknya.
3. Belajar tekun agar menjadi manusia yang berguna dan dapat membedakan perilaku yang benar dan salah.
4. Menumbuhkan semangat nasionalisme yang tangguh, misal semangat mencintai produk dalam negeri.
5. Mempertimbangkan setiap perbuatan agar tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.
6. Menggunakan waktu dengan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat.
7. Selektif terhadap pengaruh konsumerisme di bidang politik, ideologi, ekonomi, sosial budaya bangsa.

Sikap-sikap di atas sangat perlu tertanam di dalam diri mahasiswa, sebab mahasiswa adalah salah satu elemen perubahan sosial, sebagaimana “makna penting peranan mahasiswa dalam masyarakat yaitu sebagai *Agent of Change*, *Social Control* dan *Iron Stock*”.<sup>110</sup> Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ananda, terdapat 4 peran mahasiswa yakni: *Agent of Change* (Generasi Perubahan); *Social Control* (Generasi Pengontrol); *Iron Stock* (Generasi Penerus); *Moral Force* (Gerakan Moral).<sup>111</sup> Kemudian Nahrowi menambahkan terdapat 2 peran lain yang dimiliki mahasiswa, yakni peran mahasiswa sebagai *Political Control*, dan *Guardian of Value*. Peran mahasiswa sebagai *political control* adalah sebagai pengontrol dan pengawas setiap kebijakan pemerintah. Peran mahasiswa sebagai *Guardian of Value* berarti mahasiswa sebagai penjaga nilai-nilai luhur bangsa.<sup>112</sup> Kendatipun konsumerisme merupakan suatu proses yang tak terelakkan; tidak mungkin mengabaikan serta menghentikan proses tersebut. Namun paling tidak mahasiswa dapat meminimalisir dampak negatif konsumerisme yang bisa mempengaruhi tingkah laku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

<sup>110</sup> Istichomaharani & Habibah, “Mewujudkan Peran Mahasiswa...”, h. 2-7.

<sup>111</sup> Ananda, “Optimalisasi Peran Fungsi Mahasiswa...”, h. 1-6.

<sup>112</sup> Nahrowi & Yulianto, *Peran Strategis Mahasiswa...*, h. 1-10.