

BAB I



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumerisme adalah paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai suatu ukuran kesenangan dan kepuasan. Dalam konsumerisme, tindakan konsumsi tidak lagi didasarkan pada pemenuhan akan kebutuhan hidup sehari-hari, melainkan pada pemenuhan akan hasrat-hasrat. Tindakan konsumsi yang didasarkan pada pemenuhan hasrat manusia merangsang hasrat manusia untuk mengonsumsi komoditas secara terus menerus. Demikian, konsumerisme menjadi paham atau gaya hidup yang kini diikuti untuk memenuhi dan memuaskan hasrat-hasrat manusia.

Dalam *The Consumer Society*, Jean Baudrillard mengawali pembahasannya mengenai masyarakat konsumeris dengan menampilkan kehebatan konsumsi pada masyarakat modern. Kehebatan konsumsi tidak terlepas dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mendorong perkembangan pada sistem produksi. Akibatnya, proses produksi di era modern semakin cepat sehingga menghasilkan kelimpahruahan objek berupa barang atau jasa di tengah kehidupan masyarakat.

Menurut Baudrillard, hasrat untuk mengonsumsi muncul karena manipulasi tanda pada objek.¹ Hasrat itu muncul karena proses manipulasi tanda pada objek melalui media komunikasi massa, salah satunya iklan. Objek di dalam iklan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga menghasilkan simulasi dan hiperrealitas: gambaran imajiner atas suatu objek. Simulasi dan hiperrealitas membuat masyarakat terasing dengan kegiatan konsumsinya. Masyarakat tidak lagi mengonsumsi objek sebagaimana adanya, tetapi mengonsumsi objek karena keseluruhan pemaknaan yang terkandung di dalam objek tersebut.² Benarkah demikian?

Dalam *The Consumer Society*, Baudrillard memulai pembahasannya mengenai konsumsi dengan mempetanyakan kembali tentang hakikat kebutuhan. Dalam penelusurannya mengenai hakikat kebutuhan, Baudrillard melihat bahwa pada dasarnya kebutuhan masyarakat modern itu merupakan bentukan dari perkembangan sistem produksi yang terjadi di era modern. Demikian dengan kebutuhan masyarakat di era sekarang ini, kebutuhan masyarakat tidak lain merupakan bentukan dari sistem kekuatan produktif di era kapitalisme sekarang.

Di era kapitalisme sekarang, logika sosial konsumsi teletak pada sistem produksi serta sistem penandaan pada objek melalui iklan. Logika sosial konsumsi membentuk konsumsi sebagai sistem pertukaran.³ Logika sosial konsumsi inilah yang merubah pemaknaan dan penilaian terhadap konsumsi serta hubungan

¹ Bdk. Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, Yogyakarta, 2016, halaman 64.

² Bdk. *Ibid.*

³ Bdk., Haryatmoko, *Op.Cit.*, halaman 68.

masyarakat kapitalisme di era sekarang dengan objek konsumsi berubah. Konsumsi sebagai sistem pertukaran mengandaikan dua proses, yakni proses pemaknaan dan komunikasi dan proses klasifikasi dan pembedaan sosial.⁴

Kedua proses tersebut mengakibatkan konsumsi dimaknai sebagai sistem nilai, sistem komunikasi, serta integrasi sosial. Selain itu, kedua proses tersebut juga mengakibatkan konsumsi dinilai sebagai rasionalisasi individu pada proses maksimalisasi eksistensi secara sosial.⁵ Cara pemaknaan dan penilaian masyarakat di era kapitalisme sekarang terhadap konsumsi membuat hubungan mereka dengan objek konsumsi berubah. Masyarakat tersebut tidak lagi mengonsumsi objek untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, melainkan mengonsumsi objek untuk memenuhi hasrat integrasi sosial, prestise, kekuasaan, dan lain-lain.

Demikian, pandangan Baudrillard mengenai hasrat masyarakat di era kapitalisme sekarang untuk mengonsumsi karena manipulasi tanda sehingga mereka mengonsumsi objek karena keseluruhan pemaknaan yang terkandung di dalam objek tersebut benar adanya. Masyarakat di era kapitalisme sekarang telah terasing terhadap kegiatan konsumsinya. Berangkat dari keprihatinan ini, penulis melihat bahwa Baudrillard melalui *The Consumer Society* terdorong untuk melakukan suatu usaha penyingkapan atas fenomena konsumsi di era kapitalisme sekarang. Dengan analisis strukturalisnya, Baudrillard berhasil membongkar sebab-

⁴ Bdk., *Ibid.*

⁵ Bdk., Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures* (judul asli: *La societe de consommation*), diterjemahkan oleh Mike Featherstone, London: SAGE Publications, 1998, halaman 78.

sebab keterasingan yang dialami oleh masyarakat di era kapitalisme sekarang karena kegiatan konsumsinya.

Dewasa ini, *The Consumer Society* masih cukup relevan untuk dibaca oleh masyarakat Indonesia. Beberapa gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumeris terjadi dan dialami oleh masyarakat Indonesia. Pertama, kelimpahruahan objek akibat perkembangan sistem produksi di Tanah Air Indonesia juga terjadi. Kelimpahruahan objek dapat dijumpai di manapun dan kapanpun mereka berada. Lebih lanjut, informasi tentang produk-produk baru hingga transaksi jual beli semakin dipermudah dengan hadirnya *E-Commerce* di Indonesia. Secara umum, *E-Commerce* merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa) melalui jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer.⁶ Kehadiran *E-Commerce* di Indonesia disambut dengan cukup antusias oleh masyarakat. Hal itu terbukti dari meningkatnya jumlah *online shopper* dari tahun ke tahun di Indonesia. Riset CupoNation mengabarkan bahwa jumlah *online shopper* semakin bertambah. Tahun 2018, jumlah *online shopper* mencapai 11,9%.⁷ Merahputih.com mengabarkan bahwa pada tanggal 9 September 2018, Shopee melalui *event Super Shopping Day* berhasil menembus angka 5,8 juta transaksi dalam kurun waktu 24

⁶ “*Pengertian E-Commerce dan Contohnya, Komponen, Jenis, dan Manfaat E-Commerce*”, dalam <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html>, diakses pada tanggal 7 Juni 2019, pada pukul 15.46 WIB.

⁷ Andri Donnal Putera, “*Jumlah Pembeli “Online” Indonesia Capai 11,9% dari Populasi*”, dalam <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>, diakses pada tanggal 16 Juni 2019, pada pukul 22.22 WIB.

jam. Selain *event* itu, Lazada berhasil memecahkan rekor dengan transaksi sebesar 1,6 triliun rupiah dalam *event Online Revolution*.⁸

Kedua, proses manipulasi tanda pada media massa, periklanan, dan tubuh. Dalam *E-Commerce*, iklan merupakan modal utama bagi para pelaku bisnis untuk mengkomunikasikan, mempromosikan, dan memberikan pengetahuan akan produk. Hal tersebut nampak dari beberapa *marketplace* di Indonesia seperti Bukalapak.com, Tokopedia.com, Blanja.com yang menyediakan kolom hingga promo iklan bagi para pedagang yang menggunakan jasa *marketplace* tersebut untuk memasarkan produknya. Di sana, iklan selalu menampilkan objek atau produk secara total. Hal itu dilakukan agar setiap masyarakat sepakat dengan petanda dan penanda dalam iklan yang dikonsumsi.

Dalam *E-Commerce*, tubuh tidak luput untuk dijadikan sebagai objek konsumsi masyarakat masa kini. Kapitalisme sekarang menanamkan hasrat narsisis kepada masyarakat Indonesia melalui sistem kekuatan produktif serta sistem penandaannya melalui iklan. Untuk itu, kapitalisme sekarang selalu menampilkan artis-artis ternama, model-model berparas tampan atau cantik dan bertubuh ideal dalam iklan. Usaha itu tidak lain ditujukan kapitalisme untuk menghadirkan simulasi dan hipperrealitas atas kecantikan dan bentuk tubuh ideal kepada masyarakat di era kapitalisme sekarang melalui iklan. Akibatnya, obsesi

⁸ Zaimul Haq Elfan Habib, "Dampak e-Commerce Merasuki Masyarakat Indonesia", dalam <https://merahputih.com/post/read/dampak-e-commerce-bagi-indonesia>, diakses pada tanggal 16 Juni 2019, pada pukul 22.18 WIB.

masyarakat untuk mengonsumsi tubuh terarah pada simulasi dan hiperrealitas sebagaimana dihadirkan oleh kapitalisme sekarang melalui iklan.

Ketiga, keterasingan. Kehadiran *E-Commerce* di Indonesia semakin membuat masyarakat terasing dengan kegiatan konsumsi. Setiap iklan di dalam *E-Commerce* tidak pernah lepas dari proses manipulasi tanda, proses simulasi, dan hiperrealitas. Hal itu membuat masyarakat cenderung mengonsumsi objek untuk memenuhi hasrat-hasratnya. Selain itu, kehadiran *E-Commerce* di Indonesia juga membuat masyarakat terasing dengan dunia sosialnya. Melalui *E-Commerce*, masyarakat Indonesia tidak lagi berjumpa, berkomunikasi, bertransaksi secara langsung. Oleh karena terasing dengan kegiatan konsumsinya, masyarakat Indonesia seakan menceburkan dan semakin menenggelamkan dirinya di dalam budaya konsumerisme. Fenomena keterasingan tersebut menuntut kesadaran masyarakat Indonesia sehingga mampu mengambil sikap kritis terhadap konsumerisme.

1.2. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis hendak merumuskan satu pokok permasalahan dalam penelitian ini, yakni apa itu masyarakat konsumeris menurut Jean Baudrillard dalam karyanya *The Consumer Society*?

1.3. Tujuan Penulisan

Ada tiga tujuan yang hendak disasar penulis dalam penulisan skripsi yang berjudul “Masyarakat Konsumeris Menurut Jean Baudrillard Dalam Karya *The*

Consumer Society". Pertama, penulisan skripsi ini ditujukan penulis untuk memenuhi syarat kelulusan Strata Satu (S1) di Fakultas Filsafat Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Kedua, penulisan skripsi ini ditujukan penulis guna memahami konsep masyarakat konsumeris menurut Jean Baudrillard dalam karya *The Consumer Society*. Ketiga, penulis hendak memaparkan dan merefleksikan gagasan Jean Baudrillard mengenai masyarakat konsumeris di era sekarang.

1.4. Metode Penulisan

1.4.1. Sumber data

Data penelitian dalam karya tulis ini diperoleh melalui studi pustaka. Sumber pustaka utama yang akan digunakan adalah buku Jean Baudrillard yang berjudul *The Consumer Society*. Sementara itu, buku-buku lain digunakan penulis sebagai referensi sekunder.

1.4.2. Jenis penelitian dan Metode Analisis Data

Penulis hendak meneliti gagasan-gagasan pemikiran Jean Baudrillard mengenai masyarakat konsumeris. Metode yang hendak digunakan dalam mengerjakan skripsi ini adalah metode hermeneutika. Metode hermeneutika yang akan digunakan oleh penulis hermeneutika secara umum, yakni suatu usaha untuk memahami teks.

Penulis hendak menggunakan metode hermeneutika untuk memahami sumber primer, yakni buku Jean Baudrillard yang berjudul *The Consumer Society* dan berbagai referensi sekunder yang lain. Metode ini digunakan penulis untuk

memahami isi buku agar menangkap arti, pesan, dan nuansa yang dimaksudkan oleh Jean Baudrillard dan para komentator karyanya.⁹

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. The Consumer Society karya Jean Baudrillard

Dalam buku ini, Jean Baudrillard menguraikan gagasannya mengenai masyarakat konsumeris. Gagasannya mengenai masyarakat konsumeris merupakan suatu pendekatan sosiologis terhadap kapitalisme. Tesisnya sederhana, yakni konsumsi telah menjadi diferensiasi, bukan kepuasan; dunia nyata telah digantikan oleh tanda-tanda realitas dengan ilusi dunia nyata. Masyarakat konsumeris hidup dalam gerakan kontradiktif dan dialektis dalam menciptakan objek yang harus diselesaikan, kemudian menghancurkannya untuk ada. Dengan kata lain, masyarakat konsumeris membutuhkan objek untuk menunjang eksistensinya dalam kelas sosial.¹⁰

1.5.2. Routledge Critical Thinkers Jean Baudrillard karya Richard J. Lane

Dalam karyanya yang berjudul *Routledge Critical Thinkers* Jean Baudrillard, Richard J. Lane menawarkan pengantar kunci untuk membantu para pembaca dalam memahami karya-karya pemikiran Baudrillard. Buku tersebut ditulis dalam beberapa bagian. Pertama, *Why Baudrillard?* Pada bagian pertama, Lane berusaha menampilkan sosok Baudrillard dengan menarasikan biografi dan karya-

⁹ Anton Bakker dan Achad Charis Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat*, Yogyakarta: Kanisius, 1990, Hlm 63.

¹⁰ "Jean Baudrillard: *The Consumer Society*", dalam <https://www.the-philosophy.com/ baudrillard-consumer-society>, diakses pada tanggal 4 Mei 2019, pkl. 20.42 WIB.

karyanya. Selain itu, Lane juga memberikan tawaran kepada para pembaca mengenai mengapa harus membaca karya-karya Baudrillard. Kedua, *Key Ideas*. Pada bagian kedua ini, Lane berusaha menguraikan pemikiran-pemikiran kunci termasuk latar belakang pemikiran-pemikiran Baudrillard, diantaranya *Beginnings: French thought in the 1960s*, *The technological system of objects*, *Narratives of primitivism; the "last real book"*, *Reworking Marxism*, *Simulation and hyperreal*, *America and postmodernisme*, *Writing strategies: postmodern performance*. Ketiga, *After Baudrillard*. Keempat, *Further Reading*.

1.5.3. Jean Baudrillard: Selected Writings karya Mark Poster

Pada tahun 1988, Stanford University Press menerbitkan buku yang berjudul Jean Baudrillard: *Selected Writings*. Buku ini disunting oleh Mark Poster. Buku ini berisi kumpulan tulisan dari teks-teks asli karya Jean Baudrillard. Ada beberapa teks asli karya Baudrillard yang dihadirkan dalam buku ini, diantaranya *The System of Objects*, *The Consumer Society*, *The Political Economy of the Sign*, *The Mirror of Production*, *Symbolic Exchange and Death*, *On Seduction*, *Simulacra and Simulations*, *Fatal Strategies*, dan *The Masses*. Kumpulan teks asli karya Baudrillard ini berusaha dihadirkan dalam buku ini untuk membantu para pembaca karya Baudrillard dalam menangkap poin-poin besar pada beberapa karya Baudrillard.

1.5.4. Membongkar Rezim Kepastian Pemikiran Kritis Post-Strukturalis karya

Haryatmoko

Dalam buku ini, Haryatmoko menguraikan gagasan-gagasan para pemikir post-strukturalis diantaranya, Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Gilles Deleuze, Paul Ricœur, Jacques Derrida, dan Jean Baudrillard. Bersama para pemikir Prancis tersebut, melalui bukunya Haryatmoko ingin mengajak para pembacanya untuk berpikir kritis terhadap segala sesuatu yang diyakini sebagai kepastian. Pemikiran kritis para filsuf Prancis tersebut menjadi pisau analisa yang tajam untuk membedah klaim-klaim kepastian yang selama ini diterima begitu saja.¹¹

1.6. Skema Penulisan

Bab I

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan bagian pendahuluan diantaranya, latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode penulisan yang hendak digunakan dan skema penulisan kajian ini.

Bab II

Dalam bab ini, penulis akan menampilkan biografi Jean Baudrillard. Biografi ini meliputi riwayat hidup, pemikiran-pemikiran yang

¹¹ “Membongkar Rezim Kepastian”, dalam https://www.goodreads.com/book/show/35285368-membongkar-rezim-kepastian?ac=1&from_search=true, diakses pada 9 desember 2018, pukul 18.40 WIB.

berpengaruh terhadap pemikirannya, serta pemikiran-pemikiran Jean Baudrillard sendiri.

Bab III

Dalam bab ini, penulis hendak memaparkan pokok-pokok pemikiran Jean Baudrillard terkait dengan masyarakat konsumeris.

Bab IV

Dalam bab ini, ada tiga bagian yang hendak diuraikan oleh penulis. Pertama, penulis hendak menarik relevansi atas konsep masyarakat konsumeris Jean Baudrillard dalam konteks masyarakat Indonesia dewasa ini. Kedua, penulis hendak memberikan tinjauan kritis atas gagasan konsep masyarakat konsumeris Jean Baudrillard. Ketiga, penulis hendak menarik kesimpulan atas keseluruhan gagasan dalam skripsi ini.