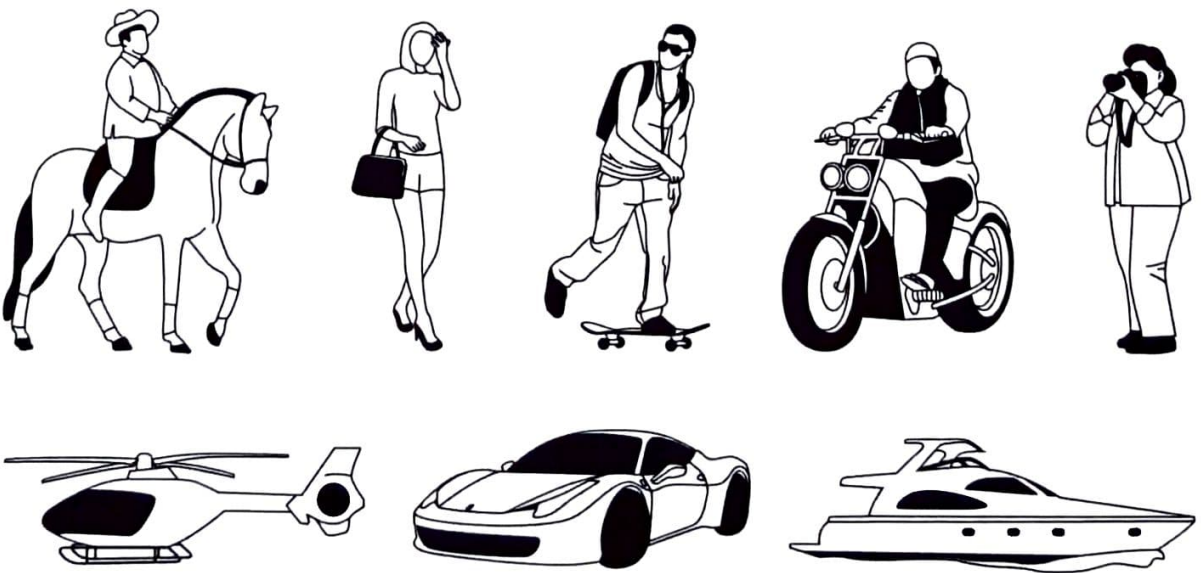


# IDENTITAS DAN KEBEBASAN DALAM MASYARAKAT KONSUMTIF



Dewi Normawati

**IDENTITAS  
DAN  
KEBEBASAN  
DALAM MASYARAKAT KONSUMTIF**

Dewi Normawati

**PUSAT KAJIAN FILSAFAT DAN PANCASILA**

Identitas Dan Kebebasan Dalam Masyarakat Konsumtif

©Dewi Normawati

Hak cipta dilindungi undang-undang.  
Dilarang mereproduksi sebagian atau seluruh isi buku tanpa  
seijin penerbit.

Penulis:

Dewi Normawati

Desain Sampul:

Stella Katherine

Cetakan ke-1, 2015

i - xii + 267 hlm. 15 x 22 cm

ISBN 978-602-19830-6-5

Diterbitkan pertama kali oleh:

Pusat Kajian Filsafat dan Pancasila

Jln. Cempaka Putih Indah 100A,

Jakarta - 10520

Telp. 021-4247129

Fax. 021-4224866

# DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iii
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	vii
SEKAPUR SIRIH	ix
KATA PENGANTAR	xi
<b>BAB I Pendahuluan</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Konsumsi Selayang Pandang	2
<b>BAB II Pemikiran Teori Ekonomi Klasik, Teori Ekonomi Neoklasik, Teori Ekonomi Institutional</b>	<b>9</b>
2.1. Pengantar	9
2.2. Pemikiran Teori Ekonomi Klasik	11
2.3. Pemikiran Teori Ekonomi Neoklasik	15
2.3.1. Kontribusi Pemikir Eropa Dalam Pengembangan Ekonomi	20
2.3.2. Kontribusi Pemikir Amerika Serikat Dalam Pengembangan Ekonomi Neoklasik	25
2.4. Kritik Thorstein Veblen terhadap Teori Ekonomi Neoklasik	27
2.5. Pemikiran Teori Ekonomi Institusional	38
2.6. Rangkuman	45
<b>Bab III Konsumsi Untuk Pencitraan (<i>Conspicuous Consumption</i>)</b>	<b>49</b>
3.1. Pengantar	49
3.2. Tentang Konsumsi	51
3.2.1. Tentang Konsumsi (Abad Pertengahan – Abad ke-18)	53
3.2.2. Tentang Hedonisme Tradisional dan Hedonisme Modern	61
3.2.3. Tentang Konsumsi (Abad ke-19 – Awal Abad ke-21)	66
3.3. Tentang Evolusi Manusia dan Pengaruhnya terhadap Tindakan	

Konsumsi	74
3.3.1. Tentang Insting Manusia	74
3.3.2. Tentang Evolusi Manusia Menurut Thorstein Veblen	78
3.4. Tentang Kelas Penikmat ( <i>Leisure Class</i> )	85
3.5. Tentang Konsumsi Untuk Pencitraan ( <i>Conspicuous Consumption</i> )	93
3.6. Rangkuman	103
<b>BAB IV Masyarakat Konsumen (<i>Consumer Society</i>)</b>	<b>107</b>
4.1. Pengantar	107
4.2. Pemikiran Jean Baudrillard Bertolak Dari Thorstein Veblen dan Melampaui Thorstein Veblen	108
4.3. Kaitan Perspektif Ilmu Ekonomi dan Pemikiran Thorstein Veblen	115
4.4. Pemikiran Jean Baudrillard	120
4.5. Makna Konsumsi Dalam Masyarakat Konsumen	124
4.5.1. Tentang Reaksi Perbedaan	130
4.5.2. Tentang Kuasa Tanda	135
4.6. Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Tindakan Konsumsi	147
4.6.1. Pengaruh Faktor Eksternal Dalam Tindakan Konsumsi	150
4.6.2. Pengaruh Faktor Internal Dalam Tindakan Konsumsi	156
4.7. Pedagogi Konsumsi Pada Masyarakat Konsumen	167
4.8. Fenomena Konsumsi Masa Kini	171
4.9. Rangkuman	180
<b>BAB V Kebebasan dan Identitas Diri Dalam Tindakan Konsumsi</b>	<b>183</b>
5.1. Pengantar	183
5.2. Kebebasan Subyek Menurut Erich Fromm	184
5.3. Kebebasan Subyek Dalam Tindakan Konsumsi	192
5.3.1. Relasi Subyek – Obyek Dalam Tindakan Konsumsi	193
5.3.2. Kebebasan Subyek	198
5.3.3. Subyek yang Rapuh	203
5.4. Identitas Subyek dan Konsumsi	210

5.5. Tentang Konsep Manusia	221
5.5.1. Konsep Manusia Menurut Thorstein Veblen	221
5.5.2. Konsep Manusia Menurut Jean Baudrillard	230
5.5.3. Konsep Manusia Menurut Erich Fromm	232
5.6. Peluang Memandirikan Subyek Dalam Tindakan Konsumsi	235
5.6.1. Segitiga Konsumsi ( <i>The Triangle of Consumption</i> )	237
5.6.2. Enam Aktivitas Dalam Proses Konsumsi	241
5.6.3. Celah Kebebasan Subyek Dalam Proses Tindakan Konsumsi	244
5.6.4. Peluang Mendidik Hasrat ( <i>Schooling the Desire</i> )	248
5.7. Konsumen yang Bertanggung-jawab	253
5.8. Rangkuman	258
<b>BAB VI Penutup</b>	<b>261</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>301</b>
<b>RIWAYAT PENULIS</b>	<b>311</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sekilas Tentang Thorstein Veblen	275
Lampiran B	Thorstein Veblen: Pemikir Genius, Kontroversial, Sulit Dipahami	280
Lampiran C	Pertentangan Argumentasi: Ekonomi Neoklasik – Ekonomi Institusional	283
Lampiran D	Perbandingan Ekonomi Neoklasik dan Ekonomi Institusional	287
Lampiran E	Modul Pelatihan Etika Konsumsi “Gaya Konsumsi Remaja”	293

# DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI

Gambar 5.1. Segitiga Konsumsi (*The Triangle of Consumption*)

238



Konsumsi adalah keniscayaan bagi kehidupan manusia. Tindakan konsumsi pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan biologis maupun psikologis. Kebutuhan biologis terbatas dan mudah terpuaskan, misalnya seseorang tidak mungkin terus menerus makan ketika perutnya sudah penuh. Di lain pihak, kebutuhan psikologis bersifat tak terbatas dan sulit terpuaskan. Bila satu kebutuhan terpuaskan, akan timbul keinginan lainnya dengan standard lebih tinggi. Salahkah? Sama sekali tidak, bahkan bisa memacu orang lebih giat bekerja. Namun, konsumsi berlebihan dan ingin mengungguli orang lain mempunyai implikasi negatif pada praksis kehidupan sosial. Konsumsi demi status sosial, konsumsi untuk pencitraan, itulah yang marak dewasa ini.

Konsumsi untuk pencitraan sedang menjadi gaya hidup. Sering kita jumpai individu membeli komoditas merk terkenal, mahal, mewah, dan sering berganti gadget versi terbaru agar dianggap tidak ketinggalan jaman. Tampil beda, ikuti fesyen, terkesan modern, jaga image. "Kalau mau eksis harus narsis," begitulah yang terjadi dewasa ini. Apa saja yang dimiliki, dikenakan, digenggam, dijinjing, dikendarai, bahkan apa yang dimakan atau diminum ingin dipamerkan. Kecanggihan media sosial makin memudahkan individu untuk pamer konsumsi. Aktivitas konsumsi bagaikan candu yang memberikan kenikmatan sekaligus membahayakan.

Thorstein Veblen (1857 – 1929) berpendapat bahwa komoditas dikonsumsi karena memberikan status sosial kepada pemiliknya. Individu dinilai berdasarkan makna/tanda yang diusung komoditas. Pendapat ini kemudian banyak disoroti oleh Jean Baudrillard (1929 – 2007) dalam masyarakat konsumen. Masyarakat rindu akan makna diri dan dipenuhi melalui konsumsi sehingga aktivitas ini lebih banyak dikonstruksi oleh kultur daripada natur. Bila demikian kondisinya maka terdapat dua pertanyaan penting dalam aktivitas konsumsi, kebebasan dan identitas diri.

Buku ini mengupas kedua pertanyaan tersebut serta melacak bagaimana konsumsi untuk pencitraan terjadi dan perkembangannya pada kehidupan masa kini. Buku ini juga membahas mengenai rasionalitas berkonsumsi dengan cara mendidik hasrat.