

**TINDAKAN KONSUMSI UNTUK PENCITRAAN
DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
KEBEBASAN SERTA IDENTITAS DIRI**
Kajian Mengenai Konsumsi Bertolak Dari Pandangan Thorstein Veblen

DISERTASI

Karya Tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Doktor dari
STF Driyarkara

Oleh
Dewi Normawati
NIM: 0090108508
Program Doktor



SEKOLAH TINGGI FILSAFAT DRIYARKARA
2014

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PEDOMAN PENGGUNAAN DISERTASI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tesis Penelitian	4
1.3. Tujuan dan Metodologi Penelitian	5
1.4. Sistematika Pembahasan	7
Bab II Pemikiran Teori Ekonomi Klasik, Teori Ekonomi Neoklasik, Teori Ekonomi Institusional	11
2.1. Pengantar	11
2.2. Pemikiran Teori Ekonomi Klasik	13
2.3. Pemikiran Teori Ekonomi Neoklasik	17
2.3.1. Kontribusi Pemikir Eropa Dalam Pengembangan Ekonomi Neoklasik	21
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	44

Bab III	Konsumsi Untuk Pencitraan (<i>Conspicuous Consumption</i>)	46
	3.1. Pengantar	46
	3.2. Tentang Konsumsi	48
	3.2.1. Tentang Konsumsi (Abad Pertengahan – Abad ke-18)	49
	3.2.2. Tentang Hedonisme Tradisional dan Hedonisme Modern	57
	3.2.3. Tentang Konsumsi (Abad ke-19 – Awal Abad ke-21)	62
	3.3. Tentang Evolusi Manusia dan Pengaruhnya Terhadap Tindakan Konsumsi	69
	3.3.1. Tentang Insting Manusia	69
	3.3.2. Tentang Evolusi Manusia Menurut Thorstein Veblen	73
	3.4. Tentang Kelas Penikmat (<i>Leisure Class</i>)	79
	3.5. Tentang Konsumsi Untuk Pencitraan (<i>Conspicuous Consumption</i>)	86
	3.6. Rangkuman	95
Bab IV	Masyarakat Konsumen (<i>Consumer Society</i>)	97
	4.1. Pengantar	97
	4.2. Pemikiran Jean Baudrillard Bertolak dari Thorstein Veblen dan Melampaui Thorstein Veblen	98
	4.3. Kaitan Perspektif Ilmu Ekonomi dan Pemikiran Jean Baudrillard	104
	4.4. Pemikiran Jean Baudrillard	108
	4.5. Makna Konsumsi Dalam Masyarakat Konsumen	111
	4.5.1. Tentang Relasi Perbedaan	117
	4.5.2. Tentang Kuasa Tanda	121
	4.6. Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Tindakan Konsumsi	132
	4.6.1. Pengaruh Faktor Eksternal Dalam Tindakan Konsumsi	134
	4.6.2. Pengaruh Faktor Internal Dalam Tindakan Konsumsi	140
	4.7. Pedagogi Konsumsi Pada Masyarakat Konsumen	149
	4.8. Fenomena Konsumsi Masa Kini	153
	4.9. Rangkuman	161
Bab V	Kebebasan dan Identitas Diri Dalam Tindakan Konsumsi	163
	5.1. Pengantar	163

5.2. Kebebasan Subyek Menurut Erich Fromm	164
5.3. Kebebasan Subyek Dalam Tindakan Konsumsi.....	171
5.3.1. Relasi Subyek – Obyek Dalam Tindakan Konsumsi	172
5.3.2. Kebebasan Subyek	176
5.3.3. Subyek yang Rapuh	181
5.4. Identitas Subyek dan Konsumsi	188
5.5. Tentang Konsep Manusia	197
5.5.1. Konsep Manusia Menurut Thorstein Veblen.....	198
5.5.2. Konsep Manusia Menurut Jean Baudrillard	206
5.5.3. Konsep Manusia Menurut Erich Fromm	208
5.6. Peluang Memandirikan Subyek Dalam Tindakan Konsumsi.....	211
5.6.1. Segitiga Konsumsi (<i>The Triangle of Consumption</i>)	212
5.6.2. Enam Aktivitas Dalam Proses Konsumsi	215
5.6.3. Celah Kebebasan Subyek Dalam Proses Tindakan Konsumsi ...	218
5.6.4. Peluang Mendidik Hasrat (<i>Schooling the Desire</i>)	222
5.7. Konsumen yang Bertanggung-jawab	227
5.8. Rangkuman	231
 Bab VI Penutup.....	 233
DAFTAR PUSTAKA.....	261
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sekilas Tentang Thorstein Veblen	246
Lampiran B	Thorstein Veblen: Pemikir <i>Genius</i> , Kontroversial, Sulit Dipahami	249
Lampiran C	Pertentangan Argumentasi: Ekonomi Neoklasik - Ekonomi Institusional	250
Lampiran D	Perbandingan Ekonomi Neoklasik dan Ekonomi Institusional	252
Lampiran E	Modul Pelatihan Etika Konsumsi: “Gaya Konsumsi Remaja”	255

DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI

Gambar 5.1. Segitiga Konsumsi (<i>The Triangle of Consumption</i>)	213
--	-----