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

## RINGKASAN 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 Promotor : Prof. Dr. M. Sastrapratedja, SJ

Ko-Promotor I : Prof. Dr. A. Agus Nugroho Ko-Promotor II : Dr. B. Herry-Priyono, SJ

Penguji : Prof. Dr. J. Sudarminta, SJ

Prof. Dr. B.S. Mardiatmadja, SJ

Dr. J.B. Hari Kustanto, SJ



#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan limpahan rahmat dan karuniaNya, pada akhirnya disertasi ini dapat diselesaikan. Sungguh suatu "perjuangan" yang tidak mudah dalam proses penyelesaian disertasi ini, terutama bagi penulis yang berlatar pendidikan non-filsafat. Penulis mendapatkan hikmah yang sangat indah selama belajar STF Driyarkara, mulai dari program matrikulasi hingga menyelesaikan program doktoral. Penulis menemukan banyak pencerahan serta kemuliaan dalam mempelajari, menggeluti, dan memahami teks-teks filsafat yang sarat kedalaman makna, berlaku universal, dan seperti tidak pernah lapuk tergerus arus jaman. "Ex philosophia claritas," dari filsafat muncul kejernihan," sangat tepat dihidupi sebagai semboyan dan cita-cita Program Pascasarjana STF Driyarkara.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. M. Sastrapratedja, SJ, sebagai promotor, atas segala saran, bimbingan, kritik membangun, pengayaan buku-buku referensi, bahan bacaan pendukung penelitian, serta tiada henti memberikan motivasi kepada penulis, sejak awal penelitian hingga tulisan ini selesai dan siap diuitkan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. A. Agus Nugroho (Ko-Promotor I), Dr. B. Herry-Priyono, SJ (Ko-Promotor II), atas segala bimbingan, saran dan kritik membangun, pengayaan buku referensi, dan bahan bacaan lainnya untuk mempertajam analisis dalam disertasi ini. Dukungan yang terus diberikan dengan penuh kesabaran serta membuka diri dan menyediakan waktu untuk berbagi ilmu dan siap memberikan konsultasi kepada penulis, baik melalui tatap muka maupun komunikasi melalui media virtual, schingga memudahkan penulis untuk berdiskusi dengan para

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> "Ex philosophia claritas, semboyan indah yang diciptakan oleh Dr. B. Herry-Priyono, SJ."

pembimbing. Tanpa dukungan dan bimbingan yang tak kenal batas waktu dari Promotor dan Ko-Promotor, sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan disertasi ini sesuai dengan kualitas dan kurun waktu yang telah ditetapkan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Tim Penguji, Prof. J. Sudarminta, SJ, Prof. Dr. B.S. Mardiatmadja, SJ, dan Dr. J.B. Hari Kustanto, SJ, yang telah membaca disertasi ini dengan seksama dan teliti serta memberikan pertanyaan-pertanyaan yang tajam sekaligus mencerahkan, termasuk kritik maupun saran membangun, sehingga penulis mampu menata dan merumuskan kembali pemikiran yang ada dengan lebih terstruktur dan lebih iernih.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Karlina Supelli yang memberikan dukungan kepada penulis untuk melanjutkan program doktoral dan senantiasa memberikan semangat dan berbagi ilmu dan pengalaman, baik di dalam maupun di luar kelas, termasuk mengenai bagaimana menyelesaikan program doktoral dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada guru, dosen, dan seluruh Tim Pengajar STF Driyarkara yang telah memberikan tidak saja ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan bekal pelajaran dalam kehidupan. Khususnya, selama penulis mengikuti program matrikulasi hingga penyelesaian program doktoral di STF Driyarkara, penulis merasa bahwa mempelajari filsafat mempunyai tantangan dan pesona tersendiri sehingga penulis terpikat untuk terus mendalaminya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman sejawat program doktoral yang rutin bertemu dan mempresentasikan kemajuan penulisan disertasi secara bergilir sekaligus berdiskusi, bertukar pendapat dan pengalaman, serta saling memberikan dukungan dalam penyelesaian program doktoral.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, staf pengamanan, dan seluruh petugas di STF Driyarkara yang dengan tulus membantu kebutuhan perkuliahan selama penulis belajar di STF Driyarkara.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Icha, anak asuh penulis, yang senantiasa setia menemani penulis dalam hari-hari panjang proses penyelesaian disertasi ini. Selanjutnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman dan kerabat yang tiada henti memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan program doktoral ini, di antaranya Itje, Iris, Fifi, Shirley, dan Dwi, serta sahabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh keluarga besar penulis, terutama kakak kandung dan kakak ipar — Mbak Nur, Erna, Budi, Yayuk, Bambang, Mas Idrus, Ida, Mbak Henny, beserta semua keponakan, yang tiada henti memberikan semangat dan berdoa untuk penulis demi kelancaran proses belajar hingga penelitian ini selesai.

Akhirnya, penulis juga menghaturkan terima kasih tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, Andi Baso Daeng Matalli (alm.) dan Soenarsih (almh.), yang telah memberikan restu dan dukungan ketika penulis menyatakan keinginannya untuk melanjutkan pendidikan pada program pasca sarjana di STF Driyarkara hingga jenjang doktoral. Tuhan telah memanggil kedua orang tua penulis untuk selamanya ketika penulis sedang menyusun proposal disertasi. Restu dan dukungan kedua orang tua penulis sungguh merupakan dian pemberi semangat yang terus bersinar dalam benak penulis hingga mampu mengantarkan penulis sampai pada penyelesaian program doktoral di STF Driyarkara. Teriring doa untuk kedua orang tercinta.

#### ABSTRAK

- [A]DEWI NORMAWATI (0090108508)
- [B] TINDAKAN KONSUMSI UNTUK PENCITRAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEBEBASAN SERTA INDENTITAS DIRI

KAJIAN MENGENAI KONSUMSI BERTOLAK DARI PANDANGAN THORSTEIN VEBLEN

- [C] xii + 264; 2014; Daftar Pustaka
- [D]Kata kunci; Konsumsi untuk pencitraan (conspicuous consumption), masyarakat konsumen (consumer society), kebebasan identitas diri.

Thorstein Veblen (1857 — 1929), berpendapat bahwa komoditas dikonsumsi karena memberikan status sosial kepada pemiliknya. Individu diniai berdasarkan lambang yang diusung oleh komoditas. Kepuasan individu diperoleh ketika mengungguli yang lain secara materi dan memberi status sosial kepadanya. Situasi ini banyak disoroti oleh Baudrillard dalam masyarakat konsumen dimana individu rindu akan makna diri dan dipenuhi melalui konsumsi. Lambang/simbol maupun tanda menyentuh apa yang diinginkan individu sehingga konsumsi masuk ke dalam diri konsumen untuk memuaskan hasrat yang sulit terpuaskan. Di samping itu, kemajuan di bidang teknologi dan periklanan memicu hasrat konsumsi sehingga masyarakat hidup dalam hiper realitas, realitas simulasi. Konsumsi lebih banyak dikonstruksi oleh budaya sehingga kebebasan dan identitas diri dipertanyakan. Sehubungan dengan permasalahan itu, tesis penelitian ini adalah:

Dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan, kebebasan lebih mungkin dipahami bukan sebagai kemampuan seorang subyek untuk secara otonom memilih obyek konsumsi, tetapi lebih sebagai akibat dari obyek konsumsi yang memberi posisi surplus pada seorang subyek dalam relasinya dengan orang lain. Di situlah letak pembentukan identitas diri dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan.

Metodologi penelitian dimulai mendalami pemikiran Veblen tentang konsumsi untuk pencitraan dan perkembangannya dalam masyarakat konsumen dengan mengetengahkan pemikiran Baudrillard. Permasalahan kebebasan subyek dan pembentukan identitas diri didekati dengan pemikiran Erich Fromm. Kebebasan subyek tidak mutlak, tetapi selalu dipengaruhi oleh banyak faktor lain. Namun, dalam tindakan konsumsi masih ada celah kebebasan subyek pada saat dia mampu memberikan penafsiran pada komoditas yang akan dikonsumsi. Oleh karena itu, hasrat perlu dididik atau dilatih agar subyek dapat melakukan tindakan konsumsi yang bertanggung jawab sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Dengan demikian, identitas yang terbentuk lebih otentik, sesuai dengan kapasitas dan kompetensi individu.

[E] Pustaka 84 (1898 - 2014)

[F] Promotor: Prof. Dr. M. Sastrapratedja, SJ;

Prof. Dr. A. Agus Nugroho; Dr. B. Herry-Priyono, SJ

# DAFTAR ISI

Ucapan Terima Kasih	
Abstrak	6
Daftar Isi	8
1. Pendahuluan	
2. Tesis Penelitian	. 13
3. Tujuan dan Metodologi Penelitian	. 14
4. Kritik Thorstein Veblen Terhadap Ekonomi Neoklasik	. 15
5. Masyarakat Konsumen (Consumer Society)	. 18
6. Kaitan Perspektif Ilmu Ekonomi dan Pemikiran Jean Baudrillard	20
7. Kebebasan dan Identitas Diri	23
8. Celah Kebebasan Subyek	25
9. Peluang Mendidik Hasrat (Schooling the Desire)	26
10. Penutup	28
Daftar Pustaka	32
Daftar Riwayat Hidup	40

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

Dewi Normawati NIM: 0090108508

#### 1. Pendahuluan

Penelitian ini berawal dari pengamatan tentang salah satu aktivitas yang melekat pada diri manusia, yaitu konsumsi. Dewasa ini, hasrat konsumsi individu/subyek semakin sulit dibendung karena komoditas yang ditawarkan di pasar seolah menjadi kebutuhan dan harus dimiliki. Komoditas yang ditawarkan kepada konsumen tidak hanya berperan sesuai fungsinya, tetapi juga berperan sebagai obyek-obyek pengusung makna citra diri bagi pemiliknya. Fungsi obyek kemudian bergeser menjadi pemberi status sosial dan identitas diri kepada konsumen. Beranjak dari fenomena ini, aktivitas konsumsi menjadi menarik untuk diteliti lebih jauh terkait dengan perkembangannya, faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan konsumsi berikut implikasinya terhadap kebebasan serta identitas ini juga mengetengahkan pendidikan/pelatihan hasrat agar tindakan konsumsi yang dilakukan oleh individu sesuai dengan kemampuannya serta memperhatikan tanggung jawab sosialnya.

Manusia sejak dilahirkan sudah menjadi konsumen karena senantiasa membutuhkan barang dan jasa atau komoditas untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Tindakan konsumsi secara ontologis melekat pada diri manusia, sejak awal hingga akhir kehidupannya. Konsumsi dilakukan manusia, baik secara pribadi maupun

berkelompok, atas motif yang secara langsung berasal dari dirinya sendiri maupun motif tidak langsung dari pengaruh lingkungannya. Untuk situasi yang pertama, manfaat komoditas yang dikonsumsi secara langsung dapat memuaskan kebutuhan individu. Pada situasi kedua, manfaat komoditas yang dikonsumsi belum tentu atau bahkan tidak pernah memuaskan individu. Kondisi ini terjadi karena pemuasan terhadap kebutuhan bukan berasal dari individu, tetapi lebih berdasarkan kepada penilaian lingkungan. Kepuasan subyek didasarkan pada kekaguman orang lain terhadap komoditas yang dikonsumsi. Penilaian lingkungan kemudian memberikan status atau posisi surplus dalam hierarki kehidupan sosial. Oleh karena itu, dalam relasi sosial terjadi saling mempertontonkan kepemilikan komoditas konsumsi untuk menunjukkan persamaan sekaligus perbedaan dan saling mengungguli yang lainnya demi perolehan status sosial. Ketika individu mampu mengungguli yang lainnya maka kepuasan mendekat pada dirinya, tetapi ketika kepuasan direngkuhnya, seketika itu juga timbul ketidakpuasan dalam diri individu untuk meraih tingkatan kepuasan yang lebih tinggi, demikian seterusnya. Konsumsi memberikan kepuasan sekaligus ketidakpuasan dalam diri subyek karena adanya kekhawatiran atau kecemasan bahwa dirinya akan dikalahkan oleh orang lain dan status sosialnya menjadi rendah. Situasi demikian mengakibatkan individu menjadi konsumtif, terus menerus melakukan konsumsi demi perolehan status sosial.

Tindakan konsumsi demi perolehan status sosial menggugah minat seorang cendekiawan di bidang filsafat sekaligus ekonom, yaitu Thorstein Veblen, untuk mengamati lebih jauh mengenai fenomena konsumsi di Amerika Serikat pada Abad ke-19. Tindakan konsumsi demi pencarian status sosial disebut oleh Veblen sebagai konsumsi untuk pencitraan (conspicuous consumption<sup>2</sup>). Veblen (2006: 49)

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Conspicuous consumption diterjemahkan menjadi konsumsi untuk pencitraan. Penggunaan kata pencitraan diarahkan pada hal-hal yang berkaitan dengan kemampuan seseorang secara finansial dan keinginannya untuk memamerkan kemampuan itu kepada yang lain guna memperoleh posisi surplus atau status

menuliskan: "Konsumsi untuk pencitraan dari barang-barang bernilai tinggi merupakan alat untuk perolehan reputasi dari golongan penikmat." Semakin banyak dan mahal barang-barang yang dikonsumsi seseorang, baik secara kuantitas maupun kualitas, semakin tinggilah status sosialnya di masyarakat. Nilai komoditas terletak pada mahalnya harga dan kemewahan yang diusungnya, bukan pada fungsi komoditas. Oleh karena itu, harga komoditas merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan tindakan konsumsinya.

Pemikiran Veblen selanjutnya menginspirasi Jean Baudrillard (1929) - 2007) untuk mengamati lebih jauh tentang konsumsi untuk pencitraan yang terjadi semakin masif pada semua lapisan masyarakat. Konsumsi sudah merupakan kewajiban bagi setiap warga negara. Obyek-obyek konsumsi menguasai subyek. Nilai pakai (use value) dan nilai tukar (exchange value) komoditas digantikan oleh nilai tanda (sign value) yang melekat pada komoditas dan berkembang pesat dalam masyarakat konsumen (consumer society). Masyarakat konsumen merupakan suatu keadaaan dimana masyarakatnya rindu akan makna diri yang kemudian dipenuhi melalui konsumsi. Oleh karenanya, individu selalu haus untuk melakukan konsumsi. Obyek-obyek konsumsi yang mengusung makna/tanda akhirnya menguasai individu. Manusia dikepung dalam penerimaan dan pemanipulasian komoditas pencitraan diri demi status sosial. Demikian dahsyatnya kuasa tanda mempengaruhi masyarakat sehingga mereka hidup dalam dunia hiper realitas.4

sosial di masyarakat. Dalam penelitian ini kata konsumsi untuk pencitraan mempunyai makna yang sama dengan konsumsi untuk perolehan status sosial.

<sup>&</sup>quot;Conspicuous consumption of valuable goods is a means of reputability to the gentlemen of leisure."

genilemen oj teisure.

4 Hiperrealitas merupakan dunia simulasi dan simulakra. Hiperrealitas mengandung makna realitas lebih, realitas yang dipaparkan secara berlebihan, lebih real daripada yang real (more real than the real), model menggantikan yang real. Sastrapratedja (2003: 87) menyatakan: "Hiperrealitas bukan suatu

Manusia hidup dalam simulakra yang penuh dengan kesemuan sehingga banyak dijumpai adanya kebutuhan-kebutuhan artifisial, di luar kebutuhan esensial, demi perolehan makna sosial di masyarakat. Kellner (2007:11) mengemukakan:

"Dalam masyarakat simulasi, identitas-identitas dikonstruksi dengan apropriasi penampakan-penampakan, dan kode-kode dan model-model menentukan bagaimana individu-individu memahami dirinya sendiri dan berhubungan dengan orang lain. Ekonomi, politik, kehidupan sosial, dan budaya semuanya diatur oleh modus simulasi ..."<sup>5</sup>

Dalam kehidupan masyarakat modern yang ditunjang dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, serta strategi pemasaran serba canggih, pilihan konsumsi menjadi lebih beragam dan lebih cepat sampai ke konsumen. Intensitas pemasaran obyek-obyek semakin "memerangkap" individu untuk terus melakukan konsumsi karena semua komoditas yang ditawarkan seolah menjadi kebutuhan dan memberikan makna diri sehingga perlu dimiliki. Kondisi demikian menjadikan kebebasan maupun identitas diri menarik untuk diteliti lebih jauh dalam kaitannya dengan tindakan konsumsi. Pemikiran Erich Fromm (1900 – 1980) akan digunakan untuk menganalisis kedua hal ini dikaitkan dalam konteks kehidupan masa kini.

kategori terpisah dari realitas, tetapi suatu cara menghadirkan dan menerima realitas." Di samping itu, Sastrapratedja (2003: 84) mengemukakan: "Simulasi, sebaliknya, mengganti dunia real dengan pseudo-dunia melalui perluasan dunia imaji, tanda dan model yang tampak sebagai "real" dan dianggap demikian. Yang real dan simulasi saling berhimpitan, sehingga tak mungkin membedakan yang satu dari lainnya dan dengan demikian menghancurkan pertentangan benar/salah, realitas/ilusi." Realitas simulasi tidak mempunyai acuan, tidak mempunyai dasar, dan beroperasi di luar logika representasi.

5 "In the society of simulation, identities are constructed by the appropriation of images, and codes and models determine how individuals perceive themselves and relate to other people. Economics, politics, social life, and culture are all governed by the mode of simulation, ..."

#### 2. Tesis Penelitian

Dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan setidaknya terkandung dua pertanyaan filosofis, yaitu pertama tentang arti kebebasan manusia dalam tindakan konsumsi, dan kedua tentang implikasi dari kebebasan itu sendiri terhadap pembentukan identitas diri. Kebebasan yang merupakan hak pribadi subyek yang dicerminkan dengan kemampuan memilih obyek konsumsi untuk memenuhi kebutuhan berdasarkan fungsi komoditas kemudian bergeser untuk mendapatkan posisi surplus dalam relasi sosial. Kebebasan subyek bergeser, semula berdasarkan kebutuhan dan kuasanya dalam wilayah priyatnya, menjadi berdasarkan kuasa dari faktor eksternal di luar dirinya. Oleh karena adanya pengaruh faktor eksternal, subyek terus melakukan konsumsi memenuhi hasratnya untuk mengungguli vang lainnya. Sepanjang tindakan konsumsinya tidak memberikan posisi surplus, subyek akan terus berupaya melakukan konsumsi sampai orang lain memberikan pengakuan terhadap kepemilikannya. Dengan demikian, kebebasan subyek dalam melakukan tindakan konsumsi tidak didasarkan atas kebutuhan otentik alamiahnya, tetapi lebih sebagai akibat dari pengaruh faktor eksternal di luar dirinya. Atas dasar kondisi ini, tesis disertasi yang diajukan adalah:

Dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan, kebebasan lebih mungkin dipahami bukan hanya sebagai kemampuan seorang subyek untuk secara otonom memilih obyek konsumsi, tetapi lebih sebagai akibat dari obyek konsumsi yang memberi posisi surplus pada seorang subyek dalam relasinya dengan orang lain. Di situlah letak pembentukan identitas diri dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan.

Dari tesis tersebut dapat dirinci dalam tiga rumusan pertanyaan sebagai berikut:

 Apakah dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan, manusia masih punya kebebasan? Di mana tempat kebebasan manusia dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan?

- 2. Bagaimana perkembangan pandangan Veblen tentang konsumsi untuk pencitraan pada jaman sekarang sebagaimana tercermin dalam analisis post-strukturalis Baudrillard tentang masyarakat konsumen?
- Apakah manusia masih memiliki kebebasan untuk secara aktif membentuk identitas dirinya? Apakah kebebasan tersebut tanpa batas ataukah punya batasan etis di dalamnya?

#### 3. Tujuan dan Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendalami pemikiran Veblen tentang konsumsi untuk pencitraan dan relevansinya pada kehidupan masyarakat masa kini. Selanjutnya, atas dasar teori Veblen akan diteruskan membahas mengenai tindakan konsumsi pada kehidupan masyarakat konsumen dengan mengetengahkan pemikiran Baudrillard. Setelah mengetengahkan pemikiran Veblen dan Baudrillard, penulis akan membahas hubungan tindakan konsumsi dengan kebebasan subyek dan pembentukan identitas diri. Pembahasan tentang kebebasan subyek dan identitas diri akan menggunakan teori dari Fromm.

Penelitian dilakukan dengan cara analisis teks, yaitu mempelajari buku, jurnal, maupun teks lainnya dari karya Veblen, Baudrillard, Fromm, serta beberapa penulis lainnya yang membahas teori konsumsi maupun teori ekonomi. Penulis juga melakukan pengamatan terhadap aktivitas konsumsi dalam kehidupan masa kini untuk memperkaya analisis dalam penelitian ini. Di samping itu, penelitian juga menganalisis mengenai mazhab ilmu ekonomi yang berkembang kala itu untuk melihat relevansi pendekatan yang berlaku dan dampaknya dalam kehidupan masyarakat.

Dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran kritis terhadap etika berkonsumsi yang bertanggung jawab pada diri sendiri dan lingkungan sehingga masyarakat dapat lebih realistis dalam melakukan tindakan konsumsi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Dengan demikian, identitas yang terbentuk lebih otentik sesuai kapasitas maupun kompetensi masingmasing individu, bukan lagi mendasarkan pada kuasa tanda-tanda dalam gemerlap dan kemewahan komoditas yang menyelimuti diri individu.

## 4. Kritik Thorstein Veblen Terhadap Ekonomi Neoklasik

Pembahasan tentang teori konsumsi dari Veblen tidak dapat dipisahkan dari pendekatan-pendekatan ilmu ekonomi yang membentuk gaya hidup maupun perilaku individu pada masa hidup Veblen. Oleh karena itu, perlu dibahas pula pendekatan ilmu ekonomi modern, yaitu Ekonomi Klasik (EK) dan Ekonomi Neoklasik (EN), yang juga memberikan inspirasi kepada Veblen untuk memperbaiki kelemahan dari ilmu ekonomi terdahulu.

Pada jaman EK, konsumsi merupakan fungsi dari produksi di mana proses produksi akan berlangsung sesuai dengan permintaan konsumsi. Proses produksi pada masa itu menggunakan teknologi terbatas. Konsumsi dan produksi berada dalam keselarasan, dimana konsumen mempunyai kebutuhan dan kemudian dipenuhi oleh para produsen. Konsumsi dalam fenomena EK lebih dipahami sebagai jawaban atas kemampuan keuangan konsumen untuk membelanjakan pendapatannya. Pada masa itu, pendekatan ilmu ekonomi berfokus pada kebutuhan murni yang berasal dari individu, tidak mengkonsepsikan adanya kebutuhan yang timbul dari pengaruh eksternal dalam aktivitas konsumsi. Komoditas berdasarkan fungsinya. EK tidak membahas kebutuhan yang didasarkan pada adanya pengaruh dari lingkungan eksternal karena dalam pendekatan EK mengasumsikan bahwa individu mampu bertindak secara rasional. Para ekonom kala itu lebih tertarik pada pendekatan kuantitatif, obyektif, dan bersifat makro, meliputi hal-hal yang terkait dengan pendapatan, konsumsi, dan tabungan, sehingga mereka tidak membahas mengenai motivasi yang mendasari subyek dalam melakukan tindakan konsumsi. Konsumsi hanya didasarkan pada kemampuan keuangan individu dan mengabaikan persoalan subyektif, seperti preferensi dan selera. Dari mana asal mula timbulnya permintaan terhadap suatu komoditas dan bagaimana hasrat konsumsi terbentuk, berada di luar konteks pembahasan ilmu ekonomi. Oleh karena itu, permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar diasumsikan selalu dalam keadaan seimbang dan harga barang didasarkan atas biaya upah tenaga kerja untuk memproduksi suatu komoditas. Pada masa EK, tenaga manusia mempunyai peran penting dalam penetapan biaya produksi. Oleh karena itu, EK memperkenalkan Teori Nilai Kerja (Labour Theory of Value). Harga komoditas di pasar menunjukkan seberapa besar pengorbanan fisik subyek untuk memproduksi barang-barang.

Pada perkembangan ilmu ekonomi selanjutnya, faktor subyektif mulai dipertimbangkan oleh para pemikir mazhab EN. Teori EN banyak membahas tentang kegunaan/manfaat komoditas. EN lebih memfokuskan diri pada ilmu ekonomi mikro yang mempelajari perusahaan dan individu. Jika pada EK lebih banyak terkait dengan masalah ekonomi makro dan pendekatannya obyektif, maka EN lebih berfokus pada pendekatan subvektif. Para pemikir EN melihat kegunaan secara formal di mana konsumen membeli komoditas karena dia membutuhkannya. Selanjutnya, kebutuhan terus bertambah sesuai dengan peningkatan pendapatan, walaupun dengan pertambahan konsumsi akan menurunkan tingkat kepuasan. Teori EN sudah mulai melibatkan unsur preferensi konsumen sehingga alasan mengapa barang A lebih diminati dan harganya lebih mahal bisa dijawab oleh EN. Oleh karena itu, EN memunculkan pemikiran tentang Teori Kegunaan Marjinal (Marginal Utility Theory). Faktor biaya tenaga keria sudah bukan lagi penentu dalam harga produk, tetapi kegunaan barang menjadi unsur penting dalam kalkulasi harga produk.

Dalam perkembangan selanjutnya, sekitar masa pertengahan menjelang akhir Abad ke-19 merupakan era penting dalam perkembangan perekonomian pada masa itu. Perkembangan yang terjadi mempengaruhi pola hidup masyarakat dan perilaku individu dalam berkonsumsi. Peristiwa penting dalam kurun waktu itu adalah keberhasilan Revolusi Industri dalam memajukan teknologi yang mampu menggantikan peran tenaga manusia dengan tenaga mesin; teriadinya era Pencerahan dan Romantisme yang memberikan keleluasaan otonomi kepada subyek, pola hidup modern yang lebih konsumtif; serta terjadinya pemulihan dampak Perang Saudara di Amerika Serikat. Peristiwa inilah yang kemudian pendekatan-pendekatan ilmu ekonomi yang lebih komprehensip untuk menjawab tantangan jaman. Mazhab ilmu ekonomi yang kemudian berkembang dan menjadi aliran utama (mainstream) adalah EN. Asumsi EN kemudian banyak dikritisi oleh Veblen karena memberikan ketimpangan dalam perkembangan lanjutannya, misalnya saja dalam perilaku berkonsumsi.

Menurut Veblen, kondisi harmonis dalam masyarakat sebagaimana asumsi EN tidak terwujud, tetapi justru terjadi kesenjangan ekonomi antara golongan kelas penikmat (leisure class) dan golongan kelas pekerja (working class). Veblen melihat banyak bermunculan kaum elit yang dominan menguasai pasar sehingga keselarasan antara konsumsi dan produksi terganggu. Kaum elit tidak lain kelas penikmat, dapat menentukan arah dan volume produksi sekaligus sebagai konsumen komoditas non-esensial demi perolehan status. Golongan kelas penikmat dengan kemampuan keuangannya rajin melakukan konsumsi komoditas mahal, memamerkan kekayaannya, dan ingin mengungguli yang lainnya demi menyelamatkan status Masyarakat kelompok sosial di bawahnya menjadi semakin konsumtif dan bergaya hidup meniru kaum kelas penikmat. Oleh karena itu mulai timbul kebutuhan-kebutuhan baru, misalnya saja barang-barang mewah sebagai pemuas hasrat konsumsi. Semakin banyak konsumsi yang dilakukan seseorang semakin menunjukkan perbedaannya dengan orang lain dan di situlah letak superioritasnya karena status sosialnya melebihi yang lainnya. Kegunaan komoditas kemudian direduksi menjadi kompetisi untuk perolehan status dan untuk menunjukkan perbedaan diri subyek dengan yang lainnya.

Kondisi inilah yang diungkapkan oleh Veblen sebagai pencetus teori konsumsi untuk pencitraan. Pemikiran Veblen ini kemudian dikenal sebagai mazhab Ekonomi Institusional yang kemudian menjadi rujukan dalam teori-teori konsumsi serta menginspirasi para pemikir ilmu-ilmu sosial selanjutnya. Pendekatan yang dikemukakan oleh Veblen melengkapi teori ekonomi sebelumnya dengan memasukkan unsur perilaku individu dalam tindakan konsumsi untuk pencitraan demi perolehan status sosial. Pemikiran Veblen tentang konsumsi untuk pencitraan nampaknya tidak lapuk oleh jaman, bahkan semakin meluas dalam konteks kehidupan masa kini. Kepemilikan barang-barang menjadi instrumen dalam penentuan posisi sosial individu. Identitas diri dan relasi sosial juga mendasarkan pada kepemilikan komoditas.

# 5. Masyarakat Konsumen (Consumer Society)

Salah satu pemikir yang terinspirasi oleh teori konsumsi untuk pencitraan adalah Jean Baudrillard yang membawa pemikiran Veblen dalam konteks kehidupan yang lebih luas, yaitu pada masyarakat konsumen. Menurut Baudrillard konsumsi untuk pencitraan bersinergi dengan nilai tanda meluas seperti virus yang menyebar kepada setiap individu dalam masyarakat. Konsumsi untuk pencitraan sudah berkembang demikian luasnya sehingga tidak hanya terjadi pada kelas penikmat, tetapi sudah menjalar pada semua warga dalam masyarakat konsumen yang tunduk pada kuasa tanda. Konsumsi sudah menjadi suatu kewajiban yang harus diikuti oleh setiap warga masyarakat. Apa yang dikonsumsi oleh para individu bukanlah kebutuhan akan komoditas sesuai fungsinya, tetapi lebih pada makna yang diusung oleh komoditas. Oleh karena itu, komoditas yang mengusung makna dan memberikan status sosial maupun perbedaan kepada subyek akan terus dikonsumsi. Makna

tanda-tanda terus berkembang terkait erat dengan relasi sosial yang dijalin oleh warga masyarakat. Relasi sosial terus terjalin dan berkembang tanpa batas, termasuk dalam dunia virtual, dengan mengusung tanda-tanda sebagai komoditas konsumsi. Simbol-simbol dan tanda-tanda kemudian menyentuh apa yang diinginkan subyek dan selanjutnya memicu hasrat untuk melakukan tindakan konsumsi. Kondisi demikian mengakibatkan aktivitas konsumsi semakin tak terkendali karena hasrat tidak pernah mengenal batas.

Baudrillard telah mengembangkan cara pikir baru dalam konsep teori konsumsinya yang berfokus pada kehebatan sistem obyekobyek/tanda-tanda. Obyek melampaui subyek dan berfungsi sebagai bahasa atau sarana komunikasi dalam relasi sosial. Baudrillard melihat bahwa era logika subyek sudah berlalu dan telah digeser oleh logika obyek yang terus berkembang menjadi obyek-obyek simulasi dalam kehidupan hiper realitas. Dalam kehidupan hiper realitas. individu sudah sulit membedakan antara realitas asli dan realitas yang ada. Semuanya berbaur menjadi satu dan sulit dibedakan. Inilah yang oleh Baudrillard disebut implosion. Acuan, pedoman, referensi, sudah tidak ada lagi sehingga apa yang terjadi dianggap sebagai realitas sesungguhnya. Imajinasi dan fantasi mengambil peran penting dalam kehidupan hiper realitas dalam masyarakat konsumen. Tindakan konsumsi tidak lagi mendasarkan pada "Apa yang aku butuhkan," tetapi mendasarkan pada "Apa yang memberikan makna bagi diriku." Realitas yang terjadi merupakan simulakra sehingga individu hidup dalam kesadaran diri fantasi (a self-conscious fantasy) dengan identitas terfragmentasi mengikuti dinamika tanda-tanda. Dalam kondisi demikian, kreasi eksistensi alternatif menjadi marak dimana identitas diri tidak hanya dikonstruksi oleh lingkungan, tetapi juga merupakan fantasi individu untuk menyatakan dirinya sebagai apa atau menjadi siapa dihadapan yang lainnya.

"..., ini adalah tanda-tanda di luar kontrol dan, pada titik ini, kita tidak punya perspektif pada diri kita sendiri. Tidak ada jaminan, tidak ada lagi identitas yang mungkin: Saya menjadi orang lain bagi diri saya sendiri; Saya teralienasi," demikian tulis Baudrillard (1998: 188).<sup>6</sup>

Perkembangan dan inovasi teknologi mengakselerasi kapasitas produksi massa serta terus menciptakan kebutuhan terhadap komoditas mewah/prestisius vang mengandung nilai tanda dan mampu memberikan makna kepada subyek. Komoditas yang makna mengusung kemudian meniadi semakin penting kedudukannya dalam relasi sosial karena mampu memberikan perbedaan, identitas, dan status sosial seseorang sehingga terus diburu oleh konsumen. Oleh karenanya, permainan maupun manipulasi tanda-tanda menjadi tak terhingga jumlahnya dan menciptakan suatu tatanan dalam masyarakat yang kemudian mengarahkan perilaku individu yang cenderung mengejar materi.

# 6. Kaitan Perspektif Ilmu Ekonomi dan Pemikiran Jean Baudrillard

Dalam pandangan EK, unsur obyektivitas merupakan dasar dalam menganalisis fenomena ekonomi dalam masyarakat. Pandangan inilah yang kemudian dikritisi oleh kaum marjinalis karena dalam EK unsur subyektivitas tidak mendapatkan perhatian. Pemikir EK menghitung nilai berdasarkan biaya tenaga kerja, sedangkan kaum marjinalis atau EN menyatakan bahwa nilai ekonomi tergantung dari tingkat kepuasan yang diantisipasi akan diterima oleh subyek. Kaum marjinalis menekankan pada sisi hasrat maupun kesenangan konsumen. Kalkulasi ekonomi tampak berbalik, bergeser mendekati sisi subyektivitas dari yang sebelumnya mendasarkan diri pada pada unsur obyektivitas sebagaimana diyakini oleh para ekonom klasik dan neoklasik. Obyektivitas merupakan keterukuran biaya-biaya dalam bentuk fisikalis jerih payah yang dikeluarkan, seperti tetesan

<sup>6 &</sup>quot;..., it is the sign that the world is becoming opaque, that our acts are getting out of our control and, at that point, we have no perspective on ourselves. Without that guarantee, no identity is possible any longer: I become another to myself: I am alienated."

<sup>(</sup>Kata tercetak miring sesuai dengan aslinya).

keringat yang keluar, kesulitan-kesulitan fisik, jam kerja, dan sejenisnya. Sedangkan subyektivitas merupakan nilai yang tidak lagi ditentukan oleh ciri fisik biaya-biaya, tetapi pada ekspektasi pemuasan hasrat, seperti perolehan status, pengakuan sosial, privilese, gaya, dan sejenisnya. Kaum marjinalis lebih cenderung memasukkan unsur psikologi dan subyektivitas sebagai ukuran dalam menentukan nilai ekonomi.

Tingkatan hasrat inilah yang kemudian ingin dikalkulasikan oleh para ekonom marjinalis. Hasrat terkait erat dengan kepuasan dimana kepuasan merupakan intensitas dari hasrat subvek untuk mendapatkan sesuatu dalam waktu tertentu pada situasi tertentu. Kalkulasi dari nilai ekonomi suatu barang harus memperhitungkan intensitas hasrat subvek. Oleh karena itu, nilai suatu barang merupakan fungsi langsung dari "hasrat marijnal" ("marginal desirousness"). Nilai ekonomi (economic value) tidak langsung merupakan pertukaran dan pemakaian, tetapi mendasarkan pada satu nilai, yaitu nilai hasrat (desire-value) yang pada prinsipnya bersifat subyektif, variatif, cepat berubah. Bagi kaum marjinalis, nilai atau harga komoditas merupakan fungsi langsung dari hasrat, bukan biaya tenaga kerja sebagaimana teori EK. Oleh karena itu, dalam situasi ini munculnya hasrat sudah mencukupi untuk memproduksi komoditas ekonomi. Dalam logika kaum marjinalis disebutkan bahwa munculnya hasrat didasari dua faktor, yaitu kekurangan (lack) dan kelangkaan (scarcity). Dua faktor inilah yang mampu meningkatkan hasrat karena akan menciptakan metafora kedahagaan (metaphoric thirst).

Metafora kedahagaan terus menerus dieksploitasi dengan mengedepankan perasaan kekurangan maupun kelangkaan terhadap sesuatu sehingga menciptakaan kebutuhan yang pemenuhannya sampai pada taraf berlebihan atau mubadzir. Kedahagaan yang selalu ingin dipenuhi bukanlah untuk barang-barang kebutuhan hidup esensial, tetapi lebih kepada obyek pelengkap atau obyek substitusi. Pada kondisi semacam inilah terjadi perubahan dari "kebutuhan" ke

"keinginan". Kebutuhan bersifat obyektif, umum, dan bersifat inelastis atau tidak fleksibel. Misalnya saja, kebutuhan makan dan
minum. Sebaliknya, keinginan bersifat subyektif, khusus, dan
bersifat elastis atau fleksibel, misalnya saja keinginan memiliki
rumah mewah. Keinginan ini selanjutnya memicu hasrat untuk
mendapatkan kepuasan dari perolehan barang-barang, di luar
kebutuhan untuk pertahanan hidup. Selanjutnya, obyek-obyek akan
terus menciptakan substitusi-substitusi dalam jumlah tak terhingga
untuk pemenuhan hasrat. Ketakterhinggaan ini kemudian memasuki
ranah simbolik. Pada hubungan semacam ini terjadi perkawinan
antara psikoanalisis dan ilmu ekonomi.

Goux (1990: 125) menjelaskan bergabungnya psikoanalisis dalam ilmu ekonomi mengakibatkan nilai ekonomi suatu komoditas mempunyai nilai tukar abstrak, terpisah dari makna obyektif komoditas itu sendiri. Psikoanalisis tidak menginterpretasikan antara citra yang satu dengan yang lainnya, tetapi memanipulasinya dan kemudian menerjemahkannya dalam bahasa. Suatu produk dengan nilai pakai yang melekat pada dirinya, tetapi tidak dibutuhkan segera, akan menjadi obyek dari hasrat. Konsumsi yang dilakukan terhadap produk-produk tersebut akan membentuk tatanan hasrat. Tatanan hasrat tidak akan pernah dapat terpuaskan karena pencapaiannya selalu menimbulkan hasrat-hasrat baru. Oleh karenanya, hasrat menimbulkan kesenangan ambivalen. bersifat menimbulkan derita karena pencapaiannya tidak akan pernah menimbulkan kepuasan.

Dari penjelasan Goux dapat dicermati terjadinya pergeseran pola pikir dari EK berlanjut ke EN, yaitu dari pentingnya peran tenaga kerja yang kemudian bertransformasi kearah pentingnya peran hasrat pada diri subyek. Dari fisik berupa tenaga kerja, beralih ke fetish obyek ke simbol dan kemudian menuju ke tanda. Nilai komoditas secara bertahap di ambil alih secara transenden. Dengan kata lain, locus ontologicus nilai ekonomi bergeser dari ciri eksternal – obyektif ke ciri internal – subyektif.

Pada pergeseran locus ontologis nilai inilah terletak signifikansi dan relevansi psikoanalisis Baudrillard untuk memahami kinerja konsumsi yang diajukan Veblen. Kekuatan proposal analitik ini terletak dalam argumen bahwa sentralitas psikoanalisis atas gejala ekonomi tidak dipaksakan dari luar ilmu ekonomi, tetapi persis diajukan dari "logika internal" evaluasi ilmu ekonomi itu sendiri. Itulah mengapa masuknya teropong psikoanalisis Baudrillard dalam penelitian bukanlah lompatan logika yang dipaksakan, melainkan konsekuensi logis yang sepenuhnya dapat muncul dari problematik ilmu ekonomi itu sendiri.

#### 7. Kebebasan dan Identitas Diri

Atas dasar apa yang dialami individu dalam kehidupan hiper realitas, identitas menjadi sangat relatif, terbatas dalam ruang dan waktu, mudah berubah, didasarkan pada komoditas yang dimilikinya. Pembentukan identitas yang mendasarkan pada pemenuhan komoditas berjalan searah dengan adanya hasrat konsumsi yang tidak pernah terpuaskan. Kondisi ini juga merupakan kecerdikan kaum pemilik modal mensinergikan kemampuannya memanfaatkan inovasi teknologi dan strategi pemasaran yang handal untuk menciptakan kebutuhan-kebutuhan semu dengan tujuan memperbesar perolehan keuntungan. Fromm (1994: 252) menuliskan:

"Pada dasarnya diri individu dilemahkan, sehingga dia merasa tidak berkuasa dan sangat tidak aman. Dia hidup dalam sebuah dunia dimana dia telah kehilangan ketulusan pergaulan, dimana setiap orang dan setiap barang hanya menjadi alat, dia telah menjadi bagian dari mesin yang diciptakannya. Dia berpikir, merasa, dan berkehendak sebagaimana dia diharuskan berpikir, merasa, berhendak; dalam proses ini dia kehilangan dirinya terhadap dirinya..."

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> "Basically the self of the individual is weakened, so that he feels powerless and extremely insecure. He lives in a world to which he has lost genuine relatedness

Di samping itu, kehidupan hedonisme modern juga memberikan ruang lebih luas kepada subyek untuk mengekspresikan keinginannya sehingga hasrat konsumsi semakin meningkat. Subyek bebas mengkonsumsi komoditas sesuai dengan keinginan dan imajinasinya, tidak lagi terikat dengan aturan, tradisi, norma yang berlaku, sebagaimana terjadi pada era hedonisme tradisional. Kebebasan konsumsi pada diri subyek sangat tergantung pada perolehan status. Sejauh subyek belum mendapatkan posisi sosial melebihi yang lainnya, maka subyek terus menerus melakukan konsumsi. Akibatnya, kebebasan dalam tindakan konsumsi bukan terletak dalam diri subyek, tetapi banyak dipengaruhi faktor eksternal, di luar dirinya. Subyek semakin sempit mempunyai kesempatan melakukan refleksi, sebagaimana dipertanyakan oleh Fromm (1994: 254):

"Lalu, apa arti kebebasan bagi manusia modern?

Dia bebas dari belenggu-belenggu eksternal yang menghalangi dia dari bekerja dan berpikir sesuai dengan apa yang diinginkan. Dia bebas bertindak sesuai dengan kehendaknya, jika dia mengetahui apa yang diinginkan, dipikirkan, dan dirasakan. Tetapi, dia tidak mengetahui. Dia berkompromi terhadap otoritas-otoritas anonim dan mengadopsi diri yang bukan dirinya. Semakin dia lakukan ini, semakin merasakan kelemahan, semakin dia dipaksa untuk berkompromi."8

and in which everybody and everything has become instrumetalized, where he has become a part of the machine that his hands have built. He thinks, feels, and wills what he believes he is supposed to think, feel, will; in this very process ho loses his self...."

<sup>&</sup>quot;What then is the meaning of freedom for modern man?

He has become free from the external bonds that would prevent him from doing and thinking as he sees fit. He would be free to act according to his own will, if he knew what he wanted, thought, and felt. But he does not know. He conforms to anonymous authorities and adopts a self which not his. The more he does it, the more powerless he feels, the more he is forced to conform."

## 8. Celah Kebebasan Subyek

Dalam kehidupan modern yang serba cepat dan tanpa batas, kebebasan subyek lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal daripada faktor internal. Arti kebebasan dalam berkonsumsi telah mengalami pergeseran dari kemampuan untuk memilih dan menentukan secara mandiri apa yang dibutuhkan oleh subyek terkait dengan nilai pakai, kemudian beralih pada konsumsi tanda-tanda atau simbol-simbol yang mengusung makna. Dalam pemilihan komoditas dengan muatan tanda atau simbol, subyek mempertimbangkan pengaruh dari lingkungannya. Oleh karena itu, tujuan aktivitas konsumsi pun bergeser, utamanya bukan untuk memenuhi kebutuhan riil berdasarkan kegunaan fungsional obyek, tetapi lebih untuk pemenuhan pencitraan diri, demi status sosial yang lebih tinggi, atau untuk mengungguli yang lain.

Subyek sebagai locus dalam aktivitas konsumsi menjadi fokus perhatian. Subyek turut aktif berperan dalam menggerakkan roda kegiatan konsumsi. Obyek-obyek dan mesin-mesin produksi tidak bergeming bila tidak ada energi dari keaktifan subyek. Oleh karena itu, subyek sesungguhnya masih mempunyai kebebasan karena subyek mempunyai peran dalam memilih dan memilah dalam keputusan aktivitas konsumsinya, walaupun semakin sulit dalam masyarakat konsumen dewasa ini. Namun, subyek masih mempunyai otonomi dalam dirinya, tidak sepenuhnya dideterminasi oleh budaya atau faktor eksternal. Subyek masih mempunyai kebebasan pada saat dia mampu mengambil sikap dan memberi penafsiran terhadap apa yang akan dikonsumsinya.

Silverstone (1994: 122-31) menjelaskan bahwa terdapat enam aktivitas dalam proses konsumsi yang memperlihatkan adanya celah kebebasan subyek, yaitu: (1) komodifikasi, adanya keinginan subyek yang ditangkap oleh produsen, (2) imajinasi, subyek mengkonsumsi komoditas sesuai dengan imajinasinya (3) appropriasi, subyek mengkonsumsi komoditas sesuai dengan makna diri yang diinginkan

(4) obyektifikasi, subyek mengklasifikasikan dirinya dalam lingkungan (5) inkorporasi, subyek mengkonsumsi komoditas lebih kepada makna, bukan fungsinya, (6) konversi, subyek mengkonsumsi komoditas agar dirinya tampak berbeda dengan yang lain. Dengan demikian, celah kebebasan subyek masih ada, walaupun ruangnya semakin terbatas karena adanya pengaruh lingkungan eksternal.

Sebagai dampak dari kehidupan masyarakat konsumen masa kini, pembentukan identitas subvek didasarkan pada kepemilikan komoditas yang memberikan makna diri kepada subyek. Dalam kondisi demikian, pemahaman kebebasan subyek tidak terjadi di awal (ex-ante) dalam proses tindakan konsumsi untuk pencitraan, tetapi terjadi di akhir (ex-post) dengan mendapatkan pengakuan dari lingkungannya berdasarkan kepemilikan komoditas. lingkungan belum mengakui adanya keunggulan atau posisi surplus dari kepemilikan komoditas, subyek akan terus melakukan aktivitas Subyek mendapatkan kepuasan ketika kepemilikan konsumsi. materi melebihi yang lainnya karena dari posisi inilah subyek mendapatkan status sosial yang kemudian membentuk identitas dirinya. Dalam kondisi semacam ini, pendidikan/pelatihan hasrat perlu dilakukan agar identitas yang terbentuk sesuai dengan kapasitas dan kompetensi otentik yang melekat pada diri subyek. Celah kebebasan dalam diri subyek harus dimanfaatkan untuk mendidik/ melatih hasrat konsumsi yang secara alamiah melekat pada diri subvek. Hasrat perlu dididik/dilatih agar subvek dapat melakukan tindakan konsumsi secara rasional, sesuai dengan kemampuannya, dan bertanggung jawab kepada lingkungannya.

#### 9. Peluang Mendidik Hasrat (Schooling the Desire)

Pendidikan/pelatihan hasrat dalam tindakan konsumsi ditujukan untuk "menjinakkan" hasrat sehingga konsumsi yang dilakukan sesuai dengan kewajaran dan bertanggung jawab. Untuk itu, tindakan konsumsi tidak hanya mengikuti gejolak hasrat yang tak pernah terpuaskan, tetapi mengikutsertakan pula nalar dan pertimbangan

etika sehingga keputusan berkonsumsi berlandaskan kepedulian dan kepekaan terhadap kepentingan bersama. Dalam pendidikan/pelatihan hasrat disertakan pula batasan-batasan yang dihadapi oleh subyek, misalnya kemampuan finansial, sehingga subyek mampu membuat prioritas dalam kegiatan konsumsinya. Di samping itu, dalam pendidikan/pelatihan hasrat diperlihatkan pula kasus-kasus riil tentang akibat dari aktivitas konsumsi yang irasional dengan ulasan mengenai dampaknya ditinjau dari segi kesehatan, ekonomi, psikologis, politik, dan sosial kemasyarakatan sehingga timbul kepedulian untuk melakukan konsumsi secara rasional dan penuh tanggung jawab. Dengan pendidikan/pelatihan hasrat maka nalar harus mampu mencerahi hasrat. Nalar menata keseimbangan antara hasrat dan etika dalam tindakan konsumsi.

Nalar harus mampu mendidik hasrat yang secara primordial ada dalam diri individu dan memadukan dengan etika yang berasal dari budaya, sehingga tindakan konsumsi mengarah pada kegiatan produktif dan memberikan tanggung jawab bagi diri individu, bukan sebaliknya. Tindakan konsumsi harus meningkatkan sifat mengada (being) pada diri manusia agar bermanfaat tidak hanya bagi diri sendiri, tetapi juga untuk orang lain dan lingkungan. Dengan demikian tindakan konsumsi semestinya harus bergeser dari kesadaran diri fantasi (self-conscious fantasy) mengarah pada kesadaran diri yang realistis (self-conscious reality), yaitu berkonsumsi dalam takaran patut, wajar, rasional, dan bertanggung jawab. Di samping itu, bercermin dari pemikiran Veblen, Baudrillard mengamati pula bahwa faktor penggerak dari masyarakat konsumen adalah perolehan status (status driven economy), seyogyanya tindakan konsumsi lebih diarahkan pada aktivitas konsumsi yang bertanggung jawab (responsible driven economy) melalui pelatihan/pendidikan hasrat yang dimulai sejak usia muda.

Pelatihan hasrat akan memberikan pengembalian kebebasan dan identitas diri yang stabil kepada subyek karena otonomi dalam tindakan konsumsinya benar-benar berasal dari dalam diri subyek,

bukan dari faktor di luar dirinya. Subvek ikut serta terlibat sejak awal dalam proses tindakan konsumsinya dengan kendali dari dalam dirinya, bukan kebebasan yang didapatkan dari luar dirinya karena pengejaran status. Dalam tindakan konsumsi semacam ini tidak diartikan bahwa subyek tidak memperhatikan kepentingan yang lain, tetapi subyek juga mempertimbangkan kepentingan lingkungannya sehingga relasi sosial yang terjadi adalah hubungan saling menghargai karena tidak didasarkan pada persaingan materi, sebagaimana diulas oleh Veblen. Oleh karena itu, pembentukan identitas diri lebih mencerminkan siapa diri subyek berdasarkan kapasitas dan kompetensi yang dimilikinya, bukan didasarkan pada kepemilikan obyek-obyek yang memberikan identitas semu kepada subyek. Identitas diri yang terbentuk tidak bernaung dalam status kepemilikan komoditas, tetapi lebih mengarah kepada kemampuan dan kematangan seseorang dalam memberikan kontribusi kepada lingkungannya. Pendidikan/pelatihan hasrat akan membangun homo responsibilis consumans, manusia konsumen yang bertanggung jawab terhadap penguatan mengada (being) bagi diri individu.

#### 10. Penutup

Mencermati perjalanan waktu dari jaman EK kemudian EN, maka perkembangan nilai obyek-obyek mengalami pergeseran, semula pada jaman EK mendasarkan pada upah tenaga kerja secara fisikalis untuk menghasilkan suatu barang. Individu membeli komoditas karena nilai pakai atau fungsi yang melekat pada barang yang dikonsumsi, Selanjutnya, pada masa EN, obyek tidak hanya dihargai sesuai nilai pakainya, tetapi juga mempertimbangkan nilai tukar yang melekat pada dirinya. Veblen kemudian muncul dengan mengetengahkan bagaimana obyek dapat memberikan nilai atau label status sosial kepada pemiliknya. Oleh karenanya, hasrat untuk melakukan tindakan konsumsi untuk perolehan status dan mengungguli yang lainnya menjadi penting dalam pandangan Veblen. Pemikiran Veblen bergerak dalam ranah strukturalis dimana golongan kelas penikmat membawa budaya konsumsi untuk pencitraan yang kemudian ditiru oleh golongan kelas sosial di

bawahnya. Selanjutnya, Baudrillard mengembangkan pemikiran Veblen pada ranah post-strukturalis, dimana obyek-obyek mengusung makna tanda-tanda yang dapat memberikan status sosial dan identitas diri kepada pemiliknya dan menghinggapi semua golongan warga masyarakat.

Pemikiran Baudrillard masuk dalam ranah psikoanalisis yang memperhatikan adanya makna-makna yang dimunculkan oleh suatu komoditas dalam kehidupan masyarakat. Perjalanan obyek dari jaman EK sampai Baudrillard menunjukkan terjadinya pergeseran nilai obyek dari sifatnya yang fisikalis, mendasarkan pada jerih payah tenaga kerja, menjadi bersifat non-fisikalis, hanya berpedoman pada makna tanda-tanda yang berkembang dalam masyarakat konsumen. Dalam masyarakat konsumen. Dalam masyarakat konsumen, individu-individu hidup dalam hiper realitas yang dipenuhi dengan kesemuan atau biasa disebut sebagai simulakra. Kebutuhan tidak lagi didasarkan kepada fiungsi obyek-obyek, tetapi lebih diarahkan kepada nilai tanda dan perbedaan yang mampu memberikan makna kepada individu. Hubungan antara subyek - obyek yang pada awalnya terjadi secara langsung sesuai dengan fungsi komoditas kemudian bergeser menjadi relasi antara individu dengan masyarakat, dan nilai tanda/obyek menjadi perekat dalam interaksi sosial.

Teknologi telah membuktikan kemampuannya untuk mengubah wajah dunia menjadi lebih maju serta banyak memberikan kemudahan dan kenikmatan dalam kehidupan manusia, walaupun terdapat pula dampak negatif yang ditimbulkannya. Manusia semakin "dimanja" oleh teknologi, semakin tergantung, dan "terjebak" menjadi kecanduan menggunakan teknologi. Kemajuan di bidang teknologi dan dunia periklanan maupun pemasaran turut berkontribusi dalam memicu hasrat konsumsi. Kuasa obyek/tanda kemudian "menjerat" konsumen dalam kehidupan hiper realitas. Obyek telah menaklukkan supremasi subyek. Manusia kehilangan daya refleksi maupun spontanitas. Manusia tak ubahnya seperti mesin bernyawa, kehilangan pijakan terhadap realitas (sense of

reality) karena semua yang dialami dan dijumpainya hanyalah ciptaan, olahan, rekayasa hasil teknologi. Kondisi demikian mengakibatkan manusia kehilangan pijakan kemanusiaannya (common sense).

Subvek mengkonsumsi di luar kebutuhan riilnya dan kemudian terus membanding-bandingkan komoditas yang dikonsumsinya dengan apa yang dimiliki oleh orang lain. Persaingan dalam pemilikan komoditas konsumsi untuk pencitraan jika ditarik dalam konteks kehidupan bermasyarakat yang lebih luas, maka perilaku ini membawa dampak negatif. Individu bersaing dalam pengejaran harta dan mentalitas vang terbentuk adalah mendasarkan pada sifat memiliki (having) yang kemudian terinternalisai menjadi kebiasaan (habit) dalam tatanan kehidupan masyarakat. Individu mengejar kekayaan dan memamerkannya dengan segala cara untuk menampilkan keunggulannya secara materi. Pemilikan komoditas yang mampu mendongkrak posisi surplusnya akan terus diburu tanpa ada batasan kepuasan. Kepemilikan materi menjadi ukuran dalam hierarki relasi sosial. Semakin banyak materi yang dimiliki seseorang, semakin tinggilah posisi sosialnya. Sikap demikian menjadikan manusia menjadi tamak dan lupa diri sehingga tidak ada lagi kepedulian terhadap sesama dan lingkungan. Ekses sosial dan ekonomi yang terjadi karena tindakan konsumsi yang demikian akan membahayakan diri manusia sendiri dan mengancam kelestarian sumber daya alam. Oleh karena itu, persaingan dalam aktivitas konsumsi sedapat mungkin diminimalkan, bahkan dihilangkan, dan kemudian "mengembalikan" manusia kepada kegiatan konsumsi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dirinya. Nalar subyek sedapat mungkin mencerahi hasrat konsumsi.

Bertolak dari penjelasan Veblen yang mengungkapkan bahwa manusia secara primordial mempunyai insting idle curiosity yang menekankan pada pengetahuan, maka adanya peluang kebebasan dan insting pengetahuan sedapat mungkin dimanfaatkan untuk mendidik/melatih hasrat persaingan kepemilikan komoditas

konsumsi atau hasrat emulasi. Hasrat harus didisiplinkan sehingga berada pada proporsi yang wajar dalam melakukan tindakan konsumsi. Nalar harus bangkit lebih aktif untuk mendidik/melatih hasrat agar subyek mampu berdisiplin dalam tindakan konsumsinya sesuai dengan kemampuannya. Tindakan konsumsi tidak menuruti hasrat emulasi, tetapi lebih pada aktivitas konsumsi yang realistis, rasional, dan bertanggung jawab. Perilaku inilah yang akan membimbing manusia yang ideal sebagaimana yang diungkapkan oleh Veblen (1994: 220): "... karakter manusia ideal menciptakan perdamaian, suka bekerjasama, dan efisien secara ekonomi, bukan suatu kehidupan dari pencarian diri, pemaksaan, penipuan, dan penguasaan."

<sup>&</sup>quot;... the ideal human character which makes for peace, good-will, and economic efficiency, rather than for a life of self-seeking, force, fraud, and mastery,"

#### DAFTAR PUSTAKA

#### SUMBER UTAMA

- Baudrillard, Jean. [1970] 1998. The Consumer Society Myths and Structures. London: Sage Publications Ltd., Judul asli adalah La société de consummation. Nottingham Trent University.
- Fromm, Erich. [1941] 1994, Escape from Freedom. New York: Henry Holt and Company.
- Fromm, Erich. [1976] 1997. To Have or To Be. New York: Continuum.
- Fromm, Erich. [1989] 2000. The Art of Being. New York: The Continuum Publishing Company.
- Veblen, Thorstein. [1899] 1994, The Theory of the Leisure Class. New York: Dover Thrift Edition.
- Veblen, Thorstein. [1899] 2006, Conspicuous Consumption Unproductive Consumption of Goods is Honourrable. London: Penguin.
- Ritzer, George. 1998. Introduction. The Consumer Society Myths and Structures. Jean Baudrillard. London: Sage Publications Ltd.

#### SUMBER PENDUKUNG

#### Buku:

- Adler, Mortimer J. 1991. Desires Right & Wrong The Ethics of Enough. New York: Macmillan.
- Atkinson, Genn. 1998. An Evolutionary Theory of the Development of Property and the State, The Founding of Institutional Economics, The Leisure Class and Sovereignty, Edited by Warren J. Samuels. New York: Routledge.
- Bauman, Zygmunt. 2007. Consuming Life. Cambridge: Polity Press. Bauman. Zygmunt. 2011. Collateral Damage. Cambridge: Polity

Press.

- Berry, Christopher J. 1994. The Idea of Luxuries: A Conceptual and Historical Investigation. Cambridge University Press.
- Bocock, Robert. 1993. Key Ideas Consumption. New York: Routledge.
- Campbell, Collin. [1987] 1990 The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. Oxford: Basil Blackwell.
- Corrigan, Peter. 1997. The Sociology of Consumption. London: Sage
- Publications.

  Diggins, John Patrick. 1999. Thorstein Veblen Theorist of the Leisure Class. New Jersey: Princeton University Press.
- Featherstone, Mike. 1991. Consumer Culture & Postmodernism.
  London: SAGE Publications Ltd.
- Friedman, Jonathan. 1994. Consumption and Identity. The
- Frisby, David, dan Mike Featherson. 1997. Simmel on Culture.

  Kompilasi dari beberapa buku karya Georg Simmel. London:
  Sage Publication.
- Gabriel, Yiannis, dan Tim Lang. 2006. The Unmanageable Consumer. London: SAGE Publications Ltd.
- Giroux, Henry A. 2009. Youth in A Suspect Society Democracy or Disposability?. New York: Palgrave Macmillan.
- Goux, Jean-Joseph. 1990. Symbolic Economies After Marx and Freud. New York: Cornell University Press. Judul asli Freud, Marx: Economie et symbolique and Les iconoclastes. 1973 dan 1978, Editions de Seuil. Diterjemahkan oleh Jennifer Curtis Gage.
- Hans, James S. 1990. The Fate of Desire. New York: State University of New York Press.
- Hodgson, Geoffrey M. 2004. The Evolution of institutional Economics, Agency, Structure and Darwinism in American Institution. London: Routledge.
- Kellner, Douglas 1989. Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond. California: Standford University Press.

- Magnis-Suseno, Franz 2009. Menjadi Manusia Belajar dari Aristoteles. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Mason, Roger S. 1981. Conspicuous Consumption: A Study of Exceptional Consumer Behaviour. New York St. Martin's Press. Inc.
- Maestrovic, Stjepan. 2003. Thorstein Veblen on Culture and Society.

  London: Sage Publications Inc.
- Miller, Edythe S. 1998. Veblen and Commons and the Concept of Community, The Founding of Institutional Economics, The Leisure Class and Sovereignty. London: Routledge.
- Miller, Geoffrey. 2009, Spent. Sex, Evolution, and Consumer Behavior. England: Penguin Books Ltd.
- Paterson, Mark 2006. Consumption and Everyday Life. New York: Routledge.
- Peterson, Anna L. 1963. Everyday Ethics and Social Change: The
  Education of Desire. New York: Columbia University
  Press
- Roll, Eric. 1956. A History of Economic Thought. New York: Prentice - Hall.
- Rutherford, Donald. 2007. Economics The Key Concepts. New York: Routledge.
- Sassatelli, Roberta. 2007. Consumer Culture History, Theory and Politics. London: Sage Publication Ltd.
- Sastrapratedja, M. [1976] 1987. Orientasi Hidup: Memiliki atau Mengada?, "Memiliki dan Menjadi tentang Dua Modus Eksistensi." Judul asli To Have or To be, karangan Erich Fromm, diterjemahkan oleh F. Soesilohardo. Jakarta: LP3ES.
- Sastrapratedja, M. 2003. Mencari Akar Perubahan Budaya Masa Kini: Dari Karl Marx ke Jean Baudrillard, "70 Tahun Toeti Herati Pawai Kehidupan." Jakarta: Yayasan Mitra Budaya Indonesia.
- Stearns, Peter N. 2001: ix. Consumerism in World History The Global Transformation of Desire. New York: Routledge.

- Seckler, David. 1975. Thorstein Veblen and the Institutionalists, A Study in the Social Philosophy of Economics. London: Macmillan.
- Silverstone, Roger. 1994. Television and Everyday Life. London: Routledge.
- Skousen, Mark. 2001. The Making of Modern Economics, The Lives and Ideas of the Great Thinkers. New York: M.E. Sharpe, Inc.
- Szmigin, Isabelle. 2003. Understanding the Consumer. London: SAGE Publications Ltd.
- Toffoletti, Kim. 2011. Baudrillard Reframed. London: I.B. Tauris & Co. Ltd.
- Waller, William T., Janet T. Knoedler, Robert E. Prasch, Dell P. Champlin 2007. Veblen's missing theory of markets and exchange, or can you have an economic theory without a theory of market exchange?, Thorstein Veblen and the Revival of Free Market Capitalism. United Kingdom: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Yonay, Yuval P. 1998. The Struggle over the Soul of Economics, Institutionalist and Neoclassical Economists in America between the Wars. New Jersey: Princeton University Press.

# Artikel dari Buku dan Jurnal:

- Anderson, Karl L. 1933. "The Unity of Veblen's Theoretical System," The Quarterly Journal of Economics, Vol. 47: 598-626. The MIT Press.
- Bagwell, Laurie Simon, B. Douglas Bernheim. 1996. "Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption," The American Economic Review Vol. 86, No. 3.
- Belk, Russel W, Güliz Ger, Søren Askeegard. 2003. "The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion," The Journal of Consumer Research, Vo. 30, No. 3, Chicago Journal, The University of Chicago.

- Bennett, David. 2005. 'Getting the Id to Go Shopping: Psychoanalysis, Advertising, Barbie Dolls, and the Invention of the Consumer Unconscious', Public Culture 17 (1): 1 25. Duke University Press.
- Carrier, James G., Josiah McC. Heyman. 1997. "Consumption and Political Economy," The Journal of the Royal Anthropological Institute. Vol. 3, No. 2: 355-373.
- Clark, John Maurice. 1929. "Thorstein Bundy Veblen: 1857-1929," The American Economic Review. Vol. 17, No. 4: 742-745. American Economic Association.
- Davis, Arthur K. 1945. "Sociological Elements in Veblen's Economic Theory," The Journal of Political Economy. Vol. 53, No. 2: 132-149. The University of Chicago Press.
- Edgell, Stephen, Rick Tilman. 1989. "The Intellectual Antecedents of Thorstein Veblen: A Reappraisal," Journal of Economic Issues. Vol. 23, No. 4: 1003-1026. Academic Research Library.
- Harris, Abram L. 1932. "Types of Institutionalism," The Journal of Political Economy. Vol. 40, No. 6: 721-749). The University of Chicago Press.
- Hirschman, Elizabeth C., Morris B. Holbrook. 1982. "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions," Journal of Marketing, Vol. 46: 92-101.
- Holt, Douglas B. 1997. "Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity," Journal of Consumer Research. Vol. 23, No. 4: 326-350. The University of Chicago Press.
- Holt, Douglas B. 1995. "How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices," *Journal of Consumer Research*. Vol. 22, No. 1: 16.
- Korczynski, Marek, Ursula Ott. 2004. "When Production and Consumption Meet: Cultural Contradictions and the Enchanting Myth of Customer Sovereignty," Journal of Management Studies. Vol. 41: 576-599. Loughborough University Business School. Blackwell Publishing Ltd.

- Löfgren, Orvar. 1994. Consuming Interests. Consumption and Identity, Jonathan Friedman. The Netherlands: Harwood Academic Publishers.
- Mason, Roger. 2000. "Conspicuous Consumption and the Positional Economy: Polity and Prescription since 1970," Managerial and Decision Economics. Vol. 21, No. 3/4, The Behavioural Economics of Consumption: 123-132.
- Miller, D. 1995. "Consumption and Commodities," Annual Review of Anthropology. Vol. 24: 141-161.
- Rosenbaum, Eckehard F. 1999. "Against Naïve Materialism: Culture, Consumption and the Causes of Inequality," Cambridge Journal of Economics. 23,3: 317-336.
- Schouten, John W. 1991. "Selves in Transition: Symbolic Consumption in Personal Rites of Passage and Identity Reconstruction," Journal of Consumer Research. Vol. 17: 412-425.
- Sowell, Thomas. 1967. "The 'Evolutionary' Economics of Thorstein Veblen," Oxford Economic Papers. New Series, Vol. 19, No. 2: 177-198. Oxford University Press.
- Tilman, Rick. 2006. "Colin Campbell on Thorstein Veblen on Conspicuous Consumption," Journal Economic Issues. Vol. XL, No. 1: 97-112.
- Veblen, Thorstein. 1898. "Why is Economics not an Evolutionary Science?," The Quarterly Journal of Economics. Vol. 12, No. 4: 373-397. The MIT Press.
- Veblen, Thorstein. 1899. "The Preconception of Economic Science," The Quarterly Journal of Economics. Vol. 13, No. 2: 121-150.
- Veblen, Thorstein. 1908. "Professor Clark's Economics," The Quarterly Journal of Economics, Vol. 22, No. 2 (Feb., 1908): 147 – 195. Oxford University Press.
- Veblen, Thorstein. 1909. "The Limitations of Marginal Utility," The Journal of Political Economy, Vol. 17, No. 9.

## Pustaka dari Situs Internet:

- Albert, Roger G. 2000. Is there Room For Evolutionism In Sociology?, Humanities and Social Sciences Department, North Island College, <a href="http://www.scribd.com">http://www.scribd.com</a> (diunduh 10 Agustus 2009).
- Arnsperger, Christian, Yanis Varoufakis. 2005. What is Neoclassical Economics, The three axioms responsible for its theoretical oeuvre, practical irrelevance and, thus, discursive power. http://www.econ.uoa.gr (diunduh 25 September 2009).
- Baudrillard, Jean. 1988. Selected Writing. Edited and Introduced by Mark Poster. <a href="http://www.humanities.edu/">http://www.humanities.edu/</a> (diunduh 27 Januari 2014).
- Kellner, Douglas. [2005] 2007. Stanford Encyclopedia of Philosophy. Jean Baudrillard. http://plato.stanford.edu/entries/baudrillard/ (diunduh 3 Februari 2014).
- Mészáros, Istvan. 1995. 'Marginal Utility' and Neo-classical Economics. Merlin Press (diunduh 19 Januari 2010).
- Schor, Juliet. The New Politics of Consumption, http://bostonreviews.net. (diunduh 7 Januari 2010).
- Veblen, Thorstein. 1914. Instinct of Workmanship and the State of the Industrial. <a href="http://www.blackmask.com">http://www.blackmask.com</a> (diunduh 8 Juni 2009).
- Veblen, Thorstein. 1904. The Theory of Business Enterprise http://www.gigapedia.com. (diunduh 21 Oktober 2009).
- Weintraub, Neoclassical Economics, The Concise Encyclopedia of Economics, <a href="http://www.econlib.org">http://www.econlib.org</a> (diunduh 25 September 2009).
- http://plato.stanford.edu/ (diunduh 8 November 2011).
- http://www.merriam-webster.com/concise/consumption (diunduh 9 Januari 2013).
- http://www.merriam-webster.com/dictionary/nouveau%20riche (diunduh 10 Juni 2014)
- http://www.answers.com/topic/1920s (diunduh 29 Maret 2010).

http://www.businesdictionary.com/definition/Fordism.html (diunduh 29 Maret 2010).

http://www.businessdictionary.com/definition/Veblen-effect.html (diunduh 10 Juni 2014)



## RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 6 Desember 1962 di Malang, Jawa Timur. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana ekonomi (S1) Jurusan Manajemen dari Fakultas Ekonomi, Universitas Airlangga, Surabaya, pada tahun 1986.

Pada tahun 1993/94, penulis mendapatkan bea siswa Chevening Awards dari Inggris dan dari Bank Indonesia untuk melanjutkan pendidikan pascasarjana (S2), di bidang Economics and Finance, Department of Economics, Loughborough University, United Kingdom. Program S2 diselesaikan pada tahun 1994 dengan penelitian berjudul The Implementation of Capital Requirements in Indonesian Banking. Penulis mendapatkan Master of Science pada tahun 1994.

Setelah tamat pendidikan S1, penulis bekerja pada perusahaan jamu P.T. Dua Putri Dewi pada tahun 1986 di Surabaya dan kemudian pindah mengikuti pendidikan Management Development Program Angkatan V di Bank Internasional Indonesia pada tahun 1987. Selanjutnya, penulis pindah mengikuti program Pendidikan Calon Pegawai Muda Angkatan XII di Bank Indonesia pada tahun 1987 melalui jalur talent scouting dan hingga saat ini bekerja di Kantor Pusat Bank Indonesia, Jakarta.

## RALAT

Halaman	Tertulis	Seharusnya	Keterangan
6	Dalam tindakan konsumsi untuk	Dalam tindakan konsumsi untuk	Kata yang
	pencitraan, kebebasan lebih mungkin	pencitraan, kebebasan lebih mungkin	digarisbawahi untuk
	dipahami bukan sebagai kemampuan	dipahami bukan hanya sebagai	menunjukkan
	seorang subyek untuk secara otonom	kemampuan seorang subyek untuk	penambahan yang
	memilih obyek konsumsi,	secara otonom memilih obyek	diperlukan.
		konsumsi,	
			- 10
10	Thorstein Veblen,	Thorstein Veblen (1857 – 1929),	