

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pertama yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu penelitian milik Galih Ika Pratiwi (2015) ialah salah satu mahasiswa jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. Penelitian tersebut ingin mengetahui pola perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) *chapter* malang untuk menunjang hobi otomotif mereka sebagai Riders dan juga ingin mengetahui relasi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) dengan judul Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi fenomenologi pada anggota komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club yang berada di kota malang.

Dalam penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean P. Baudrillard. Dalam teori ini menjelaskan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda dan simulakra dalam setiap konsumsi yang dilakukan oleh anggota komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian dengan pendekatan studi fenomenologi yang digunakan untuk menganalisis data dari komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC).

Penelitian terdahulu yang kedua yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu milik Kurnia Putriyanti 2017 ialah salah satu mahasiswa jurusan

Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian tersebut ingin mengetahui hubungan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada anggota klub mobil GLSU yang berada di Yogyakarta.

Kesamaan dari bentuk mobil anggota club mobil ini adalah semuanya rendah dan dimodifikasi dari interior sampai ekterior mobil ini menunjukkan bahwa para anggota GLSU klub yogya ini memiliki tingkat konformitas yang tinggi. Klub mobil ini sering mengikuti kontes otomotif, dan mempunyai kegiatan-kegiatan rutin seperti makan siang bersama, hangout, dan bertukar informasi seputaran dunia otomotif seperti modifikasi mobil. Dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh klub mobil ini membutuhkan biaya yang banyak. Biaya para anggota berusaha untuk memaksimalkan performa mobil dengan memodifikasi mobil masing-masing. Biaya memodifikasi untuk satu mobil bisa mencapai puluhan juta, hal ini menggambarkan perilaku konsumtif pada klub mobil ini. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan bersama yang menggambarkan konformitas seperti semua memodifikasi mobil tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif pada anggota komunitas klub mobil. Konformitas yang tinggi dalam sebuah kelompok dapat dilihat dari kesamaan-kesamaan yang dimiliki oleh anggota tersebut.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang terdapat nilai guna didalamnya, namun dalam hal ini perilaku konsumtif muncul dengan cara mengkonsumsi beberapa sepeda

motor dengan keluaran merk kawasaki yang lebih dari satu dan berbagai suku cadang asli dalam menunjang hobinya.

Sedangkan persamaan yang terdapat dalam penelitian milik Galih Ika Pratiwi terdapat beberapa kesamaan yang diantaranya ialah: ingin melihat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas Bike Kawasaki Riders Club *chapter malang* dalam menunjang hobinya. Selain ingin mengetahui perilaku konsumtif terdapat teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard yang digunakan untuk menggali data lebih tepat dalam menerapkan teorinya di dalam fenomenanya.

Perbedaan penelitian dari Galih Ika Pratiwi terletak pada konsumsi dari komunitas BKRC hanya mengkonsumsi motor yang bermerk kawasaki dengan jumlah lebih dari satu dan *suku cadang* asli keluaran pabrikan kawasaki. Selain itu terdapat perbedaan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Sedangkan penelitian yang ketiga fokus penelitian dari Galih Ika Pratiwi terletak pada perilaku konsumtif anggota BKRC dalam melakukan kegiatan konsumsi dan menekankan pada relasi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota BKRC *chapt malang*.

Sedangkan fokus penelitian ini terletak terhadap pola perilaku konsumtif pada anggota komunitas G Riders Adventure Trail yang melakukan modifikasi motor trail dan melakukan manipulasi nilai tanda. Posisi dalam penelitian ini adalah melengkapi dari beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu hanya terfokus pada perilaku konsumtif

terhadap motor yang bermerk kawasaki oleh karena itu hal-hal yang dilengkapi pada penelitian terkini yaitu lebih menekankan terhadap percampuran budaya masyarakat perkotaan yang memasuki masyarakat perdesaan yang berada di dusun Glagahdowo Desa Pulundowo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.

2.2 Definis Konseptual

2.2.1 Definis Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak”. Komunitas sebagai sebuah kelompok Komunitas merupakan sebuah perkumpulan dari situasi lingkungan yang berdeda , umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki kepercayaan, sumber daya, prefensi. Definis komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Hermawan, 2008:54). Dalam penelitian ini komunitas yang kami teliti yaitu komunitas motor yang bernama G-Riders Adventure Trail. Komunitas G-Riders Adventure Trail yang berada di Dusun Glagahdowo Desa Pulundowo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.

Dalam komunitas G Riders Adventure Trail tersebut yang berada di Dusun Glagahdowo, Desa Pulundowo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Terdapat berbagai jenis motor yang terdapat di komunitas tersebut, mayoritas di komunitas tersebut terdapat motor yang di modifikasi menjadi motor trail. Dalam komunitas tersebut terdapat keinginan mempunyai motor

cross yang akhirnya mereka memanipulasi motor biasa menjadi motor cross proses ini disebut dengan konsumsi nilai tanda motor dan dimanipulasi menjadi motor cross sesuai dengan keinginan. Ini yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif terjadi.

2.2.2 Perilaku Konsumtif

Perilaku merupakan tanggapan, tindakan maupun reaksi individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap, tidak saja badan atau ucapan (Koentjaraningrat, 1979:53). Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu untuk mengkonsumsi barang-barang maupun jasa yang sebenarnya kurang diperlukan, kecenderungan mereka mengkonsumsi barang maupun jasa tersebut secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Piliang, 2004:52). Adanya perilaku konsumtif didorong adanya perubahan peran komoditas di dalam masyarakat kapitalis dari komoditas sebagai nilai guna ke arah nilai tanda serta dengan semakin dominannya peran komoditas sebagai pendevisian relasi sosial atau relasi antar subyek yang telah menciptakan sebuah kecenderungan ke arah peringkasan relasi sosial maupun diri dan ego sebagai relasi objek-objek (Piliang, 2004:52).

2.3 Kajian Teori

2.3.1 Teori Masyarakat Konsumtif Jean Baudrillard

Jean Baudrillard lahir di Perancis dan dikenal sebagai seorang teoritis beraliran postmodernis dan sosiolog handal. Baudrillard menjelaskan konsep dasar tentang konsumsi dan menghubungkannya dengan kapitalisme dan media massa yang secara global berperan dalam menyebarkan barang-barang dan merk-merk secara besar-besaran untuk dikonsumsi oleh masyarakat,

sehingga lahirlah masyarakat konsumen. Baudrillard (1998: 32) menyatakan bahwa situasi masyarakat kontemporer dibentuk oleh kenyataan bahwa manusia sekarang dikelilingi oleh faktor konsumsi. Baudrillard menyatakan bahwa saat ini rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumen telah jauh berubah, karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*).

Kenyataan ini (pemenuhan hasrat lebih dipilih dari pada memenuhi kebutuhannya) sesuai dengan keadaan pada masa kini bahwa manusia seperti tidak akan pernah merasa terpuaskan atas kebutuhan-kebutuhannya dan selalu menuntut lebih. Selain itu juga menurut teori Baudrillard, kini logika konsumsi masyarakat bukan lagi berdasarkan nilai guna suatu barang (*use value*) atau nilai tukarnya (*exchange value*) melainkan hadir nilai baru yang oleh masyarakat modern lebih dipertimbangkan yaitu disebut nilai simbol (*symbolic value*). Maksudnya, orang tidak lagi mengonsumsi objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna, melainkan karena nilai merk/simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Bagi Marx, wacana metaforis ini, yang disebutnya sebagai komoditi muncul pada proses pertukaran tatkala komoditi diputuskan dari beberapa yang diantaranya barisan pekerja yang memproduksinya, dari fungsi pakai atau nilai guna. Tampak dengan jelas argumen Marx, bahwa apa yang dipermasalahkan dari sistem kapitalisme tak lain dari pengistimewaan status nilai tukar ketimbang nilai guna, alienasi dan dehumanisasi nilai guna dan barisan pekerja di dalam sistem tersebut, di mana semuanya telah di abstraksikan sehingga menjadi tak lebih semacam

tanda yang di capkan pada komoditi sebagai nilai tukar komoditi tersebut (piliang, 1999:42).

Akan tetapi, bagi Baudrillard konsep komoditi Marx dianggap mengandung banyak kelemahan, bila konsep tersebut digunakan sebagai satu alat dalam mengkaji objek-objek dalam kebudayaan post modernisme. Konsep tersebut menimbulkan masalah karena telah terjadi perubahan mendasar pada status komoditi di dalam masyarakat post-industri dengan segala perkembangan media dan teknologi informasi yang semakin komplek, sehingga tulisan marx tidak relevan lagi untuk menjelaskan dan mengantisipasi perkembangan tersebut. Untuk memahami konsep komoditi Baudrillard lebih jauh, penggambaran rantai komoditi dan rantai pertandaannya yang dibuatnya metaforis sangatlah berguna. Rantai ini adalah "nilai tukar/penanda, nilai guna/petanda" (*exchange value/ signifier, usevalue/signified*). Dalam kaitannya dengan rantai ini, Baudrillard mengemukakan bahwa apabila komoditi itu ada, bentuknya bukanlah petanda/nilai guna seperti yang digambarkan oleh Marx, yaitu bentuk penjelmaan pekerja abstrak yang teralienasi ke dalam bentuk obyek yang kongkrit, melainkan *penanda/nilai tukar* istilah yang digunakan oleh Baudrillard untuk menjelaskan terperangkapnya subjek dalam kode-kode obyek yang dikodifikasi secara sistematis melalui sistem kapitalisme (piliang, 1999:43).

Hal tersebut berakibat pada pergeseran pola pikir dan logika konsumsi masyarakat. Bahwa untuk menjadi objek konsumsi, suatu objek harus memiliki merk, karena hanya dengan cara demikian, objek tersebut dapat dipersonalisasi dan dapat di konsumsi. Menurut Baudrillard konsumsi adalah sebuah tindakan sistematis dengan cara memanipulasi merk dan obyek, untuk kemudian menjadi objek konsumsi. Maka dari itu, saat ini masyarakat konsumsi dalam pertimbangan belanjanya akan lebih memilih untuk membeli barang-barang dengan simbol-simbol merk yang melekat dan dikenal olehnya, sehingga objek-objek konsumsi atau kebutuhan dasar manusia justru banyak yang terkikis nilai guna dan nilai tukarnya. Masyarakat konsumeris masa sekarang pada teori konsumsi Baudrillard, juga tidak didasarkan kepada kelasnya sosialnya lagi, tetapi pada kemampuan konsumsinya.

Menurut analisis Baudrillard, globalisasi merupakan faktor utama penyebab masyarakat perkotaan menjadi satu model dan berperilaku “seragam” secara global. Keseragaman ini disebabkan karena pengaruh media yang berperan dalam menyebarkan segala macam hal yang dalam dibutuhkan dan digunakan untuk menunjang kehidupan seseorang, sehingga muncul niat untuk mengikuti apa yang dilihat. Tawaran iklan yang ada saat ini justru tidak lagi mementingkan kebutuhan konsumen namun lebih melihat keunggulan produk agar masyarakat membeli produk yang diiklankan tersebut. Produk-produk juga ditawarkan sebagai simbol prestise atau wibawa (yang berkenaan dengan prestasi atau kemampuan seseorang) dan gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dalam diri pemakainya. Dari sinilah terjadi percampuran antara kenyataan dengan simulasi dan

menciptakan *hiperrealitas* di tengah masyarakat, dimana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas. Media secara perlahan membuat masyarakat jauh dari kenyataan, kemudian masyarakat secara tidak sadar akan terpengaruh oleh simulasi dan merk/tanda (*simulacra*) yang ada di tengah-tengah kehidupan mereka.

Kesadaran dalam ruang budaya konsumen membuat Baudrillard mengkaji realitas yang membangun rasionalitas masyarakat saat ini. Proses reproduksi objek dalam masyarakat dipandanginya sebagai proses yang menghasilkan realitas semu. Sehingga titik fokus gagasan postmodernisme Baudrillard terletak pada pengaruh kemajuan teknologi dalam proses reproduksi objek dalam masyarakat saat ini, terutama terhadap masyarakat barat dengan apa yang dapat disebut dengan Simulasi. Simulasi menghasilkan ruang sendiri yang disebut ruang simulacra. Ruang simulacrum adalah ruang yang berisi realitas semu. Simulacrum sendiri hasil penggandaan dan penggandaan sehingga tidak menyertakan realitas atau referensi asli dalam proses produksinya (Baudrillard, 2011:61).

Referensi dari duplikasi bukan lagi sekedar realitas apa yang tidak nyata fantasi. Oleh itu fantasi dapat disimulasikan menjadi seolah-olah nyata, maka perbedaan antara realitas dan fantasi sebenarnya sudah tidak ada. Paul Virilio, bahkan melihat lebih jauh lagi bahwa trik-trik tertentu dalam produksi terutama dalam media massa film dan video telah memampukan manusia masa kini hidup didalam dua dunia (Virilio 1991:15). Melalui model produksi simulasi, tidak saja dapat dihasilkan obyek-obyek hyper riil, akan tetapi juga dapat dilakukan proses kompresi, dekonstruksi dan rekonstruksi ruang,

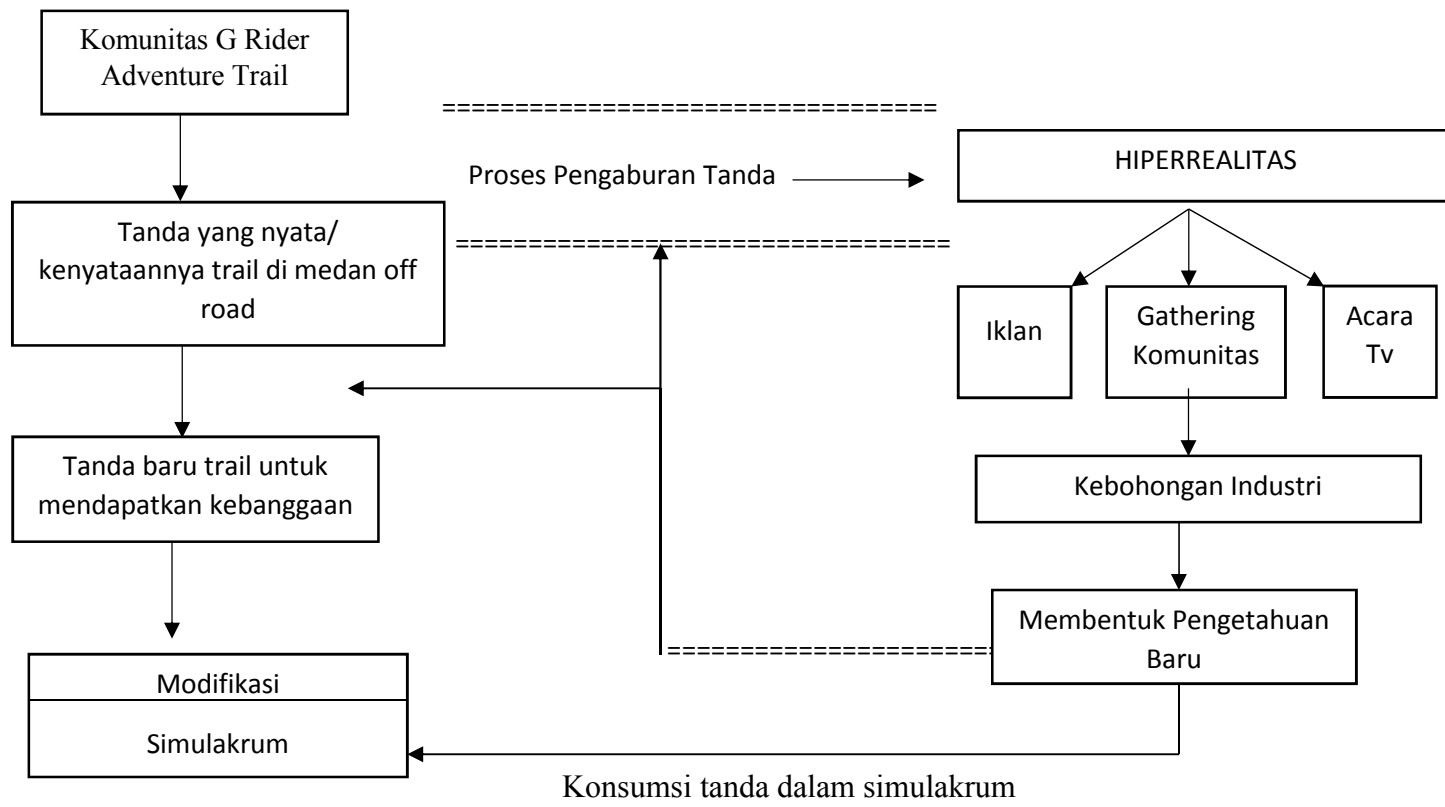
sehingga memungkinkan manusia mengalami pengalaman ruang yang baru ruang *simulacrum* (piliang, 1999:85).

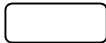

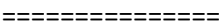
Baudrillard mempertentangkan simulasi dengan representasi dalam representasi sebuah obyek berfungsi sebagai tanda (*sign*) sedangkan tanda dan referensi (dunia nyata) adalah ekuivalennya dalam simulasi obyek tidak lagi berfungsi sebagai sebuah tanda sebab referensinya sendiri tidak ada. Petanda referensi sudah mati kata Baudrillard. Petanda maka simulasi dalam hal ini merupakan proses produksi obyek-obyek sebagai *penanda murni* yaitu penanda yang merupakan duplikat dari dirinya sendiri atau duplikat petanda fiksi, ilusi, halusinasi, atau nostalgia. obyek-obyek simulasi simulacrum tidak lebih dari petanda fiksi atau petanda yang hilang. Sebagai contoh King Kong, Terminator, Superman. Petanda dari simulacrum adalah fantasi ilusi atau nostalgia. Simulasi merupakan serangan terhadap gagasan tentang relasi pertandaan yang bersifat simetris dan selesai antara penanda dan petanda (piliang, 1999: 86).

Inti dari teori Baudrillard ini adalah mencoba menggali makna dan ditabrakan dengan realita saat ini. Setelah realitas kontemporer dapat dilihat kemudian direfleksikan dengan masa depan, dan manfaatnya adalah peringatan dini tentang apa yang akan terjadi di masa mendatang jika kecenderungan realitas masyarakat saat ini terus berlanjut. Baudrillard juga menyimpulkan bahwa keadaan yang terjadi dalam masyarakat konsumeris ini berkaitan dengan kondisi terkendali yang diatur oleh para pemilik modal. Sistem kendali yang digunakan adalah dengan kampanye (iklan) besar-besaran yang kontennya menyangkut gaya hidup dan *prestise*. Pengkondisian

masyarakat dunia dalam keadaan seperti ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk memasarkan produk seluas-luasnya ke seluruh dunia, sehingga mereka mampu membuat banyak orang bekerja keras demi membeli barang-barang tak masuk akal, namun memberi prestise dan simbol status sosial yang memiliki makna tersendiri bagi kehidupan subjek yang bersangkutan. Dengan kata lain, kini masyarakat tanpa sadar telah menganut ideologi baru, sebuah ideologi yang mengarahkan masyarakat untuk berlomba-lomba mengonsumsi dan membeli hal-hal yang palsu dengan nilai guna yang biasa saja.

2.4 Alur Berfikir



KETERANGAN	
Elemen-elemen Gejala	
mengarah	
Proses	

Skema alur berfikir

Berdasarkan alur kerangka pemikiran diatas, maka kajian penelitian ini berusaha menjelaskan mengenai rumusan masalah yang telah ditentukan dalam penelitian ini, yaitu mengenai pola perilaku konsumtif yang tercermin dalam kegiatan modifikasi kendaraan motor trail yang dilakukan oleh anggota komunitas G-Riders Adventure Trail di Dusun Glagahdowo, Desa Pulundowo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang.

Anggota komunitas G Rider Adventure Trail melakukan tindakan modifikasi motor pada bagian sparepart dan aksesoris. Modifikasi pada bagian sparepart dan aksesoris berdasarkan pada hasrat dan keinginan. Adanya hasrat yang tinggi untuk memiliki barang tersebut diakibatkan yang tidak lagi masuk akal secara fungsinya.

Tindakan modifikasi terhadap sparepart dan aksesoris dilakukan dengan mengkonsumsi nilai tanda. Nilai tanda itu merupakan nilai yang dikonsumsi secara simbol tersendiri mempunyai makna yang lebih jika mengkonsumsi nilai tanda tersebut. Konsumsi nilai tanda tersebut dilakukan untuk mencapai kebanggaan. Kebanggaan dalam penelitian ini terjadi ketika anggota komunitas G Rider Adventure Trail merasa memiliki sparepart dan aksesoris yang mahal mempunyai kebanggaan tersendiri dalam komunitas, kebanggaan tersebut menjadikan para komunitas diluar sana memberikan pengakuan dari komunitas diluar.

Tindakan modifikasi motor yang dilakukan merupakan tindakan konsumtif karena tindakan tersebut sudah tidak masuk akal untuk memenuhi keinginannya dalam melakukan kegiatan modifikasi kendaraan motor trail, mulai dari mengkonsumsi nilai tanda dari beberapa sparepart dan aksesoris motor trail itu yang menjadikan anggota komunitas G Rider Adventure Trail melakukan kegiatan modifikasi.

Anggota G Riders Adventure Trail memanipulasi nilai tanda yang berupa motor trail sehingga mereka mengkonsumsi nilai tanda *spare part*, aksesoris untuk memodifikasi motor biasa menjadi motor trail. Dari manipulasi nilai tanda tersebut memunculkan simulasi. simulasi merupakan suatu percobaan pergeseran nilai guna yang mempunyai fungsi ke arah nilai tanda. Dalam hal ini simulasi di gambarkan dalam bentuk perubahan motor biasa menjadi motor trail untuk memenuhi keinginannya dalam memodifikasi motor sebagai aktifitas dalam menunjang hobi Komunitas G riders Adventure Trail di Dusun Glagahdowo, Desa Pulundowo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang.

Simulasi menghasilkan ruang yang disebut dengan simulacrum. Simulacrum merupakan ruang yang dihasilkan oleh simulasi yang berisikan realitas yang tidak nyata atau semu yang sering kali ditunjukkan sebagai kepuasan dan kebanggaan. hal tersebut memunculkan tindakan konsumtif. Tindakan konsumtif merupakan tindakan individu yang berkaitan dengan penggunaan barang-barang tertentu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hal ini memunculkan tindakan konsumtif yang dilakukan oleh anggota G Riders Adventure Trail dalam melakukan kegiatan modifikasinya.