

**BUDAYA KONSUMEN PADA CERITA CINTA INDONESIA:45 CERPEN  
TERPILIH**

Winda Dwi Hudhana  
Universitas Muhammadiyah Tangerang  
Windhana89@gmail.com

**ABSTRACT:** Teenage stories are the arrows spread of consumerism. Through short stories can be described teen's consumptive behavior is a part of modernization. The purpose of this study is to describe and explain the behavior of consumptive teenagers depicted in the collection of short stories *Cerita Cinta Indonesia: 45 Terpilih*. The research method used is descriptive-interpretative method that describes and interpret data related to consumer culture. The result of research in this is consumer culture which developed in adolescence related with some aspect that is fashion, transportation, food, clothing and activity related to consumer culture like party, cinema and hang out.

**Key word:** consumptive culture, short story

**ABSTRAK:** Cerita remaja merupakan anak panah penyebaran konsumerisme. Melalui cerita pendek dapat digambarkan perilaku konsumtif remaja yang merupakan bagian dari modernisasi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menggambarkan perilaku konsumtif remaja yang tergambar pada kumpulan cerita pendek "*Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih*". Metode penelitian yang digunakan, yaitu dengan metode deskriptif-interpretatif yang mendeskripsikan dan menginterpretasikan data yang berkaitan dengan budaya konsumen. Hasil penelitian dalam penelitian ini, yaitu budaya konsumen yang berkembang pada remaja berkaitan dengan beberapa aspek, yaitu *fashion*, alat transportasi, pangan, sandang dan kegiatan yang berkaitan dengan budaya konsumen misalnya: pesta, nonton bioskop dan *nongkrong*

**Kata Kunci:** budaya konsumen, Cerpen

**PENDAHULUAN**

Gaya hidup modern telah dimulai yang ditandai dengan adanya industrialisasi. Masyarakat yang telah dilanda gaya hidup modern saat ini hampir tidak ada celah untuk menghindar dari jeratan budaya konsumen. Televisi, radio, maupun koran, dan majalah merupakan media perantara budaya konsumen antar masyarakat. Fenomena budaya konsumen ini tidak hanya dirasakan oleh masyarakat perkotaan, tetapi juga dirasakan oleh masyarakat pedesaan. Orang tua, muda maupun anak-anak juga telah merasakan budaya konsumen tersebut.

Konsumen dalam pandangan Baudrillard (2015:XXXIV), “bukan sekadar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumen objek.” Budaya konsumen yang berkembang pada masyarakat tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan, namun sebagai komoditas pemuasan dan kekayaan diri. Dewojati (2010:19) menyatakan bahwa budaya konsumerisme populer dapat menyebabkan terjadi keseragaman perasaan penikmat budaya konsumen secara fisik maupun mental. Masyarakat yang telah berhasil memperkaya diri akan dianggap sebagai masyarakat dengan strata sosial tinggi (kaum borjuis) sehingga dapat meningkatkan eksistensi diri.

Budaya konsumen telah disebarluaskan melalui televisi, radio, majalah, koran, dan media massa lainnya. Selain itu, karya sastra juga dijadikan media penyebaran budaya konsumen. Sebagian besar novel dewasa maupun novel remaja (*teenlit*) telah menyelipkan gaya hidup modern khususnya budaya konsumen. Novel-novel remaja tersebut mengulas seputar kehidupan remaja yang erat kaitannya dengan hedonis, materialis, anarkis, dan gaya hidup modern lainnya khas remaja.

Peneliti ingin mengungkapkan sejauh mana budaya konsumen remaja yang diceritakan oleh kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih”. Selain itu, tujuan pada penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan dan menjelaskan budaya konsumen masyarakat khususnya remaja pada kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih”.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini, metode yang digunakan deskriptif-interpretatif, yaitu mendeskripsikan dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan dalam hal ini data yang berkaitan dengan fenomena sosial budaya konsumen. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi sastra yang mengungkapkan manusia secara sosial dan relasinya terhadap karya sastra. Penelitian ini menggunakan data yang berbentuk penggalan atau kutipan teks yang berkaitan dengan fenomena sosial budaya konsumen. Sumber data dalam penelitian ini yaitu kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih”. Pada teknik pengumpulan data penelitian ini, yaitu menggunakan teknik baca, dan catat dengan cara membaca buku kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen

Terpilih” dan mencatat hal-hal penting berkaitan dengan budaya konsumen. Teknik analisis yang data digunakan 1) reduksi data yaitu dengan merampikan data yang berkaitan dengan budaya konsumen pada kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih” ;2) penyajian data, yaitu dengan menyajikan data yang berkaitan dengan budaya konsumen yang telah dianalisis; 3) verifikasi data yaitu dengan mengecek kembali data yang telah disajikan.

## **PEMBAHASAN**

Budaya konsumen merupakan kebiasaan masyarakat yang menganut paham materi sebagai satu-satunya alat pemuas kebutuhan dan sebagai alat eksistensi diri. Perilaku konsumtif ditunjukkan dengan gaya hidup boros dalam mengkonsumsi suatu alat pemenuh kebutuhan. Rizter (2008:373) mengatakan bahawa alat konsumsi dan fungsinya cukup ramah dan sangat positif. Bila dilihat lebih dalam, alat konsumtif sangat ramah dan memudahkan pekerjaan.

Cerita pendek dalam kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih” terdapat tiga cerpen yang mengandung budaya konsumen. Cerpen pertama yang berjudul *Tabula Rasa* Karya Debbie Wadjaja yang bercerita tentang seorang gadis yang mempunyai segalanya, orang tua yang sangat menyayangi, kekayaan, kekasih yang sangat menyayangi yang hampir menjadi suaminya. Namun, ia lebih memilih mengembangkan karier dan membatalkan pernikahannya. Budaya konsumen tercermin dalam kehidupannya sebagai wanita karier.

Cerpen kedua berjudul *Terbukalah* karya Dewi Ria Utari bercerita tentang seorang gadis yang berimpian menikah dengan kekasihnya. Akan tetapi, mimpi itu tidak menjadi kenyataan. Iaterjebak pada pergaulan seks bebas. Cerpen ketiga berjudul *Wanita Terindah* karya Rina Suryakusuma bercerita tentang lelaki yang memiliki pujaan hati semasa SMA. Lelaki itu hanya manusia biasa tanpa kelebihan, berbeda dengan sang pujaan hati, ia seorang gadis cantik yang populer di sekolahnya dan cerdas otaknya. Ketika memasuki jenjang sarjana, mereka masuk pada Universitas yang sama namun berbeda jurusan. Sang lelaki masuk jurusan kedokteran, sedangkan sang pujaan hati masuk jurusan *fashion*. Namun, ketika pesta kelulusan sang pujaan hati, terjadi insiden yang mengganggakan. Sang pujaan mengalami buta akibat terlalu banyak mengkonsumsi *alcohol*, sang lelaki pun berusaha

menolong. Setelah beberapa bulan kemudian, sang lelaki meminang sang pujaan hati dan ia pun menerima. Tiada disangka ternyata yang membuat buta sang pujaan hati adalah sang lelaki dengan menaburkan *methanol*, dan obat racikan sang lelaki ke dalam *alcohol* yang diminum oleh sang pujaan hati. Tujuannya hanya karena ia ingin memiliki sepenuhnya sang pujaan hati tanpa bisa membandingkan dengan pria tampan lainnya.

(1) “Situasi lain adalah ketika kau masuk ke lingkungan baru. Kantor baru. Kota baru. Tak ada yang mengenal dirimu sebelumnya, sehingga kau bebas menciptakan identitas baru. Kau bisa menjadi cewek gaul yang gemar *clubbing*, sementara dulunya kau kutu buku yang lebih hafal tabel periodik kimia daripada nama personel *boyband* Korea.” (Widjaja, 2014:77).

Budaya konsumen bagi remaja kota sudah sebagai perilaku yang dianggap wajar. Para remaja akan diakui eksistensinya apabila dapat bergaul di *club* malam yang dikenal dengan istilah *clubbing*. *Club* malam merupakan tempat hiburan malam bagi masyarakat. Tempat ini selalu dianggap negatif karena di tempat ini banyak terjadi pergaulan bebas, narkoba, mabuk-mabukan dan perilaku negatif lain. Pada kutipan tersebut, disebutkan istilah *boyband*, yaitu penggemar dari group vokal laki-laki Negara Korea. Istilah tersebut sering digunakan oleh remaja masa kini yang menyukai genre musik dari Negara Korea.

(2) “Semua kenangan itu berkelebat dalam memori. Aku tercabik antara tuntutan dari orangtua dan suara lirih dihatiku yang perlahan menguat. Menekan, mengimpit, dan menorehku hingga akhirnya aku nekat membeli tiket *one-way* ke Bali. Dan di sinilah aku berada sekarang.” (Widjaja, 2014:78).

Kutipan (2) tersebut menunjukkan bahwa tokoh “Aku” gemar melakukan perjalanan ketika ia mendapatkan masalah agar masalah yang menimpa dapat terasa lebih ringan. Perjalanan berlibur atau diistilahkan sebagai *travelling* merupakan kegiatan remaja tatkala mereka merasa penat dengan masalah yang dihadapi dengan harapan ketika ia kembali masalah akan lebih mudah dihadapi.

(3) “Aku menghela napas berat, dan akhirnya mengudarakan pesananku, “*Chocolate martini cocktail*, satu. (Widjaja, 2014:78).

(4) Rasa minuman itu lumayan—seperti *milkshake* yang dicampur rum. Kadar alkoholnya pasti sangat sedikit karena aku tak merasakan apa pun (Widjaja, 2014:80).

(5) Koktail campuran tequila dan vodka Rp. 175.000, seharga krim wajah yang bisa kuakai setahun, tapi ya sudahlah (Widjaja, 2014:80).

(6) Waktu kecil aku suka sekali ceri. Merah mengilat, ditaruh di atas kue atau es krim *sundae* (Widjaja, 2014:80).

Keempat kutipan tersebut berkaitan dengan makanan dan minuman yang dianggap sebagai penentu strata sosial. Makanan dan minuman yang menggunakan nama asing dianggap lebih berkelas daripada makanan dan minuman yang menggunakan nama bahasa Indonesia. Nama *chocolate martini cocktail* pada kutipan (3) merupakan sejenis minuman cokelat yang dicampur dengan potongan buah. Minuman cokelat memang dianggap sebagai minuman berkelas sejak zaman Romawi, minuman ini merupakan minuman para Raja dan Dewa. Pada kutipan (4) disebutkan istilah *milkshake* yang apabila diartikan sebagai minuman susu yang cara penyajiannya dengan dikocok dalam botol sehingga menghasilkan gelembung yang disebut *foam*. Pada kutipan (5) menyatakan koktail, yaitu minuman dengan potongan buah, tequila dan vodka adalah minuman keras. Istilah es krim *sundae* pada kutipan (6) merupakan es krim yang terbuat dari susu yang dibuat dengan menggunakan mesin teknologi tinggi dan menghasilkan es krim yang sangat lembut serta ditaburi dengan lelehan cokelat.

(7) Begitu juga Thomas. Yang dari luar terlihat seperti *Prince Charming* yang dilukiskan di dongeng. Tinggi, tampan, dan aku yakin BMW putihnya lebih enak dikendarai daripada kuda putih (Widjaja, 2014:80).

Alat transportasi pribadi di zaman modern ini juga merupakan simbol eksistensi diri. Berbagai macam merek mobil mewah dari BMW hingga Mercedes sangat digandrungi oleh masyarakat yang menganut budaya konsumen. Kutipan tersebut menunjukkan adanya budaya konsumen tokoh "Thomas" yang memiliki mobil merek BMW, tokoh "aku" bahwa mobil tokoh "Thomas" lebih nyaman daripada menunggang kuda putih. Pada zaman kerajaan, kuda putih merupakan tunggangan raja paling mewah dan kuda putih merupakan simbol kemewahan.

(8) Saat itu aku memakai celana jins berwarna abu-abu pudar dan kaus lengan panjang warna putih (Utari, 2014:96).

(9) Tentu aku tidak bisa masuk ke jurusan yang ia pilih. Dia mengambil jurusan *fashion* (Suryakusuma, 2014:310).

Budaya konsumen juga ditunjukkan melalui *fashion* atau mode pakaian. Bagi masyarakat konsumtif, *fashion* merupakan identitas status sosial. Seseorang dianggap berkelas apabila ia mampu menjadi *icon fashion* atau dapat diistilahkan sebagai *fashionable*.

Kaum konsumtif sangat memuja *fashion*, karena melalui mode pakaian orang akan mudah menilai status sosial seseorang. Pada kutipan (8) terdapat istilah celana *jins* yang merupakan *icon fashion* remaja konsumtif. Celana *jins* dianggap sebagai identitas remaja masa kini yang hedonis.

Saat ini *fashion* atau mode tidak dapat dilepaskan dari kehidupan kaum konsumtif. Setiap tahun, mode pakaian berganti-ganti sesuai dengan perkembangan zaman dan minat kaum konsumtif. Maka, banyak digelar peragaan busana di kota-kota besar yang menghadirkan beragam mode pakaian. Bahkan saat ini banyak dibuka jurusan khusus *fashion* di perguruan tinggi. Tujuannya agar menarik minat kaum konsumtif untuk mendalami dunia *fashion* dan mendorong mereka untuk semakin bertindak konsumtif. Pada kutipan (9) ditunjukkan bahwa tokoh “dia” mengambil jurusan *fashion*.

(10) Kencan yang memang tak ingin kubuat lazim—ke mal, makan, nonton bioskop, jalan-jalan dalam ruang berpendingin, dan jika masih ada sisa waktu nongkrong di kedai kopi (Utari, 2014:96).

Pergaulan remaja konsumtif identik dengan berfoya-foya dan melakukan hal-hal yang tidak bermanfaat misalnya nongkrong. Kegiatan nongkrong ini digunakan remaja untuk berkumpul dan sekedar mengobrol mengenai hal-hal yang tidak penting dan kurang bermanfaat. Kutipan tersebut menunjukkan adanya pola hidup remaja konsumtif, yaitu *nongkrong* di mal, nonton bioskop dan jalan-jalan di mal atau kedai kopi.

(11) Akhirnya Christy lulus. Kelulusan itu dirayakan secara besar-besaran oleh salah satu teman Christy yang terkaya. Teman yang paling populer. Tentu ada *band*, ada makanan mewah melimpah, dan ada minuman keras (Suryakusuma, 2014:311).

Kutipan (11) digambarkan bahwa ketika kelulusan janjang perguruan tinggi para remaja konsumtif merayakan dengan berpesta pora. Di dalam pesta tersebut disajikan makanan mewah, dan minuman mewah, terkadang disajikan pula minuman soda dan minuman ber-*alcohol*. Selain itu, hadirnya *band* atau group musik sebagai penghibur jalannya pesta.

## SIMPULAN

Budaya konsumtif merupakan bentuk dari modernisasi yang sulit untuk dihidari masyarakat. Budaya ini tercipta apabila seseorang tidak dapat mengendalikan hawa nafsunya dalam mengonsumsi sesuatu. Biasanya budaya ini menjerat kaum remaja yang masih

tergolong labil dalam menentukan dan mengendalikan keinginannya. Pada kumpulan cerita pendek “Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih” terdapat tiga judul cerita pendek yang menggambarkan adanya budaya konsumtif, antara lain: *Tabula Rasa* karya Debbie Widjaja, *Terbukalah* karya Dewi Ria Utari, *Wanita Terindah* karya Rina Suryakusuma. Ketiga cerita pendek tersebut menggambarkan mengenai budaya konsumen yang berkembang pada remaja berkaitan dengan beberapa aspek yaitu *fashion*, alat transportasi, pangan, sandang dan kegiatan yang berkaitan dengan budaya konsumen misalnya pesta, nonton bioskop dan *nongkrong*.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Baudrillard, Jean. (2015). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Dewojati, Cahyaningrum. 2010. *Wacana Hedonisme dalam Sastra Populer Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ritzer, George. 2008. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Juxtapose Research and Publication Study Club dan Kreasi Wacana
- 45 Penulis GPU. 2014. *Cerita Cinta Indonesia: 45 Cerpen Terpilih*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama