

BAB II

KELAS MENENGAH, KEBERAGAMAAN

DAN GAYA HIDUP

Bab ini membahas perspektif teoretik penelitian ini yang menjelaskan juga beberapa alasan penggunaan konsep atau teori yang dipilih sebagai alat analisis data yang diperoleh di lapangan. Oleh karena dalam penelitian ini ditemukan bahwa ekspresi keberagaman pada perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya adalah sebuah keputusan tindakan yang cenderung bersifat rasional, maka dalam konteks penelitian ini digunakan dasar tindakan individu sebagai alat memahami ekspresi gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah.

Untuk memahami perspektif teoretik yang dipakai dalam penelitian ini, maka pada bab ini dibahas tiga bagian. Bagian pertama, menjelaskan konsep kelas menengah. Bagian pertama ini secara rinci menjelaskan berbagai konsep kelas menengah yang dikemukakan oleh para ahli dan kemudian secara singkat peneliti menjelaskan konsep yang dipakai penelitian ini yang disesuaikan dengan kondisi Indonesia. Bagian kedua, menguraikan tentang hubungan antara agama, ekonomi dan pilihan rasional. Bagian ini menjelaskan tentang agama dan keberagaman yang kemudian dilanjutkan dengan pembahasan hubungan antara agama dan ekonomi. Akhir dari bagian dua ini peneliti menjelaskan teori pilihan rasional beragama beserta perdebatannya. Bagian ketiga, mendeskripsikan gaya hidup dan aspek sosiologis kelas menengah. Gaya hidup kelas menengah berkaitan dengan budaya konsumtif yang menunjukkan penegasan identitas kesadaran diri melalui

A. Konsep Kelas Menengah Indonesia

Setidaknya konsep kelas dalam ilmu sosial diawali oleh Karl Marx (1818-1883) dan Max Weber (1864-1920). Marx membagi kelas sosial berdasarkan faktor ekonomi yaitu kelompok borjuis dan kelompok proletar.² Pembagian ini mencerminkan konsep kapitalisme yaitu proses produksi dan pertukaran komoditi.³ Sementara itu, Max Weber mengelompokkan masyarakat berdasarkan

³ Kapitalisme yang dimaksud oleh Marx adalah sistem ekonomi, yaitu kekuasaan kerja (*labour power*) manusia adalah komoditi yang bisa diperjualbelikan di pasar yang dikendalikan oleh kelompok borjuis atau kelompok kapitalis sebagai pemilik modal. Hubungan antara kelas ini bersifat eksploitatif, persaingan serta konflik, terutama pada dimensi *previledge*, prestise, dan kekuasaan. Karenanya, analisis stratifikasi sosial Marx lebih menekankan aspek ekonomi dan

⁶ David Croteau, *Politics and Class Divide: Working People and the Middle Class Left* (Philadelphia: Temple University Press, 1995), 229-230.

Perbedaan dan perluasan sudut pandang tentang kelas menengah di atas, sebenarnya bisa dihubungkan dengan pertumbuhan baru kelompok sub-kultur di Amerika tahun 1960, yaitu kelompok *young urban professional* atau lebih dikenal dengan *yuppies*. Kelompok ini tinggal diperkotaan, yang oleh Piesman dan Hartley dikelompokkan pada usia 25 sampai dengan 45 tahun, mereka dipresentasikan sebagai kelompok profesional yang memiliki pekerjaan yang mapan serta kekuatan finansial yang tinggi, kehidupan yang cukup mewah dan status sosial yang tinggi.⁸ Secara sosiologis kelompok ini dianggap sebagai kelompok kecil tetapi keberadaannya menjadi sebagai *trendsetter* yang berpengaruh pada konstelasi politik yang disebabkan oleh pendidikan dan wawasan mereka yang membawa perubahan kehidupan sosial. Penelitian Savells tahun 1986 mensinyalir kelompok *yuppies* ini adalah kelompok elite baru – *New Elites* yang membawa pada perubahan gaya hidup di perkotaan. Meskipun kelompok ini awal munculnya di Amerika, tetapi Salvells menengaskan bahwa

⁸ Marisa Piesman and Marille Hartley, *The Yuppie Handbook*, (New York: Pocket Books, 1984), 12.

Pergeseran gaya hidup kelompok yuppies ini juga berpengaruh pada konsep kelas menengah di Asia. Silvia Werner menyebut kelas menengah Indonesia adalah kelas menengah baru dengan kategorisasi adalah sebagian besar dari mereka tinggal di perkotaan, tingkat penghasilan yang tinggi, jenis pekerjaan dan gaya hidup yang berbeda dari masyarakat pedesaan atau kelas bawah urban pada umumnya sebagai petani, buruh atau tenaga kerja terampil.¹¹ Gaya hidup yang ditentukan oleh prestasi ekonomi dan disimbolkan dengan benda-benda pretisius menjadi skala dan identitas kehidupan bahagia. Pendefinisian kelas menengah baru di Indonesia ini menurut Werner tidak hanya sekedar ditandai hal tersebut di atas, tetapi lebih dibutuhkan menjawab bagaimana peran kelas menengah membuat dan terlibat dalam perubahan sosial saat ini.

¹¹ Silvia Werner “Mendefinisikan Kelas Menengah Baru” dalam *Kelas Menengah Bukan Ratu Adil*, ed. Hadijaya (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999), 59-62.

Shiraishi Takashi mengembangkan ukuran kelas menengah Robison dengan memakai ukuran status sosial, tingkat pendapatan dan gaya hidup.¹⁴ Sedikit berbeda dengan Gerke yang mendefinisikan kelas menengah baru di Asia terutama di Indonesia. Dia menggunakan model stratifikasi yang biasa dipakai oleh masyarakat Indonesia, yaitu orang kaya, cukupan, dan miskin. Kelas menengah adalah kelompok elite (orang kaya) yang memiliki kekuatan ekonomi dan berpendidikan tinggi. Identifikasi kelas menengah selain faktor ekonomi,

¹⁴ Shiraishi Takashi, "The Rise of New Urban Middle Classes in Southeast Asia: What is its national regional significance?" dalam RIETI (The Research Institute Economy, Trade and Industri) Discussion Paper Series 04-E-011.

pendidikan dan status adalah pola konsumsi dan gaya hidup (*styling*). Gerke menyebut golongan ini dengan istilah “*new middle class*” atau kelas menengah baru.¹⁵

Tabel di bawah menjelaskan bahwa tingkat konsumsi kelas menengah baru ditandai dengan keikutsertaan atau partisipasi mereka pada pola konsumsi modern, mereka adalah kelompok berpendidikan tinggi. Oleh karena ukuran pola konsumsi dipakai untuk menetapkan kelas menengah baru Indonesia, maka kelas menengah baru Indonesia tidak lagi pada kolom orang cukupan tetapi menempati posisi antara orang kaya dan cukupan.

Orang Kaya		Consumption line
Real consumption Symbolic consumption	Upper middle stratum Lower and middle-middle stratum	
Cukupan (<i>enough</i>)	Lower stratum	Poverty line
Absolute poor	Lower- Lower stratum	

Sumber: Solvay Gerke, “Global Lifestyles under Local Conditions: the New Indonesian Middle Class”

Ukuran pola konsumsi pada kelas menengah baru Indonesia digunakan sebagai acuan penelitian Yuswohady.¹⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kelas menengah mempunyai ciri-ciri khusus yang berbeda dengan kelas lainnya. Yuswohady menegaskan kelompok kelas menengah tidak hanya ditentukan secara kuantitatif dengan indikator pendapatan dan pengeluaran saja. Menurutnya, indikator kualitatif juga bisa digunakan sebagai patokan, misalnya tingkat pendidikan, akses layanan kesehatan, pekerjaan, bahkan indikator psikografis bisa dimasukkan seperti tingkat *melek* investasi, wawasan pengetahuan, dan juga kesadaran partisipasi politik.

¹⁹ Yuswihady, *Customer 3000: Revolusi Konsumen Kelas Menengah Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2013).

Sedangkan Bank Dunia menggunakan ukuran kelas menengah berdasarkan tingkat pengeluaran belanja perhari atau *purchasing power parity* (PPP). Untuk pengeluaran di bawah USD 2/hari adalah kelas miskin atau kelas yang sangat bawah, USD 2-4/hari digolongkan sebagai kelas bawah (*lower midlle class*), USD 4-10/hari adalah kelas menengah (*midlle-middle class*), USD 10-20/hari adalah kelas menengah atas (*upper midlle class*), dan di atas USD 20/hari mewakili kelas atas.²⁰ Untuk memudahkan memahami ukuran kelas menengah menurut Bank Dunia, digambarkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.3

Ukuran Kelas menurut Bank Dunia (Belanja Perhari)

Posisi	Belanja Perhari atau <i>purchasing power parity</i> (PPP)
Kelas miskin (<i>lower class</i>)	Di bawah 2 dolar AS
Kelas bawah (<i>lower midlle class</i>)	2-4 dolar AS
Kelas menengah (<i>midlle-middle class</i>),	4-10 dolar AS
Kelas menengah atas (<i>Upper midlle class</i>)	10-20 dolar AS
Kelas Atas (<i>Upper class</i>)	Di atas 20 dolar AS

²⁰ Penelitian Litbang Kompas yang dilakukan pada Maret 2012 menentukan dasar pengelompokan kelas menengah seperti Biro Sensus Amerika yang mengadopsi model Weberian, dengan menggunakan stratifikasi sosial berdasarkan pekerjaan, pendapatan dan pendidikan. Selain itu Litbang Kompas memodifikasi dengan menggunakan ukuran pengeluaran daripada pendapatan (*income*). Ukuran yang menjadi dasar pengelompokan adalah pekerjaan, pendidikan, pengeluaran pribadi perbulan dan pengeluaran keluarga untuk membayar listrik perbulan. Bambang Setiawan, "Siapa Kelas Menengah Indonesia?," Kompas.com, "Siapa Kelas Menengah Indonesia", 08 Juni 2012, <http://nasional.kompas.com/read/2012/06/08/13003111/Siapa.Kelas.Menengah.Indonesia>, (29 Desember 2013); Kompas.com, "Kelas Menengah Tidak Diantisipasi" 19 Desember 2011, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/12/19/07433945/Kelas.Menengah.Tidak.Diantisipasi> (30 Desember 2013).

Sebagai suatu perbandingan saja, Boston Consulting Group (BCG) memprediksi bahwa jumlah kelas menengah Indonesia. Klasifikasi kelompok sosial yang didasarkan pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) atau pengeluaran perbulan cukup terinci. Untuk kelompok kelas menengah dibagi menjadi tiga bagian atau kluster, yaitu *upper middle class*, *middle* dan *emerging middle*. Tahun 2020 diprediksi meningkat cukup tajam 26,1 juta jiwa dari kluster *upper middle*, yang mana di tahun 2012 berjumlah kluster ini 23.2 juta jiwa menjadi 49.3 juta jiwa di tahun 2020. Peningkatan jumlah yang sama juga terjadi pada kluster *middle* sebesar 26.6 juta jiwa, dari 41.6 juta jiwa di tahun 2012 menjadi 68.2 juta jiwa di tahun 2020. Sedangkan untuk kluster *emerging middle* mengalami peningkatan hanya 6.1 juta jiwa selama delapan tahun dari 2012 sampai dengan 2020. Penurunan jumlah terjadi pada kelompok *aspirant* dan *poor* masing-masing mengalami penurunan di angka 17.5 dan 36.2 juta jiwa. Penurunan dua kelompok ini bisa dipastikan karena ada peningkatan di kluster tiga kelompok di atasnya, juga disebabkan oleh peningkatan pada kluster *elite* sebesar 3.4 juta dan kluster *Affluent* sebesar 10.1 juta jiwa.

²²Marzuki Darusman,, “Kelas Menengah yang Tak Sadar, dan Tanpa Disiplin ”, *Prisma*, Vol. 31, No. 1, (2012), 66.

Peneliti berpendapat ukuran sebagai kelas menengah tentu tidak

²⁴ Menurut Bank Dunia, nilai uang yang dibelanjakan oleh kelas menengah Indonesia cukup mengejutkan. Belanja pakaian dan alas kaki tahun 2010 mencapai Rp 113,4 triliun, belanja barang rumah tangga dan jasa Rp 194,4 triliun, belanja di luar negeri Rp 59 triliun, serta biaya transportasi Rp 238,6 triliun. Artinya dari sisi finansial kelas menengah memiliki kemampuan ekonomi yang cukup memadai. Kompas.com, 7 Januari 2012, “Menggugah Kesadaran Asuransi Kelas Menengah”.

Dalam aspek pendidikan, sebagaimana telah disinggung di atas, kelas menengah memiliki kecenderungan terhadap pilihan sekolah anak-anaknya. Sekolah swasta dan sekolah negeri yang dianggap favorit menjadi faktor yang menentukan gaya hidup mereka. Dimensi *knowledgeability* – yang menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan, keterbukaan pikiran, adopsi terhadap informasi dan teknologi, penerimaan terhadap hal yang baru (modernisasi atau nilai-nilai universal) – mempengaruhi pola pikir dan orientasi hidup mereka. Secara teknis dan praktis pendidikan membawa dampak karakteristik budaya dan kesenian yang diminati kelas menengah. Dimensi koneksi sosial (*sosial connection*) kelas menengah menjadi perhatian dalam tulisan ini. Koneksi sosial menjelaskan bagaimana kelas menengah dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Dimensi ini secara tidak langsung menggambarkan tingkat keterlibatan dan hubungan seseorang sebagai individu dengan lingkungan sosialnya.

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/01/07/09384572/Menggugah.Kesadaran.Asuransi.Kelas.Menengah> (10 Maret 2014).

B. Agama, Ekonomi dan Pilihan Rasional

Bagian ini membahas tentang agama dan faktor ekonomi, keduanya membentuk keberagamaan seseorang. Secara teoretik keberagamaan adalah wujud perilaku yang secara langsung atau tidak langsung bersumber dari ajaran agama. Oleh karena itu pengertian agama dan keberagamaan menjadi penting dibahas, hal ini disebabkan oleh sering terjadi perbedaan pendapat pada kajian ilmu sosial. Perbedaan tersebut berakar dari makna agama dalam perspektif Durkheim adalah ritual dan menunjukkan fakta sosial, sedangkan dalam perspektif Weber agama adalah pemahaman individu.

Penelitian ini berfokus pada pemahaman individu terhadap lingkungannya. Individu mempunyai pilihan atas pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya. Penelitian ini juga menggunakan teori *rational choice* (pilihan rasional), meskipun terkesan berlawanan dalam paradigma ilmu sosial (antara definisi sosial dan perilaku sosial) tetapi menjadi penting untuk dipadukan, dibahas dan dijadikan analisis karena lokus penelitian ini adalah kelas menengah yang pada ukurannya tidak hanya dari faktor pendidikan dan status, tetapi juga faktor ekonomi. Faktor ekonomi mendorong perilaku konsumtif sebagai salah satu *lifestyling* kelas menengah, sehingga membutuhkan berbagai perspektif sebagai dasar analisis untuk menjelaskan titik temu antara keberagamaan dan gaya hidup. Keduanya memiliki hubungan yang tidak terpisah jika dikaitkan pada perempuan Muslim terutama pada kelas menengah yang tinggal di perkotaan.

²⁷ Ahmad Norma Permana (ed.), *Metodologi Studi Agama* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 14-15.

Stark and Charles memberikan pengertian tentang agama yang lebih lengkap bahwa dalam agama memiliki *belief, practice, experience, knowledge* dan *consequence*.²⁹ Dimensi *consequence* mencakup dimensi lainnya, yaitu menjelaskan perilaku dan ekspresi seseorang terhadap ajaran dan pengetahuan agama yang, secara sosiologis, merupakan kenyataan sosial. Pendapat ini diperkuat oleh Dillon yang mendefinisikan agama sebagai sesuatu yang pribadi dan sebagai kenyataan sosial di mana agama mengharuskan pemeluknya

²⁹ Agama adalah (1) *Pelief*, yaitu keyakinan tentang kebenaran ajaran agama; (2) *practice* yang terdiri dari *ritual* dan *devosional*. *Ritual* adalah ibadah formal yang pernah terjadi pada masa awal pembentukan agama. Sedangkan *devotional* adalah ibadah yang dilakukan secara pribadi dan informal; (3) *Experience*, yaitu pengalaman keagamaan; (4) *Knowledge*, adalah pengetahuan tentang dogma atau doktrin yang ini berkaitan dengan dimensi kepercayaan; (5) *Consequence*, yaitu perbuatan dan sikap sebagai konsekwensi agama, meliputi dimensi kepercayaan, ritual, pengetahuan dan juga pengalaman seseorang yang menjalankan agama. Rodney Stark dan Charles Y. Glock, *American Piety: The Nature Religious Commitment* (California: University of California Press, 1974), 14-16.

Lima dimensi agama yang dikemukakan oleh Stark dan Dillon tersebut menunjukkan bahwa agama adalah kesadaran dan kenyataan sosial yang berasal dari keyakinan yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik. Sebagai kesadaran (*human consciousness*), agama adalah bentuk kesadaran manusia yang tidak hanya dimulai dari kesadaran itu sendiri (*their being*) tetapi juga kesadaran sosial (*their social being*). Kesadaran pribadi dan kesadaran sosial saling melengkapi, mewujudkan perilaku yang bersifat individual dan kelompok bagi penganut agama.

Berger memberi istilah agama sebagai langit suci (*sacred canopy*) yang mempunyai berbagai makna dalam tatanan realitas kehidupan. Realitas sosial mengalami dinamika dan persoalan sosial, seperti tidak aman (*insecure*), sulit (*precarious*) dan rawan (*fragile*). Kondisi tersebut membuat manusia membutuhkan legitimasi nilai sebagai *checking and balancing* terhadap persoalan yang muncul. Sedangkan legitimasi yang paling efektif menurut Berger adalah

³¹ G. H. Mueller, "The Dimensions of Religiosity", *Sociological Analysis*, Vol. 41, No. 1 (Spring, 1980), 1-24.

Dalam konteks penelitian ini, ungkapan Clifford Geertz tentang agama sebagai sistem budaya (*as a cultural system*) sejalan dengan konsep Berger tentang “kehadiran” Tuhan dalam masyarakat. Kehadiran Tuhan dalam masyarakat adalah suatu bentuk keberagamaan yang membentuk sistem budaya tertentu. Di sini Geertz berpendapat bahwa fungsi agama adalah simbol yang memberi motivasi dan konsep hidup sebagai realitas yang unik. Geertz melihat bahwa agama dan budaya memiliki hubungan yang erat. Kebudayaan menurut Geertz adalah pola makna (*a pattern of meaning*) dan ide yang terdapat dalam simbol. Dalam setiap kebudayaan terdapat sikap dan kesadaran yang membentuk pengetahuan yang berbeda-beda.³⁵ Sedangkan aktivitas agama diwujudkan dalam bentuk empiris dan menampilkan simbol-simbol yang disepakati secara kolektif.

³⁵ Clifford Geertz, *The Interpretation of Culture* (New York: Basic Book, 1973), 17-18.
³⁶ Talal Asad, "The Construction of Religion as an Anthropological Category", *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam* (Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1993), 27-54.
³⁷ Zainuddin Maliki, *Rekonstruksi Teori Sosial Modern* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), 271-272.

³⁷ Zainuddin Maliki, *Rekonstruksi Teori Sosial Modern* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), 271-272.

Keberagamaan adalah proses pemahaman individu dalam beragama yang dibentuk dari perubahan lingkungan sosialnya. Keberagamaan adalah produk manusia pada ruang dan waktu tertentu, bersifat responsif dan berlaku pada konteks sosial budaya tertentu. Argumen ini menjadi penting, ketika diterapkan pada kelas menengah perkotaan. Mereka memiliki ciri individualis dan rasional. Agama menjadi kenyataan sosial yang bisa mengadaptasikan pemeluknya, meskipun tingkat individualitas dan rasionalitas mereka meningkat. Nilai profan agama dipresentasikan pemeluknya sebagai tindakan kolektif meskipun tidak ada kesepakatan.

³⁸ Muhammad Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1992), 33.

Dalam konteks penelitian ini pemahaman ajaran Islam secara menyeluruh dimaknai dalam konteks yang cukup pragmatis dan aplikatif oleh kelas menengah yang membentuk kesadaran kolektif. Kesadaran tersebut dipresentasikan pada perilaku dan gaya hidup yang berbeda dari komunitas lainnya termasuk keberagamaannya. Mereka memproduksi kesadaran individu sebagai bagian dari anggotanya. Kesadaran tersebut berbentuk kesalehan yang diekspresikan melalui gaya hidup yang berbeda dari kelas lain maupun komunitas lain. Secara sosiologis, penelitian ini tidak memasuki bagian sakral, ritual ataupun teologis dari agama, tetapi secara khusus membahas interaksi sosial kelas menengah dan kehidupan sosial agama. Penelitian ini melibatkan analisa sistematis tentang fenomena agama dengan menggunakan konsep dan metode sosiologi.

Hubungan antara agama dan ekonomi dalam penelitian ini menunjukkan keterkaitan yang tidak terpisah, secara sosiologis kemapaman ekonomi membentuk perilaku beragama yang tidak terpisah dari kehidupan sehari-hari. Konsep, persepsi dan pilihan beragama dapat dipahami dari perilaku individu dalam kehidupan kesehariannya. Fenomena beragama menjadi suatu pilihan ikatan yang saling berhubungan dalam setiap aspek sosial, ekonomi ataupun budaya. Secara khusus

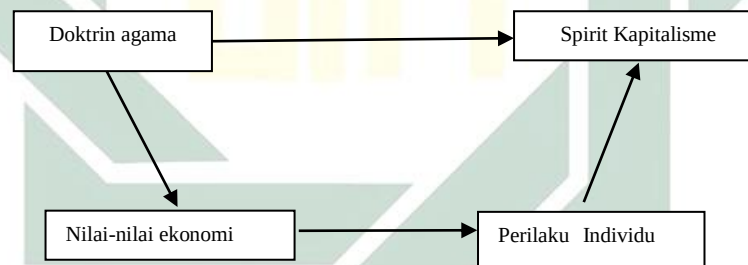
Studi Weber tentang agama berpusat pada hubungan antara agama, masyarakat dan ekonomi.³⁹ Weber mengungkapkan problem teoretik di wilayah tindakan sosial manusia, keilahian dan pilihan beragama. Individu mempengaruhi dan membentuk tindakan sosial maupun tindakan ekonomi. Perilaku dan nalar beragama tidak terpisah dari kehidupan sehari-hari, karena tujuan tindakan agama pada dasarnya bersifat ekonomis.⁴⁰ Pendapat ini berdasarkan pada pengamatan Weber terhadap interaksi antara ajaran Protestan dan etika kerja yang membentuk semangat kapitalisme sebagai suatu bentuk perilaku ekonomi. Meskipun konsep

³⁹ Essay Weber tentang agama lebih banyak dijelaskan dalam *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Weber mengatakan calvinisme terutama sekte puritanisme, melihat kerja sebagai *beruf* atau panggilan. Kerja tidak hanya sekedar pemenuhan keperluan, tetapi suatu tugas suci. Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* (California: University of California Press, 1978), 399-434.

⁴⁰ John Scott, *Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok dalam Sosiologi*, terj. Ahmad Lintang L. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 127-128.

etos kerja dan perilaku ekonomi tidak satu-satunya sebagai konsep Weber tentang agama, tetapi berpengaruh pada konsepnya tentang tindakan sosial dengan menggunakan pendekatan rasional terhadap persoalan-persoalan ekonomi yang kemudian membentuk dan memunculkan spirit kapitalisme modern. Nilai agama dan nilai budaya mempengaruhi nilai ekonomi sehingga mempengaruhi perilaku individu. Secara tidak langsung konsep Weber ini merupakan awal perkembangan teori yang muncul di kemudian hari, termasuk pemakaian teori pilihan rasional yang dihubungkan dengan agama.

Bagan 2.1
Hubungan Agama dan Perilaku Individu
Menurut Weber⁴¹



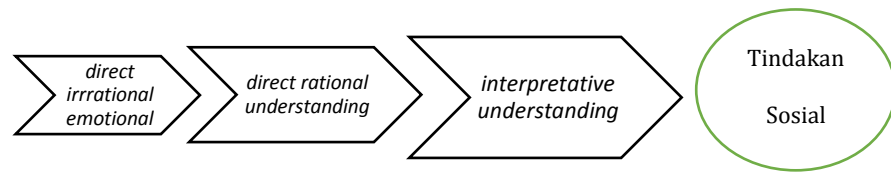
Perilaku atau tindakan individual adalah dasar memahami hubungan sosial dan tindakan sosial (*sosial action*). Tindakan sosial adalah pola tindakan yang bersifat rasional, yaitu tindakan yang ada perhitungan, pilihan, sasaran yang masuk akal, efisien dan berorientasi pada nilai yang lebih tinggi. Semakin rasional tindakan sosial maka semakin mudah dipahami. Weber membagi empat

⁴¹ Bagan diskemakan oleh peneliti

Keempat kategori tindakan individu diperoleh dari pemahaman makna (*interpretative understanding*), yaitu pemahaman rasional secara langsung (*direct rational understanding of ideas*) dengan melihat perilaku, ungkapan verbal dan ekspresi perasaan (senyum, tawa dan marah). Melalui *direct rational understanding* tersebut diketahui reaksi emosional atau irrasional (*direct irrational emotional*). Melalui *archetypes* seseorang, bisa diketahui kondisi emosi yang membentuk pola sikap dan tindakan yang spesifik.⁴³ Untuk lebih mudah disajikan bagan di bawah ini.

⁴² George Ritzer, *Sociological Theory* (New York: University Mayland, 2011), 125-127; David Lee dan Howard Newby, *The Problem of Sociology* (London: Hutchinson & Co., 1984), 176-177.

⁴³ Melalui *archetypes* dapat diketahui kondisi emosi seseorang, yang secara spesifik membentuk pola sikap dan tindakan. Edward C. Whitmont, *The Symbolic Ques: Basic Concepts of Analytical Psychology* (Princeton New Jersey: Princeton University Press, 1969), 103-104.

Proses Pemahaman Makna⁴⁴

Tindakan sosial (*social action*) adalah tindakan yang menitikberatkan pada individu. Individu adalah kenyataan subjektif yang dapat mempengaruhi kenyataan objektif. Cohen menggunakan individu sebagai unit analisis dasar. Pendekatan ini disebut dengan pendekatan atomistik terhadap realitas sosial yang bersifat mekanis.⁴⁵ Tindakan sosial memiliki makna subjektif yang diarahkan kepada tindakan orang lain. Tindakan sosial terjadi karena pengaruh positif atau negatif dari situasi tertentu.

Jika dikaitkan dengan agama, pemahaman dan pemaknaan individu terhadap agamanya dapat dilihat dari perilaku kesehariannya. Sebagai salah satu contoh, kerudung, baju Muslim, aturan bergaul dan juga pilihan kata individu tidak terlepas dari intensitas, pengalaman, pengetahuan yang bersumber dari kejiwaan mereka. Oleh karena itu, keberagamaan dan makna agama bagi individu diketahui secara menyeluruh melalui tindakannya. Dalam konteks ini, agama adalah bentuk perilaku yang bermakna (*pre-eminently meaningful behaviour*).⁴⁶ Agama mempengaruhi perilaku individu dan merupakan penafsiran kondisi individu.

Berkaitan dengan kajian ini, agama adalah studi interpretatif atas aksi sosial yang bermakna subjektif. Pemahaman interpretatif adalah pemahaman

⁴⁴ Bagan diskemakan oleh peneliti

⁴⁵ Percy S. Cohen, *Modern Sosial Theory* (London: Heinemann, 1968), 14.

⁴⁶ Bryan S. Turner, *Religion and Sosial Theory* (London: SAGE Publication, 1999), 11.

Dalam konteks kajian ini, aktivitas dan perilaku perempuan kelas menengah adalah tindakan sosial yang bersifat rasional yang terfokus pada individu untuk mencapai tujuan yang maksud. Pilihan tersebut sesuai dengan tingkat pengetahuan atau *stock of knowledge* yang dimiliki individu. *Stock of*

⁴⁷ Tom Campbell, *Tujuh Teori Sosial: Sketsa, Penilaian dan Perbandingan*, terj. F. Budi Hardiman (Yogyakarta: Kanisius 1994), 201.

48. Sebenarnya istilah eksternalisasi dan objektivasi telah digunakan oleh Hegel, yaitu *Entausserung* dan *Versachiung* yang kemudian dipahami Marx sebagai kolektivitas fenomena. Sementara itu internalisasi adalah teori dasar Herbert Mead dalam tulisannya *Mind, Self and Society*. Istilah realitas *sui generis* yaitu realitas yang ditetapkan oleh masyarakat dikembangkan oleh Durkheim dalam *Rules of Sociological Method*. Jika diamati lebih jauh, Berger dalam sumbangan teorinya ini mencoba menyatukan proposisi antara Weber, Marx dan Durkheim. Pengaruh Weber terlihat pada makna subjektif yang mengkaji gejala manusiawi, istilah dialektika dipinjam dari Marx. Individu adalah produk masyarakat dan masyarakat adalah produk manusia. Sumbangan Durkheim terletak pada masyarakat sebagai realitas objektif memiliki kekuatan memaksa, sekaligus sebagai fakta sosial. Inti dari ketiga momentum proses dialektis ini (eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi), manusia melalui tindakan dan interaksinya secara terus menerus menciptakan suatu realitas sosial yang dimiliki bersama, termasuk realitas yang dialami sehari-hari. Peter L. Berger Berger, Peter L. dan Thomas Luckman. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, terj. Hasan Basari, (Jakarta: LP3ES, 1990), 185-240.

Coleman sependapat dengan Weber bahwa individu merupakan kenyataan subjektif yang bersifat mikro yang mempengaruhi kenyataan objektif yang bersifat makro.⁵¹ Konsep rasionalitas Coleman berdasarkan ilmu ekonomi, di mana prinsip tindakannya adalah memilih tindakan yang memaksimalkan kegunaan (efisiensi). Tindakan individu menurut Coleman bersifat purposif (bertujuan). Tindakan rasional Coleman ini juga didukung oleh Lovett adalah memahami tindakan rasional dari sudut pandang individu atau aktor.⁵² Bahwa tindakan sosial secara umum bergantung dari keyakinan, tindakan dan sikap yang diperlakukan sebagai sesuatu yang rasional, atau sebagai efek dari alasan yang dipahami dan diyakini oleh aktor sosial sebagai sesuatu yang valid dan benar. Sedangkan alasan untung rugi (utilitas) dan nilai yang dipertukarkan tidak boleh diperhatikan secara berlebihan dari yang seharusnya. Hal ini disebabkan bahwa setiap aktor atau individu memiliki preferensi dari beberapa pilihan yang dihadapkan. Pilihan aktor adalah pilihan yang diinginkan dan suatu bentuk rasionalitas yang dimiliki aktor yang tentunya sesuai dengan tingkat pengetahuan dan wawasannya.

⁵¹ James S. Coleman, *Dasar-Dasar Teori Sosial*, terj. Imam Muttaqien dkk. (Bandung: Nusa Media, 2011), 10-11; Siegwart Lindenberg, “The Method of Decreasing Abstraction” dalam *Rational Choice Theory*, ed. James S. Coleman dan Thomas J. Fararo, 3-19.

⁵² Coleman, *Dasar-Dasar Teori Sosial*, 19-21; Frank Lovett, "Rational Choice Theory and Explanation", *Rationality and Society*, Vol. 18, No. 2 (2006), 237-272.

Berdasarkan argumen di atas, pendekatan teori pilihan rasional menjadi bagian yang tidak bisa dihindari pada pilihan yang diputuskan oleh aktor atau individu. Keharusan subjektif disebabkan oleh kondisi objektif. Terdapat transisi makro-mikro-makro, yaitu situasi sosial yang bersifat makro memberikan efek pada pilihan individu dan berefek pada kondisi sosial.⁵⁵ Sun-Ki Chai dan Hecher berpendapat bahwa pendekatan teori pilihan rasional bisa digunakan dalam

⁵⁵ Ibid., 261.

Tingkat rasionalitas kelas menengah adalah tindakan yang telah melalui proses analisis, perhitungan dan efisiensi. Teori pilihan rasional berasal dari pemahaman ekonomi yang merasionalkan pilihan pada tingkat efisiensi yang diperoleh dari proses tindakan individu atau kolektif. Dalam perkembangannya, teori pilihan rasional digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi pada berbagai disiplin ilmu termasuk bidang agama. Teori ini mampu menjelaskan pilihan tindakan yang dilakukan oleh pemeluk agama.⁵⁷ Pendapat ini diperkuat oleh Ritzer dan Elster di mana teori ini menjelaskan persoalan-persoalan praktis dalam kehidupan sosial dan juga tentang kehidupan sehari-hari (*everyday life*) dan juga *human behavior*.⁵⁸ Meskipun teori ini merupakan *new development* dalam

⁵⁸ George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, terj. Alimandan (Jakarta: Kencana, 2010), 391-393; Jon Elster, "Interpretation and Rational Choice", *Rationality and Society*, Vol. 21, No. 1 (2009), 5-33; Norman K. Denzin, "Reading Rational Choice Theory", *Rationality and Society*, Vol. 2, No. 2 (April, 1990), 172-189; David Lehmann "Rational Choice and the Sociology of Religion" dalam *Sociology of Religion*, ed. Bryan S. Turner, 181-198; Zenonas Norkus, "Max Weber's Interpretive Sociology and Rational Choice Approach", 262-267.

Relasi agama dan ekonomi menjelaskan bahwa agama memiliki tema kelas, kepentingan ekonomi dan mode produksi. Jika agama pada saat ini tidak hanya sebagai *sacred canopy* (meminjam istilah Beger) tetapi sekaligus sebagai bentuk ekspresi bertindak. Status kelas menentukan perbedaan simbol dan idiom-idiom agama. Turner memberikan contoh tentang asketisme religius sebagai konsep utama yang menyangkut perilaku moral seseorang. Konsep asketisme antara kalangan proletariat dan kalangan borjuis mempunyai makna yang berbeda. Pada kalangan proletariat, asketisme bisa dimaknai sebagai bentuk perlawanan kemewahan terhadap kaum borjuis, sementara asketisme bagi kaum borjuis urban bisa memiliki signifikansi yang sangat berbeda, di mana seluruh rahasianya bisa tersimpan dalam kekayaan borjuis.⁵⁹ Dalam konteks ini Turner melihat faktor ekonomi tidak terpisahkan dari keberagamaan dan pilihan rasional para pengikut agama, sehingga pendekatan teoretik sosiologi agama di masa kontemporer dinamakan model ekonomi beragama (*economic model of religion*).⁶⁰ Demikian juga Rodney Stark, Bainbridge, Flere dan yang lainnya berpendapat bahwa kajian agama dan kehidupan agama yang berkaitan dengan faktor ekonomi berdampak pada keberagamaan dan ekspresi pengikutnya.⁶¹

⁶¹ Rodney Stark and William S. Bainbridge, "Of Churches, Sects, and Cults: Preliminary Concepts for a Theory of Religious Movements", *Journal for the Scientific Study of Religion*, 18, (1979), 117-131; Laurence Iannaccone, Rodney Stark dan Roger Finke, "Rationality and the Religious

⁶² Jan de Jonge, *Rethinking Rational Choice Theory: A Companion on Rational and Moral Action*, (UK: Palgrave Macmillan, 2012), 7-16.

[illegible]

Tabel 2.7
Teori Tindakan Sosial Beragama

Tokoh	Teori	Penjelasan
Max Weber	Verstehen	Individu adalah aktor, sebagai kenyataan subjektif mempengaruhi kenyataan objektif. Dasar pemberian makna terletak pada hubungan sosial individu karena tindakan sosialnya. Pada setiap pola tindakan sosial individu terdapat orientasi rasional. Agama adalah aksi sosial yang bermakna subjektif.
-Peter L. Berger -Thomas Luckmann	Sosial Construction	Masyarakat adalah realitas objektif dan realitas subjektif melalui proses konstruksi yang bersifat dialektis. Tindakan individu melalui proses eksternalisasi--internalisasi--objektivasi, disesuaikan dengan <i>stock of knowledge</i> individu. Individu memiliki otonomi subjektif dan sistem pemaknaan subjektif (<i>subjective significance</i>). Agama adalah <i>sacred canopy</i>. Keyakinan agama sebagai realitas subjektif karena interpretasi realitas keseharian, agama berperan sebagai

Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah sesuai dengan kebutuhannya. Gaya hidup bisa dilihat dari pakaian, bahasa, kebiasaan dan sebagainya, dipakai sebagai bentuk pembedaan sosial yang memiliki makna yang berbeda dan penafsiran yang terbuka. Dalam kajian budaya

⁶⁸ David Chaney, *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*, terj. Nuraeni (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011), 41.

Gaya hidup digunakan untuk menunjukkan posisi sosial dan kekuatan finansial yang diperjuangkan (*achieved*), bukan sesuatu pemberian (*gifted*) atau berdasarkan garis keturunan (*ascribed*). Perbedaan sosial yang lebih tinggi secara otomatis diperoleh dari penghargaan masyarakat atas prestasi yang dicapai. Sedangkan analisis gaya hidup adalah kategori sosial yang dinamis, terfokus pada

⁷¹ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Cambridge: Harvard University Press, 1984), 111-112 & 122-123.

1. Gaya Hidup Dalam Ruang dan Waktu

Konsep gaya hidup dalam pandangan Bourdieu berkaitan dengan konsepnya tentang *habitus*. Bourdieu mengatasi dikotomi antara Marx dan Weber, antara subjektivisme dan objektivisme. Melalui pemikiran Marx, Bourdieu terinspirasi mengenai tatanan sosial yaitu paradigma dominasi simbolik tentang budaya. Dari Weber, Bourdieu mengembangkan tindakan bermakna. Tindakan manusia berkaitan dengan reaksi atas perilaku orang lain. Bourdieu memberikan pemahaman bahwa legitimasi kekuasaan dapat menjelaskan mekanisme dominasi, sementara makna simbol berperan menjelaskan kekerasan simbolis. Antara yang menguasai dan yang dikuasai terdapat persetujuan di mana yang dikuasai menerima dan merasa sukarela dengan yang menguasai pada suatu konsensus dan tatanan yang ada.

Habitus dalam pandangan Bourdieu adalah sifat yang melekat pada pikiran dan tubuh manusia. *Habitus* menekankan pada persepsi, pengetahuan, pengaruh dan kondisi sekitar pada waktu, tempat dan praktik tertentu.⁷⁴ *Habitus* adalah struktur kognitif yang menghubungkan antara individu dan realitas sosial, sehingga *habitus* sebagai struktur subjektif terbentuk dari pengalaman individu yang berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif di ruang sosial, yaitu ranah. Pada ruang sosial, individu dan *habitus* berhubungan dengan individu lainnya, sedangkan pada realitas sosial keduanya (individu dan *habitus*)

⁷⁴ Rob Stones, “Teori-Teori Aksi Sosial”, dalam *Teori Sosial*, ed. Bryan S. Turner, 131-132; Mary S. Mander, “Bourdieu: The Sociology of Cultural and Cultural Studies: A Critique”, *European Journal of Communication*, Vol. 2, (1987), 428-429.

Secara ringkas, konsep Bourdieu ini merupakan rumus generatif yang menerangkan praktik sosial dengan persamaan: (*habitus* x modal) + ranah = praktik sosial.⁷⁵ Rumusan ini berarti realitas sosial adalah relasi antara individu dan struktur. Relasi antara *habitus* dan ranah melibatkan modal. Modal yang dimiliki terkait dengan *habitus*. Hal ini bisa dilihat, misalnya, pada pola belanja makanan antara majikan industri, pekerja profesional dan guru. Meskipun pendapat Bourdieu ini digunakan untuk menjelaskan struktur masyarakat Perancis,⁷⁶ tetapi pada dasarnya bisa digunakan untuk melihat atau sebagai landasan analisis pada konteks yang lain. Selera, produksi, gaya hidup, makanan serta peran sosial yang dipilih tubuh berkaitan dengan kelas sosial, sehingga bentuk tubuh menjadi cerminan pada kelas sosial tertentu. Tubuh memperoleh modal simbolis yang kemudian menjadi ekspresi fisik pada hirarki kekuasaan sosial.

Teori tentang tubuh menunjukkan posisi lingkungan sosial dan keyakinan kelas menengah. Turner berpendapat bahwa tubuh menjadi bagian yang tidak kalah penting dalam kajian sosiologi. Menurutnya tubuh dilatih dan direpresentasikan secara permanen dengan preferensi estesis kelas sosial yang

⁷⁵ Bagus Takwin, “Proyek Intelektual Pierre Bourdieu: Melacak Asal Usul Masyarakat, Melampaui Oposisi Biner dalam Ilmu Sosial”, dalam *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik Sosial: Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*, ed. Richard Harker, Cheelen Mahar dan Chris Wilkes, terj. Pipit Maizier (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), xviii-xxi.

⁷⁶ Bourdieu, *Distinction*, 184-185.

Secara garis besar, teori tubuh dalam sosiologi menunjukkan: (1) Tubuh adalah konstruksi sosial (bukan fenomena alam). Landasan ini dikembangkan oleh gerakan feminisme, kritik anatomi adalah aspek penting perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Dalam budaya populer tubuh perempuan (terutama) dikonstruksi sebagai konsumen dan objek seksual. (2) Tubuh adalah representasi dari hubungan sosial mengenai kekuasaan. Tubuh dipakai sebagai suatu metafora berhubungan dengan sosial politik. Keadaan tubuh menjadi isu perpolitikan atau relasi kuasa antara perempuan dan laki-laki. (3) Tubuh berperan penting untuk mengungkapkan hubungan pengalaman dan identitas. (4) Tubuh menunjukkan ekspresi simbolis kehidupan keseharian seseorang sesuai dengan norma-norma sosial.

⁷⁷ Turner, “Sosiologi Tubuh” dalam *Teori Sosial*, ed. Bryan S. Turner, 859-869. Pembahasan tentang tubuh merupakan perkembangan baru dalam kajian sosiologi. Pembahasan ini sebenarnya sudah dimulai oleh Erving Goffman dalam *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), yang didukung secara teoretik oleh Michel Foucault dalam *History of Sexuality* (1979). Kajian ini kemudian dikembangkan oleh Mary Douglas 1966 dalam *Purity and Danger*, teori tentang tubuh sebagai sistem klasifikasi. Kemudian dalam kajian antropologi oleh Marcell Mauss dan Blacking 1977 tentang tarian, tato dan simbolisme tubuh. Diteruskan oleh Caplan (2000) tentang dekorasi tubuh serta Hahn 2007 memberikan gagasan tentang tarian sebagai ekspresi nilai-nilai kultural. Studi tubuh ini menjadi perhatian yang menarik karena dalam masyarakat modern tubuh menjadi bagian yang tidak bisa dihindari.

Konsep *habitus* membantu menafsirkan dunia sekitar. Pengalaman dan pemaknaan individu atas ruang sosialnya menggambarkan kecenderungan *habitusnya*. Mengetahui *habitus* kelas sosial tertentu dengan mudah membantu mengetahui *habitus* individu kelas tersebut. Tingkat sosial kelas menengah menjadi dasar acuan yang cukup kuat untuk menunjukkan sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Tingkat pendidikan kelas menengah menentukan perilaku sosial dan pilihan rasionalnya. Sedangkan hasil pengalaman sosial membentuk pandangan terhadap suatu objek. Pengetahuan dan pengalaman individu menunjukkan konsep diri sebagai *frame of reference* beserta motif-motifnya.

Dalam studi konsumsi kontemporer, konsumsi tidak dapat dihindarkan dan merupakan simbol dan ciri masyarakat modern. Weber memandang konsumsi sebagai ancaman terhadap etika Protestan kapitalis. Meskipun Weber tidak pernah mengungkapkan teori konsumsi ini, tetapi konsep Weber bisa dihubungkan, (1) bahwa sikap asketisisme Calvinisme memunculkan kapitalisme, yang kemudian berakibat adanya sikap konsumtif bagi kaum kapitalis yang memiliki modal lebih. Kondisi ini menyebabkan adanya sebuah etika yang berbeda dari sikap asketisme.

Ritzer melihat ada hubungan dialektis antara konsumsi dan produksi.⁷⁹

Pertama, konsumsi adalah produksi dan produksi adalah konsumsi. Memproduksi berarti mengonsumsi bahan dan tenaga manusia, sedangkan mengonsumsi dalam aspek tertentu berarti memproduksi manusia lewat aspek tertentu pula. *Kedua*, produksi dan konsumsi adalah dua aspek interdependen (saling bergantung). Produksi menciptakan objek yang diperlukan untuk konsumsi dan konsumsi menciptakan motivasi untuk produksi. *Ketiga*, kegiatan konsumsi dan produksi adalah saling menciptakan. Meskipun hal ini tidak berkaitan secara langsung dengan kajian ini, tetapi penting diketahui karena proses produksi melibatkan aktivitas dan langkah individu ketika merepresentasikan diri sebagai kelas menengah.

⁷⁸ George Ritzer dan Barry Smart, *Handbook Teori Sosial*, terj. Imam Muttaqin dkk., (Jakarta: Nusa Media, 2011), 823.

[illegible]

Konsumsi adalah tindakan sosial yang terdiri dari budaya, ekonomi dan ideologi konsumerisme, digunakan untuk melegitimasi kapitalisme. Konsumsi adalah sebuah tindakan (*an act*), sedangkan konsumerisme adalah arah hidup (*a way of life*) yang memiliki motif. Konsumsi dipandang sebagai proses objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi dan internalisasi diri melalui objek atau benda. Selain itu konsumsi adalah proses dekonstruksi tanda-tanda pada objek, yang dipakai sebagai penanda relasi sosial. Penanda tersebut menentukan status, prestise dan simbol-simbol tertentu bagi pemakainya.

⁸⁰ Ibid., 825-826; K.J. Veeger, *Realitas Sosial* (Jakarta: Gramedia, 1990), 105-106.

Budaya konsumen (*customer culture*) di perkotaan muncul dikarenakan integrasi ekonomi yang bersifat global dan dijumpai oleh perkembangan teknologi, komunikasi dan transportasi. Konsumsi mengubah tatanan nilai dan tatanan simbolis masyarakat kota yang mengalami transformasi identitas. Menurut

⁸² Ritzer dan Smart, *Handbook Teori Sosial*, 839. Ritzer menggunakan contoh munculnya restoran cepat saji (*fast-food restaurants*) McDonald ataupun mall sebagai tempat belanja terpadu *one stop shopping* dengan pembayaran kartu kredit adalah salah satu wujud belanja gaya hidup masyarakat modern. George Ritzer, *The McDonalidization Thesis: Explorations and Extensions* (London: SAGE Publications, 1998), 95-115.

⁸³ Konsumsi menjadi bagian dari industri kebudayaan dikemukakan oleh Hoikeirmer dan Adorno dalam *The Culture Industry Recondidered* (1964). Kebudayaan menjadi nilai komoditas dan direduksi menjadi nilai tukar (*value of exchange*). Ranah budaya mulai dikuasai rasionalitas instrumental yang menguasai produksi industri. Manusia modern bernafsu melakukan konsumsi yang irasional terhadap produk dari sistem yang rasional. Ritzer dan Smart, *Handbook Teori Sosial*, 822. John Scott, *Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok dalam Sosiologi*, terj. A. Lintang Lazuardi (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 303-305.

Pada masyarakat perkotaan, gaya hidup menunjukkan dua tanda transformasi sosial, yaitu proses konsumsi simbolis dan proses transformasi estetis.⁸⁶ Proses konsumsi simbolis membentuk dan menekankan nilai-nilai simbolis dari suatu produk atau benda lebih besar dibandingkan dengan kegunaan atau fungsinya. Proses konsumsi pada masyarakat modern dapat dilihat dari tiga hal *pertama* bahwa setiap kelas sosial menunjukkan identitasnya. *Kedua*, barang yang dikonsumsi sebagai wakil kehadirannya berhubungan dengan kondisi psikologis. Pada posisi ini konsumsi diartikan sebagai produk yang berkaitan dengan rasa percaya diri dan sebagai sarana berkomunikasi. *Ketiga*, proses konsumsi adalah sebagai konsumsi citra (*image*) dan alat ekspresi diri bagi

⁸⁶ Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 33-36.

kelompok.⁸⁷ Bagi kelas menengah produk global digunakan sebagai instrumen modernitas yang secara tegas bisa membedakannya dari orang lain. Konsumsi meliputi tanda, simbol, ide dan nilai yang digunakan untuk memisahkan dan membedakan kelompok sosial yang satu dari kelompok sosial yang lainnya. Penanda yang dipakai maupun ide-ide yang dikatakan seseorang secara otomatis menandakan posisi kelas sosialnya.

Proses transformasi estetik adalah proses seni yang bertumpu pada *the work of art* yang menegaskan nilai-nilai khusus. Setiap kelompok berusaha menampilkan nilai yang sama dengan kelompoknya. Proses estetik yang ditekankan adalah nilai simbolis (bukan kegunaan atau fungsinya),⁸⁸ Secara bersamaan proses estetik menimbulkan proses individualisasi, menentukan nilai suatu sub-kultur yang membedakan antara satu kultur dengan kultur yang lain. Dengan gaya (*stylish*) yang berbeda dari kelompoknya, seseorang akan membedakan diri dari kelompoknya sendiri. Seseorang berusaha mencari nilai tambah (*value added*) dengan mengonsumsi barang yang berbeda dari kelompoknya, tetapi masih dalam batas yang bisa diterima oleh kelompoknya. Proses individualisasi ini menimbulkan kekuatan baru yang bersifat positif, yaitu sikap yang *open-minded* dalam berbagai hal.

Meskipun konsumsi bisa dimaknai sebagai proses transformasi simbolis dan transformasi estetik, bagaimanapun juga budaya konsumen cenderung melakukan pembedaan yang menghindari keseragaman antarkelas (*cross-class*).

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Ibid.

Dengan demikian, desain telah hadir sebagai “pencipta” dan menstimulasi peningkatan kebutuhan seseorang. Konsumsi dan desain menjadi bagian yang tidak terpisah. Konsumen tidak hanya ditawarkan sesuatu yang mereka butuhkan (*what they need*), tetapi sesuatu yang mereka harapkan (*what they desired*). Kata *what* pada akhirnya menjadi *need* dan keinginan berubah menjadi yang dibutuhkan. Perubahan tersebut mempengaruhi konstruksi identitas, pembentukan relasi dan kategorisasi peristiwa. Pada titik ini budaya konsumsi memiliki dua nilai,⁹⁰ pertama sebagai wujud pemuasan kebutuhan identitas dan kedua sebagai fungsi sosial dan ekonomis. Konsumsi tidak hanya sebagai sebuah cara hidup (*a*

⁹⁰ Haryanto Soejatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain sebagai Gaya Hidup* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 9-10.

Budaya konsumsi pada masyarakat kota menjadi media gaya hidup. Dengan memperhatikan relasi antara subjek dan objek konsumsi serta di mana dan bagaimana proses konsumsi itu dilakukan, secara otomatis akan teridentifikasi antara proses konsumsi secara simbolis ataupun proses transformasi estetis. Model konsumsi dan gaya hidup secara tidak langsung memetakan perbedaan antar kelompok masyarakat perkotaan, karena bagaimanapun juga kota merupakan *customer space* dan ruang yang luas telah menawarkan kepuasan kebutuhan kelas menengah.

Jika gaya hidup dipahami sebagai proyek eksistensi diri, maka gaya hidup memiliki implikasi normatif, politik dan estetik. Politik budaya beragama yang menyajikan penampilan kesalehan publik, berujung pada timbulnya budaya konsumsi. Pada posisi ini gaya hidup digunakan untuk menunjukkan posisi sosial dan kekuatan finansial yang harus diperjuangkan (*achieved*). Perjuangan untuk

Persoalan gaya hidup beserta praktik-praktik konsumsi, menunjukkan benda-benda dan pengalaman konsumsi individu dalam kehidupan sehari-hari, pada sisi lain tidak cukup dipahami sebagai konsep nilai tukar dan perhitungan rasional instrumental, tetapi harus dipahami juga sebagai suatu keseimbangan yang dibawa oleh budaya konsumen. Oleh karena itu perhatian sikap hedonisme ditujukan pada dua aspek, yaitu efek gaya hidup atau *styling* dan ekonomi rasional di satu pihak dan estetika dimensi rasional instrumental atau fungsional di lain pihak. Ketertarikan terhadap gaya hidup dan kesadaran diri yang stilistik ditemukan pada semua kalangan, mereka mempunyai kesempatan perbaikan diri dan ekspresi diri untuk menunjukkan identitasnya dan itu adalah suatu pilihan.

⁹¹ Featherstone, *Consumer Culture*, 59.

Castells berpendapat bahwa identitas adalah sumber makna dan pengalaman, yaitu proses konstruksi makna berdasarkan atribut budaya yang diberikan pada pemaknaan lain baik secara individu ataupun kolektif.⁹³ Identitas berfungsi untuk mengelola makna yang terkait dengan proses internalisasi nilai, tujuan dan ide. Gilbert menjelaskan bahwa identitas memiliki fungsi yang menunjukkan tempat (*identity as standing*), sebagai pusat penggambaran diri (*identity as centre*), afiliasi pada suatu kelompok (*identity as face of affiliation*), merasakan kepuasan (*identity as home*) dan menunjukkan tujuan yang spesifik suatu kelompok (*identity as mission and as mere label*).⁹⁴

⁹² Peter L. Berger dan Thomas Lukmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, terj. Hasan Basari (Jakarta: LP3ES, 1990), 248.

⁹⁴ Paul Gilbelt, *Cultural Identity and Political Ethics* (UK: Edinburgh University Press, 2010), 66-94.

[illegible]

⁹⁸ Konsep Mead ini dijelaskan dalam konteks sehari-hari yang digambarkan oleh Goffman dalam teori Dramaturgi. Alexander dan Seidman (ed.), *Culture and Society*, 105-112; Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (California: University of California Press, 1969), 78-89 & 90-100 & 101-116; Ritzer, *Teori Sosiologi*, 289-295 dan 296-306.

pertunjukkan di pentas atau panggung.¹⁰⁰ Ada perbedaan antara yang ingin kita lakukan secara spontan dan apa yang diharapkan orang lain untuk kita lakukan. Dengan mengikuti analogi teatrikal ini Goffman berbicara mengenai panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Dengan demikian, kesadaran diri yang ditampilkan dengan simbol membentuk pola gaya hidup. Gaya hidup adalah proyek refleksi diri, yang perkembangannya di masa modern terhubung melalui reflektivitas institusional. Pilihan gaya hidup adalah sesuatu yang penting untuk menyusun identitas diri maupun aktivitas keseharian.¹⁰¹ Bellah menyebutkan bahwa gaya hidup menjadi suatu kantong (*enclave*)¹⁰² yang mencerminkan status dan kelas sosial suatu komunitas. Gaya hidup tergantung pada kecenderungan pilihan individu berdasarkan tradisi, agama dan lingkungannya.

Perkembangan industri dan teknologi mengubah gaya hidup sebagai keharusan pada setiap lapisan masyarakat. Pada saat ini gaya hidup bukan monopoli satu kelas tetapi sudah menjadi lintas kelas, antara kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah hampir tidak bisa dibedakan, membaaur dan berganti-ganti. Penggambaran gaya hidup oleh iklan di media cenderung tidak menjadi milik eksklusif kelas tertentu dalam masyarakat. Konsekuensi yang muncul adalah gaya hidup pada satu kelas tertentu mudah ditiru, dijiplak dan dipakai oleh segala lapisan masyarakat. Akan tetapi dengan kepemilikan modal dan perbedaan status,

¹⁰⁰ Ibid., 297-299; Finn Collin, *Social Reality*, (New York: Roudledge, 1997), 175-177.

¹⁰¹ Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age* (Cambridge: Polity Press, 1991), 5 & 81.

¹⁰² Robert N. Bellah (ed.), *Habits of The Heart: Individualism and Commitment in American Life* (London: University of California Press, 1996), 71-74.

hal itu tidak selalu terjadi. Pengetahuan, status dan faktor ekonomi menentukan tipe gaya hidup seseorang.

Pada konteks penelitian ini, budaya konsumsi disandingkan dengan agama, yang pada umumnya dianggap sebagai hal yang sangat destruktif, terutama pada penekanan hedonisme, pengejaran kesenangan, kenyamanan, penanaman gaya hidup yang ekspresif, pengembangan narsistik dan tipe kepribadian individualistik. Hal lain perlu diperhatikan ada kerangka analisis bahwa agama tidak hanya bisa dinilai pada aspek teologi saja, tetapi ada aspek-aspek lain yang menyertai. Fenomena pada penelitian mendeskripsikan bahwa budaya konsumsi telah menggeser agama sebagai komoditas yang perlu dicapai dengan melakukan sebuah pilihan rasional sebagai pencapaian untuk menjelaskan identitas.