

# KONSUMERISME: “PENJARA” BARU HAKIKAT MANUSIA?

*Andreas Maurenis Putra*

*Lulusan Filsafat-Teologi Universitas Katolik Parahyangan*

**ABSTRACT:** Consuming goods for the necessities of life is natural. However, wasteful consumption excessively should be avoided. The dilemma of human needs today presents a new phenomenon in terms of fulfilling the necessities of life. This phenomenon is no other than - widely known by society as - consumerism. The process is to use goods of production in excess or inappropriate manner consciously and sustainably.

So, this phenomenon (consumerism) continues to be one of the central themes in this era of globalization. Unfortunately, the ferocity of this ideological influence ostracizes the fundamental values that exist within each individual. Consumerism eliminates the significance of the basic essence that exists in man. Humans who should remember the nature of themselves as social beings who are always connected to one another in this cosmos are now slowly losing that meaning.

With the consumptive mindset and lifestyle, individual looks as if being imprisoned and alienated. Quality of life is no longer measured based on the value of meaningfulness for others and the environment but measured by materials. Consequently, this becomes a fundamental crisis, that is, human's essence degradation.

**KEYWORDS:** *consumerism, identity, behaviour, imprisoned, awareness, social person, religious person, treatment, simplicity*

**ABSTRAK:** Mengonsumsi barang demi kebutuhan hidup merupakan hal yang wajar. Namun mengonsumsi melewati batas sampai pada tahap pemborosan mesti dihindari. Dilema akan kebutuhan manusia dewasa ini menghadirkan fenomena baru dalam hal pemenuhan kebutuhan

hidup. Fenomena ini dikenal dengan istilah konsumerisme. Prosesnya ialah menggunakan barang-barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatutnya secara sadar dan berkelanjutan.

Lantas, fenomena ini (konsumerisme) terus-menerus menjadi salah satu tema sentral dalam era globalisasi ini. Sayangnya, kedahsyatan pengaruh ideologi ini melengserkan nilai-nilai fundamental yang ada di dalam setiap individu. Konsumerisme menghilangkan kebermaknaan esensi dasariah yang ada dalam diri manusia. Manusia yang seharusnya ingat akan hakikat dirinya sebagai makhluk sosial yang selalu terkoneksi satu dengan yang lain dalam kosmos, kini perlahan-lahan kehilangan makna itu.

Dengan adanya pola pikir dan pola hidup konsumtif manusia seakan dipenjara dan teralienasi. Kualitas hidup bukan lagi diukur berdasar nilai kebermaknaannya untuk sesama dan alam sekitar namun diukur berdasarkan materi. Konsekuensi ini menjadi krisis fundamental yakni degradasi manusia yang hakiki.

**KATA-KATA KUNCI:** *konsumerisme, identitas, perilaku, penjara, kesadaran, makhluk sosial, makhluk ekologis, perawatan, kesederhanaan*

## **Pendahuluan**

Konsumerisme menjadi fenomena akbar dengan peran yang kontradiktoris terutama berkaitan dengan substansi dasariah manusia. Kemunculannya menjadi semacam sampiran hiasan yang tidak substansial (hakiki). Ketertampakan dalam rangkaian sejarah manusia selalu membuai, lalu merangsang perasaan "ada yang kurang", bukan suatu *absentia* (ketiadaan atau ketidakhadiran).

Konsumerisme menjadi dekorasi yang menghias pergulatan manusia di setiap zaman. Menjadi hanya sekadar dekorasi, hal ini sebetulnya tak perlu diprioritaskan. Hanya saja sihir "keindahannya" mengubah presepsi manusia. Mengonsumsi secara berlebihan atau melampaui batas-batas kebutuhan, menjadi sebuah *tren* atau gaya hidup masa kini. Tren yang kemudian dikenal dengan nama konsumerisme ini

"didaulat" menjadi inti atau substansi kehidupan yang mesti dikejar, apalagi di era globalisasi. Kata lainnya, konsumerisme sebagai sebuah gaya hidup sedang dikejar dan bukan lagi konsumsi untuk kebutuhan hidup. Fenomena ini membudaya, tetapi sebetulnya (tak disadari) adalah samaran penjara baru hakikat manusia.

Dalam lingkup kehidupan, yang tak dipungkiri terus mengalami degradasi nilai, konsumerisme merangsek masuk dan mengubah kiblat konsep manusia perihal kebutuhan hidup. Ia tampil dengan kekuatan penuh, namun menghadirkan kegelisahan dan kecemasan pada mereka yang ingin bertahan dalam kesejatan. Keber-ada-annya begitu dahsyat dan tak sungkan menegaskan diri. Eksistensinya di tengah pergolakan manusia kian menegaskan terjadi pembalikan nilai kehidupan. Tak segan, seolah berpacu dalam ke-diri-annya, konsumerisme seakan mengubah adagium tua Cartesius *cogito ergo sum* (saya berpikir maka saya ada) menjadi *consummo ergo sum* (saya mengosumsi maka saya ada).

Lantas, di tengah persoalan dan tergerusnya nilai-nilai kemanusiaan, konsumerisme hadir dan seakan menambah derita sisi humanitas. Kesadaran manusia akan hakikat diri sebagai makhluk sosial dan makhluk ekologis kian luntur. Bahkan lambat laun fenomena ini bisa saja membentuk masyarakat manusia yang kehilangan nilai. *Mungkin* dan *tidak mungkin*, akan menjadi jawabannya. Tetapi yang jelas, konsumerisme sedang perlahan-lahan memenjara dan mengekang otentisitas manusia. Itu yang terjadi saat ini, dalam era globalisasi kini.

Diskursus reflektif atas konsumerisme yang berbasis pada metode analisis deskriptif teks yakni menganalisis sumber-sumber bacaan pustaka ini mau dipaparkan untuk menjawab pokok permasalahan yang menjadi keprihatinan bersama yaitu hakikat/kodrat manusia dihadapkan pada gaya hidup baru yaitu konsumerisme. Dengan kata lain, analisis deskriptif teks ini dirujuk untuk menjawab pertanyaan yang juga menjadi inti kajian dari tulisan ini yaitu kodrat/hakikat manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk ekologis di tengah arus konsumerisme.

## Identitas Konsumerisme

Konsumerisme berasal dari kata *consumere* atau *consumo, sumpsi, sumptum* (Latin) yang berarti menghabiskan, memakai sampai habis, memboroskan, menghambur-hamburkan, menggerogoti sampai habis. Kata itu menurunkan kata "konsumen" (pemakai, orang yang menghabiskan), "konsumsi" (sesuatu yang dimakan habis), dan "konsumerisme" (pikiran/mentalitas mau menghabiskan/memboroskan)<sup>1</sup>.

Dari definisi di atas, dapat dilihat bahwa konsumerisme menjadikan seseorang atau kelompok menjalankan perilaku konsumtif atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan boros atau tidak sepatasnya secara sadar dan berkelanjutan. Perilaku suka berbelanja dan budaya hidup boros sebagai salah satu contoh sikap konsumtif akan membuat manusia menjadi pecandu dari suatu produk sehingga ketergantungan tersebut sulit untuk dihilangkan. Hingga hari ini, tema konsumerisme masih terus menghiasi ruang publik. Bahkan semakin menemukan momentumnya di era globalisasi ini. Konsumerisme menjadi topik perbincangan yang terus membuncah di semua kalangan masyarakat. Maka menyoal tentangnya memang tidak sekadar statistik atau deretan angka-angka tetapi terkandung makna yang lebih dalam yaitu berhubungan erat dengan dimensi substansial dan situasional. Apa yang tengah marak saat ini adalah orang-orang mulai mengubah konsumsi (tindakan) menjadi konsumerisme (gaya hidup) sebagai upaya ekspresi diri. Dalam konteks ini Baudrillard benar, dengan mengatakan bahwa "setiap isu mengenai kebutuhan berakar pada ide tentang kebahagiaan (*le bonheur*), dan hal inilah menjadi acuan dasar pada masyarakat konsumsi"<sup>2</sup>. Bentuk kontekstualisasi atas ide kebahagiaan, salah satunya adalah lewat kuantitas barang produksi (sebagai objek yang tampak di depan konsumen) yang dimiliki.

---

<sup>1</sup> Sarah Nurdina, 1 Juli 2010, <http://sarahnlicious.blogspot.co.id/2010/07/konsumerisme-materialisme-dan-hedonisme.html>, diakses Rabu, 7 Februari 2018.

<sup>2</sup> Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structure* (London Thousand Oaks · New Delhi: Sage Publications, 1998), 50.

Senada dengan Baudrillard, Yasraf memaknai konsumsi sebagai sebuah proses objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi atau internalisasi diri lewat objek-objek sebagai mediana. Di sini Yasraf mau mengatakan bahwa manusia cenderung memahami dan mengkonseptualisasikan diri maupun realitas di sekitar kita melalui objek-objek material. Terjadi proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-objek dan kemudian memberikan pengakuan serta penginternalisasian nilai-nilai tersebut<sup>3</sup>. Objek yang dimaksud untuk penginternalisasian diri hadir dalam bentuk barang-barang produksi yang menawarkan bentuk yang eksotik, harga yang fantastis dan bahkan nilai yang super tinggi.

Lebih jauh, dalam memenuhi kebutuhannya dan mempertahankan kehidupannya, manusia seringkali dihadapkan pada persoalan. Persoalan itu antara lain adalah bergesernya orientasi akan "kebutuhan" menjadi dorongan untuk memenuhi "keinginan". Seiring perkembangan zaman yang semakin maju dan kompleks terlebih di era globalisasi saat ini, muncul pola baru yakni "keinginan" tadi lalu berubah menjadi semacam "kebutuhan". Perubahan pola tadi membuat konsumersime muncul sebagai gejala atau fenomena baru pada abad dua puluhan. Tentu, kemunculannya berhubungan erat dengan lahirnya komunikasi massa, bertumbuhnya kesejahteraan dan semakin banyaknya perusahaan modern. Selain itu, konsumerisme juga terjadi seiring dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perubahan dan inovasi, sebagai respon terhadap pengulangan yang sangat cepat dari hal-hal yang lama atau pencarian terhadap hal yang baru yaitu produk baru, pengalaman baru dan citra baru. Namun tak terhindarkan adalah ketertarikan tersebut justru menggusur nilai-nilai fundamental dalam hidup manusia sendiri yakni entitas manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk ekologis (dua aspek akan dibahas di sub bab tersendiri)

---

<sup>3</sup> Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004).

Konsumerisme punya pengaruh yang sangat kuat. Selain berimbas pada nilai-nilai hakikat manusia ternyata tren ini membudaya dan secara aktif memberi makna baru tentang hidup dari sudut pandang materi, mendasari rasionalitas masyarakat sekarang sehingga segala sesuatu yang dipikirkan atau dilakukan diukur dengan perhitungan material. Ujung-ujungnya membuat orang tiada lelah bekerja keras mengumpulkan uang untuk bisa membeli barang sebanyak-banyaknya tanpa pertimbangan.

Konsumerisme adalah sebuah fenomena modern yang telah membudaya. Ia menyusup masuk hampir ke segala aspek kehidupan masyarakat, mulai dari aspek politik sampai ke sosial. Konkritisasi budaya baru ini mewabah melalui media massa maupun TV. Media-media tersebut turut menjadi faktor yang melanggengkan tren budaya ini. Surat kabar atau TV, tak dipungkiri, menawarkan program khusus atau *channel* komersial yang semakin mendukung budaya konsumerisme sampai ada istilah yang dinamakan "jurnalisme komersial" yang mungkin tak asing di telinga masyarakat modern. Istilah ini boleh dikatakan sebagai propaganda barang-barang komersil yang merangsang orang untuk terus membelinya. Tak sulit memang untuk menemukan liputan-liputan khusus tentang barang-barang konsumsi, tempat-tempat belanja, saran-saran atau tips belanja dan berbagai cerita mengesankan tentang pengalaman berbelanja melalui iklan maupun surat kabar.

Merespon soal fenomena perilaku konsumtif yang sedang mewabah, Horkheimer dan Adorno memberi argumen dengan mengatakan bahwa logika komoditas dan perwujudan rasionalitas instrumental dalam lingkup produksi tampak nyata dalam lingkup konsumsi. Tentu ini berkaitan dengan pemasaran barang-barang produksi untuk segera dibeli oleh kalangan masyarakat. Dan resepsi tentang realitas senantiasa diarahkan oleh nilai tukar (*exchange value*). Pola lainnya adalah membuat standardisasi produk-produk budaya untuk lebih memaksimalkan konsumsi. Standardisasi dipublikasikan

dengan maksud supaya menjadi pemicu hasrat membeli dalam kuota yang maksimal. Hasilnya adalah identifikasi terhadap letupan belanja secara besar-besaran tanpa sebuah pengambilan jarak refleksi terhadap kegunaan sebuah barang, membunyah di era modern. Persoalan mana yang dibutuhkan menjadi nilai sekunder. Pengekspresian diri dan gaya hidup adalah nilai primer yang mau ditegaskan. Inilah pola pikir dan prinsip hidup konsumerisme yang sudah menjadi nyata dalam masyarakat modern.

Tindakan mengonsumsi berlebihan menjadi identitas dalam masyarakat global. Bahkan saking kuat pengaruhnya, orang melakukan beragam upaya agar bisa sampai pada tujuan mengonsumsi sebanyak mungkin yang hakikatnya hanya untuk kepuasan, bukan untuk pemenuhan kebutuhan mendasar. Kecenderungan tersebut mengubah konsumerisme (gaya hidup) menjadi sebuah identitas. Namun ironi. Di satu sisi orang berbelanja sebanyak-banyaknya sebagai implementasi pengekspresian diri (identitas) namun secara bersamaan orang juga kehilangan otentisitas diri sebagai identitas yang sesungguhnya. Malahan bukan hanya sekadar sebagai implementasi pengekspresian diri tetapi lebih ekstrim sebagaimana dikatakan oleh Steven Miles, di dalam *Consumerism as a Way of Life*, konsumerisme merupakan agama pada akhir abad dua puluh ini<sup>4</sup>. Jika direnungkan secara mendalam apa yang diungkapkan Steven Miles, maka sebetulnya keadaan dan orientasi manusia pada hal-hal material sudah berada pada tahap kronis. Di sini ada krisis fundamental karena konsumerisme telah mempengaruhi hidup sekaligus pengalaman manusia sehari-hari. Maka kalau setiap orang terutama masyarakat yang terobsesi dan terkontaminasi oleh perilaku konsumtif sebetulnya mereka sedang berada dalam proses dehumanisasi diri. Dalam konteks konsumerisme, dehumanisasi tersebut punya sifat korosif yang kronis.

---

<sup>4</sup> Steven Miles, *Consumerism as a Way of Life* (London: SAGE Publication, 1998), 1.

### **Perilaku Konsumeris Konsumen**

Dehumanisasi tentunya merusak identitas luhur manusia. Identitas luhur manusia mengalami degradasi lantaran konsumerisme "menjadi" instrumental aktivitas ekonomi masyarakat global. Sebagai tanggapan atas ini, maka perlulah menelusuri lebih jauh, tindak lanjut macam apa yang dilakukan manusia. Sangat jelas dikatakan bahwa manusia memiliki kebutuhan dan pada saat bersamaan ia juga menjadi makhluk yang tak cukup diri. Di setiap usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya terjadi interaksi dengan alam sekitarnya. Dalam arti ini, alam menyediakan hal-hal guna memenuhi kebutuhan hidup manusia. Kendati disediakan, namun "ketaktercukupan" selalu melandasi manusia untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan lain. Pada sisi lain, status bahwa manusia menjadi makhluk yang memiliki kebebasan individu seakan-akan mempertegas kalau manusia "boleh" memilih apapun sesuai keinginannya. Timbul apa yang disebut usaha untuk memuaskan diri lewat kepemilikan atas barang-barang produksi.

Tuntutan akan peri kehidupan yang lebih memuaskan dan lebih "bermutu" seringkali membawa disorientasi pada tingkat kebutuhan hidup. Memang tidak keliru menginginkan kehidupan yang lebih baik, tetapi tidak dapat dibenarkan apalagi sasarannya supaya serba memiliki saja. Perlu peningkatan aspek kepribadian, kebenaran, keindahan dan kebaikan dan kolektivitas demi *bonum commune*. Jika tidak, timbul polemik antara pengembangan dan pemanusiaan. Padahal kita dipanggil untuk menjadikan usaha ekonomi dan bisnis sebagai jalan memanusiakan alam, bukan memiskinkan dalam diri sendiri maupun masyarakat.

Yang terjadi sekarang dalam masyarakat dewasa ini adalah pembalikan dalam pola pikir dan pola hidup. Rasionalitas masyarakat berubah. Mengonsumsi barang-barang produksi tidak dilihat sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan (*needs*), namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*). Yasraf dalam *Dunia yang Dilipat* (2004) mempertegas soal pemenuhan hasrat ini. Katanya, satu-satunya objek



yang dapat memenuhi hasrat adalah objek hasrat yang muncul secara bawah sadar secara imajiner. Dan objek hasrat ini telah menghilang dan hanya mampu mencari substitusi-substitusinya dalam dunia objek dari simbol-simbol yang dikonsumsi. Selaras dengan Yasraf, Baudrillard turut memperkokoh argumentasi soal hasrat dalam bentuk simbol dengan mengatakan bahwa yang dikonsumsi bukan lagi *use* atau *exchange value*, melainkan *symbolic value*. Maksudnya orang tidak lagi mengonsumsi objek berdasarkan kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi<sup>5</sup>. Inilah kenyataan yang hadir dalam aktivitas ekonomi dunia modern saat ini. Godaan pada *symbolic value* yang terlampau masif biasanya membawa orang pada apa yang diistilahkan oleh Slavoj Zizek sebagai pola pikir *libidius* dalam hal material yang mengakibatkan orang hidup dalam “budaya seolah-olah”. Seolah-olah bahwa barang yang dibeli menjadi kebutuhan dasar. Padahal justru tidak karena seringkali yang terjadi adalah kebingungan perihal kegunaan barang yang dibeli.

Dengan melihat argumen-argumen di atas, boleh dikatakan bahwa manusia konsumerisme hidup dalam kebebasan yang nihilistik di mana kebebasan subjek dalam memilih sudah terpropaganda oleh gaya hidup yang konsumtif. Manusia menggunakan kebebasan memilihnya bukan lagi karena kemauan lahiriahnya akan kebutuhan barang tersebut, melainkan untuk kebutuhan yang sebenarnya tidak dibutuhkan (tidak didasarkan pada pertimbangan nilai guna).

Betapa ini telah menjadi sebuah budaya baru yang kehadirannya tanpa disadari oleh semua orang tetapi dampaknya begitu besar. Peran media massa (seperti dalam kalimat-kalimat sebelumnya) mempropaganda dengan sangat masif produk-produk impor sehingga secara tak langsung membentuk pola kehidupan masyarakat luas dan mengarahkan menjadi “masyarakat konsumtif”. Keberlimpahan menjadi konsepsi yang mesti diwujudkan. Melalui pasar modern (*mall* dan pusat

---

<sup>5</sup> Miles, *Consumerism as a Way of Life*, 25.

perbelanjaan lainnya) manusia terbius pada kenyamanan dan terhipnotis oleh kemudahan sehingga tak sadarkan diri bahwa mereka sebetulnya tengah melakukan sebuah ritual konsumsi. Lagi-lagi Baudrillard memberi arti ritual konsumsi sebagai sebuah kondisi di mana manusia bergerak untuk memenuhi hasrat yang sesungguhnya diciptakan sedemikian rupa oleh sebuah kekuatan yang hegemonik dan dominan yang sulit ditolak. Dalam hal ini, pusat perbelanjaan menjadi salah satu kekuatan dominan yang menarik orang untuk masuk dalam bingkai konsumerisme.

Sebagai manusia yang hidup di masa sekarang, relasi kita dengan barang-barang konsumsi tak dapat dipungkiri.<sup>6</sup> Gejala konsumsi terekonstruksi dan terinterpretasi melalui pengalaman sehari-hari. Atau, dalam bahasa lain, bagaimana ekspresi struktural konsumsi mempengaruhi hidup kita sepanjang hari dan bagaimana kita mengasosiasi pengalaman hidup tadi dengan struktur-struktur yang disediakan melalui konsumerisme.<sup>7</sup> Belanja sebagai aktivitas primer dalam perspektif konsumerisme dunia modern dilakukan guna memperoleh barang yang dibutuhkan. Tetapi kemudian bergeser maknanya. Perilaku konsumtif menggiring manusia pada pemahaman tentang kegiatan berbelanja itu *an sich* dari pada refleksi atas fungsional sebuah barang. Meskipun pada satu titik tertentu yakni setelah proses belanja, refleksi dilakukan, konsekuensi logis tak terhindarkan. Bahwa tetap akan ada *wasting of goods* karena titik pijaknya aktivitas belanja adalah *kegiatannya* bukan *kegunaan*. Ini fakta dalam dunia modern.

### **Kebutuhan Akan Identitas dan Makna**

Dalam perkembangan selanjutnya, perilaku konsumen yang hadir melalui praktek-praktek konsumsi berubah kiblatnya menjadi gaya hidup masyarakat. Konsumsi menjadi cara pandang baru seiring

---

<sup>6</sup> Haryanto Soedjatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 13.

<sup>7</sup> Soedjatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*, 29.

majunya industrialisasi lintas negara. Kehadiran industri pada satu tataran membentuk selera dan kecenderungan massa sehingga menghentak kesadaran pada kebutuhan-kebutuhan palsu. Tumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan dengan strategi yang lihai membawa manusia pada kubangan konsumerisme. Di sini timbul kompetisi untuk memperoleh pengakuan akan identitas diri. Kebutuhan yang mestinya cukup menunjang kehidupan mengarah pada pencarian jati diri dengan pola keberlimpahan. Obsesi pada pola hidup ini terjadi karena ada pergeseran logika dari logika kebutuhan menjadi logika hasrat.<sup>8</sup> Dalam arti ini, motivasi seseorang untuk berbelanja tidak lagi guna memenuhi kebutuhan dasarnya yang ia perlukan sebagai manusia, melainkan terkait dengan hal lain, yakni identitas. Orang membeli makanan dan minuman bukan lagi semata-mata guna memenuhi kebutuhan alami yakni makan-minum, melainkan guna sebuah harga diri. Seseorang akan merasa lebih baik bila mampu makan soto ayam di restoran ternama daripada di warteg, misalnya. Atau kaos *Dagadu* buatan kota Yogyakarta dengan *Armani*<sup>9</sup>. Orang tidak lagi melihat *handphone* sebatas untuk bisa berkomunikasi tetapi lebih dari itu menciptakan identitas diri di hadapan orang lain melalui *brand* yang lebih anyar. Dan itu seakan "wajib" dimiliki sehingga pribadi tertentu tidak menjadi bahan gunjingan dalam pergaulan sosial.

Ilustrasi ini menggambarkan bahwa perilaku konsumtif terekonstruksi ke dalam keseharian sehingga mempengaruhi dan menegosiasi pengalaman dengan struktur yang disediakan. Difusi antara tawaran keberlimpahan dan pola hidup yang bukan substansial menjadikan "kemampuan membeli" sebagai tolak ukur jati diri. Robert H. Imam menyebutkan bahwa pada masyarakat makmur, kebutuhan konsumsi sudah melampaui tahap bertahan hidup dan bergerak,

---

<sup>8</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 110.

<sup>9</sup> Soedjatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*, 7.

terutama pada tingkat aktualisasi diri dan kebutuhan sosial.<sup>10</sup> Konsumsi terkait erat dengan pembentukan diri yang menekankan keunikan dan makna.<sup>11</sup> Belanja yang semula menjadi "perpanjangan" manusia yang hendak mengonsumsi sesuatu, pada perkembangan berikutnya, belanja justru menjadi kegiatan mengonsumsi itu sendiri. Kegiatan berbelanja berubah menjadi kebutuhan manusia yang tak cukup diri. Di sinilah letak konsumerisme dalam arti mengubah "konsumsi yang seperlunya" menjadi "konsumsi yang mengada-ada". Refleksi lebih jauh, motivasi seseorang untuk berbelanja tidak lagi guna memenuhi kebutuhan dasarnya melainkan hal lain yakni identitas diri di hadapan orang lain.

Juga perlu digarisbawahi soal "kebutuhan akan identitas dan makna" adalah konsumen merupakan manusia yang bebas. Implikasi kebebasan yang dimiliki manusia sebagai konsumen adalah kebebasan individu. Interaksi antara konsumen dan barang menciptakan sebuah pola berpikir "aku adalah makhluk yang bebas untuk mengonsumsi apa pun"<sup>12</sup>. Realisasi dari prinsip di atas, bukan tidak mungkin adalah *wants* yang kemudian berubah menjadi *needs* dalam perilaku keseharian manusia, di hadapan barang-barang produksi. Juga, boleh jadi "aku adalah makhluk yang bebas mengonsumsi apa pun" merupakan ekspresi dari kebebasan individu di atas. Yang terjadi kemudian yaitu konsumsi sebagai bentuk identitas diri, "semakin aku mengonsumsi, semakin nyata lah jati diriku".<sup>13</sup>

### **Konsumerisme Memenjara Hakikat Manusia**

Berdasarkan pembahasan-pembahasan sebelumnya, terbersit pertanyaan apakah konsumerisme mengekang hakikat manusia? Secara tradisional, konsumsi merupakan proses memiliki materi yang berakar

---

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Robert H. Iman, *Neoliberalisme, Era Baru dan Peradaban Pasar*, dalam *Neoliberalisme* (Yogyakarta: Pustaka Rakyat Cerdas, 2003), 309-10.

<sup>12</sup> Soedjatmiko, 88.

<sup>13</sup> Ibid.

pada kebutuhan biologis manusia. Dalam konteks globalisasi, pandangan ini mengalami pergeseran interpretasi. Pergeseran ini berkaitan dengan nilai moral. Dalam konteks nilai moral inilah, dampak konsumerisme dinarasi secara jelas seperti ungkapan Herbert Marcuse dalam *One Dimensional Man* yaitu:

Kita dapat membedakan kebutuhan yang benar (true) dan yang semu (false). Semu adalah segala yang dipasokkan pada individu oleh kepentingan-kepentingan sosial tertentu dalam penindasannya: kebutuhan yang melanggengkan kerja, agrisivitas, penderitaan dan ketidakadilan.. kebanyakan kebutuhan yang ada untuk membantu orang bersantai, bersenang-senang, menyukai dan membenci apa yang disukai dan dibenci orang lain, masuk dalam kategori kebutuhan semu."<sup>14</sup>

Semakin hari, konsumerisme menguasai ruang kesadaran manusia, yang enggan menghargai hakekat, tetapi terbuai oleh tampilan. Paus Fransiskus pun turut cemas karena konsumerisme bahkan sudah menjajal ruang-ruang suci yang adalah hati nurani manusia sendiri. Baginya, ketika yang suci pun tergerus kepalsuan maka benteng terakhir moralitas sebenarnya sedang goyah. Ini dengan tegas dikatakan Paus Fransiskus dalam Ensikliknya, *Evangelii Gaudium* yakni:

Bahaya besar dalam dunia sekarang, yang diliputi konsumerisme, adalah kesedihan dan kecemasan yang lahir dari hati yang puas diri namun tamak, pengejaran akan kesenangan yang sembrono dan hati nurani yang tumpul. Ketika kehidupan batin kita terbelenggu dalam kepentingan dan kepeduliannya sendiri, tak ada lagi ruang bagi sesama, tak ada tempat bagi si miskin papa. Suara Allah tidak lagi didengar, sukacita kasih-Nya tidak lagi dirasakan, dan keinginan untuk berbuat baik pun menghilang. Ini merupakan bahaya yang sangat nyata bagi kaum beriman juga"<sup>15</sup>

Keprihatinan ini tentu beralasan. Krisis kesadaran dalam masyarakat global dewasa ini, salah satu satunya, adalah tawaran hedonis dan kebahagiaan semu. Melalui pola hidup konsumtif, manusia menjadi

---

<sup>14</sup> Herbert Marcuse, *One Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society* (USA: Beacon Press, 1964).

<sup>15</sup> Martin Harun OFM, penerj., *Evangelii Gaudium* (Jakarta: Obor, 2013), 2.

individualistis, lupa bahwa sejatinya, ia adalah makhluk yang tak bisa hidup tanpa yang lain entah itu dengan sesama yang lain maupun dengan alam lingkungan.

Keprihatinan pada krisis kesadaran dipertegas dalam *Etik Global* (1999), oleh Kung dan Kuschel: "Kita hidup di dunia di mana negara-negara sosialis totaliter dan kapitalisme yang tanpa kendali telah menodai dan menghancurkan banyak nilai-nilai etik dan spiritual. Mentalitas materialistik yang mendorong sikap rakus untuk mencari keuntungan yang tanpa batas dan menguras barang jorjoran tak habis-habisnya".<sup>16</sup> Apa yang mau disampaikan dalam *Etik Global* menjadi tatanan nilai yang mesti diperhatikan terutama pribadi-pribadi yang hidup dengan mental materialistik. Di sini jelas bahwa *keukeuh* pada sikap rakus akan mengorbankan nilai hakiki dan diri manusia sendiri yaitu nilai etik dan spiritual. Perihal nilai etik, konsumerisme menyebabkan ketidaksejajaran yang dalam jenjang sosial bahkan meningkatkan kejahatan, kemiskinan dan ketelantaran kepada yang tidak mampu. Meningkatnya prostitusi sebagai sarana mempertahankan hidup. Sementara orang lain mati kekenyangan justru sebagian orang mesti berjuang dengan cara-cara tak halal demi mendapatkan kebutuhan hidup. Paus Fransiskus melalui ensiklik *Laudato Si* mengingatkan seluruh dunia dengan ungkapan inspiratif "membuang-buang makanan sama dengan mencuri hak orang yang membutuhkan"<sup>17</sup>.

Merefleksikan kata-kata Paus Fransiskus di atas, sangat mungkin mengatakan bahwa konsumerisme hanya menghadirkan kenikmatan dan kepuasan dan tidak ramah terhadap solidaritas dan kepedulian serta semangat berbagi dan mereduksi manusia menjadi makhluk yang mengonsumsi. Konsumerisme berkekuatan besar menghancurkan lingkungan hidup. Lewat kalimat inspiratif, Paus Fransiskus ingin mengingatkan bahwa, "Krisis di seluruh dunia yang memberi kekuasaan

---

<sup>16</sup> Hans Kung dan Karl-Josef Kuschel, *Etik Global* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 26.

<sup>17</sup> Martin Harun OFM, Penerj., *Laudato Si* (Jakarta: Obor, 2015), 50.

kepada keuangan dan ekonomi menunjukkan ketidakseimbangannya dan, terutama, kurangnya perhatian nyata pada manusia: manusia direduksi pada salah satu dari kebutuhannya saja: konsumsi" (Evangelii Gaudium 55)<sup>18</sup>. Konsumerisme hadir sebagai petaka peradaban karena menghadirkan kegelisahan pada mereka yang was-was dan cemas pada ketidakberdayaan manusia sezaman, yang tidak kritis dan cermat untuk menelisik dalam nalar dan nurani bahwa konsumerisme hanyalah dekorasi, yang juga ketika tidak ada, manusia tidak kehilangan apa-apa.

Dampak yang sangat dirasakan adalah hilangnya daya atau kemampuan cipta, rasa dan karsa masyarakat suatu bangsa. *Pertama*, daya kreatif atau daya cipta yang menjadi tak berarti karena setiap hari kita disuguhi produk-produk siap pakai. *Kedua*, rasa. Ketika kita disamakan dalam segala hal maka apabila kita mencoba keluar dari rasa tadi akibatnya kita dianggap tidak layak lagi. *Ketiga*, karsa. Kemampuan yang merupakan bagian penting dalam diri manusia menjadi tak berguna karena digantikan oleh kekuatan hegemoni global.

Lebih jauh, dampak lebih buruk, tidak sekadar hilangnya daya cipta, rasa dan karsa dalam diri individu tetapi krisis fundamental lainnya. Sifat konsumeris konsumen pada titik tertentu berimbas pada nilai-nilai hakiki lainnya, yakni;

### Manusia Sebagai Makhluk Sosial

Estetisasi pola hidup konsumtif membuat manusia cenderung melarikan diri dari realitas dan menjadi sangat individualis. Dikaitkan dengan konteks pembahasan ini, apa yang dikatakan Aristoteles bisa menjadi tolok ukur. Aristoteles menekankan bahwa manusia mencapai kebahagiaan bukan dengan mengejar nikmat dan menghindari perasaan sakit (sebagaimana diajarkan kaum hedonis) dengan mengharapkan pemenuhan segala keinginannya melainkan melalui tindakan mengaktualisasikan potensi-potensi yang ada dalam manusia, dalam

---

<sup>18</sup> Martin Harun OFM, Penerj., *Evangelii Gaudium* (Jakarta: Obor, 2013), 17.

bahasa modern, mengembangkan diri.<sup>19</sup> Penekanan pada potensi diri punya arti yang penting. Manusia mesti mengembangkan diri di dalam hidup bermasyarakat karena secara hakiki merupakan manusia sosial sebagaimana ditegaskan oleh pandangan filsafat pemikiran barat yang dimulai sejak zaman Aristoteles.

Memiliki esensi sebagai makhluk sosial, manusia diharapkan sadar tentang status dan posisi dirinya dalam kehidupan bersama dan bagaimana tanggung jawab dan kewajibannya di dalam kebersamaan itu. Bahwa dalam dirinya terbentuk sebuah kesadaran interdependensi dan saling membutuhkan serta dorongan-dorongan untuk mengabdikan sesamanya. Tendensi pada pola hidup konsumtif, bagaimana pun akan berdampak pada esensi diri sebagai makhluk sosial. Manusia menjadi egoistis, hedonis, timbul kesenjangan sosial, boros dan tidak peduli. Egoistis secara tanpa sadar terbentuk dalam diri orang-orang yang punya modal untuk menguasai sebanyak mungkin hasil produksi. Tak penting apakah orang lain juga membutuhkan hasil-hasil produksi serupa atau tidak. Dalam pemahaman ini uang menjadi pengendali. Prinsip kesenangan (hedonis) adalah krisis lain akibat konsumerisme. Kesenangan untuk mengumpulkan sebanyak-banyaknya harta atau pun uang menjerat orang dalam tindakan kejahatan. Satu di antaranya adalah korupsi. Kesenjangan sosial menjadi sangat terasa akibat ulah konsumerisme. Deskripsi nyata kesenjangan adalah adanya pemandangan perkampungan kumuh dipinggir gedung-gedung pencakar langit, gelandangan yang berjejal di tengah kemacetan kendaraan-kendaraan mewah di kota besar dan para pengemis yang mengadu nasib di depan pusat perbelanjaan.

Dalam konteks ini juga kita bisa melihat bahwa orientasi pada nilai tukar ketimbang nilai guna ditambah standardisasi harga menstimulasi belanja besar-besaran barang yang *up to date*. Akibatnya, barang yang

---

<sup>19</sup> Franz Magnis-Suseno, *13 Tokoh Etika: Sejak Zaman Yunani Sampai Abad Ke-19* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 42.



sebetulnya masih layak pakai ditelantarkan bahkan dibuang. Padahal dalam waktu bersamaan, puluhan bahkan jutaan orang menderita kekurangan kebutuhan dasar demi menopang hidup. Konsumerisme menghilangkan kepekaan dan kepedulian atas realitas sekaligus mereduksi manusia ke dalam sistem harga. Semestinya tidak demikian. Manusia otentik adalah pribadi yang peka dan peduli pada realitas di sekitarnya apalagi ia adalah makhluk sosial. Manusia adalah manusia sepenuhnya apabila ia mengembangkan diri dalam kehidupan berkeluarga, dikelilingi oleh sahabat-sahabatnya dan berpartisipasi aktif dalam urusan bersama komunitas, dalam *polis*<sup>20</sup>. Yang membahagiakan manusia adalah komunikasi aktif atau pergaulan dengan sesama manusia. Komunikasi aktif ini tidak semata dialog tetapi lebih dari itu, memperhatikan kebutuhan orang lain. Manusia harus menjadi pribadi yang komprehensif dalam artian mampu memperhitungkan interaksi dengan kenyataan yang di sekitar hidupnya. Kegiatan ekonomi misalnya, perlu mempertimbangkan realitas secara lebih luas dengan suatu pendekatan yang lebih integral dan lebih terintegrasi. Manusia mesti memikirkan bahwa *keseluruhan* lebih penting daripada *sebagian*. Maka ketika berbicara soal konsumsi sebagai sebuah tindakan, manusia perlu memperhatikan keterkaitan dengan segala aspek ayang bukan sebatas memikirkan ego.

Dengan kata lain, manusia harus berusaha menghindari sikap individualistis apalagi dalam kerangka konsumerisme, manusia bisa sangat mungkin terjerumus ke dalam sikap individual yang berlebihan. Selain sebagai makhluk sosial, dalam perspektif yang lebih alamiah, manusia pada saat bersamaan merupakan makhluk ekologis.

### Manusia Sebagai Makhluk Ekologis

Karena alam dipandang bernilai pada dirinya sendiri karena ada kehidupan di dalamnya, dengan sendirinya manusia dipandang sebagai

---

<sup>20</sup> Magnis-Suseno, *13 Tokoh Etika, Sejak Zaman Yunani Sampai Abad Ke-19*, 34-5.

bagian tak terpisahkan dari alam dan bergantung sepenuhnya pada alam<sup>21</sup>. Demikian pula, karena pemahaman sistemik tentang alam semesta sebagai sebuah sistem kehidupan, manusia mendapat pemahaman baru sama sekali, tidak lagi sebagai makhluk sebagaimana yang dipahami dalam pemikiran dan filsafat klasik sejak Aristoteles hingga sekarang. Pandangan makhluk sosial digagas oleh sebab fakta bahwa manusia yang sejati butuh kehadiran dan interaksi dengan sesama manusia lainnya. Kini, sebagai konsekuensi logis atas perubahan cara pandang terhadap alam tadi, muncul cara pandang baru terhadap manusia yaitu bukan semata makhluk sosial tetapi juga hidup dalam satu kesatuan interaksi hakiki dan bergantung satu sama lain dengan alam semesta dan seluruh ciptaan<sup>22</sup>.

Pada hakikat yang paling dalam, manusia sebagai makhluk ekologi berarti tidak bisa berkembang menjadi manusia seutuhnya tanpa alam, tanpa lingkungan hidup. Sebagai makhluk ekologi manusia berada dalam rangkaian jaring kehidupan yang terkait dan mengait satu sama lain. Maka secara eksistensial, manusia -dalam paradigma sistemis tentang alam- dipahami sebagai makhluk ekologis, makhluk yang menyatu dengan alam sekitar dan tidak bisa bertahan hidup lepas dari alam<sup>23</sup>. Manusia hidup karena alam menyediakan segala sumber kehidupan. Kebiasaan mengumpulkan dari alam inilah menjadi gagasan dasar dari konsumsi. Pada tahap ini alam menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia tetapi karena kebutuhan manusia yang semakin kompleks alam pun seolah tak mampu memenuhinya.

Juga, karena kompleksitas kebutuhan tersebut, diciptakan teknologi demi menambah produktivitas barang, yang *nota bene* bahan dasarnya diambil dari alam. Beragam kebutuhan ini secara langsung menciptakan pengerukan sumber daya alam secara masif. Yang terjadi

---

<sup>21</sup> A. Sonny Keraf, *Filsafat Lingkungan Hidup: Alam Sebagai Sebuah Sistem Kehidupan* (Yogyakarta: Kanisius, 2014), 89.

<sup>22</sup> Keraf, *Filsafat Lingkungan Hidup: Alam Sebagai Sebuah Sistem Kehidupan*, 90.

<sup>23</sup> Keraf, 92-3.

selanjutnya adalah krisis ekologis. Yang turut terkena dampaknya adalah manusia dan juga ekosistem lain. Kebiasaan-kebiasaan hedonistik yang dimiliki mengakibatkan kurangnya rasa peduli sebagian besar masyarakat terhadap akibat negatif yang ditimbulkan dari budaya tersebut. Ini penyakit yang mewabah sekarang. Ini terjadi karena saat berbicara soal *lingkungan* ada tendensi pada perspektif bahwa alam terpisah dari manusia atau hanya sebagai kerangka kehidupan manusia. Dengan refleksi kritis yang sangat mendalam, Paus Fransiskus menekankan bahwa segala yang ada di muka bumi ini terhubung satu sama lain, tidak independen bahkan atom atau partikel sub atom tidak dapat dipertimbangkan secara terpisah. Komponen fisik, kimiawi, biologis dari Planet Bumi ini berhubungan, juga spesies-spesies hidup membentuk jaringan yang bahkan belum selesai diidentifikasi dan dipahami. Oleh karena itu, pengetahuan fragmentaris dan terisolasi dapat menjadi bentuk kelalaian menjaga lingkungan.

Dampak negatif dari mendaradhaginya budaya konsumtif bisa dikatakan bercabang dan ikut mempengaruhi aspek-aspek lain dalam kehidupan masyarakat. Salah satunya adalah hakikat manusia makhluk ekologis. Mengapa perlu melihat aspek ekologis ini? Secara alamiah juga biologis, menyingkapkan kesalingterkaitan metafisik antara mikrokosmos dan makrokosmos, antara manusia dan alam semesta. Keterkaitan itu menegaskan bahwa pada tempat pertama manusia adalah makhluk ekologis.

Bahkan sebuah psikologi baru yang oleh Theodore Roszak disebut sebagai *eco-psychology* untuk mengungkapkan kaitan yang erat antara diri manusia dan alam, sebuah kesatuan eksistensial<sup>24</sup>. Dasar pertimbangan ekologis ini mesti menjadi refleksi terhadap kegiatan mengonsumsi. Bagaimanapun konsumsi adalah bagian yang terintegrasi ke dalam ritual ekonomi. Dan tentunya tidak ada ekonomi yang berkembang di luar alam dan tidak mengandalkan jasa alam berupa tanah, air, udara, energi

---

<sup>24</sup> Keraf, 94-5.

matahari dan sumber daya alam. Penghancuran lingkungan manusia merupakan perkara sangat berat, bukan hanya karena Allah (sisi religiusitas) telah mempercayakan dunia kepada manusia, tetapi karena hidup manusia itu sendiri merupakan hadiah yang harus dilindungi dari berbagai bentuk degradasi. Penghancuran lingkungan demi nafsu-nafsu konsumerisme akan menghancurkan manusia sendiri.

Setiap upaya untuk melindungi dan memperbaiki dunia memerlukan perubahan besar dalam gaya hidup, dalam pola produksi dan konsumsi. Pengembangan manusia yang otentik memiliki sifat moral. Ini mengandaikan penghormatan penuh terhadap pribadi manusia, tetapi juga harus peduli terhadap dunia di sekitar kita dan mempertimbangkan sifat setiap makhluk dan hubungan satu sama lain dalam suatu sistem yang tertata.

### **Solusi untuk Mengatasi**

Dengan melihat kembali persoalan tentang konsumerisme yang mewabah ke dalam ruang dan waktu hidup manusia, yang menimbulkan alienasi hakikat terutama tergerusnya nilai manusia sebagai makhluk sosial dan ekologis, maka perlu sebuah upaya untuk mencegah. Maksudnya agar konsumerisme tidak terus-menerus merusak diri manusia yang kemudian menimbulkan krisis nilai fundamental. Jika nilai fundamental dalam diri manusia mengalami degradasi, dunia justru mengalami sebuah problem yang lebih serius. Untuk itu, dalam hal alternatif, guna mencegah virus abad modern bahkan kontemporer ini, diusulkan –tidak muluk-muluk- dua alternatif yang cukup praktis yaitu mengingatkan kembali pada setiap individu akan pentingnya pola hidup sederhana dan pentingnya perawatan jiwa (moral). Mengapa dua alternatif ini?

Alternatif pertama adalah menumbuhkan kembali *pola hidup sederhana atau kesederhanaan*. Mengapa manusia mesti menanamkan pola hidup sederhana? Manusia sudah memakai segalanya yang disediakan bumi. Bila semua orang tidak membatasi diri maka bumi tidak cukup.

Dalam *Soil, Soul, Society (A New Trinity for Our Time)* dikatakan bahwa Bumi menyediakan cukup untuk kebutuhan setiap orang tetapi bahkan tidak cukup untuk ketamakan seseorang, “*Nature provides enough for everybody’s need but not enough for even one person’s greed*”<sup>25</sup>. Lebih lanjut dikatakan bahwa *waste is violence, pollution is violence and accumulating possessions that are not essential to living is violence*.<sup>26</sup> Juga, jika manusia mengambil sebanyak-banyak dari apa yang disediakan, bagaimana nasib generasi penerus? Ada konsekuensi moral yakni manusia berhutang pada generasi mendatang. Persoalannya begitu kompleks jika pola hidup sederhana tidak segera dimulai dari sekarang.

Setiap pribadi harus menumbuhkan sikap tidak berlebihan dan kesederhanaan, bukan kerakusan yang tak terpuaskan pada uang, prestise dan konsumsi. Tentu latar belakang pemikiran tentang pola hidup sederhana memiliki makna yang saling terkait. Di satu sisi, dengan sikap hidup sederhana manusia menjadi tidak ingat diri. Ada kesadaran penuh bahwa manusia terhubung dengan manusia lain (dimensi sosial). Di sisi lain, pola hidup sederhana memberikan kesadaran akan ketergantungannya pada alam (dimensi ekologis). Dalam kerakusan, manusia kehilangan “jiwa”, ketenangan dan ruang batin mereka dan oleh karena itu kehilangan sesuatu yang memanusiaikan mereka<sup>27</sup>. Dalam mencari solusi akar etis masalah konsumerisme, kita tidak hanya menerapkan teknologi yang ramah tetapi terlebih dalam perubahan manusia. Karena jika tidak, kita hanya berhenti pada menangani gejala-gejalanya saja. Manusia mengganti konsumsi dengan pengorbanan, keserakahan dengan kemurahan hati, pemborosan dengan semangat berbagi, sebuah asketisme yang berarti belajar untuk memberi, dan tidak hanya berpantang. Inilah cara mencintai, bergerak secara bertahap dari “apa yang saya inginkan menuju apa yang dibutuhkan dunia”. Hemat

---

<sup>25</sup> Satish Kumar, *Soil, Soul, Society (A New Trinity for Our Time)* (United Kingdom: Leaping Hare Press, 2015), 20.

<sup>26</sup> Kumar, 20.

<sup>27</sup> Kung dan Karl-Josef Kuschel, *Etik Global*, 30.

saya, hal-hal di atas, menjadi ajakan sekaligus refleksi kritis, pentingnya internalisasi pola hidup yang serakah ke pola sederhana. Mengonsumsi tanpa batas menciptakan "banjir" produksi barang-barang yang sejatinya bahan-bahan dasar barang produksi tersebut adalah hasil pengerukkan dari alam.

Selain pola hidup sederhana, alternatif lain yang juga penting adalah "perawatan jiwa". Alternatif ini mungkin akan terlihat sedikit *absurd* lantaran dipilih. Dengan adanya jiwa, manusia memiliki potensi untuk hidup di dalam kebenaran dan menciptakan dunia yang dilandasi oleh nilai kebenaran dan keadilan. Namun kemampuan ini tetap tinggal sebagai sebuah potensi. Buktinya manusia selalu ada dalam ketegangan antara menerima begitu saja apa yang terberi atau bersikap kritis untuk mencari kebenaran<sup>28</sup>. Kebimbangan manusia dalam memilih nilai hidup selalu dilatarbelakangi oleh berbagai macam alasan. Manusia bisa memilih untuk tenggelam dalam dunia material dan menerima begitu saja segala pemahaman yang sudah ada atau mengambil jarak terhadap pengalaman terberi dan membuka diri pada kemungkinan bahwa kebenaran tidak sesederhana tampak pertama kali<sup>29</sup>. Maka perlu usaha untuk mengaktualisasikan potensi tersebut. Dan bagi Patočka disebut upaya merawat jiwa.

Inspirasi Patočka mengenai perawatan jiwa adalah Sokrates. Dalam *Apology*, Sokrates, di hadapan sidang berucap, "Semua hal yang aku lakukan adalah untuk meyakinkan kalian, tua dan muda, untuk tidak merawat tubuh kalian atau memedulikan kekayaan kalian dengan sangat dalam seperti yang seharusnya yang kalian berikan kepada kesejahteraan jiwa kalian yang sebesar mungkin; Aku katakan kepada kalian bahwa kebajikan tidak datang dari kekayaan; melainkan sebaliknya, dari kebajikanlah kekayaan dan semua hal lain yang baik

---

<sup>28</sup> Chandra Saputra Purnama, "Jan Patočka: Melawan Pragmatisme dan Apatisme Politik," *Majalah Basis*, Juli 2013, 50.

<sup>29</sup> Edward Findlay, *Caring for the Soul in the Postmodern World: Politics and Phenomenology in the Thought of Jan Patočka* (Albany: State University of New York Press, 2002), 60.

bagi manusia akan didapat baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam kehidupan umum". (30a-b)<sup>30</sup>

Merawat jiwa dalam pemikiran Patočka mengajarkan manusia untuk tidak hanya bertujuan pada kemampuan dan kebaikan dirinya tetapi juga kebaikan masyarakat luas. Sikap tersebut ia namakan sebagai sikap politis atau sikap yang peduli pada hajat hidup orang banyak. Manusia yang memiliki jiwa ini mampu bersikap kritis terhadap opini umum sehingga tindakannya tidak semata ditentukan oleh sesuatu di luar dirinya. Ia pun mampu melihat lebih luas karena ia tidak hanya terkungkung oleh kepentingan dirinya sendiri. Ia sadar bahwa ia adalah bagian dari masyarakat dan karena itu ia juga harus mengupayakan kebaikan umum.

Dalam bingkai konsumerisme, perawatan jiwa sangat diperlukan supaya setiap individu semakin kritis dan melihat dalam perspektif yang lebih dalam, setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Bahwa kegiatan ekonomi ini tidak semata tertuju pada aspek individu tetapi selalu terkait dengan realitas sosial. Mesti ada visi bahwa pertimbangan pada hal "keseluruhan" lebih baik dari pada sekadar terpusat pada "bagian". Tidak hanya berpikir untuk terus mengonsumsi tanpa batas demi nafsu dan identitas melainkan perlu melihat dampak yang akan ditimbulkan. Untuk itu, memperbaiki diri sendiri harus dibarengi dengan sikap kepedulian terhadap kualitas masyarakat; kritis terhadap pemahaman diri sendiri juga harus dibarengi dengan sikap kritis terhadap pemahaman-pemahaman yang berkembang di masyarakat. Perawatan jiwa juga bisa diartikan sebagai pengambilan jarak untuk lebih reflektif dalam menilai aktivitas hidup.

Jika disandingkan dengan kebiasaan konsumerisme daya refleksi kritis diri di hadapan objek-objek produksi itu sangat penting. Untuk apa? Menemukan kebenaran dalam diri akan kebutuhan-kebutuhan hidup yang sesungguhnya. Jika ini mampu dilakukan maka citra sebagai

---

<sup>30</sup> Purnama, "Jan Patočka: Melawan Pragmatisme dan Apatisme Politik", 51.

mahluk sosial dan mahluk ekologis akan tetap ditubuhkan, budaya konsumerisme akan pelan-pelan menjauh dari hidup manusia sehingga tidak perlu ada struktur-struktur lain dalam hidup yang dikorbankan.

## **Kesimpulan**

Argumen-argumen yang dibangun dalam gagasan setiap sub-bab di atas memberi indikasi bahwa konsumerisme tetaplah praktek yang kurang sehat. Banyak hal fundamental yang mesti dikorbankan oleh praktek konsumerisme karena konsumerisme merupakan bentuk samar dari pengagungan diri sendiri dan kenikmatan ragawi sendiri, menisbikan sesama dan mengagungkan penumpukan materi. Konsumerisme berkolusi dengan ketamakan dan ketidakpedulian. Konsumerisme semakin menemukan "keagungan diri", pada tumpukan materi, bukan pada laku adil dan benar. Tentu konsumerisme tidak melulu fenomena masa kini tetapi sudah menemani peradaban manusia. Menjadi semakin kuat tatkala hasrat akan kepalsuan hidup mengalahkan yang hakiki manusia sebagai mahluk sosial dan mahluk ekologis.

Karena pola hidup konsumerisme, kesadaran sebagai manusia bermasyarakat, yang harus diaktualisasi, mendapat tekanan karena kekangan hasrat naif ini. Bahkan apresiasi pada pengaktualisasian diri sebagai mahluk alam menjadi mubazir lantaran dikontrol ketat oleh pola hidup boros ini. Maka, kalau mau dilihat kebermaknaannya, konsumerisme bersifat superfisial dan tidak mengeksplorasi nilai yang sesungguhnya dalam diri manusia yaitu hakikatnya sebagai mahluk yang membutuhkan orang lain dan mahluk yang tidak terpisahkan dari lingkungan alam. Dengan demikian boleh dikatakan bahwa setiap argumentasi yang dibangun dalam gagasan-gagasan di atas menegaskan bahwa konsumerisme yang hadir dalam dunia modern, yang mengubah manusia ke jalan disorientasi kebutuhan, sebetulnya sedang memenjara manusia meskipun manusia seringkali tidak menyadarinya. Meskipun begitu tawaran untuk kembali kepada hakikatnya asalnya sebagai mahluk



sosial dan ekologis bisa dilakukan dengan cara menumbuhkan dan membiasakan pola hidup sederhana dan tidak lupa merawat jiwanya sebagai pusat refleksi atas seluruh aktivitas dan mobilitas kehidupan.