

Perubahan pola konsumsi "kelas menengah baru" di Jakarta

Dharyagitha Rizal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96910&lokasi=lokal>

Abstrak

Globalisasi dunia yang semakin menunjukkan penetrasinya, semakin meluas membawa konsep-konsep modernisasi ke negara-negara berkembang, seperti halnya Indonesia. Dampak globalisasi yang membawa pengaruh modernisasi semakin terasa di kota-kota metropolitan seperti halnya Jakarta, yang pada akhirnya tumbuh ke arah terbentuknya global city. Yaitu, kota yang tumbuh dan sangat dipengaruhi secara langsung oleh arus deras globalisasi, sehingga memunculkan perubahan-perubahan sosial yang sangat berarti. _

Perubahan sosial yang terjadi salah satunya adalah, munculnya kelas sosial yang disebut dengan "kelas menengah baru". Yaitu golongan masyarakat yang elemen utamanya dibentuk oleh kaum profesional dan eksekutif. Di Jakarta kelompok ini sering disebut sebagai kaum *esmu* *L* *yuppies* (young executive) yang selalu berpenampilan glamorous, dan sebagai generasi yang lebih oocok diasosiasikan dengan kafe, mal, internet. Dengan kata lain memiliki gaya hidup (*hfestyfe*) sebagai komunitas yang menurut masyarakat awam diidentikkan orang modern, dan sebagai generasi yang suka berbelanja, *we!!* educated well informed, memiliki mobilitas vertikal dan sangat rasional, kosmopolit dan pro-aktif terhadap wawasan masa depan. Penelitian ini adalah untuk menyimak pola konsumsi dalam gaya hidup golongan masyarakat kelas menengah baru di Jakarta, khususnya di era pasca krisis. Dimana permasalahan utamanya adalah, apakah ada pergeseran-pergeseran yang cukup berarti dalam gaya hidup (*lifestyle*) kelas menengah baru di Jakarta di era pasca krisis ?

Berdasarkan temuan penelitian, gaya hidup (*lifestyle*) kelas menengah baru di Jakarta, antara sebelum krisis berlangsung dan pasca krisis, teridentifikasi dari hasil penelitian tidak mengalami perubahan. Jenis-jenis aktivitas-aktivitas yang terkait dengan gaya hidup (*lifestyle*) mereka relatif tetap. Yang mengalami perubahan atau pergeseran adalah *intensitasnya* dalam melakukan aktivitas-aktivitas tersebut. Dalam arti; ada yang bertambah intensitasnya, dan ada yang berkurang intensitasnya. Seperti halnya dalam mengisi *leisure time*, kebutuhan akan pengetahuan, pola konsumsi terhadap *basic needs*, dan lainnya. Dimana pergeseran yang terjadi lebih disebabkan oleh faktor pendapatan riil (*real income*) yang nilainya menurun akibat adanya krisis yang terjadi. Khusus untuk kebutuhan akan penampilan pribadi (*self*

performance), ada kecenderungan lebih memilih performance yang sederhana. Akan tetapi citra penampilan tetap elegan dan excellence. Pergeseran ini lebih disebabkan faktor kebutuhan keamanan pribadi (self security needs) terhadap ancaman tindak pidana kriminal akibat adanya krisis yang melanda U

Pemilihan terhadap jenis-jenis konsumsi secara menyeluruh, mulai dari barang/jasa yang bersifat basic needs hingga ke barang/dasa yang bersifat non-basic needs, lebih didasarkan pada;

(1) Konsumsi barang-barang atau jasa-jasa yang memberikan mereka sifat-sifat yang mengarah pada membantu aktivitas dan kegiatan mereka menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam arti bahwa dengan waktu, tenaga, biaya yang sama, kegiatan dan aktivitas yang mereka

lakukan memberikan hasil kepuasan dan kegunaan (utility) yang tinggi atau maksimal.

Pertimbangan "opportunity cost" yang ditekan seminimum mungkin.

Yaitu pertimbangan berapa kerugian yang akan diderita dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang lebih menguntungkan, jika harus melakukan kegiatan lainnya.

Lebih pada pertimbangan kemanfaatannya atau kegunaannya dan memang menjadi skala kebutuhannya, bukan lagi berorientasi pada faktor "gengsi".