

KONSUMSI MEDIA SEBAGAI GAYA HIDUP Dominasi Sistem Tanda dalam Konsumsi Buku Impor Kaum Urban Jakarta

This research is conducted to answer questions surrounding social phenomenon of reading books as a consumptive lifestyle and its relation to political economy studies of the mass media consumption as system of significations. Jean Baudrillard's theory on consumer society and his critic of the political economy of the sign are two important works upon which the theoretical foundation of this research was based. This is a qualitative research rooted in critical tradition with social constructionism as its strategy. Findings in this research is collected through in-depth interview and participatory observation and analyzed through qualitative comparative analyses. The findings reveal that books consumption (especially imported books) have higher degree of prestige than other media as it manifests into consumptive lifestyle of "positional goods" upon which upper class can enjoy only if others from lower class do not; therefore defining their superior social status.

Dalam lintasan historis, perkembangan tren gaya hidup kaum urban Jakarta yang berpusat pada kegiatan konsumsi yang dikembangkan oleh industri kebudayaan kapitalis, bisa ditemukan suatu pergeseran yang pada akhirnya mengarah pada komodifikasi seni seperti saat ini. Salah satu bentuk kesenian itu adalah buku, yang, menurut Edna C. Pattisina (2005), buku sebagai produk budaya intelektual dan penemuan diri juga menjadi produk hiburan. Buku sebagai produk dalam suatu sistem produksi budaya

*Penulis lulusan program sarjana Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Artikel ini ringkasan skripsi penulis.

terkait dengan peran produsen seperti penulis, penerbit, dan distributor (toko buku), serta peran elit pemerintah sebagai penetap kebijakan dan pengawas sistem, sebelum akhirnya dikonsumsi masyarakat dan terbangun sebuah kebutuhan akan gaya hidup membaca.

Pada masa Orde Baru, tradisi membaca dibatasi sensor terhadap karya yang tidak sejalan dengan pemerintah. Pascareformasi, kegiatan membaca mulai bangkit dengan kebijakan penerbitan yang lebih bebas. Tumbuh pula pelbagai jaringan toko buku, yang cukup menonjol adalah toko buku yang menyediakan buku-buku impor. Selain sumber pengetahuan, buku menjadi sarana bagi kaum urban Jakarta untuk mengidentifikasi diri dengan diri sendiri dan dunia luar, termasuk masyarakat dunia Barat yang menjadi panutan mereka. Toko buku kemudian tak sekadar menjadi tempat transaksi, tetapi juga interaksi dalam pengekspresian seni budaya yang tak hanya menyempit pada buku, tetapi juga musik dan seni lukis. Aspek komersialisasi dengan pemilihan tempat di kawasan perbelanjaan strategis seperti mal dan penyediaan pelbagai karya populer layaknya supermarket buku tidak bisa dimungkiri ikut menjadi toko buku sebagai bagian gaya hidup.

Perkembangan media massa semenjak masa reformasi juga ikut memberi andil besar dalam menjembatani struktur sosial makro dengan pertumbuhan gaya hidup membaca yang bersifat mikro. Media menjadi agen bersama dengan individu-individu dalam masyarakat dalam memasyarakatkan membaca bukan saja sebagai sebuah pergeseran tren konsumsi tetapi juga suatu gaya hidup dalam masyarakat konsumsi.

■ **PERTANYAAN PENELITIAN**

Berdasarkan pemikiran di atas dan latar belakang masalah, saya hendak memahami fenomena gaya hidup membaca masyarakat Jakarta dalam diskursusnya dengan sosialisasi media massa dan struktur sosial sebagai suatu fenomena dalam masyarakat konsumsi di bawah dominasi sistem tanda. Berangkat dari pemikiran ini, saya mengajukan pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana kaum muda Jakarta memaknai konsumsi buku impor sebagai gaya hidup?

■ **KERANGKA PEMIKIRAN**

Secara garis besar, kerangka pemikiran ini disusun berdasarkan dua logika umum. Pertama, bagaimana subjek memaknai (menilai) kegiatan konsumsinya dalam permainan sistem pertukaran nilai;

bagaimana nilai guna suatu objek (media/buku) menjadi pembenaran bagi konsumen untuk terus mengonsumsi, dan disadari atau tidak, menjadi alibi bagi konsumen untuk memperoleh nilai tukar (ekonomi, tanda/prestise) bagi identitasnya sebagai penganut gaya hidup membaca.

Kedua, bagaimana kebutuhan mengonsumsi media (membaca dan membeli buku) dikonstruksi secara sosial oleh industri buku dan media massa sebagai suatu gaya hidup modern. Bagaimana kebutuhan/nilai guna suatu objek (media/buku) menjadi pembenaran pihak industri untuk terus memproduksi.

Kerangka pemikiran ini bertitik berat pada pemikiran Jean Baudrillard tentang masyarakat konsumsi. Dalam situs *European Graduate School* (<http://www.egs.edu/faculty/ baudrillard.html>) dijelaskan bahwa Baudrillard meneliti keharusan psikologis dari konsumsi dalam ekonomi kapitalis maju. Ia pertama berargumen bahwa tanda, bukan kegunaan, adalah hal primer yang ditransfer melalui objek konsumsi dan akibatnya individu membeli sebuah identitas kelompok dan keteraturan metafisik dengan setiap keputusan pembelian. Argumen kedua, individu sekadar memenuhi kebutuhan sistem produksi, di bawah ilusi bahwa individu sedang memenuhi kebutuhan pribadinya.

■ Gaya Hidup dalam Masyarakat Konsumsi

Baudrillard menegaskan, gaya hidup tak lebih dari pengaturan dan penampakan contoh diskriminasi sosial berdasarkan mode yang menciptakan ketakjuban sesaat (*ephemeral mystifications*). Sebagai contoh, selain bermaksud memberikan makna dan tujuan hidup, *fashion* semata-mata merupakan kekacauan dan kedahsyatan yang tidak menandakan apapun sehingga dalam permainan struktural dari penandaan referensi diri (*self-referential signification*) terdapat anarki tanda yang mengancam karena tidak adanya tata tertib (Chaney, 1996). Dalam pandangan ini, sebagian besar kegiatan konsumsi adalah konsumsi tanda (*signs*). Kumpulan tanda tertanam dalam pertumbuhan kebudayaan-komoditas, pemasaran *niche*, dan penciptaan gaya hidup (*lifestyle*).

■ Mistifikasi Kebutuhan (*Needs*) oleh Industri Buku dan Media Massa

Baudrillard mengembangkan dan menyimpulkan pemikiran Galbraith bahwa **sistem kebutuhan adalah hasil sistem produksi**. Kebutuhan sebenarnya diciptakan dan dipaksakan oleh sistem

produksi kepada konsumen dan bukan sebaliknya. Inilah yang Galbraith sebut sebagai 'jalur terbalik' ('*revised sequence*' — yang Baudrillard sebut juga sebagai sistem konsumsi) yang tersembunyi di balik mitos 'jalur klasik' ('*accepted sequence*'). Selama ini, asumsi umum yang dibangun 'jalur klasik' adalah bahwa inisiatif membeli berada di tangan konsumen dan berdampak, melalui pasar, pada pihak manufaktur. Namun, dalam 'jalur terbalik,' justru pihak manufaktur mengendalikan perilaku pasar, memandu, dan memberi model akan sikap sosial serta kebutuhan.

Sama halnya dengan sistem industri lain, kekuatan arbitrer industri buku dan sosialisasi media massa (baik iklan, berita, maupun informasi yang berhubungan dengan 'penggalakkan' literasi) berperan membentuk kebutuhan membaca, mengendalikan perilaku konsumen (pilihan bacaan sesuai 'keinginan' konsumen), dan menyediakan model gaya hidup membaca (sistem pertukaran nilai).

▣ Sistem Ekonomi Politik Pertukaran Nilai Umum

Pemikiran Jean Baudrillard dimulai dari sistem ekonomi politik pertukaran nilai umum, kemudian dilanjutkan dengan kritik terhadap sistem ini. Di bawah pengaruh struktural linguistik Saussure, Baudrillard mengemukakan bahwa komoditas yang distrukturkan ke dalam sistem nilai tanda (*system of sign values*) diatur aturan, kode, dan logika sosial (1998). Kebebasan dan kemerdekaan yang kita miliki dalam kebudayaan hiper seluruhnya dibatasi oleh sistem diri sebenarnya berarti bebas memproyeksikan nafsu seseorang terhadap barang hasil produksi. Inilah moralitas utama yang dengan moralitas ini konsumen secara serempak berdamai dengan diri dan kelompoknya sehingga ia menjadi manusia sosial yang sempurna (1998).

Baudrillard mengemukakan 'Ideologi Dasar Kebutuhan' dengan mengasumsikan empat logika yang berbeda terhadap nilai (Baudrillard 1981):

Pertama, logika fungsional nilai guna (*use value*) dengan prinsip utilitas. Sebuah logika operasi praktis yang Marx maksudkan sebagai '*use-value*' komoditas. Objek sebagai instrumen yang digunakan berdasarkan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan. Contoh: buku tentang menata kebun berguna bagi pembaca yang hendak menghias kebunnya.

Kedua, logika ekonomi nilai tukar ekonomi (*economic exchange value*). Sebuah logika pasar dengan prinsip ekuivalensi nilai ekonomi. Objek sebagai komoditas yang diperjualbelikan untuk memenuhi

kebutuhan. Contoh: sebuah buku impor seharga tiga buku lokal. Sebuah buku impor seharga dua bulan gaji karyawan biasa.

Ketiga, logika diferensial nilai tukar tanda (*sign exchange value*) dengan prinsip pembedaan. Sebuah objek menjadi nilai tukar tanda ketika objek tidak lagi bermakna dalam hubungan kongkrit antarsubjek individu, melainkan dalam hubungan diferensial antarobjek melalui konsumsi. Yasraf Amir Pilliang (wawancara, 10 Oktober 2006) menjelaskan, nilai tukar tanda muncul ketika suatu objek memiliki status yang lebih tinggi daripada objek lain (seperti hirarki nilai tukar tanda dalam merk mobil. Membeli BMW memiliki nilai tukar tanda lebih prestisius dibanding Kijang Toyota). Maka objek memperoleh makna dari objek lain melalui konsumsi diferensiasi konotasi seperti status, prestise, dan *fashion* menurut kode hirarki dalam proses signifikansi. Contoh: buku berbahasa Inggris adalah bagian gaya hidup kelas menengah atas. Atau, sebuah buku karya penulis tertentu menunjukkan status sosial pembacanya. Sebuah buku impor sastra Barat memiliki nilai tukar tanda lebih dibanding buku lokal, menunjukkan status sosial pemakai berdasarkan ukuran besar atau paling cantik.

Keempat, logika pertukaran simbolis (*symbolic exchange*) dengan prinsip ambivalensi. Ilustrasi pertukaran simbolis adalah konsep Mauss tentang *gift* (hadiah) dalam masyarakat primitif tempat terjadi paradoks objek bukanlah sebuah objek: ketika hadiah diberikan, ia menjadi penanda (simbol—berbeda dengan tanda/*sign*) sebuah hubungan antarsubjek yang mempertukarkan, tapi ketika hadiah diterima, ia menjadi objek. Objek takterpisahkan dari relasi kongkrit dan makna arbiter yang dipertukarkan antarsubjek individu. Dalam pertukaran simbolis, objek tidak memiliki nilai dan hanya menjadi simbol yang dipertukarkan untuk menunjukkan emosi kasih sayang dan agresi. Maka, objek dalam pertukaran simbolis tidak memiliki nilai guna maupun nilai tukar ekonomi sehingga tidak bisa disistemisasi menjadi komoditas maupun dikodekan menjadi tanda. Contoh: sebuah pena merepresentasikan sebuah hadiah kelulusan. Sebuah cincin berlian merupakan simbolisasi maklumat pada publik atas cinta antara dua individu.

Keempatnya dapat dikonversikan ke dalam tabel berikut.

Tabel 1
Logika Dasar Kebutuhan

Logika Objek	Nilai Guna (Use Value)	Nilai Tukar Ekonomi (Economic Exchange Value)	Nilai Tanda (Sign Value)	Pertukaran Simbolis (Symbolic Exchange)
Prinsip	Fungsional	Ekivalensi	Diferensiasi	Ambivalensi
Kegiatan	Operasi praktis	Ekonomi/komersial	Konsumsi	<i>Gift (mauss)</i>
Bentuk	Instrumen (object form)	<i>Commodity Form</i>	<i>Sign Form</i>	<i>Symbol</i>
Pengukuran	<i>What the object does</i>	<i>What its worth</i>	<i>Relation to other signs</i>	<i>Relation to subject</i>
Contoh	Membaca buku untuk menambah wawasan	Sebuah buku berharga Rp 150.000.-	Buku impor sastra Barat klasik lebih berharga daripada buku lokal sastra Indonesia	Cincin kawin

Lebih lanjut Baudrillard menggambarkan sebuah hubungan konversi hipotetis keempat logika ekonomi politik tersebut sebagai berikut (1981).

1. *Use value—economic exchange value.* Medan proses produksi nilai tukar, dari bentuk komoditas (*commodity form/forme-merchandise*) yang dijelaskan oleh ekonomi politik. Konsumsi produktif.
2. *Use value—sign exchange value.* Medan produksi tanda yang berasal dari penghancuran utilitas (*'conspicuous consumption,'* nilai pemborosan). Konsumsi 'tidak produktif' (terhadap waktu juga, dalam *conspicuous idleness* dan *leisure*), melainkan produktif terhadap perbedaan: fungsi pembeda bermain sebagai pembeda status (mesin cuci semi otomatis versus mesin cuci otomatis). Baudrillard menyebutkan, proses iklan dalam memberikan nilai, mengubah nilai guna (*biens d'usage*) menjadi nilai tanda. Di sini, teknik dan pengetahuan diceritakan dari praktik objektif mereka dan diperbaiki oleh sistem 'kultural' diferensiasi. Maka, hal ini medan **konsumsi** yang diperpanjang dalam konteks produksi, sistem dan permainan antartanda. Medan ini juga mencakup produksi tanda yang berasal dari nilai tukar ekonomi (lihat butir 5).

3. *Use value—symbolic exchange.* Medan konsumsi (*consumation* seperti halnya bertolak belakang dari kata Perancis umumnya, *consommation*) merupakan penghancuran nilai guna (atau nilai tukar ekonomi, lihat butir 6), tidak lagi dalam rangka memproduksi nilai tanda, tetapi dalam mode sebuah **transgresi** ekonomi, mengukuhkan kembali pertukaran simbolis. Contoh: pemberian hadiah, kado, festival (*fête*).
4. *Economic exchange value—use value.* Ini proses 'konsumsi' dalam terminologi tradisional ekonomi, yaitu konversi kembali nilai tukar menjadi nilai guna (oleh individu personal dalam aksi membeli atau oleh produksi dengan konsumsi produktif). Butir 4 dan 1 adalah dua peristiwa siklus ekonomi politik klasik (dan Marxis) yang tidak melibatkan ekonomi politik tanda. Medan ini juga medan penyucian nilai tukar oleh nilai guna, transfigurasi bentuk komoditas (*commodity form*) menjadi bentuk objek (*object form*).
5. *Economic exchange value—sign exchange value.* Proses **konsumsi** menurut redefinisi ekonomi politik tanda, yang melibatkan tindakan berbelanja sebagai produksi nilai tanda dan bersama butir 2 proses ini melibatkan medan nilai pemborosan. Tetapi, di sini secara lebih akurat, kita menemukan peningkatan bentuk komoditas menjadi bentuk tanda, transfigurasi sistem ekonomi menjadi sistem tanda dan transmulasi kekuatan ekonomi ke dalam dominasi dan hak khusus kasta sosial tertentu.
6. *Economic exchange value—symbolic exchange.* Sementara itu, butir 2 dan 5 menjelaskan **transfigurasi** nilai guna dan nilai tukar menjadi nilai tanda (atau bentuk objek dan bentuk komoditas menjadi bentuk tanda). Butir 3 dan 6 menunjukkan **transgresi** dua bentuk ini (yaitu dalam hal ekonomi) dalam pertukaran simbolis. Reformulasi Baudrillard mengimplikasikan bentuk tanda dalam medan ekonomi politik umum, butir 9 melengkapi butir 3 dan 6 sebagai transgresi bentuk tanda menjadi pertukaran simbolis. Tidak ada artikulasi dalam ketiga bentuk ini (yang menjelaskan ekonomi politik umum) dan pertukaran simbolis. Sebaliknya, terdapat pemisahan dan transgresi radikal, sebuah dekonstruksi dari bentuk-bentuk ini, yang mana merupakan **kode-kode nilai**. Secara akurat, tidak ada yang disebut sebagai 'nilai' simbolis, yang ada hanya 'pertukaran' simbolis, yang mendefinisikan dirinya secara tepat sebagai sesuatu yang berbeda (*distinct*) dari, dan melampaui nilai dan kode. Semua bentuk dari nilai (objek, komoditas, atau tanda) harus dinegasi dalam rangka

inagurasi pertukaran simbolis. Inilah perpecahan radikal dalam medan nilai.

7. *Sign exchange value—use value*. Tanda-tanda seperti komoditas merupakan nilai tanda sekaligus nilai tukar. Hirarki sosial, perbedaan individu, hak khusus kasta dan budaya yang mereka dukung, dihitung sebagai keuntungan (*profit*), kepuasan personal, dan dijalani sebagai 'kebutuhan (kebutuhan akan penciptaan nilai sosial yang berkorespondensi dengan 'utilitas' dari tanda-tanda diferensial dan 'konsumsi' tanda-tanda tersebut).
8. *Sign exchange value—economic exchange value*. Ini melibatkan konversi kembali hak khusus budaya, monopoli tanda, dan lain-lain, menjadi hak khusus ekonomi. Berpasangan dengan butir 5, konversi kembali ini menjelaskan siklus total ekonomi politik yang mendasarkan diri pada monopoli kapital dan dominasi 'kultural' mendasarkan diri pada monopoli kode mengembangkan satu sama lain tanpa henti.
9. *Sign exchange value—symbolic exchange*. Dekonstruksi dan transgresi bentuk tanda menuju pertukaran simbolis (lihat butir 3 dan 6).
- 10, 11, dan 12. *Symbolic exchange—UV, economic exchange value, sign exchange value*. Ketiganya menjelaskan sebuah proses tunggal, pemutarbalikan transgresi yang dijelaskan dalam butir 3, 6, dan 9—proses pemisahan dan reduksi pertukaran simbolis, dan inagurasi ekonomi. Ketika disatukan bersama, proses ini menjadi semacam '*cost analysis*' pertukaran simbolis di bawah yuridiksi abstrak dan rasional dari variasi kode nilai (nilai guna, nilai tukar, nilai tanda). Begitu pertukaran simbolis retak, material yang sama diabstraksikan menjadi nilai utilitas, nilai komersial, dan nilai status. Simbol ditransformasikan menjadi baik komoditas atau tanda instrumental. Variasi kode secara spesifik dilibatkan, tetapi mereka semua bergabung dalam bentuk tunggal ekonomi politik yang berposisi, secara keseluruhan, dengan pertukaran simbolis.

Namun Baudrillard menemukan hubungan yang tidak koheren yang ditimbulkan pertukaran simbolis karena pertukaran simbolis (*SbE*) bukanlah sebuah nilai (misalnya tidak positif, *autonomisable*, bisa diukur, atau bisa dikodifikasi). Pertukaran simbolis merupakan ambivalensi (positif dan negatif) dari pertukaran personal—dan hal itu secara radikal bertolak belakang dengan semua nilai. Maka, Baudrillard merestrukturisasi formula dengan menggunakan *signi-*

fier (Sr /penanda) dan *signified* (Sd /petanda) sebagai elemen esensial tanda sebagai nilai global. Ketika relasi homogen menjadi jenuh, pertukaran simbolis dikeluarkan dari medan nilai (atau medan ekonomi politik umum). Ini berkorespondensi dengan definisi radikal sebagai alternatif dan transgresi nilai sehingga reduksi fundamental tidak lagi terjadi antara nilai guna dan nilai tukar, atau antara penanda dan petanda, melainkan antara sistem sebagai kesatuan dan pertukaran simbolis (1981:128):

Gambar 1
Sistem Pertukaran Nilai Ekonomi Politik Umum dan Sistem Pertukaran Simbolis

$\frac{\text{Economic Exchange Value}}{\text{Use Value}} = \frac{Sr}{Sd} / \frac{SbE}{Sd}$
$\text{General Politic Economy} \quad / \quad \text{Symbolic Exchange}$

Garis yang memisahkan nilai guna dari nilai tukar dan yang memisahkan petanda dari penanda adalah garis-formal implikasi logika yang tidak memisahkan secara radikal pelbagai terminologi ini, melainkan membentuk relasi struktural di antara mereka (dan sama antara nilai tukar dan penanda, antara nilai guna dan petanda). Bahkan, semua hubungan ini membentuk sebuah sistem dalam kerangka berpikir ekonomi politik. Logika organisasi seluruh sistem ini menolak, menekan, dan mereduksi pertukaran simbolis. Garis miring yang memisahkan semua terminologi pertukaran simbolis bukanlah garis implikasi struktural, melainkan batas eksklusif radikal (yang mengasumsikan alternatif radikal transgresi). Maka, terjadi sebuah hubungan oposisi tunggal antara seluruh medan nilai (di mana proses produksi material <bentuk komoditas> dan proses produksi tanda <bentuk tanda> diartikulasikan melalui sistematika logika yang sama) dan medan non-nilai pertukaran simbolis (Baudrillard, 1981).

❖ Kritik Ekonomi Politik Tanda dalam Sistem Pertukaran Nilai

• Fetisme Nilai Guna

Dalam kritiknya terhadap Marx, Baudrillard (1981) secara radikal menunjukkan bahwa nilai guna—utilitas itu sendiri—merupakan sebuah relasi sosial yang difetiskan, sama seperti ekuivalen abstrak komoditas (nilai tukar). Nilai guna adalah sebuah abstraksi **sistem**

kebutuhan berkedok bukti palsu tujuan kongkrit, sebuah finalitas intrinsik barang dan produk. Nilai guna menghantui konsumen dalam kehidupan sehari-hari ekonomi politik karena manusia percaya ia harus menemukan kembali dirinya. Ia tidak menemukan kembali dirinya kecuali melalui ekspresi dan kepuasan atas kebutuhan yang ia layani (Baudrillard, 1981).

Masyarakat kapitalis berkembang secara muktahir menimbulkan fenomena hiperkomodifikasi dalam segala ranah kehidupan. Di sini nilai guna sebuah komoditas digunakan sebagai alibi yang membenarkan dan melegitimasi ukuran nilai tukarnya dan pada perkembangannya nilai guna 'disembunyikan.' Selain itu, fenomena ini juga memunculkan nilai tanda (*sign-value*) sebuah komoditas yang tidak cukup dijelaskan hanya dengan nilai gunanya.

• **Fetisme Nilai Tanda**

Dengan begitu, Baudrillard mengklaim, komoditas tidak sekadar dikarakteristikan oleh *use-value* (nilai guna) dan *exchange value* (nilai tukar) seperti disebutkan teori Marx tentang komoditas, melainkan juga oleh *sign-value*—ekspresi dan penanda gaya, prestise, kemewahan, kekuasaan, dan seterusnya—yang semakin menjadi bagian penting komoditas dan konsumsi (Kellner, 2000).

Dari perspektif ini, Baudrillard menunjukkan bagaimana komoditas dibeli dan ditampilkan berdasarkan *sign-value* sebagaimana nilai gunanya. Seperti kata-kata bermakna berdasarkan posisi dalam sistem bahasa yang diferensial, begitu pula nilai tanda memperoleh makna berdasarkan tempat dalam sistem prestise dan status yang diferensial.

• **Kesadaran Semu Nilai Guna dan Nilai Tanda**

Baudrillard menambahkan perlunya mengembangkan kritik ekonomi politik ke arah (1981):

1. Kritik radikal terhadap nilai guna, sebuah kritik terhadap fetisme nilai guna dengan menganalisis bentuk objek dalam hubungannya dengan bentuk komoditas.
2. Bagaimana logika, permainan bebas, dan sirkulasi nilai tanda diorganisasikan seperti logika sistem pertukaran nilai, dan bagaimana logika nilai guna disubordinasikan terhadap nilai tukar. Akhirnya, kritik terhadap fetisme nilai tanda—sebuah analisis bentuk tanda dalam hubungannya dengan bentuk komoditas.

❑ Diferensiasi Melalui Konsumsi Nilai Tanda

● *Inconspicuous Consumption*: Alternatif untuk Membedakan Diri

Baudrillard mengembangkan sebuah paradoks berupa 'under-consumption' atau konsumsi tak kentara (*inconspicuous consumption*). Baudrillard (1998) memaparkan, kelas atas dipandang berkemampuan membaca kode melebihi kelas lain. Sebaliknya, kelas menengah memiliki kecenderungan mengkonsumsi secara kentara (*conspicuous consumption*) karena mereka naif secara budaya. *Inconspicuous consumption* kemudian menjadi lebih terkait dengan masalah cita rasa dan penilaian estetika (sebagai tanda diferensiasi, ditinggi, dan hirarki sebuah kelas) yang disebut Piere Bourdieu (1984: 126) sebagai, 'the ideology of natural taste.'

● Kontrabudaya sebagai Distingsi Sosial dan Etos 'Cool Fascimo'

Heath dan Potter mengaitkan fenomena distingsi melalui konsumsi dengan pemberontakan kontrakebudayaan (*countercultural rebellion*)—yang juga muncul sebagai sumber distingsi yang diperhitungkan. Pemberontakan kontrabudaya—dengan menolak norma-norma masyarakat ' arus utama ' — menjadi sumber distingsi yang diperhitungkan. Masalahnya, jika semua orang ikut dalam kontrakebudayaan, maka kontrakebudayaan dengan mudahnya menjadi kebudayaan karena secara alamiah mengikis distingsi yang awalnya ditetapkan sebagai pembatas. Maka, pemberontak harus terus menerus menciptakan kontrakebudayaan yang baru dalam rangka mengukuhkan kembali distingsi (2006).

Distingsi sosial tersebut terbentuk melalui pemahaman konsep *cool* sebagai pusat hirarki status dalam masyarakat urban kontemporer. Sama halnya dengan bentuk tradisional status seperti kelas, konsep *cool* merupakan barang posisional intrinsik. Tidak semua orang yang bisa berada di kelas atas memiliki cita rasa tinggi, sehingga tak semua orang bisa menjadi *cool* karena *cool* bentuk distingsi. Kemudian, distingsi sosial konsep *cool* bisa berubah menjadi komoditas yang menguntungkan. Lasn (dalam Heath dan Potter, 2006) menekankan pengertian konsep *cool* dalam konteks proses komodifikasi, bahwa butir terpenting konsep *cool* bukanlah ia selalu berubah setiap saat, tetapi sejauh mana konsep *cool* tetap membuat orang membeli lebih banyak barang.

☒ **Toko Buku sebagai Sarana Konsumsi Buku**

Sarana konsumsi yang dimaksudkan oleh Baudrillard (2004) adalah struktur yang memungkinkan terciptanya konsumsi dan merupakan fenomena material yang mirip sarana produksi material Marx seperti alat, bahan mentah, tenaga kerja, teknologi, dan pabrik.

Sarana konsumsi baru ini tidak hanya tempat orang mengonsumsi tanda, tapi juga penting bagi dirinya sendiri sebagai struktur yang menggiring orang mengonsumsi hal-hal lain yang lebih banyak dan berbeda. Dunia dalam pandangan Baudrillard ditandai bukan hanya konsumsi wajib, tapi juga hiburan wajib (2004).

Dalam konteks penelitian ini, toko buku (khususnya toko buku dwibahasa) menjadi sarana konsumsi yang memfasilitasi gaya hidup membaca kaum urban muda Jakarta. Peranannya tak hanya sebagai latar tempat bagi konsumen untuk terus berbelanja dengan cara mengubah objek buku menjadi sebuah tanda prestise atas konsumsi dan hiburan wajib masyarakat modern bergaya hidup cendekia tetapi juga sebagai struktur yang mendorong konsumen terus berbelanja lebih banyak lagi buku dan buku yang berbeda-beda.

■ **METODOLOGI**

Menggunakan paradigma kritis sebagai landasan penyusunan, penelitian ini mengutamakan analisis komprehensif, kontekstual, dan *multi-level analysis* yang dilakukan melalui penempatan diri sebagai partisipan dalam proses transformasi sosial, dengan cara menganalisis proses konsumsi buku tak hanya pada tahap mikro individual, tetapi juga pada tahap makro seperti perkembangan industri buku dan toko buku sebagai industri gaya hidup serta peranan media dalam mendorong nilai-nilai konsumtivisme. Strategi penelitian *social constructionism* berusaha menjawab pertanyaan mendasar seperti bagaimana sekelompok orang dalam *setting* tertentu mengkonstruksikan realitas: apa persepsi, 'kebenaran,' penjelasan, keyakinan, dan pandangan umum mereka; apa konsekuensi konstruksi mereka terhadap perilaku dan interaksi dengan orang lain (Patton, 2002). Dalam penelitian ini informan dipilih berdasarkan jenis *extreme or deviant case sampling*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatoris, dan studi dokumentasi.

■ **ANALISIS DATA**

Berikut beberapa tabel yang merangkum analisis mengenai informan dalam penelitian ini.

Tabel 1
Profil Informan

	Karakter umum	Latar belakang keluarga	Lama dan selera baca	Afiliasi sosial dalam dunia baca	Prestasi	Pemikiran terhadap konsumsi dan gaya hidup membaca
Informan 1	Impulsif, kreatif, berani mengeks-presikan pendapat yang kritis dan bertanggung dengan opini publik.	Berasal dari keluarga kelas menengah atas.	Gaya hidup membaca tumbuh dari 15 tahun dan berselera dengan jamkuman bacaan yang sangat beragam dari segi genre, topik, bahasa maupun harga.	Tidak ada.	Pemenang lomba menulis cerpen majalah Bobo, pemenang iklan layanan masyarakat karya mahasiswa yang diselenggarakan AdDone (2003).	<ul style="list-style-type: none"> Kritis terhadap nilai-nilai masyarakat konsumsi kapitalis: Informan menyadari bahwa segala sesuatu sudah terkomodifikasi dan sebagian besar kegiatannya berpusat pada kegiatan konsumsi waktu luang secara 'produktif' seperti membeli dan membaca buku. Sadar akan keuletkeyannya dalam menghadapi sistem kapitalis yang menekankan perbedaan, ketidakadilan, dan konsumtivisme.
Informan 2	Fashionable, ambisius, outspoken, dan highly opinionated.	Berasal dari keluarga kelas menengah atas.	Caya hidup membaca tumbuh selama lebih dari 15 tahun dan berselera eklektik.	Tidak ada.	Tidak ada.	<ul style="list-style-type: none"> Memahami permainan monopoli kode dalam masyarakat konsumsi. Mengadopsi nilai-nilai masyarakat konsumsi kapitalis. Sadar akan ketakberdayaannya menghadapi sistem kapitalis yang menekankan perbedaan, ketidakadilan, dan konsumtivisme.

Tabel 2
Peranan Sosial dan Personal yang Mendorong Kebiasaan Membaca

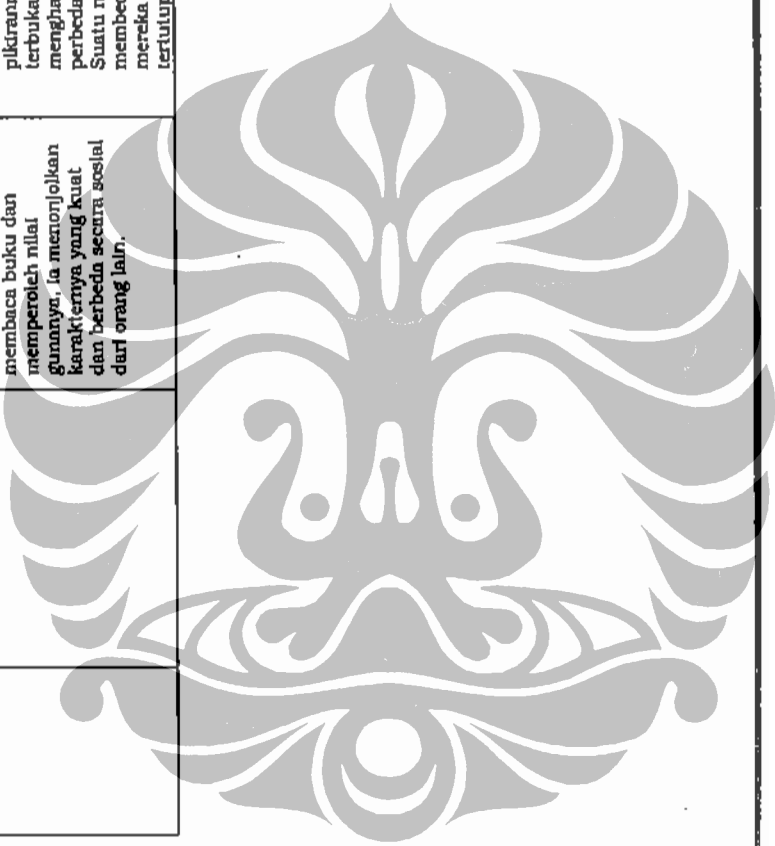
Informan 1	Keluarga	Sekolah	Peer group	Media massa	Toko buku
<p>Keluarga berperan besar secara subversif: semakin dlarang, informan semakin terdorong membaca dan menggalakan peranan personal informan untuk membaca.</p>	<p>Secara umum tidak membantu. Namun, ada peranan individu seperti guru yang cukup membentuk cara pandang informan terhadap kebiasaan membaca yang baik.</p>	<p>Memacu kompetisi juga menyediakan buku yang saat itu masih terbatas.</p>	<p>Media sekedar memberikan referensi dan informasi lambaian teiang buku apa yang menarik dibaca. Selebihnya ia memilih buku berdasarkan preferensi pribadi terhadap penulis dan tema tertentu atau ketika membaca sampul buku.</p> <p>Peranan media massa umumnya bergantung pada preferensi politik Informan (kritis dengan kebijakan global Amerika Serikat) dalam memilih media mana yang ia anggap mampu memberikan referensi kredibel atas buku apa yang harus ia baca. Media yang ia pilih sebagai referensi adalah media yang ia kagumi. Dengan kata lain, Informan berusaha</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menjadi prioritas tempat berbelanja buku. Namun, pada pelbagai data temuan observasi, Informan tetap saja mengunjung toko buku dwibahasa dan membelanjanya di sana. • Perolaknya terhadap toko buku dwibahasa bukan karena ia tidak mampu secara ekonomi (meski memang ia tidak memiliki pendapatan yang tetap dan cukup bergantung pada uang saku dari orang tua), melainkan lebih ke arah pemberontakan simbolis. 	

<p>Informan 2</p>	<p>Keluarga memberikan perhatian yang luas bagi informan menikmati buku dari luar negeri.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bacaan berbahasa Indonesia baru Informan dapatkan dari lingkungan sekolah dan komik. • Sistem pendidikan tidak membantu perkembangan minat baca Informan sehingga kebiasaan membaca ketika kecil paling dominan dibentuk oleh keluarga; oleh diri sendiri ketika ia beranjak dewasa. 	<p>Tidak ada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • mengidentifikasi diri dengan profil media yang ia sanjung. Contoh media: <i>The Economist</i>. • Menggunakan media massa secara aktif dan rutin untuk mendukung gaya hidup membacanya. Umumnya mengakses media massa luar negeri. • Media massa pilihannya mulai dari media massa dengan kredibilitas dan prestise yang tinggi maupun media populer; yang berkorelasi dengan pamor yang baik dan prestise di kalangan dunia buku Internasional. • Mengikuti perkembangan buku-buku baru dari daftar buku terlaris <i>New York Times</i> dan <i>Amazon.com</i> serta resensi populer dari <i>Oprah's Book Club</i>. 	<p>Rutin berbelanja di toko buku dwibahasa dan jarang sekali berbelanja buku di toko buku lokal mengingat yang ia perlukan adalah buku impor berbahasa asing.</p>
--------------------------	---	---	-------------------	---	---

Tabel 3
Makna Buku dan Membaca

Informan 1	Dalam konteks gaya hidup	Buku sebagai pembentuk dan pembada sosial	Dampak membaca	Hirarki bacaan secara sosial
<p>Memiliki rutinitas konsumsi media yang intensif dan menghabiskan sebagian besar waktunya.</p> <p>Ingin memperoleh gaya hidup yang memungkinkannya mengembangkan kreativitas, tingkat kecendekian melebihi orang lain, untuk berbeda (atau pun sebaliknya) sama dengan orang-orang yang ia kagumi, menjadi diri sendiri yang bergaya hidup yang terkesan merbangun dan positif. Suatu kewajiban menjaga dan meningkatkan posisi sosialnya sebagai manusia/pembaca berkualitas dan berbudaya tinggi.</p>	<p>Memiliki rutinitas konsumsi media yang intensif dan menghabiskan sebagian besar waktunya.</p> <p>Ingin memperoleh gaya hidup yang memungkinkannya mengembangkan kreativitas, tingkat kecendekian melebihi orang lain, untuk berbeda (atau pun sebaliknya) sama dengan orang-orang yang ia kagumi, menjadi diri sendiri yang bergaya hidup yang terkesan merbangun dan positif. Suatu kewajiban menjaga dan meningkatkan posisi sosialnya sebagai manusia/pembaca berkualitas dan berbudaya tinggi.</p>	<p>Informan membentuk identitas, ideologi, serta cara hidup sesuai apa yang ia baca dalam buku.</p>	<p>Kebiasaan membaca buku sedikit banyak berkontribusi membentuk kepribadian dan opini informan, tapi ia menolak pengaruh absolut buku sebagai penentu caranya berpikir.</p>	<p>Menolak terpengaruh pebagai pandangan umum tentang penilaian hirarki buku yang didasarkan pada perbedaan kualitas dan menganggapnya hanya sebagai permainan "packaging" kritikus dan industri buku untuk menenggak laba yang lebih besar lagi.</p> <p>Mengaku sangat tenang rasa dengan pebagai pilihan bacaan yang ada. Dengan jenis bacaannya yang eklektik, ia membaca pebagai macam buku baik yang berkualitas maupun tidak.</p>
Informan 2	<p>Mencapai tahap iclisme: kegiatan belanja buku menjadi kebutuhan dan persona abstrak ide, memiliki dan membaca</p>	<p>Menolak dikalakan kepribadiannya terbentuk sepenuhnya karena buku. Ia menegaskan bahwa ia memiliki otonomi dan</p>	<p>Kebiasaan membaca buku berkontribusi pada pembentukan karakter informan yang kritis, berpikiran</p>	<p>Memandang gaya hidup membaca kaum rouda Jakarta sangatlah eksklusif dan membedakan secara</p>

	<p>buku sebagai identitasnya yang tak terpisahkan.</p>	<p>otoritas pribadi atas identitasnya. Memanfaatkan nilai guna buku sekadar untuk memenuhi rasa ingin tahu. tetapi juga sebagai tanda sosial atas identitas pembaca yang berkualitas, suka belajar, dan cerdas. Dengan membaca buku dan memperoleh nilai gunanya, ia menonjolkan karakternya yang kuat dan berbeda secara sosial dari orang lain.</p>	<p>terbuka, ambisius dan percaya diri, berani berpendapat, dan cerdas. Informan merasa perlu mengetahui segala bahkan buku-buku yang bertema kontroversial agar pikirannya tetap terbuka dan menghargai perbedaan pendapat. Suatu nilai positif yang membedakannya dari mereka yang berpikiran tertutup.</p>	<p>sosial. Suatu kebiasaan mahal yang hanya bisa diadopsi oleh mereka yang memiliki hak khusus ekonomi dan kecendekiawan. Melihat gaya hidup membaca umumnya sangat artifisial, dikomodifikasi, hanya mengikuti tren dan sangat terpengaruh oleh sensasionalisme.</p>
--	--	---	--	---



Terlihat bahwa secara umum kedua informan cukup kritis dan memahami permainan kode sosial (hirarki bacaan, ketimpangan sosial dalam membeli buku) dalam masyarakat konsumsi kapitalis, tapi mengaku takmampu mengubah *satus quo*. Pada dasarnya mereka menggunakan nilai guna buku untuk membenarkan konsumsi mereka yang berlebihan dan mengakuinya, meski berusaha tidak mepedulikan nilai tanda prestise. Ini membedakan mereka dari karakter konsumen buku pada umumnya. Agar dapat mengakses buku, mereka sering mengunjungi toko buku dwibahasa di Jakarta. Sejarah membaca kedua informan menunjukkan hubungan paralel antara koleksi toko buku di Indonesia dengan pilihan baca mereka.

Media massa turut mempengaruhi gaya hidup membaca informan. Minat kedua informan terbentuk dari pengetahuan yang mereka peroleh dari buku yang mereka baca serta saluran terhadap media jenis lain untuk memberi referensi bacaan. Keduanya juga cenderung memilih media Barat, khususnya yang berhaluan liberal dan Eropa karena mereka sangat kritis dengan media yang sejalan dengan politik konservatif Amerika Serikat. Pilihan media sebagai referensi menunjukkan pemahaman terhadap pemetaan hirarki sosial dari media berdasarkan popularitas dan kredibilitas. Keduanya juga suka membaca karya pengarang yang terbukti kredibilitasnya melalui labelisasi penghargaan internasional seperti *Nobel Prize*, *Pulitzer Prize*, atau *Booker Prize*. Mereka memberikan penghargaan lebih terhadap karya penulis-penulis penting ini.

Toko buku kini justru menjadi lahan paling subur bagi eksklusivitas kelas dan komodifikasi gaya hidup oleh kapitalisme global mutakhir. Toko buku pun disulap menjadi wahana estetis tempat sekelompok elit berkumpul dan menyatakan identitas kelas sosial dengan membeli dan membaca buku. Dalam hal ini toko buku dan buku yang dianggap prestisius adalah toko buku dwibahasa dan buku impor berbahasa Inggris. Nilai prestise muncul dari eksklusivitas saluran yang didasarkan pada tingkat kemampuan ekonomi, budaya, dan sosial. Toko buku dwibahasa tampil lebih mewah dengan produk buku impor yang harganya lebih mahal. Maka tak heran, banyak jaringan toko buku lokal berusaha menaikkan pamor dan citra mereka dengan mengikuti tren yang dibuat toko buku dwibahasa.

■ INTERPRETASI

Gaya hidup membaca di kalangan kaum urban muda Jakarta sebagaimana gaya hidup lain mengada sebagai pola-pola tindakan

yang membedakan antara satu orang dengan orang lain (Chaney, 1996). Proses membedakan diri dari orang lain dilakukan dengan konsumsi buku, yaitu tak sekadar membaca tetapi juga membeli buku.

Kaum urban muda Jakarta mengkonsumsi buku secara berpola dalam menggunakan, memahami, atau menghargai buku sebagai media budaya yang pada akhirnya membedakan kriteria status mereka dalam konteks ekonomi politik dan sosial pertukaran nilai. Seperti dikatakan Berger, gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang (Berger, 2000); kebiasaan membeli dan membaca buku secara akumulatif mendefinisikan identitas dan citra pribadi kelas menengah atas secara horizontal maupun vertikal berbeda dengan gaya hidup konsumen media lain. Baurdillard (1998) menambahkan dimensi konsumsi buku sebagai sebuah aktivitas produktif yang menuntut pendidikan (tingkat kecendekiaan) dan usaha (pengorbanan ekonomi atas nilai tukar ekonomi buku yang mahal); sebuah perilaku normatif yang menunjukkan seseorang adalah anggota suatu masyarakat kelas menengah atas yang terpelajar dan eksklusif.

Kebutuhan membaca sangat mendasar dan abstrak. Industri berusaha membuat kongkrit nilai kebutuhan dengan menawarkan puluhan ribu buku setiap tahun untuk dijual dan 'dipilih' konsumen sesuai kebutuhan mereka. Media massa berperan menonjolkan dan menyeleksi buku-buku terbaik yang pantas dibeli dan menjadi referensi bagi konsumen yang kebingungan di tengah lautan buku yang terus diproduksi. Logika ini umum berlaku di benak konsumen buku bahwa industri dan media massa mengada sebagai struktur dan instrumen yang membantu mereka menemukan kebutuhan buku mereka. Logika ini mistifikasi industri dan media massa untuk menyenangkan dan mendorong konsumen buku untuk terus berbelanja buku sesuai 'kebutuhan mereka.' Dalam hal ini media massa berperan mengekspose keberadaan toko buku dan buku-buku yang ada. Rubrik ulasan pelbagai buku baru dalam pelbagai *free magazine* setiap edisi sama artinya dengan liputan majalah internasional *TIME* terhadap keunikan toko buku Aksara. Keduanya mempromosikan gaya hidup konsumtif terhadap produk budaya berbentuk buku. Sementara itu, oleh pihak toko buku, buku disamakan dengan *fashion* dan produk budaya lain yang terkomodifikasi seperti musik dan film, serta menjadi suatu sinergi kebudayaan pop yang mendorong orang berfokus pada konsumsi terus-menerus agar bisa menjadi diri sendiri, menjadi unik, bergaya

hidup orisinal dan berbeda dengan orang lain melalui sistem tanda yang diskriminatif.

■ Sistem Pertukaran Nilai Ekonomi Politik dalam Konsumsi Buku

Interpretasi matriks (*grille*) konversi hipotetis dari keempat logika tersebut sebagai berikut.

1. *Use value—economic exchange value.* Nilai guna juga diukur berdasarkan minat pembaca maupun kekuatan politis buku itu. Buku *Detik-Detik yang Menentukan*, sebagai contoh, dengan segala kontroversi politik dan sejarah memiliki harga ritel Rp150.000,00, harga yang relatif mahal, tapi tetap laku keras sehingga dicetak ulang dalam waktu singkat (menurut Armelle, bagian pemesanan buku lokal di toko buku Aksara).
2. *Use value—sign exchange value.* Medan produksi tanda yang berasal dari penghancuran utilitas (*'conspicuous consumption,'* nilai pemborosan). Dalam konteks konsumsi, kedua informan membawa konsumsi buku ke level yang berbeda dengan menekankan perilaku konsumsi yang berkebalikan dari *conspicuous consumption*. Maka, nilai guna buku diubah menjadi nilai tanda melalui *inconspicuous consumption*.
3. *Use value—symbolic exchange.* Pertukaran simbolis dalam konsumsi buku di luar konteks umum politik ekonomi tidak terjadi karena buku dibaca dan dinikmati karena nilai gunanya (maupun nilai tandanya) sedangkan pertukaran simbolis adalah tindakan menegasi nilai. Informan 2 dengan suka rela meminjamkan buku-buku periklanan koleksinya bagi adik kelasnya dalam mentoring untuk menularkan minat baca, wawasan yang luas, serta referensi pengembangan karir di dunia kerja pada mereka. Meski tidak mempermasalahakan timbal balik ataupun nilai tukar ekonomi, ia meminjamkan buku itu atas dasar nilai guna yang besar dan berharap akan adanya keluaran yang produktif sehingga konsumsi buku tidak bisa diklasifikasikan ke dalam pertukaran simbolis.
4. *Economic exchange value—use value.* Ini proses 'konsumsi' dalam terminologi tradisional ekonomi, yaitu konversi kembali nilai tukar menjadi nilai guna (oleh individu dalam aksi membeli atau oleh produksi dengan konsumsi produktif). Konteks konversi nilai tukar ekonomi menjadi nilai guna dalam konsumsi buku berlangsung ketika kita membeli buku. Informan bersedia mengeluarkan uang agar bisa membeli buku. Kedua informan

dalam proses membeli buku telah mengubah bentuk buku sebagai komoditas di pasar buku menjadi sebuah objek pemuas kebutuhan rohani yang mendasar.

5. *Economic exchange value—sign exchange value.* Buku, khususnya buku impor, merupakan komoditas eksklusif yang sulit diakses karena hambatan kemampuan intelektual bahasa (tingkat pendidikan) dan ekonomi dibanding buku lokal ataupun media massa lain (surat kabar, televisi, internet, film, radio). Membeli buku impor menunjukkan bahwa konsumen berpendidikan dan berpenghasilan tinggi (status sosial ekonomi kelas menengah atas), peduli dan mengutamakan buku sebagai kebutuhan pokok (bahkan tidak semua kelas menengah atas memiliki minat intelektual ataupun hiburan mengkonsumsi buku). Dalam konteks membeli buku, kemampuan ekonomi menjadi penghalang utama sementara dalam konteks membaca, kemampuan intelektual bahasa. Berdasarkan logika umum inilah kedua informan mengakui bahwa mereka bagian eksklusif kelas menengah atas yang bisa menikmati gaya hidup membaca terlebih lagi membeli buku impor. Namun, mereka menolak menggunakan konversi ini sebagai usaha membedakan diri.
6. *Economic exchange value—symbolic exchange.* Seperti dibahas pada butir konversi nilai guna menjadi pertukaran simbolis, konsumsi buku juga bukan suatu pertukaran simbolis sehingga tidak terjadi konversi nilai tukar ekonomi (harga) buku menjadi pertukaran simbolis. Buku dalam konteks penelitian ini adalah media massa yang diterbitkan melalui jalur produksi legal, yang diberi harga (nilai tukar ekonomi) oleh produsen berdasarkan ongkos produksi dan batas laba dan dikonsumsi dengan cara dibeli (nilai tukar ekonomi) dan dibaca (nilai guna) oleh konsumen.
7. *Sign exchange value—use value.* Tanda-tanda seperti komoditas merupakan nilai tanda sekaligus nilai tukar. Hirarki sosial, perbedaan individu, hak khusus kasta dan budaya yang mereka dukung dihitung sebagai keuntungan, kepuasan personal, dan dijalani sebagai 'kebutuhan' (kebutuhan akan penciptaan nilai sosial yang berkorespondensi dengan 'utilitas' tanda-tanda diferensial dan 'konsumsi' tanda-tanda tersebut). Contohnya, informan 2 cenderung menerima peranannya sebagai konsumen kelas menengah atas dengan hak khusus kasta dan budaya (kemampuan ekonomi dan kecendekiain untuk membeli dan membaca buku impor) dan menjadi nilai lebihnya ketika berkompetisi di dunia kerja.

8. *Sign exchange value—economic exchange value.* Seperti dijelaskan dalam konversi nilai tukar ekonomi menjadi nilai tukar tanda, eksploitasi nilai ekonomi buku impor yang relatif mahal didasarkan atas monopoli kapital kelas menengah atas karena hanya merekalah yang mampu mengkonsumsinya. Adapun dominasi budaya membaca buku impor didasarkan pada monopoli kode (kemampuan bahasa, kecendekiaan, tingkat pendidikan) menunjukkan mereka yang mampu memonopoli kode adalah mereka yang mampu memonopoli kapital.
9. *Sign exchange value—symbolic exchange.* Dekonstruksi dan transgresi bentuk tanda menuju pertukaran simbolis (lihat butir 3 dan 6). Konversi ini tidak terjadi pada konsumsi buku karena buku dalam konteks buku impor hasil produksi industri memiliki nilai tanda pembeda kelas sosial (khususnya di Indonesia) yang tidak bisa didekonstruksi menjadi objek bebas nilai. Bagi kedua informan, membaca buku membedakannya dari orang-orang yang tidak membaca baik dari kelas sosial yang sama ataupun bukan. Perbedaan sosial ditunjukkannya dengan menilai orang yang tidak membaca sebagai *ignorant* dan berpikiran sempit sehingga memiliki tingkat toleransi dan intelektual yang berbeda dengan dirinya.
- 10, 11, 12. *Symbolic exchange—UV, economic exchange value, sign exchange value.* Ketiganya menjelaskan sebuah proses tunggal, pemutarbalikan transgresi yang dijelaskan dalam butir 3, 6, dan 9—proses pemisahan dan reduksi pertukaran simbolis, dan inagurasi ekonomi. Begitu pertukaran simbolis retak, material yang sama diabstraksikan menjadi nilai utilitas, nilai komersial, dan nilai status. Simbol ditransformasikan menjadi baik komoditas atau tanda yang instrumental. Tahap ini juga tidak terjadi dalam konteks buku khususnya buku impor sebagai produk sistem produksi, sama halnya tidak terjadi pada konversi butir 3, 6, dan 9.

Menurut Baudrillard (1981) logika organisasi seluruh sistem ekonomi politik umum menolak, menekan, dan mereduksi pertukaran simbolis. Maka, terjadi sebuah hubungan oposisi tunggal antara seluruh medan nilai (di sini proses produksi material <bentuk komoditas> dan proses produksi tanda <bentuk tanda> diartikulasikan melalui sistematika logika yang sama) dan medan non-nilai pertukaran simbolis. Mengingat konsumsi buku membentuk suatu hubungan dalam sistem nilai ekonomi politik dan tidak

memiliki unsur pertukaran simbolis, maka peneliti menginterpretasikan formulasi Baudrillard menjadi:

Gambar 5.1
Sistem Pertukaran Nilai Ekonomi Politik

Harga & prestise intelektual (nilai tukar tanda)	=	Sr
Sumber pengetahuan & hiburan (nilai guna)		Sd
Ekonomi Politik Umum Konsumsi Buku		

■ Kritik Ekonomi Politik Nilai Tanda dalam Konsumsi Buku

Kritik yang dikemukakan Baudrillard pada butir ini hendak membongkar kesadaran palsu konsumen pada kegiatan konsumsi buku dalam sistem pertukaran nilai: bagaimana konsumen mengkonsumsi buku hingga pada tahap fetisme nilai guna karena membenaran nilai guna buku yang sebenarnya sekadar dalih memperoleh nilai tukar ekonomi dan tanda, sebuah fetisme peranda.

• *Inconspicuous Consumption* (Konsumsi Tak kentara): Kontrabudaya sebagai Etos Cool Fascismo dalam Gaya Hidup Membaca

Jika merujuk Baudrillard, gaya hidup membaca di Jakarta umumnya personalisasi, pengejaran akan status dan posisi sosial. Semua ini didasarkan pada tanda-tanda, bukan pada objek atau barang, tetapi pada perbedaan (Baudrillard, 1998). Objek buku (khususnya buku impor) telah ditransformasikan menjadi sebuah nilai tanda prestisius yang membedakan karena asumsi bahwa hanya segelintir populasi yang berkemampuan ekonomi dan kecendekiaan yang mampu mengakses buku sebagai media. Dari hasil penelitian ini, saya juga menemukan kelompok sosial kelas menengah atas yang menganut gaya hidup membaca selama sekian lama dan berusaha memisahkan identitas mereka dari khalayak yang dijelaskan sebelumnya. Mereka mengagumi karya dan pemikiran penulis yang kritis dan kontroversial terhadap isu-isu ketidakadilan, pinggiran, dan kerap dilarang peredarannya. Misalnya karya Toni Morrison, Alice Walker, dan Salman Rushdie.

Kegiatan berbelanja buku bekas bagi sebagian orang sebagai tanda penolakan terhadap konsumsi buku sebagai kegiatan pamer

kemewahan juga mereka lakukan. Mereka tidak suka menjadi bagian dari arus utama. Mereka mengedepankan karakter pembaca yang menghargai perbedaan, menjunjung demokrasi bacaan, dan menyatakan menolak hirarki terhadap bacaan, serta bersemangat filantropis, bahkan kritis secara politik terhadap dominasi global kekuatan ekonomi politik Dunia Pertama. Semua ini karakter yang diagungkan (dan dikonsumsi) oleh kelas atas yang teramat kontradiktif dengan kenyataan gaya hidup mereka yang konsumtif dan berkilat pada budaya Barat. Namun, Baudrillard menegaskan, jangan salah menginterpretasikan fenomena perubahan jarak antarkelas ini sebagai efek demokratisasi. Atas dasar kemewahanlah, kesederhanaan yang hilang dikonsumsi.

Inconspicuous consumption pada gaya hidup membaca kedua informan juga dianalisis melihat eksploitasi objek diferensial. Informan mengklaim bahwa dasar gaya hidup membaca adalah nilai guna buku sebagai sumber pengetahuan dan hiburan. Namun, di balik kesadaran semu itu, muncul kenyataan bahwa buku merupakan sumber pengetahuan dan hiburan yang prestisius. Atas nama nilai guna, mereka membenarkan kegiatan berbelanja buku yang konsumtif dan bahkan keputusan beli didasari atas sekadar rasa ingin memiliki (di balik alasan kebutuhan) karena penting bagi mereka memiliki pengetahuan dan sarana hiburan yang tidak diketahui (atau diketahui oleh elit) oleh orang lain untuk mengembangkan diri mereka secara intelektual dan rohani. Pada akhirnya nilai guna dikonversikan menjadi nilai tanda status dan identitas sosial berupa prestise dan sensasi lebih (lebih maju, lebih intelektual, lebih canggih, dan lain-lain).

• **Fetisme Nilai Guna Buku sebagai Alibi Nilai Tukar Ekonomi dan Nilai Tukar Tanda**

Pandangan kritis melihat fungsi buku sebagai alat komunikasi kode distingsi sosial. Kedua informan menjadi contoh menarik untuk menunjukkan bagaimana pertukaran nilai tanda-prestise nilai guna buku juga terefleksi dalam nilai guna buku mereka.

Secara umum nilai guna (utilitas) membeli dan membaca buku bagi kedua informan: sumber informasi dan pengetahuan, sumber pengembangan diri, dan eskapisme (kegiatan katarsis yang menghibur). Sesuai argumen Baudrillard (1998: 80) tentang manusia konsumsi (*l'homme-consommateur*) yang menganggap kenikmatan sebagai kewajiban, kedua informan membaca buku sebagai kewajiban untuk memperoleh kepuasan intelektual dan prestise.

Inilah prinsip maksimalisasi membaca buku dengan melipatgandakan kontak dan hubungan, dengan menggunakan secara intensif tanda prestise buku dan objek buku secara fisik (konsumsi *e-books*, *audio books*, segala jenis saluran), dengan eksploitasi sistematis terhadap segala potensi kenikmatan membaca (sebagai sumber pengetahuan dan hiburan), dan dengan membeli dan membaca secara konsumtif. Pelbagai promosi di toko buku dan referensi media massa lain mendukung rutinitas mereka membeli dan membaca buku. Maka, kedua informan tidaklah pasif, mereka harus terlibat dalam aktivitas yang berkelanjutan untuk mengikuti perkembangan terakhir dunia buku.

Maka, mereka perlu menghidupkan kembali rasa ingin tahu yang universal (konsep mengeksplorasi) dalam hal bahan makanan, budaya, ilmu pengetahuan, agama, seksualitas, dan lain-lain. Itulah sebab mereka bergitu terobsesi selalu belajar, mengetahui hal baru, memahami segala hal. Mereka dihantui oleh ketakutan 'gagal' terhadap sesuatu, meskipun merasakan kenikmatan. Membeli dan membaca buku bukan lagi keinginan, juga bukan 'selera' (cita rasa) atau perasaan khusus yang bermain. Ini sebuah '*fun morality*' yang memaksa dan menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi sebagai penganut gaya hidup modern.

Seperti ditambahkan Baurdillard (1972), konsep kebutuhan (*need*) (seperti dalam domain *use-value*) berfungsi secara ideologis menghasilkan repetisi yang di dalam repetisi ini kedua informan didefinisikan oleh buku dan sebaliknya. Legitimasi produksi industri buku yang berlimpah dan beragam dijamin dengan kenyataan bahwa masyarakat akan merasionalisasikan konsumsi buku melalui konsep kebutuhan buku yang mulia.

Inilah kesadaran palsu yang dibangun sistem produksi dan disosialisasikan media massa dan konsumen buku sendiri. Konsumen memiliki tujuan kongkrit membaca sebagai penyelesaian pemenuhan kebutuhan intelektual dan hiburan sehingga rasional dan wajar bagi mereka membeli buku sesuai 'kebutuhan.' Padahal, dengan melihat gaya hidup mereka yang konsumtif terhadap buku, kebutuhan akan sumber pengetahuan dan hiburan dalam proses konsumsi sebenarnya juga kebutuhan identifikasi, untuk mengaktualisasikan jati diri sebagai pembaca berkualitas. Maka tak heran, fetisme nilai guna muncul dalam bentuk kecanduan konsumen terhadap pesona ide membaca buku yang berguna. Mereka menemukan kembali diri mereka melalui ekspresi dan kepuasan atas kebutuhan membaca buku. Padahal, sebenarnya mereka melayani sistem ekonomi politik tanda konsumsi buku.

Kontradiksi mendasar antara nilai guna dan nilai tanda dihasilkan lewat gaya hidup membaca sebagian kaum urban muda Jakarta. Selama ini, kesadaran semu yang berlaku adalah mereka menyukai membaca dan mengadopsi gaya hidup membaca berawal dari nilai guna buku yang memenuhi kehausan mereka untuk meraih pengetahuan seluas-luasnya dan merasa terhibur. Nilai guna buku sebagai sumber pengetahuan, pengembangan diri, dan hiburan merupakan awal dan tujuan konsumsi buku. Inilah kesadaran palsu yang hendak dibongkar. Alur pertukaran nilai yang terjadi adalah sebaliknya. Keinginan terus belajar, mengetahui segala sesuatu yang harus diketahui, mengembangkan diri, bahkan eskapisme semu yang kerap disesali (oleh informan 1 khususnya) dari konsumsi buku berawal dari (dan bukan berakhir dengan, seperti yang berusaha ditekankan kedua informan) keinginan mereka untuk menjadi berbeda, unggul, lebih dalam segala hal (kadar kecendekiaan, posisi tawar dalam interaksi sosial, mobilitas dalam stratifikasi sosial, dan menjadi penguasa diri sendiri). Semua ini tampak jelas dalam usaha mereka menjadi lebih baik daripada orang lain (baik daripada kelas di bawah dan di atas mereka): dengan memperbaiki selera baca mereka ('tenggang rasa' terhadap bacaan yang mereka anggap rendah maupun tinggi, tapi menolak keras bacaan yang terlalu komersil); merasa diri tidak berbeda dengan orang lain, sekaligus berparadoks dengan keinginan menjadi kritis dan tidak terbawa arus utama dengan cara mengadopsi nilai-nilai kontradiksi terhadap sistem yang dominan seperti membaca buku tentang kesadaran gender, kritik dominasi ekonomi politik Amerika Serikat dalam globalisasi, selain memahami benar seni Balet Barat dan sistem pendidikan Barat yang notabene menjadi penanda tingkat kecendekiaan dan kesuksesan kelas menengah atas elit. Sebuah kemenduaan identitas yang mereka gunakan sebagai topeng pelindung, alibi atas motivasi (sadar atau bawah sadar) akan diferensiasi sosial.

■ SIMPULAN

Media buku merupakan media prestisius yang dikonsumsi sebagai penanda sosial. Pola konsumsi buku (khususnya buku impor berbahasa Inggris) yang berbeda dengan media lain dalam hal biaya dan cara mengakses menunjukkan buku sebagai objek tanda eksklusif bagi kelompok konsumen kelas menengah atas dengan kemampuan ekonomi dan intelektual yang tinggi.

Kebutuhan membaca sebenarnya diciptakan pihak industri, media massa dan toko buku melalui sistemisasi pengagendaan buku-buku yang dianggap berkualitas dan laku di pasar dan pengemasan buku sebagai produk budaya yang dibutuhkan untuk menjalani sebuah gaya hidup ideal dan berkualitas.

Disadari atau tidak, motif sebenarnya kaum urban muda Jakarta mengonsumsi buku adalah untuk mendefinisikan jati diri melalui distingsi sosial seperti tingkat kecendekiaan, sosial, dan ekonomi yang tertanam dalam nilai guna buku. Nilai guna buku hanyalah alibi media massa, industri buku, dan konsumen sendiri untuk membenarkan diri mereka terus mengonsumsi buku.

Sosialisasi media massa tentang gaya hidup membaca yang melekat buku serta komodifikasi buku sebagai objek oleh industri buku dan toko buku, serta rasionalisasi konsumsi oleh konsumen berdasarkan nilai guna (kebutuhan) semakin memicu fetisme terhadap nilai guna dan nilai tanda buku yang ditandai gaya hidup membaca yang konsumtif dan membedakan secara hirarki sosial.

■ DAFTAR PUSTAKA

■ Buku

- Baran, Stanley J. (2006). *Introduction to Mass Communication*. Fourth Edition. New York: McGraw-Hill.
- Barker, Chris (2003). *Cultural Studies: Theory and Practice*. London: Sage.
- Barthes, Roland. (1972). *Mythologies*. Terjemahan Annette Lavers. New York: Hill & Wang.
- Baudrillard, Jean (1981). *For A Critique of the Political Economy of the Sign*. Terjemahan Charles Levin. St. Louis: Telos.
- Baudrillard, Jean. (1993). *Symbolic Exchange and Death*. Terjemahan Iain Hamilton Grant. London: Sage.
- Baudrillard, Jean (1994). *The Illusion of the End*. Oxford: Polity.
- _____ (1998). *The Consumer Society*. London: Sage.
- Baudrillard, Jean (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Terjemahan Wahyunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Berger, Arthur Asa. (2000). *Media Analysis Technique*. Terjemahan Universitas Atma Jaya. Jakarta: Universitas Atma Jaya.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Terjemahan Richard Nice. Cambridge, M. A.: Harvard University.
- Chaney, David (1996). *Lifestyle*. Terjemahan Nuraeni. Jogjakarta: Jalasutra.
- Crotty, Michael (1998). *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in The Research Process*. London: Sage
- Griffin, E.M. (1997). *A First Look at Communication Theory*. Third Edition.

- New York: McGraw-Hill.
- Guba, Egon G. dan Yvonna S. Lincoln(2000). *Competing Paradigm in Qualitative Research*. London: Sage.
- Heath, Joseph dan Andrew Potter (2006). *The Rebel Sell: How The Counter Culture Becomes The Consumer Culture*. London: Capstone.
- Henry, Assael (1992). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PSW-Kent.
- Lee, M. J. (1993). *Consumer Culture Reborn: The Cultural Politics of Consumption*. London: Routledge.
- Mappiare, Andi (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Universitas Nasional Surabaya.
- Moelong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, G.E. (1965). *Principia Ethica*. Cambridge: Cambridge University.
- Mowen, John E. (1995). *Consumer Behavior*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice Hal.
- Neuman, W. Lawrence (2000). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Reserach Approaches*. Fourth Edition. Boston: Pearson Education.
- Osgerby, Bill (1990). *Youth Media*. London: Routledge.
- Patton, Michael (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Poster, Mark (ed.)(1988). *Jean Baudrillard: Selected Writings*. Oxford: Polity.
- Riesman, D. (1964). *Abundance for What? And Other Essays*. London: Chatto and Windus.
- Sarup, Madan (1996). *Identity, Culture, and the Postmodern World*. University of Georgia.
- Sarwono, Sarlito Wirawan (2002). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sunarto, Kamanto (2000). *Pengantar Sosiologi*. Lembaga Penerbit FEUI.
- Veblen, Thorstein (1994). *Theory of Leisure Class: An Economic Study in The Evolution of Institutions*. New York: Penguin.
- Willis, Paul (1990). *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of The Young*. Milton Keynes: Open University.
- Vivian, John. (2007). *The Media of Mass Communication*. Boston: Pearson.

■ Artikel

- Anderson, Allison and Miles, Steven (1999). "Just Do It?": Young Peoples, The Global Media and The Construction of Consumer Meanings." In Sue Ralph, Jo Langham Brown and Tim Lees (editor). *Youth and the Global Media*. Luton: University of Luton.
- Caroline, Edna dan Putu Fajar Arcana.(18 September 2005). "Perlawanan Seni Kaum Urban". *Kompas*.
- Carter, David (Desember 2001). "Public Intellectuals. Book Culture and Civil

- Society." Diakses pada 28 Oktober 2005 dari <http://www.lib.latrobe.edu.au/AHR/archive/Issue-December-2001/carter2.html>.
- Djalal, Dini (25 Oktober 2001). "Long Term Literature Revival Sought in Indonesia". Diakses 10 September 2005 dari <http://www.library.ohiou.edu/indopubs/2001/10/25/0034.html>.
- European Graduate School. "Jean Baudrillard: Biography." Diakses 12 Desember 2005 dari <http://www.egs.edu/faculty/ baudrillard.html>.
- Gladwell, Malcolm(17 Maret 1997). "The Coolhunt." *The New Yorker*.
- Guba, Egon G. dan Yvonna S. Lincoln.(1990). "Can There Be a Human Science?" *Person Centered Review* 5.
- Hidayat, Dedy N. (2005). "Teori dan Penelitian dalam Teori-Teori Kritis." *Thesis: Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi IV/2 Mei-Agustus 2005*. Depok: Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia.
- _____ (2004). "Menghindari Quality Criteria yang Monolitik dan Totaliter." *Thesis: Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi III/3 September—Desember*.
- Kellner, Douglas (2000). "Works of Jean Baudrillard." Diakses pada 12 Desember 2005 dari <http://www.pluto.com/works/ baudrillard.html>.
- Momo (Maret 2006). "Today's Lesson: Spend Hard!" *Free Magazine*.
- Nas, P. J. M & Marie van der Sande (1983). *Urban Lifestyles*. Paper presented at the Urban Anthropology Symposium, Quebec.
- Pattisina, Edna C. (18 September 2005). "Sebait Puisi dan Segelas Anggur." *Kompas*.
- Rafick, Ishak.(4 September 2003). "Meramu Gaya Hidup Lewat Galeri Buku." *SWA Online*. Diakses 8 September 2005 dari <http://www.swa.co.id/swamajalah/artikellain/ details.php?cid=1&id=1854>.
- Rice, Jeff. "What Is Cool? Notes on Intellectualism, Popular Culture, and Writing." Diakses pada 10 Mei 2002 dari <http://ctheory.net>.
- Riza, Faisal (20 Februari 2005). "Pasca Reformasi, Era Kebangkitan Kreativitas Kaum Muda." Diakses 8 Oktober 2005 dari <http://www.pontianakpostonline.com>.
- Rooney, Kathleen."The First In-Depth Look at the Phenomenon That is OBC." Diakses 24 April 2006 dari http://www.uark.edu/~uapinfo/titles/ sp05/rooney_oprah.html.
- Shadish, William R. (1995). "Philosophy of Science and the Quantitative-Qualitative Debates: Thirteen Common-Errors." *Evaluation and Program Planning* 18.
- Solihun, Soleh. (November 2006). "Aksara S. K. R. G: Potret Kaum Hipster Jakarta." *Playboy Indonesia*.
- Theng In Yen (Agustus 2001). "Trading in Knowledge." Diakses 5 Agustus 2005 dari <http://IBonWEB.com/>.