

ANALISIS PRODUKSI DAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM KARYA SASTRA BERGENRE CHICKLIT DAN TEENLIT

Hilary Relita Vertikasari Sekarningrum¹, Novita Dewi²
^{1,2} Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Indonesia

Surel: hil24rita@gmail.com

Abstrak	
<p>Kata Kunci: Karakter bangsa; karya sastra; konsumtif; produksi.</p>	<p>Perilaku konsumtif yang saat ini sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia membuat hilangnya karakter Bangsa Indonesia. Perilaku konsumtif tercermin dalam isi cerita dalam sebuah karya sastra yakni <i>Cewek Matre</i> karya Alberthine Indah, <i>Cintapuccino</i> karya Ica Rahmanti, <i>Rahasia Bintang</i> karya Dyan Nuranindya dan <i>Suatu Sore</i> karya Nurul Arifin. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis produksi konsumtif dalam karya sastra bergenre <i>chicklit</i> dan <i>teenlit</i>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni studi literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumtif terdapat dalam novel yang dikaji. Novel <i>Cewek Matre</i> menceritakan gaya hidup yang mewah dengan membeli barang-barang yang mahal. Dalam novel <i>Cintapuccino</i> diceritakan bahwa gaya hidup mewah dengan makan di berbagai restoran ternama. Pada novel <i>Rahasia Bintang</i> perilaku konsumtif tercermin dari tokoh-tokoh yang kongkow di restoran ternama sedangkan pada novel <i>Suatu Sore</i>, perilaku konsumtif nampak pada tokoh-tokoh yang hobi belanja. Perilaku konsumtif juga mempengaruhi produksi suatu barang, dalam hal ini adalah karya sastra.</p>
Abstract	
<p>Keywords: Character of the nation, consumption; production; work of literature.</p>	<p><i>Consumptive behavior that is currently in accordance with the conditions of Indonesian society makes the loss of character of the Indonesian nation. Indonesian society is no longer able to control itself for a momentary silence. Consumption behavior is also reflected in the content of the story in a literary work, namely Gadis Matre by Alberthine Indah and Cintapuccino by Ica Rahmanti, Secret Star by Dyan Nuranindya and One Afternoon by Nurul Arifin. The purpose of this study is to analyze the production of consumption of chicklit and teenlit literary works. The method used in this research is the study of literature by looking for theoretical references that are relevant to the case or problem found. The results showed that consumption behavior is contained in the novel girl matre where the novel tells the luxurious lifestyle by buying expensive items. In the novel cintapuccino told that the luxurious lifestyle by eating in various famous restaurants, in the secret novel star's consumptive behavior is reflected in the characters who kongkow in famous restaurants, and in one afternoon, consumption behavior is seen in figures who like shopping. Consumption behavior also affects the production of an item, in this case a literary work.</i></p>
<p>Diterima/direview/publikasi</p>	<p>18 Januari 2022/ 12 Februari 2022/ 20 Maret 2022</p>
<p>Permalink/DOI</p>	<p>http://dx.doi.org/10.23887/jjpbs.v12i1.43454</p>
	<p><i>This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2022 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.</i></p>

PENDAHULUAN

Karya sastra merupakan dunia imajinasi yang memberikan makna tertentu kepada pembaca. Karya sastra mampu mengajak pembaca berimajinasi sesuai dengan konteks yang dibaca (Febrina



2019). Terdapat berbagai macam karya sastra, di antaranya yaitu novel dan cerpen. Cerpen adalah karangan pendek yang berbentuk prosa. Dalam cerpen dipisahkan sepele kehidupan tokoh, yang penuh pertikaian, peristiwa yang mengharukan atau menyenangkan, dan mengandung kesan yang tidak mudah dilupakan (Rejo 2018). Novel merupakan sarana komunikasi yang efektif dan dapat menjadi mediator yang menggambarkan pola hidup dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat (Mangera & Tjahjono 2021; Ate, Selfiana Trianti, Ndapa Lawa, 2022; Novia Astutik, Dadang Danugiri, & Dian Hartati, 2022). Pendapat lain mengemukakan novel adalah Sebuah cerita fiksi dalam bentuk prosa yang cukup panjang, yang tokoh-tokoh dan perilakunya merupakan cerminan kehidupan nyata pada masa sekarang ataupun pada masa lampau, dan yang digambarkan dalam satu plot yang cukup kompleks (Gunawan 2020). Novel merupakan medium yang efektif untuk meneropong sifat manusia dan masyarakat (Danesi dalam Ningsih, 2012; Chamsriana, 2019). Hal ini terkait dengan peran novel sebagai salah satu bentuk media massa, yaitu memotret suatu realitas dari sudut pandang tertentu. Realitas yang dipotret oleh media massa ini kemudian menjadi realitas kedua (*second-hand reality*) dan selanjutnya disebut sebagai representasi. Representasi yang disuguhkan media massa, termasuk penulis novel, dapat memengaruhi persepsi dan definisi masyarakat mengenai realitas sosial sesungguhnya (Mangera & Tjahjono 2021).

Novel yang dipilih dalam penelitian ini adalah novel bergenre *chicklit* dan *teenlit*. *Chicklit* merupakan sebuah karya atau buku yang ceritanya bernuansa modern dibumbui cerita percintaan, biasanya tokohnya adalah perempuan muda, lajang, eksekutif dan berpenampilan gaya (Prabaningrum, Sofia, & Swarinda 2019). *Chicklit* merupakan sejenis karya sastra yang ditujukan untuk wanita muda, lajang dan mandiri seperti slogan yang tercetak pada sampul depan luar. *Chicklit* yaitu “*being single and happy*” dan pada sampul depan dalam yakni target pembacanya dipaparkan sebagai para wanita muda yang cerdas, mandiri, berani, jujur pada diri sendiri. Selain itu, ditampilkan wanita kosmopolitan yang umumnya masih lajang, punya karier, dan bergelut dengan berbagai masalah kehidupan modern (Kasno 2016). *Teenlit* merupakan novel yang menceritakan kehidupan remaja perempuan (Chandri 2016). Cerita dalam novel bergenre *teenlit* seputar kisah percintaan fiksi yang dialami oleh remaja. Fiksi menjadi media yang efektif dalam gerakan perempuan, terutama dalam menyebarkan nilai-nilai yang diyakini oleh gerakan tersebut. Fiksi dapat mengubah kesadaran pembacanya mengenai diri mereka sendiri dan posisi mereka dalam masyarakat.

Novel *chicklit* yang dipilih oleh peneliti yakni novel berjudul *Cewek Matre* karya Alberthine Indah dan *Cintapuccino* karya Ica Rahmanti. Sedangkan novel *teenlit* yang dipilih yakni *Rahasia Bintang* karya Dyan Nuranindya dan *Suatu Sore* karya Nurul Arifin. Karya sastra tersebut memiliki kesamaan yakni adanya perilaku hidup konsumtif di dalam cerita. Perilaku merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lainnya, mengingat perilaku bergantung pada bentuk-bentuk kultural (Imanda 2012). Masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka. Selain itu, adanya pergeseran fungsi kecenderungan konsumsi pada era globalisasi juga memicu timbulnya perilaku konsumtif. Apabila sebelumnya orang merasa puas karena mengonsumsi suatu barang, kini mereka sudah merasa puas hanya dengan tindakan ‘membeli’ (Sutrisno 2012). Manusia seolah diberi kebebasan dalam memilih objek atau barang yang ingin dikonsumsinya, dan dengan demikian bermaksud untuk mempromosikan individualism. Karena hal tersebut, tanpa disadari, tatanan masyarakat yang semula mengacu pada modernitas, kini telah bertransformasi menjadi masyarakat postmodern.

Konsumsi yang dilakukan masyarakat modern hanya merupakan kegiatan yang berasal dari produksi. Semakin banyak tingkat konsumsi masyarakat, semakin tinggi pula nilai produksi suatu barang dan jasa (Lutfiah, Muhammad Basri, & Heni Kuswanti, 2022; Fikriyyah Ridhayani & Irni Rahmayani Johan, 2020). Hal tersebut sesuai dengan teori *modernism* yang dikemukakan oleh Littlejohn & Foss (2008) bahwa modernisme berpusat pada struktur dan fungsi sosial. Dorongan untuk membeli dan menggunakannya tidak sungguh-sungguh timbul dari dalam dirinya sendiri. Kebutuhan tersebut datang dari luar dirinya dan ia tidak mampu menguasai dirinya terhadap tekanan yang datang.



Perilaku konsumtif juga tidak baik bagi perkembangan karakter individu. Individu yang berperilaku konsumtif akan mudah untuk tergoda dengan barang-barang yang sebetulnya tidak penting dalam hidupnya, namun tetap dibeli karena keinginan yang tinggi. Oleh karena itu, perilaku konsumtif harus dikendalikan agar seseorang memiliki karakter yang baik. Untuk lebih lanjut mengetahui perilaku konsumtif dan produksinya serta implikasinya pada karakter individu, peneliti akan menganalisis empat judul karya sastra tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian studi literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Kajian literatur adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu maupun saat ini mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan (Creswell & John, 2010). Jenis data yang digunakan penulis dalam tulisan ini adalah data yang diperoleh dari studi literatur. Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu tulisan. Sumber-sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur mengenai karya sastra, literatur mengenai produksi dan konsumsi, serta dua novel *teenlit* dan dua novel *chicklit* yang berjudul *Cewek Matre* karya Alberthine Indah, *Cintapuccino* karya Ica Rahmanti, *Rahasia Bintang* karya Dyan Nuranindya dan *Suatu Sore* karya Nurul Arifin. Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusun dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian menunjukkan perilaku konsumtif terdapat dalam cerita novel *Cewek Matre*, di mana sang tokoh utama wanita bernama Lola sedang menghitung pengeluaran penghasilan kerjanya tiap bulan, yang salah satunya adalah pulsa *handphone*. Di satu sisi, Lola dan juga hampir seluruh orang yang memiliki *handphone* butuh akan ketersediaan pulsa untuk memenuhi kebutuhan komunikasi. Di sisi lain, Lola melakukannya karena ia tidak ingin orang lain menganggapnya tidak dapat melakukan panggilan telepon hanya karena tidak mampu membeli pulsa. Itulah mengapa setiap bulan, setelah menerima penghasilannya, ia selalu menyisihkan uang sejumlah dua ratus ribu untuk membeli pulsa. Dalam hal ini, pulsa memiliki nilai simbolik bagi Lola, bahwa agar diterima dalam kelompok sosialnya, agar dikenal sebagai orang yang menganggap komunikasi sebagai hal penting dan agar tidak dianggap sebagai orang yang tidak mampu, ia harus memiliki pulsa dengan jumlah yang cukup. Hal ini dibuktikan dengan kutipan “Pada hari pertama menerima gaji, saya harus isi pulsa *handphone*, kalau nggak mau dibilang orang gagu, alias nggak bisa menelepon. Yah, pulsa dua ratus ribuan.” (Endah, 2012).

Masih dalam novel yang sama, gaya hidup konsumtif juga diwacanakan dapat membuat pelakunya memiliki sifat impulsif. Hal ini sesuai dengan konsep gaya hidup konsumtif pada era postmodern yakni tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Maka, dapat dikatakan bahwa ketika membeli dan menggunakan suatu barang, pelaku gaya hidup konsumtif tidak mempertimbangkan perilakunya pada pertimbangan yang rasional. Hal ini selaras dengan isi dari cerita *Cewek Matre* di mana ketika itu, Lola pergi ke suatu *mall* karena diajak oleh salah seorang temannya. Awalnya, Lola ingin menolak ajakan temannya itu dengan alasan jumlah tabungan di ATM yang makin menipis. Tidak disangka, teman Lola mengutarakan hal yang sama, bahwa jumlah tabungan di ATM-nya juga tinggal sedikit. Namun, teman Lola itu berhasil meyakinkan Lola bahwa suasana *mall* dapat membuat mereka berdua merasa lebih baik. Ditambah, saat itu merek favorit mereka, Mango, sedang mengadakan diskon. Hal ini dibuktikan dengan kutipan “Kami bukan hanya belanja tanktop. Tapi juga *turtleneck* berkualitas bagus. Saya juga beli sepatu dengan

detail tali di pergelangan kaki. Ini kan hari depresi sedunia. Apa sih dosanya pake kartu kredit di saat kepepet? Tekanan bayar tagihan, itu problem bulan depan.” (Endah, 2012).

Apabila tokoh tersebut memiliki pertimbangan yang rasional, maka ia tidak akan membeli baju atau barang apapun dengan jumlah tabungan yang sedang menipis. Kutipan percakapan tersebut juga menunjukkan hal lain, bahwa dalam melakukan gaya hidup konsumtif, pelaku cenderung mencari-cari alasan atau pembenaran-pembenaran atas apa yang dilakukannya. *Lola mengatas namakan 'hari depresi sedunia'* sebagai alasannya untuk berbelanja. Padahal, sebenarnya, ia tidak begitu membutuhkan barang-barang yang dibelinya tersebut. Parahnya, ia bahkan sebetulnya tidak memiliki jumlah uang yang cukup untuk itu semua. Namun, ia akhirnya memutuskan untuk membayarnya menggunakan kartu kredit, dan ia tidak peduli akan tagihan yang bisa saja membelitnya di bulan mendatang. Yang terpenting baginya saat itu ialah memuaskan hasratnya untuk berbelanja terlebih dahulu.

Konsumsi bukan sekadar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan atau konsumsi objek (Triyaningsih 2011). Konsumsi juga tampak dalam novel *Cintapuccino* dalam novel ini nampak ketika pilihan makanan yang dimakan oleh tokoh dalam novel ini adalah *junk food* dengan *KFC, Mc'Donalds, Pizza Hut, Pepsi, Wine, Dunkin Donuts, Coke*. Gaya hidup yang diceritakan dalam novel ini yakni gaya hidup yang tinggi dengan menggunakan telepon seluler yang berteknologi tinggi seperti *communicators*, selain itu memiliki kendaraan pribadi yakni mobil BMW seri 7. Lokasi-lokasi yang biasa dikunjungi oleh tokoh-tokoh dalam novel tersebut adalah *Mall, Caffe, Loby hotel, nite club*. Hal ini dilakukan untuk memenuhi hasrat konsumerisme mereka. Ketika tingkat konsumsi semakin tinggi, maka akan mempengaruhi produksi suatu barang yang diminta, dalam hal ini adalah makanan yang dipesan.

Konsumsi juga terdapat dalam novel *Rahasia Bintang*. Dalam novel ini, dikisahkan bahwa tokoh sering pergi ke *clubbing*. *Clubbing* disebut sebagai perilaku konsumsi karena tokoh tersebut membuang-buang uang demi kegiatan yang tidak perlu. Hal ini dapat dilihat dari kalimat Suara dentuman musik terdengar keras di dalam bar. kilatan lampu warna-warni turut meramaikan suasana. Suara tawa terdengar dari mana-mana. Data di atas menunjukkan bahwa beberapa tokoh dalam *Rahasia Bintang* tengah berkumpul dan bersenang-senang di bar. Kegiatan *clubbing* dilakukan beberapa tokoh *Rahasia Bintang* yang notabene masih anak SMA. Mereka gemar dengan pergaulan malam, mengkonsumsi minuman beralkohol, dan berpesta. Hal tersebut menunjukkan konformitas negatif yang dilakukan kelompok melalui tokoh Aji dan kawan-kawan.

Tokoh-tokoh dalam *RB* yang digambarkan oleh pengarang melakukan aktivitas *clubbing* antara lain Aji, Darren, Junet, dan Udo. Mereka berempat adalah satu kelompok remaja yang digambarkan oleh pengarang selalu bersama-sama dalam setiap aktivitas, baik di sekolah maupun di luar sekolah. Hal tersebut didukung dengan data berikut. “Saat bel istirahat, seperti biasa Aji nongkrong bareng gengnya di kantin. Geng Aji punya meja khusus. Nggak satupun murid SMA Persada berani duduk di meja itu, kecuali mau cari gara-gara. Maklum, gengnya Aji isinya terkenal pentolan ribut semua”. Sikap konsumtif yang bisa dipaparkan dari cerita pendek Suatu Sore karya Nurul Arifin adalah perilaku belanja (*shopping*) dan perilaku kongkokongko (*hang-out*). Shopping menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi perempuan untuk menunjang penampilannya. Perilaku hang-out (pergaulan) juga akan menentukan status sosial yang disandangnya. Penampilan adalah modal untuk menjadi pusat perhatian. Pusat perhatian adalah bagian dari hedonism.

Perilaku belanja (*shopping*) Azha mendominasi pembicaraan perbelanjaan di dalam cerita ini. Apa yang dilakukan oleh Azha sudah menjadi suatu kebiasaan yang pada akhirnya dipahami oleh orang-orang di sekitarnya. Belanja yang sudah biasa dilakukannya. Sebagai sebuah kegemaran (hobi) dan kesenangan menjadikan Azha begitu mudah ditandai pada saat dia tidak ada di tempatnya. Ha ini dapat dilihat dari data berikut ini “Yang pertama muncul Azha, penulis dan presenter TV yang kondang

karena gayanya yang *cool* dan *smart*. Saking coolnya, dia suka dituduh lesbi. Hobby banget belanja, makanya suka kesasar ke Plaza Senayan kalau ada sale. Artinya orang susah menghubungi dia kalau dia lagi belanja, even produser TV-nya sendiri. Jadi anggap aja dia kesasar dan menghilang. Seperti biasa, dia muncul dengan kantong-kantong belanjaan”. (Arifin, 2003).

Hasil belanjaan Azha menandai selera imajinatif yang dimiliki oleh Azha. Hasil pengejaran (*hunting*) belanja Azha kali ini didominasi dengan kebutuhan pakaian dalam yang akan dipakai sebagai persiapan untuk bertemu dengan pasangannya. Meskipun demikian, bukan tidak mungkin keinginan untuk mendapatkan kesenangan (*pleasure*) dalam berbelanja akan menghasilkan belanjaan yang beragam dan pastinya mahal. Jenis belanjaan Azha bermacam-macam. Ternyata masih banyak belanjaan lain yang dibelinya. Azha tidak peduli kalau barang belanjaan yang diincarnya tersebut adalah barang discount, malah dia menunggu adanya discount tersebut. Yang penting adalah dia mendapatkan komoditas yang diinginkannya hal ini dapat dilihat dari kutipan berikut ini. “Azha kembali mengaduk belanjanya. Ia meraih sebuah blouse putih yang sudah lama diidamkannya. Azha membentangkannya dengan penuh semangat. Meski sudah lama menginginkannya, Azha sangat sabar, ia sengaja mengunggu sampai ada diskon. Lumayan, menahan diri sementara tapi untung dua kali lipat, discount-nya 50%. Azha bergoyang-goyang senang. Dan sepatu, dia membuka kantong sepatu tumit tinggi bertali-tali yang tadi sempat jadi rebutan sama cewek lain yang juga tertarik dengan sepatu yang sama. Sama-sama tangan mereka terulur untuk mengambil sepatu itu, tapi dengan memanfaatkan wajah kondangnya, Azha tersenyum, “Saya duluan Mbak, sori.” (Arifin, 2003).

Dalam karya sastra ini perilaku konsumtif nampak dalam hal tokoh-tokoh yang melakukan *kongkow*. Di dalam cerita ini, para perempuan muda dan mapan membentuk sebuah kelompok yang diberi nama BITCH. Dari namanya saja sudah menunjukkan satu identitas yang terkesan garang. Bitch bermakna jalang, dan dari keseluruhan cerita para anggota kelompok BITCH ini bisa dikatakan mewakili makna yang disandangnya. Selanjutnya, tempat berkumpul kelompok ini sebagai kelompok perempuan muda, mapan, dan bebas bukanlah tempat yang seadanya. Untuk menunjukkan keberadaan identitasnya, tempat untuk kongko-kongko yang mereka pilih tentunya juga harus mentereng dan bergengsi. Starbuck menjadi pilihan yang mewakili status mereka. Artinya, pada saat itu *Starbuck* menjadi satu di antara sedikit tempat kongkongnya mereka yang berkantong tebal.

Hal ini tentu saja sudah sangat berbeda dengan era sekarang. Pada saat ini, *Starbuck* menjadi tempat kongko yang tetap elite, meskipun bukan menjadi sedemikian eksklusif seperti dulu. Hal ini dapat dilihat dari data “*Starbuck*, Sabtu sore. Ini hari berkumpul BITCH girl, katanya sih kepanjangan dari *beautiful, intelligent, talented, charming and 'hot'*. (Arifin, 2003:38). Sebagai sebuah identitas kelas elite, *Starbuck* dipilih karena memiliki fasilitas yang dibutuhkan oleh mereka yang membutuhkan kenyamanan dan kesenangan (*pleasure*). Para hedonis tidak akan asal memilih tempat kongko tanpa mempertimbangkan gengsi dan kehormatannya. Hedonis berharap menjadi pusat perhatian bagi siapa saja yang ada di sekitarnya. Pelayan yang menyambut kedatangannya sudah hapal, segera membantu dan mengarahkannya ke sebuah pojok yang menjadi tempat favorit BITCH girl ngerumpi. Dia mengambil posisi di sudut luar yang tentu saja strategis untuk memperhatikan orang-orang yang lalu lalang di situ. “Pelayan menyodorkan menu list, namun tanpa membacanya lagi Azha langsung memesan minuman favoritnya, *coffe latte*”. (Arifin, 2003). Ketersediaan menu yang menjadi pilihan sekali pun juga bukanlah pilihan kelas rendah. Pada saat itu *caffee latte* terasa begitu prestisius. Hanya kalangan tertentu saja yang memiliki pilihan menu minuman seperti ini. dan, Azha memilihnya sebagai menu favorit setiap kali dia datang ke sana. Hal tersebut sesuai dengan isi yang terdapat dalam karya sastra.

Berdasarkan faktor eksternal, karya sastra tersebut sudah diproduksi lebih dari 4 kali cetakan. Novel dan cerpen tersebut banyak diminati oleh pembaca karena cerita dalam novel dan cerpen tersebut dekat dengan kehidupan sehari-hari saat ini. Adanya jumlah peminat yang

banyak, maka karya sastra tersebut juga semakin banyak di produksi. Membeli sebuah buku karya sastra bagi sebagian orang dianggap sebagai perilaku konsumtif karena bagi sebagian orang, buku-buku tersebut tidak terlalu penting dan hanya sebagai rasa puas bagi diri sendiri.

Temuan di atas mengkonfirmasi teori bahwa gaya hidup konsumtif erat kaitannya dengan kegiatan konsumsi yang dilakukan manusia. Pada dasarnya, konsumsi memang merupakan aktivitas yang tidak terelakkan. Meski begitu, ada beberapa perkembangan yang tetap harus diwaspadai. konsumsi dapat dimaknai sebagai proses eksternalisasi atau internalisasi diri melalui objek-objek sebagai mediana. Dari situlah terjadi proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-objek dan memberikan pengakuan nilai-nilai tersebut. Pelaku gaya hidup konsumtif yang berkembang dalam era postmodernsaat ini merupakan masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi (Ainiyah 2013).

Konsumsi dapat dimaknai sebagai proses eksternalisasi atau internalisasi diri melalui objek-objek sebagai mediana, bila dicontohkan dari novel-novel yang sudah dipaparkan di atas, bahwa perilaku konsumtif dapat dilihat dari gaya kongkow yang dilakukan di tempat-tempat ternama, restoran mahal, dan juga banyak membeli barang-barang yang tidak terlalu penting dengan harga yang mahal (Nelvi Mitra, Syahniar Syahniar, & Alizamar Alizamar, 2019). Dari situlah terjadi proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-objek dan memberikan pengakuan nilai-nilai tersebut. Masyarakat Indonesia pun juga tidak luput dari adanya perubahan tatanan tersebut. Dalam hal konsumsi. Indonesia dapat diibaratkan sebagai suatu pusat perbelanjaan raksasa, yang di dalamnya ditawarkan berbagai barang dan hampir semuanya terserap oleh pasar. Hal ini juga dibarengi dengan kecenderungan konsumen Indonesia yang lebih mengutamakan membeli barang karena nilai simbol atau lambang daripada sisi kegunaannya.

Tidak dapat dipungkiri, kini manusia hidup dalam periode objek-objek. Mereka tidak lagi bertindak sebagai 'subjek' yang mengontrol 'objek', melainkan dikontrol oleh 'objek-objek'. Manusia kini hidup dalam sebuah kegairahan konsumsi yang disebut sebagai 'logika hawa "nafsu"'. Hal ini dapat dibuktikan dengan perilaku tokoh-tokoh dalam novel yang Kita menginginkan objek-objek bukan disebabkan oleh 'ketidakcukupan alamiah' yang ada dalam diri kita, melainkan 'ketidakcukupan' yang kita produksi dan reproduksi sendiri. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif membuat hilangnya karakter bangsa Indonesia. Masyarakat mulai tidak bisa mengendalikan diri untuk memenuhi kesenangan diri. Temuan di atas juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khoiriyah 2020) yang menyampaikan bahwa perilaku konsumtif juga terdapat dalam novel Antologi Rasa karya Ika Nattasa, dimana tokoh-tokoh tersebut hidup di tengah kota metropolitan yang hidup konsumtif hingga pada akhirnya terjerat masalah yang menumpuk. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tania (2021), Nur Azlin, Husni Syahrudin, & Heni Kuswanti (2022) yang menyatakan bahwa objek yang sering dikonsumsi remaja adalah barang, jasa, dan kegiatan. Objek yang dikonsumsi oleh remaja tidak hanya memiliki nilai guna tetapi memiliki nilai tanda. Dari pembahasan ini, diketahui bahwa perilaku konsumtif yang sudah dipaparkan dalam novel-novel di atas merupakan contoh perilaku konsumtif yang sering dilakukan oleh individu-individu pada umumnya. Meskipun demikian, pengarang mengingatkan kepada pembaca untuk tetap berhati-hati dalam berperilaku konsumtif.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang digunakan untuk menyenangkan diri yang hanya sesaat. Semakin tinggi tingkat konsumsi suatu individu, maka produksi suatu barang pun juga akan meningkat. Konsumsi yang berlebihan dapat mempengaruhi karakter bangsa yang sudah terbentuk, dengan adanya perilaku konsumtif, karakter bangsa yang baik dan sudah terbentuk lama kelamaan akan pudar karena individu tidak dapat mengendalikan dirinya untuk tidak menuruti kepuasaannya. Perilaku konsumtif juga digambarkan dalam cerita novel *Cewek Matre* di mana perilaku konsumtif digambarkan ketika para tokoh yang hidup serba dalam kemewahan dengan barang-barang yang mahal. Dalam novel *Cintapuccino* perilaku konsumtif ditunjukkan dengan tokoh-tokoh yang pada kongkow



di restoran *elite*. Dalam novel *Suatu Sore* dikisahkan perilaku konsumtif tercermin dalam tokoh cerita yang hobinya adalah belanja, dengan belanja maka produksi akan barang-barang yang laku akan semakin meningkat. Dalam novel *Rahasia Bintang*, dikisahkan perilaku konsumtif nampak dalam gaya hidup mewah dengan makan di restoran ternama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, F. (2013). Fetisisme Komoditas: Pemujaan Status Simbol dalam *Gaya Hidup* Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar*, 2(1), 78-98.
- Arifin, N. (2003). *Suatu Sore* dalam *Cosmo's Short Stories: Kumpulan Cerita Pendek Pilihan Cosmopolitan*. Jakarta: Cosmopolitan.
- Ate C. P., Selfiana T., & Ndapa L. 2022. Analisis Unsur Instrinsik Novel *Ayah Karya* Andrea Hirata. *Hinef, Jurnal Rumpul Ilmu Pendidikan*, 1(1), 34-41.
- Chamsriana, C. (2019). Sikap Apresiasi Kreatif Siswa dalam Mempelajari Karya Sastra untuk Meningkatkan Respons Kejiwaan Siswa terhadap Karya Sastra pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas IVA SDN 144 Pekanbaru. *Tunjuk Ajar: Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 2(2), 192-200. <http://dx.doi.org/10.31258/jta.v2i2.192-200>
- Chandri K., & Meryana. (2016). Tema dan Pesan dalam Fungsi Media pada Novel *Laskar Pelangi* Karya Andrea Hirata Analisis Wacana Pragmatik. *SAP: Susunan Artikel Pendidikan* 1(2):186-95. doi: 10.30998/sap.v1i2.1025.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ekowarni, E. (2010). Pengembangan Nilai-nilai Luhur Budi Pekerti sebagai Karakter Bangsa. *Cakrawala Pendidikan* 3(1). 79-92
- Endah, A. (2012). *Cewek Matre*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Febrina, L. (2019). Gaya Kepenyairan Taufik Ismail Dalam Sajak *Malu (Aku) Jadi Orang Indonesia*. *Jurnal Sastra Indonesia* 8(3):197-202.
- Fikriyyah R. & Irni R. J. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5 (1), 29-45.
- Ghufron, A. (2010). Integrasi Nilai-Nilai Karakter Bangsa Pada Kegiatan Pembelajaran. *Jurnal Cakrawala Pendidikan* 1(3):13-24. doi: 10.21831/cp.v1i3.230.
- Gunawan, H. I. (2020). Nilai Religius dalam Novel *Hafalan Shalat Delisa* Karya Tere Liye dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Apresiasi Sastra di Sekolah Menengah Atas: Kajian Struktural Genetik dan Analisis Isi. *Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis* 5(1):10-20.
- Hasanuddin, K., J., Mahatrisni, P. I., Winasis, N. T. & Satrio, B. (2011) *Anxieties/Desires: 90 Insights for Marketing to Youth, Women, Netizen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imanda, B. C. (2012). Wacana Gaya Hidup Konsumtif dalam Novel *Bergenre Chicklit* di Indonesia. *Экономика Региона* 10(9):32.
- Inayatul K. 2020. Gaya Hidup Hedonis Tokoh-Tokoh dalam Novel *Antologi Rasa* Karya Ika Natassa: Kajian Sosiologi Sastra. *Jurnal Sastra Indonesia* 7(3):155-64.
- Intan, T. (2021). Budaya Konsumen dan Remaja Perempuan dalam Kumpulan Cerpen *Satu Hari Berani* Karya Sitta Karina. *Jurnal Sastra Indonesia*, 10(1), 23-30.
- Kasno. (2016). Chick Lit dalam Dunia Sastra Indonesia. *Jurnal Pujangga*, 2(1):121-69.
- Khoiriyah, I. (2020). Gaya Hidup Hedonis Tokoh-Tokoh dalam Novel *Antologi Rasa* Karya Ika Natassa. *Jurnal Sastra Indonesia*, 9(1), 38-45.
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication*. Amerika Serikat: Thomson Wadsworth.
- Lutfiah, M.B., & Heni K. 2022. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Katulistiwa*, 11(3), 1-10. DOI: <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mangera, E., & Tensoe T. (2021). Bentuk Simulasi dan Nilai Konsumtif dalam Novel *Simulation Form*



- and Consumptive Value in a Novel. Sawerigading*, 27(1), 31-43.
- Nelvi M., Syahnar S., Alizamar. (2019). Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3(2), 120-124.
- Ningsih, E. P. (2013). Wacana Identitas Betawi dalam Novel *Kronik Betawi* Karya Ratih Kumala. *Jurnal Universitas Airlangga*, 2(1).61-70.
- Novia A., Dadang D., & Dian H. (2022). Analisis Gaya Bahasa pada Novel Jalan Pasti Berujung Karya Benyaris Adonia Pardosi dan Pemanfaatannya Sebagai Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) di SMA. *Tunjuk Ajar: Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 5(1), 78-86. <http://dx.doi.org/10.31258/jta.v5i1.78-86>
- Nur A., Husni S., & Heni K. 2022. Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Katulistiwa*, 11(3), 1-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53285>
- Nurist, S. (2010). Posmodernisme dan Budaya Konsumen. *Jurnal Universitas Diponegoro*, 2(1),13-22.
- Prabaningrum, D., N. Khasanah S., & Swarinda T. (2019). Budaya Konsumen dan Remaja Perempuan dalam Kumpulan Cerpen *Satu Hari Berani* Karya Sitta Karina. *Jurnal Sastra Indonesia* 8(1):1–5. doi: 10.15294/jsi.v10i1.40395.
- Rejo U. (2018). Kajian Teori Karakter. *Journal of Physical Therapy Science* 9(1):1–11.
- Rezamonda, J. (2013). Masyarakat Kian Konsumtif. *Jurnal Universitas Airlangga*, 3(1), 76-88.
- Semi, M. A.. (2012). *Metode Penelitian Sastra*. Bandung: Angkasa.
- Sutrisno, T. E. (2012). *Salah Kaprah Konsumtivisme*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Triyaningsih, S. L. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Kosumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), 172-177.
- Widodo. (2019). Konsep Ikhlas dalam Novel *Hafalan Shalat Delisa* Karya Tereliye. *Jurnal Pedagogy* 12(1), 6-19.