JAWABAN TUGAS 3

Rhiza S. Sadjad
NIM 045276176

Fakultas : FHISIP/Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kode>Nama MK : **SOSI4206.8/Teori Sosiologi Modern 8**
Tugas : 3

Pertanyaan 1/2:

Artikel dari sumber: <https://cantik.tempo.co/read/1091166/generasi-milenial-boros-beli-barang-mewah-untuk-pamer-benarkah>

Berdasarkan artikel tersebut, kerjakan soal berikut.

- Analisislah menggunakan teori postmodernisme.
- Menurut pendapat Anda, mengapa milenial cenderung mengutamakan simbol? Apa tujuannya?

Jawaban 1/2:

Terkait dengan post-modernisme dibahas dalam referensi [1], **Modul 11**, hal. **11.3 – 11.49**. Secara umum dapat dikatakan bahwa post-modernisme merupakan pandangan kritis terhadap paham modernisme yang dirintis oleh filsuf kelahiran Perancis **Rene Descartes [1596 – 1650]** dari abad pertengahan yang disebut sebagai bapak modernisme. Artikel yang dikutip dari majalah TEMPO *on-line* di atas menggambarkan fenomena konsumerisme barang mewah sebagai simbol status dari generasi milleneal. Berikut ini analisis terhadap fenomena itu, dengan menggunakan pandangan post-modernisme:

- Post-modernisme menawarkan pandangan kritis terhadap konsumerisme yang melanda generasi mileneal, terutama perbelanjaan pada barang-barang mewah hanya untuk simbol status, sehingga pencitraan dan penampilan sepertinya lebih dipentingkan daripada substansi dan kegunaan. Beberapa pandangan post-modernis yang mengkritik konsumerisme atas barang-barang mewah sebagai simbol status, antara lain, misalnya (referensi [2]):
 - *Simulacra dan Hiper-realitas*. Pemikir post-modernis seperti **Jean Baudrillard [1929 – 2007]** mengatakan bahwa konsumerisme mengaburkan batas antara kenyataan dengan penampilan. Kaburnya batas antara kenyataan dan penampilan ini membentuk suatu dunia simulasi (*simulacra*) dan hiper-realitas, yaitu ketika manusia kehilangan kemampuan untuk membedakan mana yang *real* (nyata) dan mana yang *imaginary* (khayalan). Kemewahan menjadi sekedar simbol, kehilangan makna dan substansi asalnya, hanya ada sebagai pertanda status (sosial) dan identitas (semu, *virtual*), daripada obyek yang fungsional.
 - *Nilai Simbolik vs Nilai Guna*. Konsumerisme atas kemewahan menjadikan nilai simboliknya lebih penting daripada nilai gunanya. Merk, citra dan status yang di-

persepsi oleh masyarakat menyebabkan nilai simbolik suatu kemewahan dianggap lebih penting daripada nilai guna yang sebenarnya. Dalam hal ini media (massa, khususnya media sosial) melalui tayangan iklan, berperan penting dalam menggeser tatanan nilai dari yang semula berbasis kegunaan, menjadi berbasis keinginan dan identitas.

- *Identitas dan Stratifikasi Sosial.* Konsumerisme atas kemewahan merupakan cara membangun identitas seseorang sehingga bisa diterima dalam kelompok atau kelas sosialita tertentu. Atau menjadi upaya untuk “tampil beda” dengan yang lain. Hal ini pada jangka panjangnya akan mempertajam stratifikasi sosial dan memperlebar kesenjangan (ekonomi) dari kelompok-kelompok dalam masyarakat.
- *Otentisitas.* Konsumerisme atas kemewahan seringkali diiringi oleh gaya hidup yang artifisial (dibuat-buat, tidak *natural*). Kemewahan itu sendiri menjadi komoditas, yang diperjual-belikan hanya sekedar untuk pencitraan, sehingga kehilangan nilai-nilai (kegunaan) aslinya yang otentik.
- *Ironi dan Parodi.* Maraknya berbagai kontradiksi dan paradoks dalam kehidupan yang dipenuhi oleh konsumerisme atas kemewahan, menimbulkan ironi dan parodi (*dagelan*, kelucuan) di masyarakat, yang umumnya muncul dalam berbagai tulisan yang dibuat oleh para pengamat sosial, dan “diviralkan” melalui media sosial.
- *Fragmentasi dan Ketidak-stabilan Identitas.* Berbeda dengan modernisme yang selalu berupaya mencari kestabilan dan keterpaduan (*coherence*) identitas, konsumerisme atas kemewahan mengakibatkan terpecah-belahnya (*fragmentation*) identitas, yang diterima oleh post-modernisme sebagai proses konstruksi dan dekonstruksi yang terjadi secara berkesinambungan, tergantung pada pilihan-pilihan konsumen dan simbol status yang diperolehnya dari pilihan-pilihan itu.
- Generasi milleneal mengutamakan meng-konsumsi barang-barang mewah sebagai simbol status daripada untuk menanam investasi jangka-panjang atau menyimpan *asset* – sebagaimana disebutkan dalam artikel di atas – pertama-tama karena harga investasi dan *asset* tersebut terlalu mahal untuk mereka, tidak terjangkau dengan penghasilan mereka. Dikutip dari artikel di atas: “Menurut **Karl Elliott**, *customer strategy* di *OneFamily*, tekanan keuangan membuat para pekerja muda untuk lebih suka memamerkan barang mewah kepada teman dan saudara daripada membeli aset berjangka panjang”. Padahal mereka ingin tetap (terlihat) *exist*. Jadi daripada menanamkan investasi jangka panjang dengan membeli *property* – seperti rumah-tinggal permanen – yang harus dicicil selama puluhan tahun, tentu lebih baik meng-konsumsi kemewahan yang bisa langsung diperlihatkan dan dipamerkan pada publik melalui media-sosial, secara *instant* dapat meraih citra dan status sosial. Seperti baru-baru ini, ada seorang artis yang bersuamikan ASN, sering menampilkan dirinya di

media sosial memiliki berbagai barang mewah, termasuk mobil-mobil super-mewah, bahkan pesawat jet pribadi, ternyata ujung-ujungnya sang suami dicokok oleh KPK. Contoh lain, yang sebaliknya, ada seorang teman dari generasi “*baby boomer*”, harus menunggu lebih dari 30 tahun penuh dengan kerja-keras, sampai akhirnya bisa memiliki rumah mewah idaman di kawasan *elite*, yang pernah dilihatnya ketika lewat di depannya, 30 tahun lalu dan langsung jatuh-cinta. Budaya *instant*, yang selalu ingin mendapatkan sesuatu seketika itu juga, juga berkontribusi pada maraknya konsumerisme atas kemewahan dari generasi milleneal. Jadi tujuan utama dari konsumerisme atas kemewahan adalah upaya memenuhi keinginan untuk *exist* seketika dengan simbol status dari kalangan tertentu, mendorong generasi milleneal untuk mengutamakan simbol kemewahan daripada substansi dan nilai guna kemewahan tersebut.

•

Pertanyaan 2/2:

Di pedesaan masih ada pemikiran bahwa perempuan tidak perlu sekolah tinggi-tinggi karena ujung-ujungnya tetap akan menjadi ibu rumah tangga yang disibukkan dengan urusan kerumahtanggaan. Berdasarkan uraian tersebut, setujukah Anda dengan hal tersebut? Analisislah menggunakan salah satu teori feminisme. Kemudian, jelaskan dasar alamiah dari penindasan perempuan.

Jawaban 2/2:

Saya tidak setuju dengan pendapat bahwa urusan rumah-tangga (domestik) tidak memerlukan pendidikan tinggi. Saya yakin bahwa rumah-tangga yang diurus oleh ibu (atau bapak) rumah-tangga yang berpendidikan tinggi akan lebih baik kualitasnya dan akan melahirkan anak-anak yang lebih cerdas daripada rumah-tangga yang diurus oleh ibu (atau bapak) rumah-tangga yang berpendidikan rendah. Oleh sebab itu, baik anak laki-laki mau pun perempuan, calon-calon bapak dan ibu rumah-tangga, sama-sama memerlukan pendidikan yang setinggi-tingginya, agar bangsa ini ke depan menjadi bangsa yang cerdas, sesuai amanah konstitusi agar negara menyelenggarakan pendidikan dengan tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa. Keluarga-lah dalam suatu rumah-tangga, yang akan melahirkan generasi penerus. Oleh karena itu urusan rumah-tangga seyogyanya diurus oleh orang-tua, bapak dan ibu, laki-laki dan perempuan yang sama-sama berpendidikan tinggi, supaya dilahirkan anak-anak, generasi penerus bangsa yang cerdas dan ber-karakter.

Ada bermacam-macam aliran feminisme, misalnya: feminisme liberal, feminisme radikal, feminisme sosialis-Marxis, feminisme interseksional, feminisme budaya, eko-feminisme, dan lain-lain, yang masing-masing mempunyai teori tersendiri yang berbeda-beda terkait peranan domestik dari perempuan. Benang merahnya semua teori feminisme menganggap peranan domestik perempuan telah membatasi kebebasan dan potensi perempuan dalam pendidikan dan pekerjaan.

Semua paham feminisme menuntut agar peran domestik perempuan lebih dihargai, lebih berbagi seimbang dengan laki-laki, dan di-evaluasi kembali, sehingga tercapai kesetaraan gender dan keadilan sosial serta persamaan hak bagi perempuan dan laki-laki.

Faham feminisme budaya (*cultural feminism*), misalnya, beranggapan bahwa peran tradisional perempuan, khususnya peran domestik ke-rumah-tangga-an adalah kekuatan, bukan kelemahan dari perempuan. Jadi peran ini justru harus dijunjung tinggi dan dihargai, bukan direndahkan, apalagi dijadikan alat untuk penindasan pada kaum perempuan. Perjuangan para feminis budaya adalah mengupayakan untuk mengangkat derajat dari peran tradisional perempuan, termasuk urusan rumah-tangga, agar disetarakan dengan pekerjaan yang sama pada umumnya, misalnya mendidik dan mengasuh anak-anak setara dengan pekerjaan profesional guru, membersihkan rumah setara dengan profesi *cleaning service*, memasak dan menyediakan makanan setara dengan pekerjaan profesional *chef*, dan seterusnya. Semua pekerjaan rumah-tangga, apakah dikerjakan oleh perempuan atau pun oleh laki-laki, harusnya dihargai secara profesional dan dihitung jam-kerja-nya serta diberikan imbalan minimal sesuai UMR yang berlaku di wilayah tempat tinggalnya.

Perbedaan biologis (seksual, fisik) antara perempuan dan laki-laki menjadi dasar alamiah dari diskriminasi dan (dilanjutkan dengan) penindasan terhadap perempuan. Karena perempuan umumnya (di-persepsi) lebih lemah secara fisik daripada laki-laki, dan lebih emosional secara psikis daripada laki-laki, maka walau pun kenyataannya perempuan lebih lama *life-expectancy*-nya daripada laki-laki, tetap saja ada anggapan umum bahwa perempuan layak di-diskriminasi dan menjadi korban pelecehan dan penindasan. Walau pun demikian, semua aliran paham feminisme bersepakat bahwa diskriminasi dan penindasan pada perempuan bukanlah karena perbedaan biologis atas dasar alamiah, melainkan berakar pada konstruksi sosial, dinamika kekuasaan dan sistem patriarkhal dalam masyarakat pada umumnya. Oleh sebab itu, semua aktivis feminisme tidak mempersoalkan dasar-dasar alamiah dari perbedaan antara perempuan dan laki-laki. Mereka memperjuangkan kesetaraan gender melawan diskriminasi dan penindasan atas perempuan dengan membongkar berbagai dasar fundamental dari sistem sosial yang berlaku di masyarakat, yang menyebabkan diskriminasi dan penindasan itu terjadi.

REFERENSI

- [1] **Wagiyo, et.al.**, “*Teori Sosiologi Modern*”, **Modul 1 – 12, SOSI4201**, Edisi 3, [Agustus 2023], Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta
- [2] **ChatGPT**, Aplikasi Chatting berbasis AI, dalam Sistem Operasi Android.