

KONSUMTIVISME MASYARAKAT SATU DIMENSI DALAM OPTIK

HERBERT MARCUSE

Oleh: Andri Fransiskus Gultom
Universitas Gajah Mada
cv.futurica@gmail.com

Abstrak

Konsumtivisme telah menjadi ideologi baru. Ideologi tersebut secara aktif memberi makna tentang hidup melalui konsumsi material. Bahkan, konsumtivisme telah berhasil mendasari rasionalitas publik akan segala sesuatu harus selalu diukur dengan perhitungan material.

Tulisan ini berupaya untuk membongkar makna konsumtivisme yang ada pada pola hidup masyarakat hari ini, yang oleh Herbert Marcuse disebut dengan *masyarakat satu dimensi*. Sudut pandang yang digunakan adalah teori-kritis Herbert Marcuse mengenai masyarakat satu dimensi, sebagai koreksi dampak kebutuhan palsu dan perbudakan sukarela pada perilaku konsumtivisme masyarakat. Arah yang ingin dicapai tidak lain sebagai upaya untuk mengembalikan daya kritis masyarakat saat mengamati setiap tindakan-tindakan konsumtif dalam memenuhi prioritas kebutuhan. Karena sesungguhnya, perilaku konsumtif merupakan hasrat yang sengaja dicipta sebagian kecil kelompok manusia, yaitu para pemodal besar, guna mendapatkan keuntungan maksimal.

Kata Kunci: konsumtivisme, Herbert Marcuse, masyarakat satu dimensi.

Abstract

Consumtivism has become the new ideology. It gives the meaning of life through material consumption as the way. In fact, this ideology made out social rationality and affected for method of thinking or social action must be measured by material calculation. This paper discusses to dismantle the meaning of consumptivism in society, which Herbert Marcuse called as one dimensional men. It was analyzed by Herbert Marcuse's critical theory of one dimensional men as far as to correct the impact of false needs and voluntary slavery in the consumptivism behavior of society. The goal is to restore the critical thinking of society in observing consumptive actions, who try to fullfil their priority of necessity. Cause, in fact, consumtive behaviour is a desire deliberately created by some interest group, that is the big investors, in order to get maximum profit.

Keywords: *consumtivism, Herbert Marcuse, one dimensional men.*

PENDAHULUAN

Manusia membutuhkan kesenangan. Imbas dari kesenangan mengakibatkan konsumsi materi yang seolah tiada habisnya. Dari sini, prinsip kesenangan bertaut erat dengan konsumtivisme. Produk-produk pabrik para kapitalis menciptakan konsumtivisme. Manusia dikontrol oleh para kapitalis, dalam hal penciptaan lapangan kerja dan penawaran berbagai produk konsumtif. Paradigma konsumtivisme mengakibatkan masyarakat terkurung dalam satu dimensi.

Konsumtivisme pada masa sekarang telah menjadi ideologi baru kita. Ideologi tersebut secara aktif memberi makna tentang hidup melalui mengkonsumsi material. Bahkan, ideologi tersebut mendasari rasionalitas masyarakat sekarang. Imbasnya, segala sesuatu yang dipikirkan atau dilakukan diukur dengan perhitungan material. Ideologi tersebut jugalah yang membuat orang tiada lelah bekerja keras mengumpulkan modal untuk bisa melakukan konsumsi. Perilaku konsumtif ini yang perlu dikontrol agar tidak berlebihan.

Idealnya, masyarakat bisa menentukan secara mandiri kebutuhannya. Mereka bisa mencukupi kebutuhannya sesuai dengan daya finansial.

Kontrol terhadap kebutuhan-kebutuhan yang tidak penting mestinya menjadi prioritas masyarakat kontemporer dengan berusaha mengendalikan diri agar bisa menabung dan mencapai kebahagiaan dengan memenuhi kebutuhan dasarnya. Namun, *de facto*, Stearns menyatakan secara ringkas bahwa kita hidup dalam dunia yang sangat diwarnai konsumtivisme. Konsumtivisme, demikian tulis Stearns, menjadi sebetuk institusi yang menjamu para konsumennya untuk kemudian menciptakan kebutuhan-kebutuhan baru (2003: ix). Masyarakat tidak lagi mencukupi diri sesuai dengan kebutuhan dasarnya (sandang, pangan dan papan), tetapi mereka ingin memperoleh kebutuhan yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Kebutuhan tersebut dipicu oleh maraknya media yang menawarkan kemudahan, kesenangan, dan kenikmatan yang dibungkus oleh teknologi informasi. Manusia diarahkan oleh media supaya menjadi masyarakat konsumtif. Hal ini yang pernah dikhawatirkan oleh Jean Baudrillard dalam bukunya *Consumer Society* (1998). Dari sini, terjadinya masalah menyangkut konsumtivisme.

Konsumtivisme dikritik habis-habisan oleh para anggota mazhab

Frankfurt, salah satunya Herbert Marcuse. Marcuse mengatakan bahwa konsumtivisme tampil dengan tampang yang amat halus guna memikat masyarakat, lalu mengarahkannya pada pola pemikiran satu dimensi. Pada perspektif Teori Kritis Sekolah Frankfurt, khususnya Teori Kritis tulisan Herbert Marcuse tentang *masyarakat satu dimensi*, berupaya memahami dan menjelaskan mengapa konsumtivisme yang tiada habisnya masih juga berlangsung. Rakyat kecil menderita, sementara sebagian masyarakat lainnya sibuk memuaskan dirinya dengan kelimpahan materi dan fasilitas layanan yang memanjakan tubuhnya.

Manusia-manusia satu dimensi yang dimaksud Herbert Marcuse adalah masyarakat pasif dan reseptif, tidak kritis, dan tidak ada lagi yang menghendaki perubahan. Dalam masyarakat satu dimensi itu terjadi produksi materi yang melimpah. Maka untuk tetap mempertahankan keuntungan diciptakanlah jaringan ekonomi dengan manajemen yang rapi melalui manipulasi kebutuhan dan ekspansi ekonomis ke negara-negara yang sedang berkembang sehingga merebaklah kebutuhan-kebutuhan semua yang bersifat artifisial.

Paradigma kritis bertujuan menungkapkan kesadaran palsu, yang dinampakkan oleh dunia materi, yang dalam hal ini fenomena merebaknya konsumtivisme. Melalui metode refleksi-kritis, Teori Kritis bertujuan membantu membentuk suatu kesadaran sosial, berusaha menjelaskan kondisi-kondisi irrasional atau yang tidak sewajarnya terjadi di masyarakat, dan menjelaskan langkah-langkah praktis bagi para pelaku sosial agar dapat berperan sebagai agen perubahan sosial.

Tulisan ini berupaya menjawab pertanyaan tentang (1) Apa makna konsumtivisme? (2) Apa arti masyarakat satu dimensi? (3) Apa dampak kebutuhan palsu dan perbudakan sukarela? dan (4) Apa pandangan Herbert Marcuse tentang konsumtivisme?

KONSUMTIVISME

Dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia kontemporer (Salim, 1996), konsumerisme (*consumerism*) adalah (1) cara melindungi publik dengan memberitahukan kepada mereka tentang barang-barang yang berkualitas buruk, tidak aman dipakai dan sebagainya; (2) pemakaian barang dan jasa; (3) gerakan konsumen yang seca-

ra kritis mempertanyakan dampak-dampak aktivitas pasar bagi konsumen. Sedangkan, konsumtif: perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas. Konsumtif juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Dalam konteks ini, penjernihan istilah bahwa konsumerisme berbeda dengan konsumtivisme. Konsumerisme lebih pada upaya proteksi pada publik (konsumen). Konsumtivisme, dengan demikian, adalah suatu paham yang memprioritaskan keinginan untuk memiliki barang (dan jasa) daripada kebutuhan sehingga ada dimensi boros dalam paham ini.

Stearns mengungkapkan bahwa kita hidup dalam dunia yang sangat diwarnai konsumtivisme. Istilah konsumtivisme, menurut Stearns (2003: ix):

"... is best defined by seeing how it emerged, but obviously we need some preliminary sense of what we are talking about. It describes a society in which many people formulate their goals in life partly through acquiring goods that they clearly do not need for subsistence or for traditional display. They become enmeshed in the process of acquisition shopping and take some of their identity from a possession of new things that they buy and exhibit. In this society, a host of institutions

both encourage and serve consumerism. From eager shopkeepers trying to lure customers into buying more than they need to produce designer employed to put new twists on established models, to advertisers seeking to create new needs."

Konsumtivisme menjadi masalah tatkala dihadapkan dengan realitas masyarakat kritis seperti yang diimpikan para peneliti di Institut Penelitian Sosial yang juga dimengerti mazhab Frankfurt. Para anggota mazhab Frankfurt seperti Horkheimer, Adorno, Jurgen Habermas, dan juga Herbert Marcuse. Cara berpikir aliran Frankfurt dapat dikatakan sebagai teori kritik masyarakat atau *eine Kritische Theorie der Gessellschaft*. Maksud teori ini adalah membebaskan manusia dari manipulasi teknokrasi modern. Khas pula apabila teori ini terinspirasi oleh pemikiran dasar Karl Marx, meskipun tidak menutup kemungkinan bahwa inspirasi Teori Kritis banyak didialogkan dengan aliran-aliran besar filsafat, terutama sebagai bahan kajian dalam filsafat kontemporer.

RIWAYAT HIDUP HERBERT MARCUSE

Herbert Marcuse lahir pada tanggal 19 Juli 1898 di Berlin, Jerman. Marcuse adalah anak laki-laki dari

seorang pengusaha Yahudi. Ia tumbuh sebagaimana layaknya seorang Yahudi - Jerman. Ia kemudian masuk dalam dunia militer dan sebagai prajurit Jerman, Marcuse ikut ambil bagian dalam Perang Dunia Pertama. Setelah masa perang, ia masuk menjadi anggota Partai Sosial-Demokrat dari tahun 1917 sampai dengan tahun 1918, tetapi kemudian keluar setelah menuliskan peristiwa pembunuhan terhadap Liebknecht dan Rosa Luxemburg (keduanya termasuk kaum marxis radikal) dan sejak tahun 1919, Marcuse benar-benar meninggalkan partai politik praktis.

Marcuse kuliah dan belajar filsafat di Universitas Berlin dan Freiburg im Breisgau. Pada tahun 1923 ia meraih gelar doktor dengan disertasi bidang kesusastraan. Mulai tahun 1923-1928, ia bekerja dalam bidang penjualan dan penerbitan (Bertens, 1983: 197). Tahun 1929, Marcuse kembali ke Freiburg untuk melanjutkan studi pada Husserl dan Heidegger. Marcuse di bawah bimbingan Heidegger mempersiapkan *Habilitationschrift* mengenai *Hegels Ontologie un die Grundlegung einer Theorie der Geschichlichkeit* (Ontologi Hegel dan Pendasaran suatu Teori

tentang Historisitas). Husserl dan terutama Heidegger sangat mempengaruhi pemikiran dan pandangannya. Tetapi pada masa-masa akhir studi, hubungan Marcuse dengan Heidegger tidak begitu kental lagi, mungkin karena Heidegger melihat Marcuse terlalu kiri karena simpati terhadap Marxisme.

Tahun 1933, dengan rekomendasi Husserl, Marcuse diterima sebagai anggota *Institut für Sozialforschung* (Institut Penelitian Sosial), dan kemudian ditempatkan di Jenewa, Swiss, setelah naiknya kekuasaan Hitler yang disertai dengan intervensi ke hampir seluruh benua Eropa. Pada tahun 1934, Marcuse beremigrasi ke Amerika Serikat, mengikuti jejak para anggota institut yang lain. Di negara ini, Marcuse bekerja dalam bidang intelijen dan penelitian-penelitian ilmiah khususnya di *Coloumbia University* dan *Harvard University*.

Marcuse dikenal sebagai salah satu filsuf sosial yang cukup berpengaruh dalam sejarah filsafat Barat abad kedua puluh karena ia terlibat dalam penelitian teoritis dan praksis. Di masa akhir pensiunnya pun, Marcuse tetap menulis dan meneruskan perhatian terhadap kajian

teoritis. Akan tetapi, ia lebih condong pada bidang estetika. Marcuse meninggal pada tanggal 29 Juli 1979 ketika berkunjung ke *Max Planck Institute* (yang pada saat itu direktornya adalah Jurgen Habermas) di Stanberg, dekat Muenchen, Jerman (Bertens, 1983: 198).

Herbert Marcuse adalah tokoh mazhab Frankfurt yang mengkritik perkembangan masyarakat industri modern. Marcuse melihat bahwa masyarakat industri modern telah membawa berbagai permasalahan yang tidak mudah dipecahkan dan menjadi ancaman bagi kelangsungan hidup umat manusia di masa depan.

Mazhab Frankfurt adalah aliran filsafat kontemporer yang berdasarkan filsafat Marx, dan bahkan melampaui Marx dalam menghadapi masyarakat industri maju. Mereka lebih kreatif dan baru dalam menganalisis filsafat Marx (Munir, 2008: 67). Pada pertengahan abad ke-20, masyarakat Barat sibuk membangun ekonomi yang rusak akibat perang dunia. Teknologi modern dijadikan sebagai tumpuan harapan. Suasana seperti ini telah mendorong pertumbuhan kapitalisme (Munir, 2008: 75). Segala kehidupan diarahkan hanya pada satu tujuan,

yaitu peningkatan sistem kapitalisme. Oleh karena itu, masyarakat industri modern adalah masyarakat yang tidak sehat, berdimensi tunggal, represif (menindas, menekan), totaliter, dan mengurus segala-galanya.

MASYARAKAT SATU DIMENSI

Herbert Marcuse dengan satu buku fenomenal berjudul *One Dimensional Man: Studies in The Ideology of Advanced Industrial Society* merupakan karya yang paling sering diperbincangkan oleh kaum kiri di Eropa dan Amerika. Judul buku tersebut dapat dikatakan sebagai kesimpulan umum dari keseluruhan isinya. Melalui karya ini, Marcuse ingin mengatakan sekaligus mengkritik, bahwa masyarakat modern adalah manusia berdimensi satu. Mengacu pada konteks penulisannya, buku ini merupakan hasil dari studi Marcuse yang menganalisis secara kritis masyarakat industri modern seperti Amerika, Eropa, dan Uni Soviet.

Marcuse mengungkapkan, dewasa ini yang terjadi bukanlah manusia menindas manusia lainnya, golongan tertentu menindas golongan lainnya. Tak ada lagi orang atau golongan yang ditunjuk sebagai penindas. Melainkan, terdapat suatu sistem totaliter yang

menguasai semua orang, seluruh realitas alamiah, dan sosial. Tak ada orang yang dapat memengaruhi sistem anonim itu. Sistem yang tampak dalam segala bidang ini menonjolkan diri baik di negara-negara maju maupun di negara berkembang.

Satu dimensi masyarakat industri semakin jelas dengan perubahan peranan kaum buruh. Dahulu, Marx berfikir bahwa kemiskinan kaum buruh akan bertambah parah dan luas. Pada akhirnya kapitalisme akan ambruk. Dengan ini, lahirlah suatu masyarakat baru tanpa kelas. Harapan itu tak terpenuhi. Kaum buruh telah kehilangan semangat revolusionernya. Mereka sudah menjadi konsumen yang memiliki mobil, TV, dan berbagai fasilitas yang tak beda dengan kaum borjuis.

Manusia-manusia satu dimensi yang dimaksud Herbert Marcuse adalah masyarakat pasif dan reseptif, tidak kritis, dan tidak ada lagi yang menghendaki perubahan. Dalam masyarakat satu dimensi itu terjadi produksi materi yang melimpah. Maka untuk tetap mempertahankan keuntungan, diciptakanlah jaringan ekonomi dengan manajemen yang rapi melalui manipulasi kebutuhan dan ekspansi

ekonomis ke negara-negara yang sedang berkembang sehingga merebaklah kebutuhan-kebutuhan semu yang bersifat artifisial (Sudarminta, 1982: 124).

KEBUTUHAN PALSU

Apa artinya kebutuhan palsu? Kebutuhan palsu merupakan suatu keperluan yang dibebankan oleh aneka kepentingan sosial tertentu kepada semua individu dengan maksud menindas dan menggerogoti mereka (Marcuse, 1968: 4-5). Kebutuhan palsu tersebut tidak susah untuk dikenali, karena ia hadir dalam realitas nyata. Pernyataan ini juga disepakati oleh Saeng (2012: 257) tatkala ia menjelaskan bahwa sekarang ini terpampang jelas propaganda sistematis dan kontinu untuk semua kebutuhan palsu yang dijejalkan.

Propaganda kebutuhan palsu, demikian tulis Saeng, dilakukan lewat aneka macam promosi, pameran, dan iklan mengenai merek dagang, tempat wisata, pusat perbelanjaan, mode, apartemen, lokasi perumahan, ponsel, komputer, kendaraan bermotor dan peralatan rumah tangga hingga beragam jenis kursus (Saeng, 2012: 257). Kebutuhan palsu ditanamkan dalam kesadaran sehingga masyarakat kon-

temporer yang terjebak dalam ketidak-kritisian.

Para kapitalis menawarkan pada masyarakat industri maju produk-produk dalam logika keramahtamahan, kesenangan, dan kemewahan, guna melengkapi bangunan teknologi yang telah memperkuat perjalanan hidup. Bangunan tersebut seakan telah menjadi *invisible* (Smith, 2009: 30). Situasi yang tak tampak inilah yang dikembangkan di wilayah ekonomi, terutama upaya distribusi produk-produk dari produsen ke konsumen di seluruh negara (terutama negara berkembang). Dari sinilah, negara adidaya kaya produksi dan teknologi secara perlahan dan tampil menarik untuk mengontrol negara-negara (termasuk Indonesia) agar menjadi konsumen, tentunya dengan logika laba.

PERBUDAKAN SUKARELA

Marcuse mengkritik peradaban modern karena telah memperbudak eksistensi manusia. Kritik Marcuse tersebut termuat dalam bukunya *Eros and Civilization*. Perbudakan eksistensi manusia terjadi karena adanya prinsip kelimpahan. Prinsip kelimpahan telah menjadi bagian dan tujuan hidup manusia. Kelimpahan seolah-olah telah menjadi simbol harga diri. Prinsip kelimpahan memunculkan prinsip prestasi (*per-*

formance principle). Prinsip prestasi: pemeragaan bentuk-bentuk historis prinsip realitas yang dominan di zaman tertentu (Marcuse, 1970: 49). Artinya, yang dominan dalam dunia modern adalah dorongan konsumsi dan karir. Dorongan ini ditandai dengan munculnya kebudayaan sibuk untuk bekerja sekeras mungkin demi konsumsi (Supranto, 1994: 113).

Dominasi menjadi bentuk rasionalisasi yang tampak menonjol dalam kontrol kerja. Jangkauan dan cara pemuasan hidup masyarakat ditentukan oleh pekerjaan mereka. Mereka bekerja sebenarnya untuk suatu aparat produksi yang berada di luar kontrol diri mereka sendiri yaitu: mesin-mesin, buku-buku, mandor-mandor, manajer-manajer, dan alat-alat lain. Sebagaiuntutannya adalah manusia harus tunduk kepadanya jika ingin tetap hidup dan mendapatkan harga diri karena prinsip prestasi telah membudaya (Supranto, 1994: 114). Jika tidak mau bekerja dengan mentaati aparat produksi, manusia tidak memperoleh uang. Jika tidak ada uang, orang akan mati kelaparan atau hidup sebagai sampah masyarakat. Akibatnya, individu-individu dapat hidup hanya dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi yang telah ditetapkan oleh faktor luar yaitu perangkat produksi. Situasi ini menyebabkan manusia modern bekerja dalam situasi alienasi.

Para pekerja pabrik mengalami adanya jam lembur yang diterapkan perusahaan dengan tambahan gaji. Tambahan jam kerja semakin mengalienasi manusia, keletihan bekerja menjadi tak terasa dengan perolehan upah lembur. Jam kerja standar, misalnya sekitar 8 jam diupah dengan standar gaji UMR, lalu jam lembur selama 4 jam diberi upah sama dengan besaran saat bekerja selama 8 jam. Tambahan upah tersebut, di satu sisi berimbas pada peningkatan produksi, namun di sisi lainnya, peningkatan upah para pekerja akan menambah perilaku konsumtif. Tambahan jam kerja dinikmati karena ada tambahan penghasilan. Di sini berlaku hukum laba kerja sekaligus tercipta perbudakan sukarela.

Industri hiburan dan konsumsi barang menggunakan peluang kelebihan upah para pekerja dengan menawarkan hiburan di waktu luang karena mereka ingin melepaskan keletihan dan stress. Peluang tersebut dimanipulasi dengan iklan-iklan berupa hiburan musik, film, video, tv, jalan-jalan, dan sebagainya. Keterbuisan para pekerja menjadikan mereka menjadi budak kemewahan.

KONSUMTIVISME (DALAM) MASYARAKAT SATU DIMENSI

Dalam masyarakat kontemporer, cara menguasai dan mengisap yang dilakukan para kapitalis telah mengalami perubahan, dari penguasaan yang kejam ke pola yang ramah dan lembut. Untuk itu, logika yang digunakan untuk mengendalikan masyarakat dalam pola pikir satu dimensi ialah dengan menawarkan beragam produk seraya memberi perlakuan (bagi konsumen) bak pangeran dan putri ayu lewat senyum ramah (Saeng, 2012: 257). Maka, mereka (sebagai konsumen) hampir pasti segera menyerah dengan lapang dada. Marcuse berpendapat bahwa masyarakat konsumtif adalah prinsip kejahatan yang mereduksi individu pada sikap setuju tanpa protes, yang berakibat terputusnya kelas revolusioner (Oday, 2010: 54).

Dalam situasi ini, neo-imperialisme dan neokolonialisme kontemporer bekerja lewat kebutuhan palsu yang sengaja diciptakan untuk manipulasi keinginan masyarakat untuk terus mengonsumsi barang yang sebenarnya bukan kebutuhan primer. Mengapa? Karena hasrat yang telah dikendalikan oleh para pemilik modal lewat imperium citra. Bila dikomparasikan dengan pemikiran Jean Baudrillard, hasrat masyarakat dipengaruhi

oleh *simulacra*. Iklan terselip dalam *simulacra* yang membuat *image* dan pikiran baru. Situasi ini menyebabkan munculnya *hyperrealitas* (Baudrillard, 1998: 2).

Dalam diri manusia, menurut Marcuse, terdapat hasrat kekurangan (*Lebensnot*). Inilah yang terjadi dalam generasi kontemporer sekarang ini. Kebutuhan pokok tidak lagi cukup untuk memuaskan diri manusia, karena di situ ada hasrat. Dengan demikian, kebutuhan bertalian erat dengan hasrat untuk memuaskan. Sebagaimana Marcuse menuliskan,

“No matter how much such needs may have become the individual’s own, reproduced and fortified by the conditions of its existence; no matter how much he identifies himself with them and finds himself in their satisfaction, they continue to be what they were from the very beginning products of a society whose dominant interest demand repression” (Marcuse, 1991: 5)

Masyarakat sekarang semakin tidak mengidentifikasi diri mereka mengikuti pola-pola pengelompokan tradisional, namun cenderung mengikuti produk-produk konsumsi, pesan, dan makna yang tersampaikan. Oleh karena itu, Berkonsumsi dilihat sebagai upaya pernyataan diri, suatu cara untuk bertindak dalam dunia ini, cara

pengekspresian identitas seseorang. Konsumsi didorong oleh hasrat untuk menjadi sama dan sekaligus berbeda, menjadi serupa dengan A dan berbeda dari B.

Karena proses produksi dirasa mengalienasi, oleh karenanya kita mencari pemenuhan diri melalui konsumsi. Lebih lanjut bahwa identitas personal sekarang berfluktuasi dan tidak lagi sebegitunya terikat dengan tradisi-tradisi yang kaku. Konsumsi memberikan kesempatan bagi perkembangan nilai kedirian dan pemupukan identitas diri.

Praksis hidup keseharian dalam ranah konsumsi, masyarakat kerap dihadapkan dengan kemubaziran yang didayagunakan, *nothing* yang *something*-kan, irasionalitas yang dirasionalkan, kepalsuan yang dilembagakan, kekejaman dan ketamakan yang diformalkan, pemiskinan yang dinantikan, penindasan yang membahagikan. Marcuse meringkas semangat dan mentalitas dalam peradaban kapitalis kontemporer dengan istilah koeksistensi antagonis (Saeng, 2012: 260).

Praktek hidup konsumtif menjadi kritik Marcuse terhadap masyarakat industri maju. Kritik, oleh karena, Marcuse menegaskan bahwa di dalam-

nya dimensi negatif disingkirkan, namun juga diintegrasikan sedemikian rupa. Imbasnya, dimensi negatif malah mendukung sistem. Bagaimana hal yang berten-tangan tersebut bisa dilakukan? “Rahasia masyarakat maju,” demikian tulis Franz Magnis Suseno, “adalah suatu keberhasilan ganda: Ia menciptakan produktivitas luar biasa dan standar hidup yang semakin tinggi.” Maka, pertentangan kelas zaman dulu menghilang: “Kaum borjuis dan proletariat dipersatukan oleh kepentingan dan memperbaiki *status quo*. Kaum proletariat merasa maju dan karena itu, bersama dengan lawan lamanya, borjuasi, ikut bersama melestarikannya” (Suseno, 2013: 270-271).

Ringkasnya, oposisi tetap ada tetapi tidak lagi perlu ditindas, melainkan diberi ruang di mana mereka dapat dengan bebas menyuarakan kritik (Sindhunata, 1982: 10), dan justru masyarakat industri maju sudah memanipulasikan kebutuhan warganya. Hasil manipulasi itu adalah bahwa manusia sepertinya latah ingin membeli apa yang dilemparkan ke pasar. Misalnya, apabila ia tidak dapat membeli *hand phone* (hp) yang terbaru, ia spontan merasa kurang berharga (kurang

bermartabat). Sebaliknya, ia terus-menerus berada di bawah sugesti bahwa dengan membeli barang tertentu –mobil mewah, obat anti ketombe– ia seolah-olah bisa mengatasi masalah-masalah hidupnya.

Situasi masyarakat di Indonesia dalam kebijakan pembangunan nasional berorientasi pada pasar bebas. Imbasnya, produk-produk impor bertebaran sebagai konsumsi, misalnya *hp*, *laptop*, *ipad*, dan sebagainya. Produk-produk semacam ini menawarkan berbagai fasilitas, gawai (*gadget*) yang multifungsi. Kemudahan yang membuat pema-kainya merasa nyaman, dan beragam produk yang tadinya adalah kebutuhan yang kurang penting menjadi kebutuhan primer. Situasi ini menjadikan adanya situasi kurang kritis dan mengurung masyarakat dalam kurungan satu dimensi. Satu dimensi oleh karena kehidupan beserta kebutuhannya dicukupi lewat beragam perangkat teknologi.

Produk teknologi, dalam situasi ini, perlu dicermati karena ambivalen, di satu sisi dibutuhkan dan memang perlu. Di sisi lain, produk tersebut menjadi semacam idola, *gaya hidup*, dan bahkan manusia itu sendiri. Situasi ambivalen ini memang tidak

terhindarkan. Namun, di sinilah kritisme Marcuse perlu mendapat makna, agar keluar dari kungkungan satu dimensi menjadi multi dimensi.

Dalam kebijakan pemerintah, ide-ide filosofi-kritis Marcuse terlihat dari gerakan-gerakan yang mengkritisi program-program pemerintah yang terkadang lebih pro pada kaum kapitalis. Pendirian pabrik-pabrik dari kaum borjuis luar negeri begitu mudah mendapat izin, program mobil murah, gampangnya akses impor merupakan kebijakan pro pasar bebas yang dalam praksisnya belum mampu menyentuh kesejahteraan rakyat.

PENUTUP

Konsumtivisme masyarakat satu dimensi yang dikritisi oleh Marcuse pada dasarnya ingin mengungkapkan kesadaran palsu, yang dinampakkan oleh dunia materi, yang dalam hal ini fenomena merobaknya konsumtivisme. Dengan terbentuk suatu kesadaran sosial, kondisi-kondisi irrasional bisa terjelaskan bagi para pelaku sosial agar dapat berperan sebagai agen perubahan sosial. Filsafat pada situasi ini berfungsi sebagai rentangan sejarah pemikiran yang kritis sebagaimana para tokoh mazhab Frankfurt yang tidak mudah terperdaya oleh Kenya-

manan dan kenikmatan akan produk-produk kaum borjuis. Pada situasi ini, filsafat adalah ilmu kritis dan refleksi, maksudnya, filsafat berpegang pada nilai rasionalitas dan prinsip universalisasi (Suseno, 2013: 254).

Beberapa ide yang penulis refleksikan dalam melihat situasi dan kondisi masyarakat konsumtif di era kontemporer adalah *pertama*, bahwa masyarakat membutuhkan daya kritis dalam mengamati tindakan-tindakan konsumtif dalam pemenuhan prioritas hidup. Dengan daya kritis itu, individu tidak mudah terjebak dalam godaan-godaan palsu yang mencoba menyusup dalam kesadaran manusia.

Marcuse masih menaruh harapannya bahwa “lapisan bawah mereka yang terbuang dan dibiarkan di luar pintu, mereka yang terhisap dan ditindas oleh ras dan warna kulit, mereka yang tunakarya dan cacat karya” akan melancarkan perubahan masyarakat secara revolusioner. Harapan ini tidak terpenuhi, bahkan tidak masuk akal. Golongan-golongan pinggiran, justru karena mereka pinggiran tidak memiliki kebersamaan dan hanya dapat *survive* sejauh berhasil mengakomodasi diri dengan situasi; kalau mereka berontak, mereka akan

hancur, karena masyarakat lain tidak merasa rugi kalau mereka hilang (Suseno, 1992: 252).

Kedua, situasi pasar bebas yang diusung keadaan ekonomi tanpa batas membuat negara-negara bisa menerapkan kebijakan pembangunan nasional yang berorientasi pada pasar bebas. Corak ekonomi negara pun menjadi konsumen (melulu) menjadikan warga negaranya sebagai konsumen bukan produsen, karena mudahnya mengakses dan memiliki produk-produk sebagaimana yang diterapkan selama ini, belum mampu menyejahterakan seluruh. Dari sini, kajian filsafat sosial terutama, kritisisme terhadap produk-produk teknologi perlu diterapkan agar manusia menjadi multidimensi.

Kesimpulan *ketiga*, satu hal penting yang dalam perilaku konsumtif adalah mewaspadaai pemicu hasrat yang dibuat dan direkayasa secara sengaja oleh media. Media dalam hal

ini dikuasai oleh para pemodal yang menggoda, memecah. Hal itu dilakukan demi mencapai tujuan agar masyarakat bisa dikontrol untuk berbelanja, mengonsumsi barang-barang dan jasa yang telah ditawarkan lewat iklan, serta menjadikan iklan tersebut menjadi *life style*.

Di sini, masyarakat diharapkan tidak terjebak dalam kebutuhan palsu. Dengan begitu, pola konsumsi masyarakat menjadi sulit terkendali bila tidak mampu memfilter dan mengontrol diri untuk tidak mudah tergoda pada pemicu hasrat yang telah dibuat oleh media. Media bisa berwujud multi wajah, terutama untuk konteks kontemporer saat ini, muncul *platform* media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram yang kemudian digunakan para pemilik modal untuk memaksimalkan produk barang dan jasanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bertens, K. 1983. *Filsafat Barat Abad XX: Inggris-Jerman*. Jakarta: Gramedia
- Baudrillard, Jean. 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London-England: Sage
- Munir, Misnal. 2008. *Aliran-aliran Utama Filsafat Barat Kontempore*. Yogyakarta: Penerbit LIMA
- Marcuse, Herbert. 1968. *One Dimensional Man: Studies in The Ideology of Advanced Industrial Society*. Boston: Beacon Press

- O'Casey, Jeffrey V. 2010. *Technology, Technological Domination, and the Great Refusal: Marcuse's Critique of the Advanced Industrial Society* Journal *Kritike* Volume Four Number One, page 54-78
- Saeng, Valentinus CP. 2012. *Herbert Marcuse, Perang Semesta Melawan Kapitalisme Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Salim, Peter. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Modern English Press
- Smith, Clancy. 2009. *A Critical Pragmatism: Marcuse, Adorno, and Pierce on the Artificial Stagnation of Individual and Social Development in Advanced Industrial Societies* in *Kritike* Volume Three Number Two, page 30-52
- Sindhunata. 1982. *Dilema Usaha Manusia Rasional, Kritik Masyarakat Modern oleh Max Horkheimer dalam Rangka Sekolah Frankfurt*. Jakarta: Gramedia dan Pusat Pengembangan Etika Universitas Atmajaya
- Stearns, Peter N. 2003. *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*. New York: Routledge
- Sudarminta, J. 1982. *Kritik Marcuse Terhadap Masyarakat Industri Modern*, dalam Sastrapratedja (ed.) *Manusia Multi Dimensional, Sebuah Renungan Filsafat*. Jakarta: Gramedia
- Suseno, Franz Magnis. 2013. *Dari Mao Ke Marcuse, Percikan Filsafat Marxis Pasca Lenin*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Suseno, Franz Magnis. 1992. *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*. Yogyakarta: Kanisius