

PENDIDIKAN ANTI KONSUMERISME DALAM NOVEL *NAPOLI: KETIKA JATUH DI PELUKANMU* KARYA RISKANINDA MAHARANI (KAJIAN SOSIOLOGI SASTRA)

Winda Dwi Hudhana dan Nur Ariyani

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Abstract: This literary sociology study has the goal of describing the consumer culture contained in novel "*Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* (When Falling in your arms)" by Riskaninda Maharani. The object of this study are the kind of objects of consumption in the novel "*Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu*". Sociology approach of literature by analyzing literary texts relating to consumer culture in the novel. Consumption of different types of objects such as architecture, fashion, food and beverage and body ideals that made a lot of consumer culture in the novel.

Keywords: Consumer Culture, Novel, Literature Sociology.

Abstrak: Penelitian yang berupa kajian sosiologi sastra ini mempunyai tujuan mendeskripsikan budaya konsumen yang terdapat pada novel *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* karya Riskaninda Maharani. Objek penelitian ini adalah jenis objek-objek konsumsi dalam novel *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* karya Riskaninda Maharani. Pendekatan sosiologi sastra dilakukan dengan menganalisis teks sastra yang berkaitan dengan budaya konsumen dalam novel *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* karya Riskaninda Maharani. Berbagai jenis objek konsumsi seperti arsitektur, *fashion*, makanan dan minuman serta keidealan tubuh yang banyak dijadikan budaya konsumen dalam novel *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* karya Riskaninda Maharani.

Kata Kunci: Budaya Konsumen, Novel, Sosiologi Sastra.

PENDAHULUAN

Masyarakat saat ini memasuki era post-modernisme yang ditandai dengan perkembangan gaya hidup masyarakat yang lebih banyak dikendalikan oleh kekuatan industri budaya, juga ditandai oleh masyarakat informasi dan masyarakat konsumsi. Masyarakat informasi misalnya masyarakat yang sangat ketergantungan dengan internet, mereka selalu mengakses berbagai macam informasi melalui internet. Selain informasi yang didapatkan, mereka juga bisa

memesan suatu produk baru yang sedang muncul di pasaran melalui internet seperti baju dengan merek RA Jeans dan memesan barang melalui Tokopedia, OLX, Lazada, dan lain-lain. Masyarakat konsumsi akan merasa ketinggalan zaman apabila tidak memiliki produk-produk terbaru yang dinilai sebagai bagian dari identitas dirinya.

Konsekuensi dari modernitas dapat dilihat dari gaya hidup masyarakat kini yang berbeda dengan gaya hidup masyarakat dahulu. Pada zaman dahulu, masyarakat tidak mengenal adanya komputer, *handphone*, internet, bermacam-macam model pakaian dan lain sebagainya. Kini, justru sebaliknya, masyarakat sekarang telah mengenal bermacam-macam alat elektronik, komputer, *handphone*, bermacam-macam model pakaian dan lain-lain. Hal ini telah menjadi gaya hidup mereka setiap harinya (Hudhana, 2012:1).

Konsumsi dalam pandangan Baudrillard (2015), “bukan sekadar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek”. Konsumsi berada dalam satu tatanan pemaknaan atau tanda. Maksudnya adalah yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya bukanlah objek melainkan tanda, yakni dengan mengonsumsi objek tertentu menandakan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengonsumsi objek tersebut.

Tanda-tanda konsumsi yang dimaksudkan dalam kehidupan salah satunya adalah dengan pelekatan merek pada dirinya, dengan melekatkan atau menggunakan suatu barang dengan merek-merek *branded* akan menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain atau kelompok lain sehingga dirinya dapat menyesuaikan pada kelompok tertentu. Pelekatan merek-merek *branded* telah memasuki kehidupan para remaja secara mendalam karena mereka merasa produk konsumsi adalah teman yang mampu memberikan kepercayaan diri yang tinggi.

Pelekatan produk bermerek tersebut tidak hanya nampak dalam menu baru remaja, novel populer juga menjadi salah satu konsumsi masyarakat terutama kalangan remaja. Novel fiksi populer seperti *Harry Potter* menjadi salah satu novel yang banyak dikonsumsi karena rangkaian peristiwa dan kisah-kisah di dalamnya memikat selera pembaca serta novel tersebut sedang diproduksi secara massal. Masyarakat konsumsi akan merasa ketinggalan zaman ketika mereka tidak memiliki dan membeli produk terbaru yang dianggap sebagai bagian dari identitas atau status masyarakat post-modernisme. Kebiasaan remaja mengonsumsi novel dikarenakan novel merupakan salah satu bentuk karya sastra yang menyuguhkan serangkaian peristiwa secara tersusun dan indah.

Di Indonesia, *booming chicklit* dan *teenlit* dewasa ini tidak lepas dari budaya populer yang dianut oleh masyarakatnya. Sebagai produk budaya populer, novel jenis *poplit* tersebut sangat kaya informasi tentang institusi sosial, ideologi, gaya hidup hingga nilai-nilai baru yang berkembang dalam masyarakat kontemporer (Dewojati, 2010:15). Novel juga bagian dari karya sastra yang sangat fenomenal dan disenangi oleh masyarakat, baik pelajar atau masyarakat umum karena novel merupakan suatu hiburan yang dapat menghilangkan penat dan dapat memberikan nilai pengajaran moral bagi pembacanya. Konflik dan latar yang diambil dari situasi sosial manusia menjadikan isi novel semakin menarik.

Budaya konsumen yang terjadi saat ini menandakan berkembangnya gaya hidup masyarakat, satu sisi bisa menjadi pertanda positif meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat yakni dilihat dari naiknya penghasilan dan selera hidup masyarakat. Namun di sisi lain, fenomena tersebut juga bisa dikatakan sebagai pertanda kemunduran rasionalitas masyarakat, karena menyebabkan hilangnya kritisme terhadap hal yang vital bagi kebutuhan.

Masyarakat konsumsi sesungguhnya adalah sebuah fenomena baru yang muncul bersamaan dengan perubahan sosial masyarakat menuju masyarakat industri dan post-modernisme. Fenomena hidup yang begitu luas dan berkembang seperti saat ini membuat seorang penulis bernama Riskaninda Maharani, kelahiran Situbondo, 23 Agustus 1983 menciptakan sebuah karya berupa sebuah novel dengan judul *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu*. Novel *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* dibuat berdasarkan fakta yang diracik dengan *setting* Italia yang memukau. Novel ini penuh akan kebudayaan sehari-hari orang Italia serta menyuguhkan keindahan dan eksotisme salah satu belahan benua Eropa.

Selain kebudayaan, novel ini mengenalkan kepada pembaca bagaimana etika menghormati tamu di Italia, misalnya adalah Riskaninda Maharani dalam *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* menjelaskan “Tak membuka pintu kamar Revina ketika sang pemiliknya dalam keadaan tidak sadar” (80: bab. 5). Hal ini merupakan suatu nilai positif yang dapat ditiru dalam kehidupan sehari-hari, karena biasanya pada zaman modern saat ini etika untuk menghormati tamu sangat minim dan dengan dibantu oleh sosiologi sastra akan membangun moralitas sosial, agar manusia semakin berjiwa sosial. Dalam pendekatan sosiologi sastra, pengarang mempunyai peran besar dalam penciptaan karya sastra. Seperti yang dikemukakan oleh Ricoeur (1981) bahwa sebagai tulisan karya sastra memang mengambil jarak dari situasi dan kondisi nyata yang menjadi lingkungan produksinya (Faruk, 2014, h.48).

Budaya konsumen yang menjadi fenomena saat ini menjadi salah satu ketertarikan peneliti untuk menganalisisnya dalam novel karya Riskaninda Maharani dengan judul *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu*, penelitian ini dilakukan untuk memahami dan mengetahui bagaimana budaya konsumen dalam kajian sosiologi sastra yang terdapat dalam novel *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* karya Riskaninda Maharani.

PENDEKATAN SOSIOLOGI SASTRA

Sebagai sebuah dunia miniatur, karya sastra berfungsi untuk menginventarisasikan sejumlah besar kejadian-kejadian, yaitu kejadian-kejadian yang telah dikerangkakan dalam pola-pola kreativitas dan imajinasi. Pada dasarnya, seluruh kejadian dalam karya, bahkan juga karya-karya yang termasuk ke dalam *genre* yang paling absurd pun merupakan *prototype* kejadian yang pernah dan mungkin terjadi dalam kehidupan sehari-hari (Ratna, 2011:35). Kejadian alam yang menjadi fenomena dan isu seringkali dijadikan karya sastra, maka sering disebut karya sastra sebagai cerminan kehidupan. Asumsi tersebut yang kemudian digunakan oleh sosiologi sastra sebagai dasar keilmuannya. Selaras dengan pemikiran Wellek dan Warren (2014:98) bahwa teknik-teknik sastra tradisional seperti simbolisme dan mantra bersifat sosial karena merupakan konvensi dan norma masyarakat. Lagi pula sastra “menyajikan kehidupan”, dan “kehidupan” sebagian besar terdiri dari kenyataan sosial, walaupun karya sastra juga “meniru” alam dan dunia subjektif manusia.

BUDAYA KONSUMEN DALAM NOVEL *NAPOLI: KETIKA JATUH DI PELUKANMU* KARYA RISKANINDA MAHARANI

Budaya konsumen adalah sebuah budaya yang melihat bagaimana kegunaan benda sebagai sarana penciptaan identitas sosial dan tanda untuk memunculkan kesenangan emosional dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Budaya konsumen tersebut akan penulis jelaskan berdasarkan objek konsumsi yang telah penulis temukan. Objek konsumsi adalah suatu komoditas yang dikonsumsi seseorang sesuai selera individu dan kelompok sesuai kebutuhan, seperti selera makanan, arsitektur, *fashion*, dan tubuh.

1. Makanan dan Minuman

Objek konsumsi berupa makanan dan minuman yang dikonsumsi didominasi oleh jenis makanan dan minuman yang berharga mahal, dijual di tempat-tempat makan ternama yang banyak dikunjungi oleh masyarakat kalangan atas. Misalnya tergambar pada kutipan berikut:

“Itulah mengapa orang-orang Italia adalah *buon mangione*. Seorang penikmat makanan yang hebat,” ujar Revina menjelaskan saat seorang pelayan kembali ke hadapan mereka dan membawakan sebotol anggur merah bermerek Chianti yang berasal dari Toscana, lengkap dengan dua gelas anggur dan dua gelas air putihnya (h. 117).

Maksud dari kutipan di atas, dapat peneliti analisis bahwa orang Italia merupakan penikmat makanan yang hebat. Selain itu, minuman berbau alkohol sudah menjadi minuman favorit dalam budaya Eropa khususnya di Italia. Sebotol anggur merah dengan merek *Chianti* dari Toscana juga merupakan minuman alkohol yang sangat terkenal dan mahal, hal itu menunjukkan bahwa minuman tersebut adalah objek konsumsi yang menunjukkan simbol ekonomi yang berkelas.

2. Arsitektur

Perpaduan warna cerah dengan warna-warna netral menjadi salah satu ciri gaya arsitektur post-modernisme yang banyak menjadi objek konsumsi masyarakat. Gaya arsitektur yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk mencerminkan kehidupan yang modern. Arsitektur dengan konsep yang menarik dan berkesan serta kombinasi antara bentuk-bentuk simetris dan tiang-tiang yang sangat besar menampilkan karakter dari arsitektur modern.

Stefano melirik ke arah Revina sekilas sebelum melempar pandangan ke arah luar jendela. Memandang deretan gedung-gedung berarsitektur kuno dan jalan dengan batu-batu *cobble* yang menambah karakter tua kota itu.

Sebenarnya Roma bukan kota yang tidak menarik. Justru menurut rekomendasi sebagian besar orang, Roma sangat menarik. Bahkan, orang-orang Eropa lainnya pun memberikan nilai yang tinggi bagi kota itu.

Perpaduan arsitektur karya maha seniman zaman lampau yang berpadu dengan kemodernitasan bangunan zaman sekarang menjadi salah satu alasan utamanya (h. 60-61).

Maksud dari beberapa kutipan di atas, peneliti dapat menganalisis bahwa gedung-gedung yang berada di kota Roma memiliki gaya lokal dengan bangunan yang kuno serta ditambah dengan batu-batu *cobble* yang menambah karakter kuno yang bercampur dengan gedung-gedung modern di sepanjang jalannya. Hal itu menunjukkan bahwa arsitektur di sana memiliki gabungan antara internasional dan lokal. Salah satu aliran dalam arsitektur post-modern adalah *post-modern space* yang memperlihatkan pembentukan ruang dengan mengomposisikan komponen bangunan itu sendiri.

3. Fashion

Fashion juga merupakan objek konsumsi yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya oleh kaum wanita karena bagi kaum wanita penampilan merupakan segalanya, dari penampilannya seorang wanita dapat dinilai kepribadiannya. Saat ini, *fashion-fashion* yang ditampilkan sangat menarik sehingga masyarakat banyak yang menjadikan *fashion* sebagai objek konsumsi. Kutipan-kutipan serta pembahasan yang sudah dijelaskan oleh peneliti menunjukkan bahwa *fashion* yang banyak dijadikan budaya konsumen untuk menampilkan kepribadiannya melalui barang yang dikenakan.

Revina memakai sunglasses berlensa perak begitu turun di Terminal C dari pesawat yang mengantarkannya ke Bandara Fiumicino (h. 13).

Tepat jam tujuh malam ketika Revina keluar dari kamar tidurnya lengkap dengan gaun perak metalik tanpa tali, sebuah dompet mewah perak metalik, dan sepatu sandal high heels tujuh senti yang berwarna sama. Sepanjang anting dan kalung mutiara tampak menghiasi lehernya yang jenjang. Sementara, rambutnya telah disanggul dengan rapi ke arah biru safir yang menghiasi di antara rangkaian berlian pada tusuk konde itu (h. 113).

Kutipan di atas menunjukkan bahwa *sunglasses* atau kacamata berlensa perak merupakan *fashion* yang sedang banyak digemari masyarakat saat ini untuk bepergian. Kacamata menunjukkan status sosial *high-class* dan warna perak juga simbol dari modernisasi. Selain menggunakan dompet mewah perak metalik, anting dan kalung mutiara serta rangkaian berlian adalah beberapa benda yang juga merupakan objek-objek dalam budaya konsumen karena benda-benda tersebut hanya digunakan oleh kaum-borjuis.

4. Tubuh

Objek konsumsi yang terakhir merupakan objek yang paling banyak disukai oleh masyarakat karena bentuk tubuh yang ideal merupakan dambaan bagi setiap orang. Kesempurnaan bentuk dan ukuran tubuh menjadi prioritas bagi mereka yang menjadikan tubuh sebagai modal dalam kehidupan. Berdasarkan beberapa kutipan mengenai tubuh bahwa tubuh merupakan objek konsumsi yang banyak disukai oleh masyarakat, banyak masyarakat menginginkan bentuk tubuh yang sempurna dengan berbagai macam cara dan perawatan yang mahal.

Kedua lengan Stefano tertutup oleh kemeja putih longgar, namun otot-otot tubuh Stefano masih membayang di balik transparan kemeja itu. Pun, bulu-bulu halus yang tumbuh di sekujur tubuh yang menambah kemaskulinannya. Revina mendesah sebelum mengangguk lirih. Tanpa sadar, mengagumi bentuk tubuh dan kemaskulinan pria di hadapannya itu (h. 35).

Berdasarkan kutipan di atas, dapat peneliti analisis bahwa jika seorang pria memiliki tubuh tinggi, otot-otot tubuh yang kekar dan memiliki bulu-bulu halus yang tumbuh di sekujur tubuh maka akan menambah kesan kemaskulinan seorang pria yang merupakan simbol dari laki-laki metroseksual. Lelaki metroseksual merupakan lelaki masa kini yang hanya mementingkan estetika tubuh dengan tujuan menarik lawan jenis.

KESIMPULAN

Budaya konsumen yang terdapat dalam *novel Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu karya Riskaninda Maharani* bahwa budaya konsumen adalah sebuah budaya yang melihat bagaimana kegunaan benda sebagai sarana penciptaan identitas sosial dan tanda untuk memunculkan kesenangan emosional dalam mengonsumsi sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Objek-objek yang menjadi budaya konsumen, yaitu (a) makanan dan minuman yang terdapat dalam *novel Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu* adalah jenis makanan dan minuman yang memerlukan dana yang tidak sedikit dan biasa dikonsumsi oleh kalangan atas; (b) arsitektur dalam novel tersebut merupakan jenis arsitektur yang menyatu padukan *art* dan *science, craft* dan *technology*, internasional dan lokal; (c) *Fashion* yang terdapat dalam novel tersebut yakni penggunaan pakaian berwarna cerah dengan berbagai model dan motif *modern* serta barang-barang bermerek terkenal dan mahal; (d) tubuh yang menjadi objek adalah bentuk tubuh dan tinggi tubuh yang ideal.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean. 2015. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Dewojati, Cahyaningrum. 2010. *Wacana Hedonisme dalam Sastra Populer Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faruk. 2014. *Pengantar Sosiologi Sastra: dari Strukturalisme Genetik sampai Post-modernisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Maharani, Riskaninda. 2015. *Napoli: Ketika Jatuh di Pelukanmu*. Yogyakarta: Diva Press.
- Ratna, N.K. 2013. *Paradigma Sosiologi Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wellek, Rene & Austin Warren. 2014. *Teori Kesusastraan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Winda Dwi Hudhana. 2012. "Gaya Hidup Hedonisme dalam Novel *Dan Hujan Purn Berhenti* karya Farida Susanti". *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.