

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Janji Jiwa merupakan salah satu Coffee shop yang memiliki reputasi baik terutama di Indonesia, meskipun Janji Jiwa bukan satu-satunya aktor utama dalam pembentukan budaya konsumerisme kopi, akan tetapi Janji Jiwa ikut serta berperan dalam pembentukan budaya tersebut. Sering kali budaya konsumerisme menjerumuskan orang-orang dalam bentuk perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini menemukan fakta terkait bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pengunjung Coffee shop Janji Jiwa. Selain itu penelitian ini juga mengungkapkan bagaimana proses terbentuknya perilaku konsumtif tersebut.

Beberapa realitas yang ditemukan berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi data pada bagian sebelumnya, maka penulis parkan kesimpulan dari keseluruhan penulisan. Sebagaimana tercantum dibawah ini:

1. Alasan konsumsi pengunjung coffee shop Janji Jiwa pada dasarnya mencerminkan perilaku masyarakat konsumsi, dimana konsumsi yang terjadi bukan didasari pada alasan-alasan pemenuhan kebutuhan biologis, melainkan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan afektif. Beberapa data factual yang terkumpul terkait motif konsumsi pengunjung coffee shop Janji Jiwa merupakan bukti irasionalitas masyarakat hari ini dalam realitas konsumsi. Coffee shop Janji Jiwa hanyalah sebagai arena aktivitas nongkrong remaja pada umumnya, artinya orang-orang berkunjung ke Janji Jiwa salah satunya didasari oleh motif nongkrong. Janji Jiwa hanya sebagai tempat arena aktifitas nongkrong, ada hal yang lebih penting ketimbang minumannya. Fakta lainnya juga menunjukkan bahwa motif konsumsi pengunjung coffee shop Janji Jiwa didasari oleh pembelian secara impulsif, tanpa melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu, salah satunya adalah membeli karena alasan kemasan menarik dan potongan harga yang diberikan. Kemudian diantara informan ada juga yang menjelaskan bahwa menu variatif dan kekinian menjadi salah satu alasan pilihan mereka untuk berkunjung ke coffee shop Janji Jiwa, bahkan diantara mereka menjelaskan

bahwa kunjungan mereka ke coffee shop Janji Jiwa hanya sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan update status di sosial media. Sudah sangat jelas ini hanyalah sebagai bentuk tindakan-tindakan konsumtif, pada kenyataannya tidak ada yang tidak konsumtif jika berbicara mengenai aktivitas konsumsi pengunjung coffee shop Janji Jiwa.

2. Tujuan penelitian kedua membahas mengenai konstruksi gaya hidup konsumerisme pengunjung coffee shop Janji Jiwa. Faktanya banyak hal mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif, jika mengacu pada perspektif Jean Baudrillard maka ada empat poin penting yang berperan dalam membangun gaya hidup konsumerisme pengunjung coffee shop Janji Jiwa, yaitu: Nilai tanda, logika sosial konsumsi, ruang sosial, dan media tontonan. Adapun nilai tanda yang terdapat yang pertama adalah simbol-simbol keIndonesiaan yang menjadi ornamen di coffee shop Janji Jiwa. Janji Jiwa menjadi tidak asing lagi bagi para konsumen, bahkan dari hasil literatur menunjukkan adanya distingsi yang terjadi, dengan mengunjungi coffee shop merek nasional maka sudah menjadi penanda seseorang memiliki jiwa nasionalisme. Begitu juga dengan nilai tanda lainnya, aksesibilitas dalam bentuk pelayanan membentuk pemahaman baru bagi pengunjung terhadap pola pelayanan yang dianggap ideal sekaligus modern sama halnya dengan desain interior di coffee shop Janji Jiwa yang kemudian dikonstruksikan sebagai penanda prestise. Selain nilai tanda aspek lainnya berkaitan dengan media dan tontonan, orang-orang tau dengan Janji Jiwa dan mengenal Janji Jiwa sebagai merek populer pada dasarnya dikenalkan melalui media, baik itu melalui new media sosial maupun media partner. Logika-logika ini telah hidup dan menjadi sebuah pandangan imajiner dalam memori kolektif. Janji Jiwa dianggap sebagai sarana dalam proses signifikansi dan klasifikasi gaya hidup sejahtera melalui perlambangan kebahagiaan dan kelimpahruhan masyarakat post-industrialis. Pada akhirnya logika-logika sosial konsumsi hanya akan mengaburkan skala prioritas konsumsi.
3. Dalam realitas konsumsi pengunjung coffee shop Janji Jiwa konsumsi yang terjadi merupakan sebagai bentuk proses personalisasi dan klasifikasi

mengarah kepada stratifikasi sosial. Kemunculan masyarakat tontonan kemudian menjadikan masyarakat mengakui dan mengikuti adanya perbedaan-perbedaan tersebut. Meskipun ada faktor-faktor lain yang bisa menjadi penanda kelas sosial, akan tetapi orang-orang akan lebih mudah memahaminya kedalam bentuk wujud kasat mata. Dengan begitu munculah realitas simulasi baik yang abstrak menjadi konkrit atau sebaliknya yang konkret menjadi abstrak. Yang abstrak menjadi konkrit merupakan realitas dari kebutuhan palsu yang sengaja disimulasikan seolah-olah memang benar-benar menjadi kebutuhan. Sedangkan yang konkrit menjadi abstrak merupakan realitas dari simulasi yang direproduksi ulang, artinya melalui tindakan konsumsi dan perilaku konsumtif orang-orang mampu untuk membentuk status sosial mereka. Orang-orang mampu untuk menjadi siapapun dan apapun sehingga memunculkan hiperrealitas dimana orang-orang telah melampaui realitas dirinya, begitu pula dengan coffee shop Janji Jiwa, Janji Jiwa sudah melampaui nilai gunanya sebagai coffee shop, sehingga ada hal yang lebih penting ketimbang minumannya.

Konsumsi bukan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan dan bukan pula sebagai bentuk kebebasan individu dalam merasakan dan menikmati kesenangan atau kebahagiaan. Pada dasarnya konsumsi merupakan sebuah bentuk *fun system* yang dipaksakan. Akan Tetapi orang-orang sulit untuk menyadarinya karena kapitalisme sudah mengatur sedemikian rupa sehingga kekuasaan yang terbentuk hanya sebatas represif toleran. Artinya kekuasaan kapitalisme sudah dinormalisasikan kedalam bentuk nilai-nilai. Kapitalisme mendoktrin masyarakat dengan merasionalisasikan konsumsi kedalam bentuk wujud kebahagiaan, kesejahteraan, kesetaraan sosial, dan demokrasi, namun pada kenyataannya keseluruhan realitas tersebut hanya sebagai bentuk realitas meta konsumsi atau kebutuhan palsu. Logika semu konsumsi tanpa henti dinormalisasikan secara sosial melalui media sehingga mebius mereka bahkan merebut kebebasan dalam kepatuhan terhadap kode-kode konsumsi sosial yang tidak ada habisnya.

### 3.1 Saran

Dari hasil penulisan, penulis dapat memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Untuk Mahasiswa Jurusan Sosiologi agar melanjutkan penelitian ini lebih lanjut terkait topik-topik sosiologi ekonomi terutama dalam kajian fenomena budaya konsumerisme atau perilaku konsumtif dalam berbagai tinjauan teoritis, karena pada dasarnya dalam kajian budaya konsumerisme kita tidak akan mampu menjelaskan secara menyeluruh tanpa adanya referensi lebih lanjut dari teoritis-teoritis lainnya.
2. Untuk para pengunjung Coffee shop Janji Jiwa, sebaiknya memulai untuk memikirkan makna dari apa yang mereka konsumsi. The Great Refusal atau penolakan secara besar-besaran merupakan upaya dalam membentuk kesadaran kelas. Masyarakat hari ini secara harfiah memang tidak mampu memproduksi secara mandiri, untuk itu budaya konsumerisme tidak akan pernah terelakan dari kehidupan akan tetapi setidaknya kita bisa memahami makna dari kebutuhan secara substansi. Saran yang lebih idealisnya salah satunya melalui The Great Refusal, yaitu gerakan yang menolak secara besar-besaran berbagai bentuk kenyamanan hidup dalam masyarakat industri modern.
3. Untuk Coffee shop Janji Jiwa, setidaknya memulai memberikan makna substansi kepada pengunjung, agar aktivitas pengunjung tidak hanya sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan palsu.