

BAB II

LANDASAN TEORI

Berdasarkan paparan diatas dalam menganalisis objek sebuah penelitian ini, diperlukan adanya kerangka teori untuk membantu memecahkan dan mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, yaitu perilaku konsumtif remaja pada hobi modifikasi sepeda motor di Kelurahan Pojok Kecamatan Mojoroto Kota Kediri. Sebagai pisau analisis peneliti menggunakan teori yang biasa dikenal dengan teori konsumerisme Jean Baudrillard.

Jean Baudrillard lahir di Kota Katedral Rheims di Timur Laut Prancis 20 juni 1929, beliau adalah seorang anak dari pegawai sipil dan cucu dari seorang kakek petani. Jean baudrillard meraih gelar Doktornya di bidang sosiologi yang desertasinya dikerjakan bersama-sama dengan Henri Lefebvre, beliau juga menyelesaikan gelar Phd nya dengan judul "*le systeme des objek*" (sistem objek-objek). Baudrillard kemudian menjadi asisten profesor di Universitas Nanterre Paris pada tahun 1966 sampai pada tahun 1972, setelah itu Jean Baudrillard mengajar di Universitas De Paris-X Nanterre sebagai Profesor dan menjabat sebagai Direktur Ilmiah di IRIS (Institut de Recherche et d'Information Socio-Economique). Jean Baudrillard meninggal di Paris usia 77 tahun pada 6 maret 2007 dan merupakan salah satu tokoh yang masuk pada katagori postmodernisme. Jean Baudrillard bisa disebut sosiolog, filsuf, pakar teori kebudayaan, komentator politik dan fotografer dari Prancis. Pemikiran Jean Baudrillard banyak dipengaruhi oleh para pemikir sebelumnya seperti, Henri Levebre, Karl Marx,

Sigmud Freud, Jacques Lacan, Fredrick Nietzsche, Saussure, Levi Strauss, filsuf madzhab Frankurt, Marshall McLuhan, Ronald Barthes dan revolusi mahasiswa pada Mei 1968 yang menggulingkan tahta presiden De Gaulle.¹ Dari pemikiran tokoh-tokoh sebelumnya Jean Baudrillard meracik menjadi sebuah pemikiran baru yang dikenal sebagai teoritis masyarakat konsumsi dan pertukaran simbolik. Menurut Baudrillard konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli banyak sesuatu komoditas dan fungsi kenikmatannya, konsumsi bukan hanya kepada barang dan jasa namun konsumsi merujuk pada semua hal karena segala hal bisa menjadi objek konsumen, akhirnya konsumsi mencengkram seluruh kehidupan manusia serta konsumsi telah meluas pada semua kebudayaan dan kita tengah menyaksikan dan mengalami komodifikasi budaya konsumerisme.²

Baudrillard mengatakan bahwa kebudayaan kontemporer merupakan sebuah representasi dari dunia simulasi, yaitu dunia yang terbentuk dari hubungan berbagai tanda dan kode secara acak tanpa referensi rasional yang jelas. Pada hubungan ini melibatkan tanda fakta (real) yang tercipta melalui proses produksi serta tanda semu yaitu tanda citra yang tercipta melalui proses reproduksi. Dari kebudayaan simulasi tersebut kedua tanda membentuk satu kesatuan yang mengakibatkan sulit dikenalnya antar yang real atau nyata dengan yang semu atau citra, semuanya menjadi bagian realitas yang dijalani dan dihidupi pada masyarakat kontemporer. Satu kesatuan inilah yang disebut Jean Baudrillard sebagai *simulacra* atau *simulacrum* sebuah masyarakat yang

¹ Adi Susanto, Dkk, *Biografi Tokoh-tokoh Sosiologi Klasik Sampai Postmodern*, IAIN Parepare Nusantara Press, 2020, 46-47.

² Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Penerbit: Kreasi Wacana, Bantul, 2011.

terbangun dari terbelitnya suatu nilai, tanda, fakta, citra dan kode. Dengan menganalisa masyarakat kontemporer dan kebudayaan Jean Baudrillard mengatakan bahwa dalam wacana simulasi realitas yang nyata (fakta) tidak hanya tercampur dengan realitas semu (citra) namun fakta telah dikalahkan oleh citra, dan citra lebih dipercayai daripada fakta, inilah menurut Baudrillard era *hiper realitas* yang dimana realitas asli dikalahkan oleh realitas buatan.³ Maka teori Jean Baudrillard berpusat pada dua konsep yaitu “Simulation” dan “Hyperreality”. Jean Baudrillard mengembangkan teori ini dengan berusaha memahami sifat dan pengaruh komunikasi massa. Beliau mengatakan media massa menyimbolkan zaman baru, yang telah dikonstruksi oleh *simulacra*.

1. *Simulacra*

Simulacra adalah sebuah teori untuk menjelaskan sebuah simbol atau tanda dan citra yang sama sekali tidak memiliki hubungannya dengan kenyataan realitas. Tetapi, *simulacra* menciptakan sebuah tanda, citra dan simbol yang kemudian menjadi bagian dari sebuah realitas. Dalam bukunya yang berjudul *Simulacra and Simulation*, Jean Baudrillard mengatakan bahwa masyarakat *simulacra* adalah bentuk karakter suatu identitas masyarakat kontemporer dalam kehidupannya yang selalu dibuat sibuk dengan absurditas kode, simbol, tanda dan bentuk model sebagai memproduksi dan reproduksi dalam sebuah teori yang beliau sebut *simulacra*. Menurut Jean Baudrillard *simulacra* tidak pernah bisa di tukar dengan realitas tetapi saling menukar dengan dirinya sendiri dalam suatu

³ Sekar Arum Ngarasati, *Teori Jean Baudrillard Sosiologi Perancis*, 2015.

lingkaran tak terputus yang tidak membutuhkan acuan. Simulasi merupakan suatu proses representasi atas suatu obyek yang justru kemudian berubah menjadi mengganti obyek itu sendiri, lalu representasi menjadi lebih penting daripada obyek tersebut. Simulasi dalam hal ini bukan lagi masalah meniru atau menduplikat tapi menggantikan tanda-tanda nyata atau real itu sendiri.⁴

Jean Baudrillard mengatakan bahwa pada saat ini komunikasi interaksi sosial yang ditampilkan oleh media massa cenderung mengabaikan realitas yang sesungguhnya. Setiap orang pada zaman sekarang dapat lebih mudah menerima informasi yang dihasilkan dalam dunia virtual yang berbentuk iklan dengan menggandeng *influencer* atau agen, dengan tampilan iklan tersebut sehingga membuat seseorang tergiur untuk selalu meniru apa yang disampaikan oleh iklan dan influencer tersebut. Iklan menjadi pola dari simulakra karena komunikasi yang dibangun dan ditampilkan seolah-olah adalah sebuah realitas sebenarnya sehingga seseorang yang melihatnya akan mengikuti gaya iklan media massa tersebut walaupun hal tersebut bersifat semu atau manipulasi.

Simulakra dimaksudkan untuk mengontrol masyarakat dengan cara yang halus yaitu dengan memanipulasi atau menipu dan mempercayai bahwa *simulcra* adalah kenyataan yang sesungguhnya sehingga masyarakat tergantung pada *simulacra*. Citra yang dibangun simulasi mengantar pada realitas kepada *hipperrealitas* yang digambarkan sebagai ruang kosong yang didalamnya terdapat yang real dan yang imajiner dan tidak ada lagi batasan, sehingga simulasi ini

⁴ Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2016), 78-79.

tidak hanya berbicara tentang simbol dan tanda tetapi berbicara soal kekuasaan dan hubungan sosial dalam masyarakat. Dalam *simulacra* secara esensi manusia itu tidak ada dalam relitas sesungguhnya, tetapi selalu berfikir imajiner dan tidak rasional dalam melihat realitas yang sesungguhnya sehingga membuat jarak antara kebenaran dan kepalsuan.⁵

2. *Hiperrealitas*

Pada kebudayaan kontemporer memasuki kondisi yang tabir antara realitas dan fantasi. Pada saat ini banyak hal yang sebelumnya dianggap fantasi kini pada zaman kontemporer menjadi realitas dan akan menjadi pengaruh pada kebudayaan dan kehidupan masyarakat. Menurut Jean Baudrillard kebudayaan kontemporer yang ditandai dengan hilangnya petanda dan metafisika yang menunjukkan representasi, runtuhnya ideologi dan bangkrutnya realitas, yang kemudian diambil alih oleh duplikasi dan dunia fantasi atau halusinasi serta tanda tidak lagi mempersentasikan sesuatu hal, oleh karena itu petanda sudah mati. Hal tersebut yang dinamakan oleh Baudrillard sebagai *hiperrealitas*. Pada dunia *hiperrealitas* adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi obyek-obyek yang *simulacra*, obyek-obyek yang tercabut dari realitas sosial masa lalunya atau sama sekali tidak mempunyai realitas sebagai referensinya.⁶

Jean Baudrillard mengatakan bahwa munculnya hiperrealitas menghapus perbedaan antara dunia nyata dengan dunia imajiner. Dalam *hiperrealitas*

⁵ Theguh Saumantri, Abdu Zikrillah, Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol 11 No.2, 2020.

⁶ Yanti Dwi Astuti, Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-re alitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace, *Jurna Komunikasi Profetik*, Vol 8 No.2, 2015, 20.

menyuguhkan sebuah keadaan yang tercipta dari citra yang menyerupai keaslian masa lalu yang menjadi satu dengan masa sekarang, simbol bercampur dengan realitas fakta yang dirubah menjadi rekayasa dan kepalsuan yang digiring menjadi sebuah keorisinilan. Produk yang diiklankan dengan bekerjasama dengan publik figur atau agen yang ditayangkan oleh media massa untuk dikonsumsi oleh masyarakat menampilkan sebuah realitas yang baru yang real tetapi pada kenyataannya jauh dari realitas yang sesungguhnya, tetapi iklan tersebut selalu ditayangkan terus menerus dengan iming-iming suatu hal tertentu sehingga membentuk komunikasi massa yang membuat masyarakat menerimanya sebagai realitas yang sebenarnya. Melalui kondisi ini bahasa dan tanda dalam komunikasi yang ditampilkan mempresentasikan yang sebenarnya tapi pada kenyataannya hal tersebut adalah sebuah realitas buatan.⁷

Hiperrealitas merupakan salah satu fenomena yang kini sering ditemui di sekitar lingkungan masyarakat. Jean Baudrillard memberikan contoh *Disneyland*. Dalam bukunya Baudrillard menatakan bahwa *Disneyland* adalah suatu model yang sempurna karna semua gambaran dari simulasi. Didalam *Disneyland* terdapat sebuah permainan ilusi dan permainan bayangan dan impian yang dimana sesuatu dunia imajiner serta segala sesuatunya bersifat futuristik.⁸ *Disneyland* dan dunia *hiperrealitas* merupakan gambar abstrak yang mengalami komodifikasi dan dipisahkan dari realitas dalam bentuk simulasi. Simulasi

⁷ Theguh Saumantri, Abdu Zikrillah, "Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol 11 No.2, 2020.

⁸ Muhammad Azwar, "Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas", *Jurnal, Khazanah Al-Hikmah*, Vol.2 No.1, 2014, 40.

berlawanan dengan representasi seperti terlihat dari tahap empat pencitraan menurut Jean Baudrillard. Pertama citra merupakan cermin suatu realitas yang dalam, kedua, citra menyembunyikan dan memalsukan suatu realitas yang dalam, ketiga, citra menyembunyikan bahwa tidak ada realitas, lalu citra bermain menjadi penampaknya.⁹ *Hiperrrealitas* juga ditandai dengan semakin banyaknya realitas yang dibuat oleh masyarakat demi mempresantasikan diri mereka sendiri, individu tertentu, meniru citra diri dari individu lain, dan menjadikan jati diri individu agar ditirukan oleh masyarakat yang lebih luas. Fenomena *hiperrealitas* membuat dan membentuk manusia kedalam kondisi realitas yang dimainkan oleh suatu citra tertentu. Hal ini membuat suatu masyarakat terperjara pada suatu dunia yang manipulasi, dunia yang tidak pernah berhenti untuk berlari serta berinovasi dan manusianya yang tidak pernah berhenti atau mengurai waktu untuk mengonsumsi.

⁹ Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2016), 81.