

**PRAKTIK SOSIAL DALAM PEMANFAATAN WAKTU LUANG DI
KALANGAN PEGAWAI PT ASTRA ISUZU KOTA MAKASSAR**

*SOCIAL PRACTICES ON THE UTILIZATION OF FREE TIME AMONG
EMPLOYEES EMPLOYEES PT. ASTRA ISUZU, MAKASSAR CITY*

YOGIE ADAMS PILO

E031191055



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

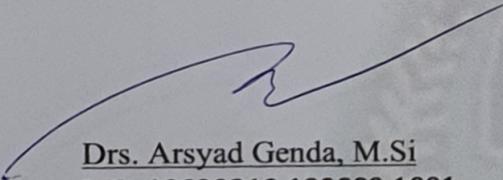
JUDUL : PRAKTIK SOSIAL DALAM PEMANFAATAN WAKTU
LUANG DI KALANGAN PEGAWAI PT. ASTRA ISUZU,
KOTA MAKASSAR
NAMA : YOGIE ADAMS PILO
NIM : E031191055

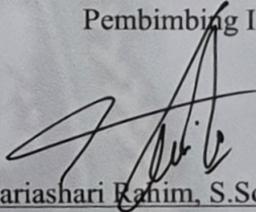
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Menyetujui,

Pembimbing I

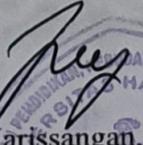
Pembimbing II

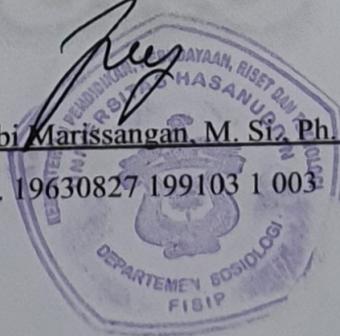

Drs. Arsyad Genda, M.Si
NIP. 19630310 199002 1001


Hariashari Rahim, S.Sos., M.Si
NIP. 19840507 202107 3 001

Mengetahui,

Kepala Departement Sosiologi
FISIP UNHAS


Prof Hasbi Marissangan, M. Si, Ph. D
NIP. 19630827 199103 1 003



HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh :

NAMA : YOGIE ADAMS PILO
NIM : E031191055
JUDUL : PRAKTIK SOSIAL DALAM PEMANFAATAN WAKTU
LUANG DI KALANGAN PEGAWAI PT. ASTRA ISUZU,
KOTA MAKASSAR

Pada:

Hari/Tanggal: Kamis, 23 November 2023

Tempat: Ruang Rapat Departemen Sosiologi

Tim Evaluasi Skripsi

Ketua : Drs. Arsyad Genda, M.Si (.....)
Sekretaris : Hariashari Rahim, S.Sos., M.Si (.....)
Anggota : Sultan, S.Sos., M.Si (.....)
Arini Enar Lestari AR, S.Pd., M.Sos. (.....)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : YOGIE ADAMS PILO
NIM : E031191055
JUDUL : PRAKTIK SOSIAL DALAM PEMANFAATAN
WAKTU LUANG DI KALANGAN PEGAWAI PT.
ASTRA ISUZU, KOTA MAKASSAR

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 14 November 2023



YOGIE ADAMS PILO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai dengan tema “Praktik Sosial di Kalangan Pegawai PT. Isuzu Astra, Kota Makassar”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir perkuliahan dan harapan peneliti semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca, Untuk ke depannya dapat memperbaiki bentuk maupun menambah isi proposal penelitian agar menjadi lebih baik lagi.

Penulis juga mendapatkan pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, perkenankan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin
2. Dr. Phill Sukri, M.Si selaku Dekan FISIP UNHAS.
3. Prof Hasbi, M.Si., Ph.D selaku Kepala Departemen Sosiologi
4. Pembimbing akademik Drs. Arsyad Genda, M.Si dan Hariashari Rahim, S.Sos., M.Si yang telah membimbing penulis selama masa penyusunan skripsi.
5. Sultan, S.Sos. dan Arini Enar Lestari AR, S.Pd., M.Sos selaku penguji skripsi yang telah memberikan pandangan dan saran dalam penyempurnaan skripsi kami.

6. Bapak dan Ibu Dosen atas ilmu yang senantiasa diajarkan kepada penulis selama masa-masa perkuliahan serta memberikan kesempatan untuk dapat mengikuti kegiatan-kegiatan penting bagi pengembangan diri penulis.
7. Pak Asmudir, Pak Hidayat, dan Ibu Ros yang senantiasa membantu dan memudahkan penulis dalam hal administrasi hingga penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Informan Penulis dan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam mendapatkan informasi serta administrasi terkait penyusunan skripsi ini.
9. Orang Tua penulis, beserta keluarga besar tercinta atas doa kelancaran dan kesuksesan yang selalu terpanjatkan disetiap waktunya. Karena doa-doa dan restunya lah dapat menurunkan Rahmat dan keberkahan disetiap usaha yang kami lakukan.
10. Teman-teman Sosiologi 2019 yang telah memberikan warna tersendiri baik suka maupun duka selama masa perkuliahan penulis.
11. Teman-teman Posko Paku, Tana Toraja KKN Unhas yang telah kebersamai penulis dalam berbagai Program KKN saat itu.
12. Kakanda Muh. Ilham Dhani Asriawan, S.Sos yang telah membantu penulis dalam berdiskusi selama pengerjaan skripsi ini.
13. Semua pihak yang sudah berpartisipasi dan tidak sempat penulis sebutkan satu-satu baik materi ataupun non materi.

Penulis menyadari, karena keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman, peneliti yakin masih banyak kekurangan dalam proposal penelitian ini, Oleh karena

itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Makassar, 15 Oktober 2023

Yogie Adams Pilo
NIM E031191055

ABSTRAK

Yogie Adams Pilo (E031191055). Praktik Sosial di Kalangan Pegawai PT. Isuzu Astra, Kota Makassar. Dibimbing oleh Drs. Arsyad Genda, M.Si dan Hariashari Rahim, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pemanfaatan waktu luang membentuk kelas-kelas sosial dan gaya hidup konsumtif di kalangan Pegawai PT Astra Isuzu di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, dan dalam bentuk studi kasus. Penelitian ini memperoleh data dari 7 informan yang bekerja sebagai pegawai di PT. Isuzu Astra, Makassar. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yang memenuhi kriteria tersebut di atas.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Proses produksi kelas sosial terbagi dalam dua sesi: Sesi Pertama, terjadi disaat pegawai PT Isuzu Astra Makassar berada pada lingkup kantor dengan dua mode yaitu mode kelas sosial vertikal antara antasan dengan bawahan, dan mode kelas sosial horizontal antara sesama pegawai yang memiliki level posisi atau pangkat yang sama. Sesi Kedua, pemanfaatan waktu luang disaat setelah berakhirnya jam kerja. Gaya hidup konsumtif yang tercipta, terbentuk, dan terproduksi melalui aktivitas pemanfaatan waktu luang di setiap pegawai terdapat perbedaan. Perbedaan ini timbul dikarenakan adanya perbedaan dalam mengakumulasi modal-modal yang ada, persaingan dalam memperebutkan posisi pada ranah, dan perbedaan habitus mengenai konsep tempat kerja dan aktivitas sehari-hari.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Konsumerisme, Waktu Luang, Kelas Sosial

ABSTRACT

Yogie Adams Pilo (E031191055). Social Practices On The Utilization Of Free Time Among Employees PT. Astra Isuzu, Makassar City. Supervised by Drs. Arsyad Genda, M.Si and Hariashari Rahim, S.Sos, M.Si.

This research aims to determine the process of using free time to form social classes and consumer lifestyles among PT Astra Isuzu employees in Makassar City. This research uses qualitative research methods with descriptive research type, and in the form of a case study. This research obtained data from 7 informants who worked as employees at PT. Isuzu Astra, Makassar. Determining informants using purposive sampling techniques who meet the criteria mentioned above.

The results of this research found that the social class production process was divided into two sessions: The first session, occurred when PT Isuzu Astra Makassar employees were in the office with two modes, namely the vertical social class mode between superiors and subordinates, and the horizontal social class mode between fellow employees. who have the same position level or rank. Second Session, use of free time after work hours end. There are differences in the consumer lifestyle that is created, formed and produced through the free time utilization activities of each employee. This difference arises due to differences in accumulating existing capital, competition for positions in the domain, and differences in habitus regarding the concept of the workplace and daily activities.

Keywords: Life Style, Consumerism, Leisure Time, Social Class

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL	14
2.1 Deskripsi Teori.....	14
2.1.1 Kajian Mengenai Waktu Luang	14
2.1.2 Konsumerisme	16
2.1.2.1 Teori Praktik.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pikir	35
2.4 Definisi Konseptual dan Variabel Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Pendekatan Penelitian	41
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	41
3.3 Tipe Penulisan.....	42
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44

3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Kota Makassar.....	53
4.1.1 Letak Geografis dan Topografi.	53
4.2 Biografi Perusahaan	55
4.2.1 Sejarah PT. Astra Isuzu.....	55
4.2.2 Visi dan Misi PT. Astra Isuzu	56
4.2.3 Lokasi.....	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
5.1 Karakteristik Informan	60
5.2 HASIL PENELITIAN.....	64
5.2.1 Proses Pemanfaatan Waktu Luang Membentuk Kelas-Kelas Sosial di Kalangan Pegawai PT Astra Isuzu di Kota Makassar.....	64
5.2.2 Proses Pemanfaatan Waktu Luang Membentuk Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Pegawai PT Astra Isuzu di Kota Makassar.....	81
5.3 PEMBAHASAN	108
5.3.1 Waktu Luang: Kuasa Simbolik dan Kekerasan Simbolik.....	108
5.3.2 Waktu Luang: Reproduksi Kelas Sosial dan Konsumsi yang Membedakan	112
5.3.3 Waktu Luang: Konsumsi yang Membedakan	118
BAB VI PENUTUP	120
6.1 Kesimpulan	120
6.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Variabel Kelas Sosial Gilbert dan Kahl.....	8
Tabel 2.1 Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Luas Wilayah menurut Kecamatan di Kota Makassar.....	53
Tabel 5.1 Karakteristik Informan.....	62
Tabel 5.2 Modal Ekonomi.....	89
Tabel 5.3 Modal Simbolik.....	98

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ada metafora kota sebagai sesuatu yang hidup (denyut nadi kota, spirit kota, napas kota, bahkan kematian kota) (Pilliang, 2011:227). Kota adalah sebuah tempat, ruang, teritorial, yang didalamnya berlangsung pergerakan manusia dan barang: interaksi manusia dengan manusia secara sosial dengan berbagai skalanya: komunikasi di antara manusia dalam berbagai medianya, segmentasi manusia di dalam berbagai bentuk segmentasi sosial dan politik segmentasi; sosial, politik, ekonomi, dan kultural (Pilliang, 2011:229).

Potret sebuah kota merupakan potret dari masyarakatnya. Artinya perubahan kota menandai perubahan manusia di dalamnya. Hubungan antara manusia di dalam kota konvensional berlangsung secara tatap muka. Manusia menggunakan ruang-waktu konkret dalam melakukan berbagai bentuk interaksi di dalam ruang perkotaan.

Perkembangan abad informasi, digital, dan cyberspace telah mengubah potret kota. Kota arsitektur kini telah berubah menjadi kota digital atau kota informasi, yang relasi dan komunikasi antar manusia di dalamnya tidak lagi berlangsung secara alamiah, tetapi lewat mediasi teknologi digital (Pilliang, 2011:231). Transformasi potret kota dari kota konvensional, ke arah kota kapitalistik dan kini ke arah kota digital, telah mengubah pula bersamaan manusia yang hidup di dalamnya. Termasuk dalam hal ini adalah kerja dan pekerja.

Sebagai salah satu negara berkembang, tenaga kerja Indonesia didominasi tenaga kerja informal. Namun demikian, tren tenaga kerja informal selama tahun 2015 hingga 2019 terus mengalami penurunan. Sebaliknya, tren tenaga kerja formal terus mengalami peningkatan. Data Badan Pusat Statistik (2019) menunjukkan bahwa pada 2019, persentase tenaga kerja informal mengalami penurunan sebesar 2,03 persen dibandingkan tahun 2015, yakni 57,75 persen pada 2015 turun menjadi 55,72 persen pada 2019. Sementara itu, terjadi peningkatan persentase tenaga kerja formal pada periode 2015-2019, yaitu sebesar 42,25 persen pada 2015 menjadi 44,28 persen pada 2019.

Sebagai sektor yang padat modal, sektor formal merupakan penyokong perekonomian Indonesia dimana kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lebih besar dibandingkan sektor informal. Selain itu, sektor formal juga relatif aman atau tidak rentan mengalami penutupan karena kuatnya modal yang dimiliki. Namun, status pandemi global yang ditetapkan pada 11 Maret 2020 akibat *Corona Virus Disease* (Covid-19) telah memukul perekonomian banyak negara di dunia, termasuk Indonesia. *International Monetary Fund* (IMF) dalam Lidwina (2019) memproyeksikan pertumbuhan ekonomi beberapa negara dengan membandingkan kondisi akibat resesi krisis ekonomi pada 2009 dan akibat pandemi Covid-19. Krisis ekonomi pada 2009 menyebabkan resesi di sejumlah negara di Amerika dan Eropa, seperti Amerika Serikat (-2,5%), Inggris (-4,2%), dan Jerman (-5,7%). Sementara itu, negara-negara di Asia tidak mengalami resesi karena pertumbuhannya masih positif. Proyeksi IMF menyebutkan bahwa perekonomian akan terdampak oleh pandemi Covid-19 selama

tahun 2020. Akan terjadi resesi di sejumlah negara Asia, seperti Korea Selatan (-1,2%) dan Singapura (-3.5%). Namun, India, Tiongkok, dan Indonesia masih akan mengalami pertumbuhan ekonomi yang positif.

Pasar tenaga kerja formal di Indonesia terus mengalami peningkatan. Hal ini tercermin dari tren penyerapan tenaga kerja formal yang konsisten meningkat setiap tahunnya, dari 42,25 persen pada 2015 menjadi 44,28 persen pada 2019. Persentase tenaga kerja formal yang terus meningkat berarti pekerjaan dan kondisi kerja yang berisiko atau pekerjaan rentan (informal) menurun. Peningkatan jumlah tenaga kerja formal dipengaruhi oleh penyerapan Pegawai Negeri Sipil dan sektor perburuhan. Hal ini didukung oleh jumlah tenaga kerja formal yang berstatus buruh/karyawan/pegawai sebanyak 51,66 juta orang dari total 56,02 juta orang yang bekerja di sektor formal. Peningkatan tenaga kerja formal juga didorong oleh permintaan tenaga kerja yang semakin tinggi terhadap pekerjaan layak seiring peningkatan tingkat pendidikan tenaga kerja.

Pasar tenaga kerja dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pasar kerja pedesaan (*rural employment*), sektor informal perkotaan (*urban informal sector*), dan sektor formal perkotaan (*urban formal sector*). Tenaga kerja, baik pria maupun wanita, lebih banyak menginginkan terlibat dalam pasar kerja sektor formal perkotaan. Pada sektor formal terdapat sektor pemerintah dan swasta seperti perusahaan asuransi, bank, perdagangan, dan pabrik. Karakteristik sektor formal antara lain fasilitas yang dimiliki lebih modern dari pasar kerja lainnya. Tingkat upah yang tinggi juga menjadikan sektor formal menarik bagi pencari kerja. Tingkat upah sektor formal bisa lebih tinggi dari

yang lain karena salah satu syarat untuk dapat bekerja pada sektor ini harus memiliki tingkat pendidikan tinggi atau menengah. Sektor usaha formal merupakan bidang usaha yang memiliki bentuk dan badan hukum tertentu.

Pada saat ini, millennium atau milenial masuk ke dalam salah satu tenaga kerja yang mendominasi di Indonesia. Generasi milenial cenderung bekerja di sektor formal (BPS, 2018). Menurut Lokadata (2020), generasi Y atau milenial memiliki porsi yang sangat besar dari semua bidang kerja formal. Jumlah tenaga kerja generasi milenial rata-rata hingga 50% dari semua kelompok umur dan semuanya termasuk dalam bidang kerja formal. Hal ini untuk memastikan bahwa generasi milenial juga masuk dalam salah satu generasi produktif yang memberikan peluang untuk mendongkrak pembangunan ekonomi.

Data dari Badan Pusat Statistik (2018), Indonesia mengalami masa bonus demografi pada tahun 2020 sampai 2035. Bonus demografi adalah fenomena di mana populasi usia kerja (15 sampai 64 tahun) lebih besar dari populasi usia non-kerja. Periode aktif penduduk yang diproyeksikan dari populasi diperkirakan 64% dari total populasi yang diproyeksikan sebanyak 297 juta jiwa, dan generasi milenial (21-36 tahun) berkontribusi sekitar 63,5 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa bonus demografi merupakan peluang atau pun kesempatan bagi generasi milenial untuk menggantikan generasi sebelumnya dan menjadi tenaga kerja yang dominan di Indonesia (Lokadata, 2020).

Pada dunia kerja, perusahaan pasti memiliki tuntutan pekerjaan pada karyawannya. Menurut Bakker dkk. (2007) tuntutan pekerjaan merupakan semua

yang terdiri aspek fisik, psikologis, sosial, dan organisasi dari pekerjaan yang menginginkan adanya upaya fisik dan psikologis yang berkelanjutan dari seorang karyawan. Stres merupakan bagian yang tidak terhindarkan dari peran seorang karyawan dalam suatu organisasi. Ada banyak alasan mengapa karyawan mengalami stres dalam bekerja. Stres merupakan ketegangan yang dihasilkan ketika seseorang dalam memandang suatu masalah tersebut telah mengancam dirinya

Beban kerja yang diberikan kepada karyawan seperti tuntutan pekerjaan yang terlalu banyak sehingga harus bekerja lebih dari biasanya dan terkadang bekerja disaat waktu istirahat untuk menyelesaikan pekerjaan. Kejenuhan secara fisik dan emosi juga mempengaruhi stres kerja karyawan dimana fisik karyawan menjadi lelah karena bekerja sehingga dengan kondisi tersebut membuat karyawan menjadi emosional selain itu karyawan menjadi jenuh terhadap pekerjaannya.

Di tengah beban kerja yang tinggi, waktu luang kemudian menjadi salah satu media yang dilakukan oleh para pekerja formal dalam melepaskan stress yang didapatkan dari pekerjaan-pekerjaan yang ditekuni. Waktu luang merujuk kepada aktivitas masa bebas yang dilakukan secara sukarela dan dapat memberi kepuasan serta memenuhi cita rasa yang dihayati. Kadangkala tingkah laku ini adalah salah di sisi undang-undang dan ada juga tingkah laku yang tidak menyalahi undang-undang tetapi tidak diterima oleh masyarakat. (Ibrahim, Yee, Wing, & Awang, 2015).

Pada era 4.0, waktu luang tidak lagi digunakan untuk melakukan hal produktif tetapi menjelma menjadi suatu waktu melepas penat dari berbagai kesibukan menciptakan *the leisure class* yakni kalangan yang menghabiskan waktu luangnya untuk mengkonsumsi secara berlebihan demi mengikuti gaya hidup hedonis. Ini menunjukkan bahwa masyarakat 4.0 telah salah dalam penafsiran waktu luang. Yang seharusnya ialah waktu untuk mengembangkan potensi diri dan menciptakan karya dan tidak melihat konsumsi dalam sudut pandang kepuasan melainkan kegunaan dari sebuah objek konsumsi.

Wahana waktu luang akan menginheren dalam standar-standar kehidupan, termasuk justifikasi status sosial. Konsumsi berlebihan saat luang dapat memberikan makna secara simbolis seseorang berada pada kategori makmur, sehingga orang akan berlomba-lomba untuk mendapatkan simplifikasi tersebut. Sejatinya berwaktu luang adalah sebuah instrumen untuk merebut secara simbolis makna dalam status sosial yang dikehendaki. (Ridha, 2012)

Sebagian besar masyarakat cenderung memanfaatkan waktu luang untuk meningkatkan perilaku konsumsi, bahkan dalam skala berlebihan. Perilaku konsumsi berlebihan cenderung dilakukan dalam rangka ingin memperbesar gengsi individual dan menunjukkan bahwa diri mereka berasal dari kelas sosial yang tinggi (Suyanto, 2014). Apabila diperhatikan dengan cermat, ini membuktikan bahwa orang-orang telah mengalami perubahan akibat perubahan masa pula. Awalnya waktu luang di era modern dimanfaatkan untuk aktivitas produktif dan menghasilkan suatu karya, bahkan waktu kerja dapat digunakan menjadi waktu luang untuk menikmati pekerjaan tersebut.

Namun di era 4.0 hampir seluruh lapisan masyarakat menganggap waktu luang sebagai aktivitas untuk bermalas-malasan, liburan bahkan berbelanja sepuasnya.

Konsumsi bagi manusia post-modern tidak lagi sekedar membicarakan sarana pemenuhan nilai utilitas dalam pengertian sempit, akan tetapi merupakan cara membangun nilai-nilai simbolik. Konsumsi dikondisikan untuk lebih merayakan makna-makna simbolik ketimbang fungsi utama objek. Hal ini kemudian melahirkan sebuah kebiasaan didalam masyarakat post-modern yang berlomba-lomba dalam pemenuhan citra dalam setiap kegiatan sehari-harinya.

Konsumsi bahkan telah bergerak tidak hanya merayakan pemenuhan nilai-nilai simbolik tetapi menjadi penyebab munculnya kelas-kelas sosial di dalam masyarakat. Kelas-kelas sosial yang tercipta didalam masyarakat sendiri merupakan sesuatu yang telah menjadi topik pembahasan dalam lingkup kajian sosiologi. Salah satu pemikir yang membahas mengenai kelas sosial adalah Karl Marx dan Max Webber. Menurut Marx, kelas sosial merujuk pada bagaimana sekelompok orang dihubungkan dengan produksi barang dan jasa dalam masyarakat. Berdasarkan pengertian yang dikemukakanya, Marx membagi masyarakat menjadi dua kelas, yakni kelas borjuis dan proletar. Marx berpendapat bahwa dasar pembentukan kelas sosial adalah penghisapan satu kelas oleh kelas sosial lain yang lebih tinggi. Relasi yang timpang ini bisa ditemui pada masyarakat kapitalis dimana pemilik sarana produksi pada hakikatnya adalah wakil dari kelas atas yang melakukan tekanan serta memaksakan kontrol kepada kelas buruh yang posisinya dalam lapisan masyarakat lebih rendah. Sedangkan menurut Max

Weber, kelas sosial tidak hanya didasarkan pada dimensi ekonomi yang melahirkan dikotomi saja, tapi juga berdasarkan dimensi sosial seperti status sosial, dan juga politik yang didalamnya adalah kekuasaan. Bahkan lebih jauh, konsumsi juga merupakan aktivitas yang kemudian memproduksi kelas-kelas sosial dalam kehidupan bermasyarakat menurut terminologi Pierre Bourdieu.

Joseph Kahl dan Dennis Gilbert dalam teori struktur kelas sosial, memetakan sembilan variabel yang dapat digunakan untuk mengukur kelas sosial seseorang,

Tabel 1.1 Variabel Kelas Sosial Gilbert dan Kahl.

Variable Ekonomi	Variabel Interaksi	Variabel Politik
Pekerjaan (occupation)	Prestise pribadi (personal prestige)	Kekuasaan (Power)
Pendapatan (income)	Asosiasi (association)	Kesadaran kelas (class consciousness)
Kekayaan (wealth)	Sosialisasi (socialization)	Mobilitas (mobility)

Sumber: Engel, Consumer Behaviour 1995, hal 109-110 dalam Hendriwani, Subur, 2020:20).

Sembilan variabel yang tercantum untuk mengukur kelas sosial seseorang ala Gilbert dan Kahl yang kemudian digunakan meneliti secara holistik dan menemukan fakta-fakta akan terbentuknya kelas-kelas sosial di kalangan pekerja formal terkait pemanfaatan waktu luangnya.

Pada karyanya yang berjudul *Distinction* (1979), Bourdieu (Fashri, 2014:57) memetakan tiga zona selera budaya meliputi: kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah. Zona Kelas Atas ditandai dengan besarnya kepemilikan modal. Kelas ini mengakulasi berbagai modal. Dalam *Distinction*, Bourdieu memperlihatkan mekanisme dominasi dalam praktik selera dan gaya hidup (Fashri, 2014:59). Dengan begitu, kita memiliki gambaran bahwa representasi kelas sosial dalam hal selera dan gaya hidup tidaklah selalu berada dalam posisi yang setara atau dalam tafsiran lain, praktik budaya kelas yang didominasi lebih tertuju untuk meniru gaya hidup kelas dominan daripada mendefinisikan praktik budaya mereka sendiri. Selera pada akhirnya memproduksi klasifikasi antara “kelas populer” atau “kelas dominan”, baik atau buruk.

Selain membentuk kelas-kelas sosial, pemanfaatan waktu luang telah menjadi gaya hidup. Dalam masyarakat perkotaan, ada berbagai model pemanfaatan waktu luang seperti pergi berlibur ke pantai, mendaki gunung, atau berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan dan masih banyak praktik pemanfaatan waktu luang lainnya. Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern. Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang juga dapat dilihat dari kelas sosial atau status sosial seseorang. Hal ini sebagaimana yang ditunjukkan oleh Yulia Primadini I dan Meita Santi Budiani (2014) dalam hasil penelitiannya bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dan kelas sosial dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA Trimurti Surabaya.

David Chaney dalam buku *Lifestyles: sebuah pengantar komprehensif* (2011) menerangkan gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain (Chaney, 2011:40). Menurut Chaney, gaya hidup berbeda dengan budaya. Gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, seperti gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu yang merupakan karakteristik suatu kelompok, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka. Sedangkan budaya (Kephart, 1982:93 dalam Chaney, 2011: 41) adalah keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat, mulai dari kebiasaan, sikap, dan nilai-nilai, serta pemahaman yang sama yang menyatukan mereka sebagai suatu masyarakat. Gagasan Chaney banyak terilhami dari gagasan-gagasan Bourdieu dalam karyanya yang berjudul *Distinction* menyebutkan bahwa dalam melihat terciptanya suatu gaya hidup maka dapat diamati dari tiga hal yaitu: habitus, ranah, dan modal.

Pekerja formal dengan kemampuan finansial yang dimiliki memiliki berbagai macam pilihan dalam memanfaatkan waktu luang. Waktu luang yang dimiliki setelah bekerja kemudian digunakan untuk menyegarkan pikiran dan tubuh. Salah satu pilihan dalam memanfaatkan waktu luang tersebut adalah dengan berbelanja, baik itu secara virtual atau langsung ke toko-tokonya. Nila Ridayani (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perilaku konsumtif pekerja kantoran pada online shopping fashion yaitu melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, pembelian impulsif. Perilaku belanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, informan rela menggunakan pendapatannya yang seharusnya digunakan

untuk keperluan rumah tangga dan keperluan yang lebih penting lainnya, untuk membeli barang yang diinginkan dan subyek juga rela menyisihkan uang tabungannya asal bisa membeli barang yang branded dengan model yang berbeda dengan orang lain. Serta merasa bangga memiliki banyak barang yang di beli melalui online shop.

PT Astra Isuzu Cabang Makassar yang beralamatkan di Jalan AP. Pettarani, Kota Makassar merupakan salah satu anak perusahaan dari perusahaan patungan antara Astra Internasional dengan prinsipal Isuzu Motors Ltd - yang terkenal sebagai produsen kendaraan komersial dan mesin diesel terkemuka di dunia. PT Astra Isuzu juga merupakan jaringan jasa penjualan, perawatan, dan perbaikan serta penyediaan suku cadang produk Isuzu, yang berdiri pada tahun 1990. Sebagai badan usaha yang telah mendapatkan berbagai proteksi ekonomi dari pemerintah, telah menjadikan PT Astra Isuzu sebagai perusahaan yang bergerak di sektor formal. PT Astra Isuzu menjadi perusahaan yang bergerak di sektor formal dikarenakan memiliki surat izin usaha, memiliki modal yang besar, dan juga kewajiban membayar pajak. Dikarenakan PT Astra Isuzu merupakan perusahaan sektor formal sehingga telah menjadi konsekuensi logis seluruh pegawai yang bekerja dibawah naungan PT Astra Isuzu dikatakan sebagai pegawai formal.

Kota Makassar dengan masyarakat urbannya yang memiliki tipologi yang kosmopolitan, heterogen, dan materialis tetapi tetap terdapat nilai-nilai kearifan lokal dan kearifan agama, memiliki berbagai ruang-ruang untuk memanfaatkan waktu, dalam hal ini waktu luang. Dalam pengamatan penulis, pada saat hari kerja, pekerja formal yang terdapat di Kota Makassar berada pada tempat-tempat seperti café, warkop, atau rumah makan. Sedangkan di hari libur, pekerja formal kemudian

memanfaatkan waktunya untuk berada ditempat-tempat seperti mall, pantai, atau pulang ke kampung halaman.

Peneliti kemudian tertarik untuk meneliti pegawai formal yang bekerja di PT. Astra Isuzu Cabang Makassar dalam pencapaian target mereka hingga waktu-waktu yang diluangkan pada jam istirahat. Peneliti juga melihat adanya perbedaan gaya konsumtif antara pegawai dengan struktur manajerial yang berbeda. Astra Isuzu sebagai spesialis Commercial dan sebagian besar customernya dari pengusaha. Pegawai PT Astra Isuzu memberikan berbagai penawaran untuk customer di sekitar kantor maupun di luar kantor, dalam hal ini pada jam istirahat peneliti kemudian tertarik untuk meneliti pemanfaatan waktu luang pegawai PT Astra Isuzu Cabang Makassar. Pemanfaatan waktu luang yang dilakukan oleh pegawai PT Astra Isuzu Cabang Makassar ini dalam pengamatan penulis kemudian mereproduksi kelas sosial di PT Astra Isuzu Cabang Makassar sekaligus juga membentuk gaya hidup konsumtif di kalangan pegawainya.

Atas dasar kenyataan diatas, peneliti berusaha menelisik lebih jauh pemanfaatan waktu luang di kalangan Generasi Milenial di Kota Makassar dengan judul “Praktik Sosial di Kalangan Pegawai PT Astra Isuzu, Kota Makassar”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana proses pemanfaatan waktu luang membentuk kelas-kelas sosial di kalangan Pegawai PT Astra Isuzu di Kota Makassar?
- b. Bagaimana proses pemanfaatan waktu luang membentuk gaya hidup konsumtif di kalangan Pegawai PT Astra Isuzu di Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui proses pemanfaatan waktu luang membentuk kelas-kelas sosial di kalangan Pegawai PT Astra Isuzudi Kota Makassar.
- 2) Untuk mengetahui pemanfaatan waktu luang membentuk gaya hidup konsumtif di kalangan Pegawai PT Astra Isuzu di Kota Makassar

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan studi kajian sosiologi, khususnya terkait gaya hidup di masyarakat.
2. Diharapkan dapat berkontribusi terhadap pembangunan sumber daya manusia di Kota Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1. Kajian Mengenai Waktu Luang

Dalam bahasa Inggris waktu luang dikenal dengan sebutan *leisure*. Kata *leisure* sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu *licere* yang berarti diizinkan (*To be Permitted*) atau menjadi bebas (*To be Free*). Kata lain dari *leisure* adalah *loisir* yang berasal dari bahasa Perancis yang artinya waktu luang (*Free Time*). Definisi berkaitan dengan *leisure* antara lain:

a. Waktu luang sebagai waktu (*leisure as time*)

Waktu luang digambarkan sebagai waktu senggang setelah segala kebutuhan yang mudah telah dilakukan. Yang mana ada waktu lebih yang dimiliki untuk melakukan segala hal sesuai dengan keinginan yang bersifat positif.

b. Waktu luang sebagai aktivitas (*leisure as activity*)

Waktu luang terbentuk dari segala kegiatan bersifat mengajar dan menghibur pernyataan ini didasarkan pada pengakuan dari pihak *The International Group of the Social Science of Leisure*, menyatakan bahwa: “waktu luang berisikan berbagai macam kegiatan yang mana seseorang akan mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, menghibur diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan keterampilannya secara objektif atau untuk meningkatkan keikutsertaan dalam bermasyarakat.

c. Waktu luang sebagai suasana hati atau mental yang positif (*leisure as an end in itself or a state of being*).

Waktu luang harus dimengerti sebagai hal yang berhubungan dengan kejiwaan dan sikap yang berhubungan dengan hal-hal keagamaan, hal ini bukan dikarenakan oleh faktor-faktor yang datang dari luar. Hal ini juga bukan merupakan hasil dari waktu senggang, liburan, akhir pekan, atau liburan panjang.

d. Waktu luang sebagai sesuatu yang memiliki arti luas (*leisure as an all embracing*).

Waktu luang adalah relaksasi, hiburan, dan pengembangan diri. Dalam ketiga aspek tersebut, mereka akan menemukan kesembuhan dari rasa lelah, pelepasan dari rasa bosan, dan kebebasan dari hal-hal yang bersifat menghasilkan. Dengan kata lain, waktu luang merupakan ekspresi dari seluruh aspirasi manusia dalam mencari kebahagiaan, berhubungan dengan tugas baru, etnik baru, kebijakan baru, dan kebudayaan baru.

e. Waktu luang sebagai suatu cara untuk hidup (*leisure as a way of living*).

Waktu luang adalah suatu kehidupan yang bebas dari tekanan-tekanan yang berasal dari luar kebudayaan seseorang dan lingkungannya sehingga mampu untuk bertindak sesuai rasa kasih yang tak terelakkan yang bersifat menyenangkan, pantas, dan menyediakan sebuah dasar keyakinan.

Dengan banyaknya definisi waktu luang, dapat disimpulkan bahwa waktu luang adalah waktu yang mempunyai posisi bebas penggunaannya dan waktu tersebut berada diluar kegiatan rutin sehari-hari sehingga dapat dimanfaatkan secara positif guna

meningkatkan produktifitas hidup yang efektif dan pengisian waktu luang dapat diisi dengan berbagai macam kegiatan yang mana seseorang akan mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, menghibur diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan keterampilannya secara objektif.

Dalam disiplin ilmu sosiologi, waktu luang merupakan salah satu fenomena yang menarik dalam kajian sosiologi konsumsi. Waktu luang merupakan manifestasi komodifikasi yang berhasil dilakukan oleh kapitalisme modern, dari *leisure time* menjadi *leisure economic*. Awalnya waktu senggang di era modern dimanfaatkan untuk aktivitas produktif dan menghasilkan suatu karya, bahkan waktu kerja dapat digunakan menjadi waktu senggang untuk menikmati pekerjaan tersebut. Namun di era postmodern hampir seluruh lapisan masyarakat menganggap waktu senggang sebagai aktivitas untuk bermalas-malasan, liburan bahkan berbelanja sepuasnya (Suyanto, 2014 dalam Pratiwi dkk, 2021:183).

2.1.2. Konsumerisme

Sosiologi konsumsi meningkat menjadi spektakuler selama beberapa dekade terakhir dan telah secara radikal menantang premis dasar dari disiplin sosiologi. Konsumsi sendiri memiliki konotasi negatif didalam tata bahasa Inggris, yang berarti menghancurkan, mengotori, membuang. Pertama-tama kita harus harus meluruskan pandangan umum mengenai konsumerisme yang sering disalahpahami. Konsumerisme tidak dapat semena-mena dikaitkan dengan konsumsi. Menurut Soedjatmiko (2008:28) konsumsi merupakan cermin aksi yang tampak, sedangkan konsumerisme lebih terkait

dengan motivasi yang terkandung didalamnya. Atau lebih mudahnya konsumsi adalah sebuah tindakan (kata kerja), dan konsumerisme adalah sebuah gaya hidup.

Menurut Scott dalam buku *Sosiologi The Key Concepts* (2011: 60) pada abad ke-19 konsumsi menjadi berlawanan dengan kebajikan positif (dan maskulin) dari produksi pekerjaan yang berguna secara sosial, sementara konsumsi direndahkan sebagai pekerjaan perempuan. Para pendukung polemik pendekatan baru untuk konsumsi bersikeras bahwa pemahaman terhadap karakter kehidupan sosial memerlukan penolakan terhadap perhatian lama para teoritis abad ke-19 yang telah mengidentifikasi produksi industrial dan lokasi kelas sebagai sumber utama makna dan antagonisme dalam masyarakat. Bukan suatu kebutuhan bahwa banyak studi utama mengenai konsumsi diterbitkan pada tahun 1980 ketika banyak negara mengalami booming pengeluaran konsumen yang memicu pertumbuhan ekonomi, negara – negara yang mengadopsi politik pasar non-liberal, dan retorika kebebasan memilih telah membanjiri kehidupan politik, ekonomi dan sosial. Definisi sosiologis yang baru mengenai konsumsi, tidak membatasi diri pada pemenuhan dan penggunaan barang dan jasa oleh individu yang tampak jelas pada saat ini. Melainkan, definisi – definisi tersebut berupaya mengungkap hubungan sosial yang membentuk individualitas pilihan – pilihan, kenenangan – kesenangan dan makna – makna. Selain itu kita harus meluruskan pandangan umum mengenai konsumerisme yang sering disalahpahami. Konsumerisme tidak dapat semena-mena dikaitkan dengan konsumsi. Menurut Soedjatmiko (2008:28) konsumsi merupakan cermin aksiyang tampak, sedangkan

konsumerisme lebih terkait dengan motivasi yang terkandung didalamnya. Atau lebih mudahnya konsumsi adalah sebuah tindakan (kata kerja), dan konsumerisme adalah sebuah gaya hidup.

Konsumerisme adalah suatu tatanan ekonomi dan sosial yang mendorong agar orang-orang membeli barang dan jasa dalam jumlah yang semakin besar. Konsumerisme yang saat ini banyak berkembang diseluruh penjuru dunia merupakan dampak dari globalisasi dan sistem kapitalisme modern yang mendasarkan pada tata nilai materialistis, mulai dari tingkah laku, pola pikir, hingga sikap. Budaya konsumerisme dewasa ini sudah menjadi ideologi dan tuntutan gaya hidup manusia.

Konsumerisme adalah aliran atau paham yang mengubah perilaku manusia untuk melakukan sebuah kegiatan konsumen atau membeli atau memakai barang-barang secara berlebihan tanpa melihat nilai gunanya. Konsumerisme juga bisa dianggap oleh orang-orang sebagai ajang untuk berpamer atau menyombongkan diri. Ketika seorang bisa membeli sebuah barang yang bermerek, dan mendapatkan sebuah penghargaan atau pujian dari sesama akan termotivasi untuk selalu membeli produk yang sedang trend agar mendapatkan pujian bahwa dia bisa memenuhi keinginannya. Konsumerisme datang ke semua penjuru negara dan bangsa di dunia ini bersamaan dengan budaya globalisasi (Ihza, 2013 dalam Hakim & Rusadi, 2022:62). Budaya globalisasi yang membawa pemikiran Neoliberalisme ini telah membawa budaya global yang memengaruhi perilaku konsumsi manusia menjadi globalisasi sikap hidup dan globalisasi budaya yang disebut konsumerisme.

Pendiskreditan ini dengan sendirinya diikuti oleh peminggiran budaya-budaya tersebut mengingat konsumerisme bukan hanya sekedar gaya hidup dangkal, melainkan berakar pada suatu filsafat yang lebih dalam (individualisme).

Ciri-ciri konsumerisme, yaitu: keberadaan masyarakat yang memformulasikan tujuan hidup dalam rangka mendapatkan barang-barang konsumsi yang tidak dibutuhkan; masyarakat yang menjadikan barang-barang konsumsi sebagai penanda identitas; dan keberadaan pemilik modal yang selalu menarik masyarakat untuk terus membeli barang-barang konsumsi lebih dari yang mereka butuhkan melalui manipulasi periklanan dan kemasan (Stearns, 2006 dalam Indah dan Awal Muqsith, 2021:27). Masyarakat di era kontemporer disuguhi dengan kontradiksi realitas. Gaya hidup konsumerisme telah mengeksploitasi kesadaran subjek dan menutup jalan kesadaran kritis subjek. Subjek tidak mampu memahami secara utuh dan komprehensif realitas. Selalu akan terjadi keterbelahan dalam diri subjek ketika berinteraksi dengan realitas.

Pendekatan baru untuk konsumsi datang dari perdebatan mengenai posmodernisme dan karya Jean Baudrillard di tahun 1980. Hal ini terlihat dari perkembangan penelitian mengenai fragmentasi budaya, estetika kehidupan sehari – hari, dan reorganisasi produksi kapitalis sepanjang garis pasca-Fordis bersekongkol untuk melahirkan budaya konsumen baru. Apa yang menyatukan sejumlah penulis adalah perhatian terhadap konsumsi lebih sebagai aktivitas komunikatif daripada kegiatan instrumental. Fokus perhatian kepada citra, tanda – tanda dan simbol konsumsi juga menyebabkan pembaruan minat kepada identitas pribadi lebih dari praktik kolektif (Asriawan, 2017:20).

Akhirnya, karya Pierre Bourdieu telah membaca mantra besar atas disiplin ini, sebagian karena ada hubungan yang jelas kembali ke tradisi klasik, tetapi juga karena

dukungan rincian empiris yang terkandung dalam argumennya. Bagi Bourdieu konsumsi termotivasi oleh kebutuhan kelompok – kelompok sosial untuk mencapai status melalui bentuk perbedaan yang memperkuat posisi kelas. Rasa penilaian, berkabar pada habitus, adalah penanda kelas sosial. Dan sangat terkait pada hierarki akses modal ekonomi, modal budaya dan modal sosial (Asriawan, 2017:20).

2.1.2.1 Teori Praktik

Bourdieu dalam bukunya yang berjudul oleh *Outline Of A Theory Of Practice* yang terbit pada tahun 1972 yang kemudian disadur ke dalam bahasa Indonesia dengan judul Teori Tentang Praktik pada tahun 2017 menjelaskan mengenai proses terciptanya konsumsi, Bourdieu kemudian menggunakan konsep habitus, modal, dan ranah.

Bourdieu menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi yang dilakukan oleh manusia tidak didasari pilihan personal manusia tetapi didasari oleh adanya selera yang lahir dari dialektika simultan antara habitus, ranah, dan modal. Penulis mengambil contoh ketika manusia memilih untuk mengkonsumsi tontonan netflix bukan dikarenakan keinginan pribadi yang ingin menikmati film-film yang disajikan selain di bioskop tetapi dikarenakan adanya pemahaman (habitus) mengenai dunia eksternal atau dunia perfilman yang hanya ditampilkan oleh Netflix, pemahaman tersebut lahir dari lingkungan pergaulan manusia (ranah) yang mana dalam lingkungan sosial tersebut dibutuhkan modal-modal untuk dapat mengakses pemahaman tersebut.

Konsumerisme sebagai ideologi yang praktiknya menekankan konsumsi sebagai aktivitas yang mengesampingkan nilai guna dan mengedepankan nilai simbolik, juga menjadi praktik yang melahirkan gaya hidup konsumtif yang berfokus pada peningkatan kelas sosial dan dominasi ke kelas sosial yang ada di bawahnya. Sebagaimana contoh manusia dengan tontonan Netflinya, penulis melihat

konsumerisme sebagai paham atau ideologi yang praktik konsumsinya didasari oleh habitus, ranah, dan modal. Konsumerisme terjadi karena manusia mengkonsumsi sesuatu berdasarkan pemahaman yang tidak tiba-tiba ada tetapi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan akibat dari pergaulan sosial di lingkungannya dan juga akumulasi modal yang dimiliki.

Lebih jauh habitus, ranah, dan modal akan dibahas dalam penjelasan dibawah ini:

a. Habitus.

Dalam penjelasannya tentang ilmu sosial, Pierre Bourdieu menaruh perhatian pada apa yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari. Bourdieu berusaha melihat kehidupan sosial tidak dapat dipahami hanya dalam sudut inidividu atau masyarakat saja. Hubungan agensi dan struktur bukanlah dua kutub yang berdiri secara terpisah, melainkan berupa relasi dialektis yang berjalan tidak linear (Fashri, 2014:93).

Habitus bukanlah sebuah konsep yang orisinal dari pemikiran Bourdieu, pemikir semacam Aristoteles, Weber, dan Durkheim telah memikirkan mengenai mengenai konsep *habitus* walaupun bukan dengan sebutan habitus. Aristoteles menjelaskan habitus dalam konsep Ada (*being*), Weber dengan *verstehen*, dan Durkheim dengan Fakta Sosial-nya. Merujuk Bourdieu, ada dua habitus: 1) habitus kelas yang dimiliki secara kolektif, dan habitus subjektif yang dimiliki individu secara unik (Takwin, 2006:46).

Dalam bahasa Latin, *habitus* bisa berarti kebiasaan (habitual), penampilan diri, atau bisa pula menunjuk pada tata pembawaan yang terkait dengan kondisi tipologi tubuh (Fashri, 2014:93). Menurut Jenkins (2004:108) penjelasan tentang *habitus* menemukan ekspresi lain dalam pemakaian kata “hexis” dalam bahasa Yunani yang dalam karya

Bourdieu kata ini digunakan untuk menjelaskan sikap, cara, dan gaya dimana aktor ‘membawakan dirinya sendiri’: sikap, bahasa tubuh, cara berjalan, dll’. Dalam artian interaksi manusia dengan *habitus* senantiasa melekat, tidak bisa dipisahkan, saling mempengaruhi, dan melebur.

Dalam penjelasan lainnya, Bourdie (dalam Fashri, 2014:99) menyatakan bahwa *habitus* merupakan:

“the mental structures through which they apprehend the social world, are essentially the product of an internalization of the structures of the social world.”

Yang dapat dipahami bahwa *habitus* merupakan hasil internalisasi (perenungan, refleksi, penafsiran diri) struktur dunia sosial yang kemudian diwujudkan. Lewat ide *habitus*, Bourdieu mengurai praktik sosial sehari-hari beserta prinsip keteraturan yang mengiringinya. *Habitus* dapat diibaratkan sebagai mekanisme pembentuk praktik sosial yang beroperasi dalam diri individu. *Habitus* membimbing individu untuk memahami, menilai, mengapresiasi tindakan mereka berdasarkan pada skema atau pola yang dipancarkan dunia sosial. sebagai skema atau pola klasifikatif, *habitus* kemudian menghasilkan perbedaan gaya hidup dan praktik-praktik kehidupan. Skema ini diperoleh dari pengalaman-pengalaman individu dalam berinteraksi dengan individu lain maupun lingkungannya. Pola atau skema yang terinternalisasi tersebut kemudian membentuk berbagai prinsip klasifikasi seperti baik/buruk, sehat/sakit, bersih/kotor.

Habitus dapat diidentifikasi melalui ciri khasnya, yaitu: Pertama, *habitus* mencakup dimensi kognitif dan afektif yang diwujudkan dalam sistem disposisi. Disposisi (kecenderungan atau kesiapan berespon) yang dimaksud merujuk pada tiga makna yang berbeda, yaitu: 1). Hasil dari tindakan yang mengatur. 2). Cara mengada.

3) sebuah predisposisi, niat, atau kecenderungan. Intinya, disposisi dapat diandaikan sebagai sebuah sikap, kecenderungan dalam mempersepsi, merasakan, melakukan, dan berpikir, yang diinternalisasikan oleh individu berkat kondisi objektif seseorang.

Kedua, *habitus* merupakan “struktur-struktur yang dibentuk” dan “struktur-struktur yang membentuk”. Di satu sisi, *habitus* berperan sebagai sebuah struktur yang dibentuk oleh kehidupan sosial. di sisi yang lain *habitus* dipandang sebagai struktur yang membentuk kehidupan sosial. Ketiga, *habitus* dilihat sebagai produk sejarah. Bourdieu berusaha untuk menolak pemahaman yang menganggap *habitus* sebagai kodrat alami yang tidak terelakkan. Keempat, *habitus* bekerja dibawah aras kesadaran dan bahasa, melampaui jangkauan pengamatan introduktif atau kontrol oleh keinginan aktor (Fashri, 2014:103).

Pada praktik gaya hidup konsumtif, *habitus* memainkan peran sebagai sosok internal yang memegang segala hal berkaitan dengan pahaman dan pengetahuan mengenai apa yang akan dikonsumsi, metode mengkonsumsi, dan motif mengkonsumsi.

b. Ranah (*field, camp*).

Ide Bourdieu tentang ranah dikembangkan ketika ia mencoba memahami makna gagasan Weber tentang agen-agen religius (Lubis, 2014: 122). Berbeda halnya dengan *habitus*, ranah berada terpisah dari kesadaran individu yang secara objektif berperan menata hubungan individu-individu. Ranah bukanlah interaksi intersubjektif antarindividu, melainkan hubungan yang terstruktur dan secara tidak sadar mengatur posisi individu, kelompok atau lembaga dalam tatanan masyarakat. Bourdie (Fashri, 2014:105-106) sendiri mendefinisikan ranah (*field*) sebagai:

“a network, or configuration, of objective relations between positions. These positions are objectively defined, in their existence and in the determinations they impose upon their occupants, agent or institutions, by their present and potential situations (situs) in the structure of the distributions of species of power (or capital) whose possession commands access to the specific profits that are at stake in the field, as well as by their objective relation to other positions (domination, subordination, homology, etc).”

Ranah merupakan arena kekuatan yang didalamnya terdapat upaya perjuangan untuk memperebutkan sumber daya (modal) dan juga demi memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hierarki kekuasaan. Ranah juga merupakan arena pertarungan dimana mereka yang menempatinya dapat mempertahankan atau mengubah konfigurasi kekuasaan yang ada. Struktur ranahlah yang membimbing dan memberikan strategi bagi penghuni posisi, baik individu maupun kelompok, untuk melindungi atau meningkatkan posisi mereka dalam kaitannya dengan jenjang pencapaian sosial (Fashri, 2014:110).

Ketika Bourdieu mengartikan ranah sebagai arena permainan, mengindikasikan didalamnya terdapat kompetisi, pemain, aturan main, manuver guna meraih tujuan (*strategy*), dan mengandung konsekuensi menang-kalah. Strategi yang dipakai para pelaku bersandarkan pada jumlah modal yang dimiliki dan struktur modal dalam posisinya di ruang sosial. meskipun mengarahkan pada tindakan, strategi bukan semata-mata hasil dari suatu perencanaan yang sadar dan terdeterminasi secara mekanis (Asriawan, 2017:37).

Strategi menurut Bourdieu (Jenskin, 2004:122) adalah hasil yang terus berlanjut dari interaksi antara disposisi habitus dan kendala serta kemungkinan yang merupakan realitas dari segala arena sosial yang ada. Strategi merupakan produk intuitif dari pemahaman para pelaku terhadap aturan permainan pada ruang dan waktu tertentu. Bourdieu (Fashri, 2014:113) memetakan strategi ini dalam dua tipe, yaitu: *Pertama*, tipe reproduksi menunjuk pada kumpulan praktik yang dirancang untuk mempertahankan atau meningkatkan aset-aset para pelaku dengan kecenderungan ke arah masa depan. *Kedua*, tipe penukaran kembali (*reconversion strategies*), berkaitan dengan pergerakan-pergerakan didalam ruang sosial yang terstruktur dalam dua dimensi, yaitu keseluruhan jumlah modal yang terstruktur dan pembentukan jenis modal yang dominan dan yang terdominasi.

Ranah tidak bisa dilepaskan dari ruang sosial (*social space*) yang mengacu pada keseluruhan konsepsi tentang dunia sosial (Fashri, 2014:106). Hal ini berarti pemahaman mengenai konsep ruang sosial mencakup banyak ranah didalamnya yang memiliki keterkaitan satu sama lain dan terdapat titik-titik kontak yang saling berhubungan. Konsep ranah mengandaikan hadirnya berbagai macam potensi yang dimiliki oleh individu maupun kelompok dalam posisinya masing-masing. Posisi tersebut ditentukan oleh alokasi modal atas para pelaku yang mendiami suatu ranah. Bourdieu memandang bahwa hierarki dalam ruang sosial bergantung pada mekanisme distribusi dan diferensiasi modal, yaitu seberapa besar modal yang dimiliki (volume modal) dan struktur modal.

Pada praktik gaya hidup konsumtif, ranah memainkan peran sebagai sosok eksternal yang dalam melakukan praktik konsumtif membutuhkan strategi-strategi yang

disesuaikan dengan nilai-norma dan budaya yang berlaku ditempat melakukan gaya hidup konsumtif.

c. Modal

Memahami konsep ranah erat kaitannya dengan modal. Istilah modal digunakan oleh Bourdieu untuk memetakan hubungan-hubungan kekuasaan dalam masyarakat. Bourdieu (Fashri, 2014:108) memberikan konstruksi teoritiknya terhadap modal sebagai berikut.

“capital is a social relation, i.e., an energy which only exist and only produces its effects in the field in which it is produced and reproduced, each of the properties attached to class is given its value and efficacy by the specific laws of each field.”

Ide Bourdieu tentang modal berusaha melepaskan dari tradisi Marxian. Tidak lagi berpaku pada alat produksi (ekonomi) sebagai basis dalam kehidupan tapi tidak menafikan modal ekonomi sebagai anugerah dalam ranah-ranah tertentu. Masyarakat terbentuk oleh perbedaan distribusi dan penguasaan modal. Di sisi lain, para individu juga berperan memperbesar modal mereka.

Menurut Bourdieu (Fashri, 2014:109), modal dapat digolongkan dalam empat jenis yaitu: pertama, modal ekonomi (mesin, buruh, uang). *Kedua*, modal budaya, modal ini adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang dapat diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. *Ketiga*, modal sosial yang merujuk pada jaringan sosial yang dimiliki pelaku dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa. Dan *Keempat*, segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi yang terakumulasi dalam bentuk modal simbolik. Karakteristik tiap-tiap modal dapat dipertukarkan satu sama lainnya. Hal ini memungkinkan modal dapat bertambah atau

berkurang. Semakin besar seseorang mengakumulasi modal tertentu maka semakin besar pula peluang untuk mengkonversi antar modal. Dengan demikian, modal harus ada dalam sebuah ranah agar ranah tersebut memiliki daya-daya yang memberikan arti. Hubungan *habitus*, ranah, dan modal bertatutan sama lain dan bertujuan menerangkan praktik sosial.

Modal menurut Bourdieu (1996: 114) adalah “sekumpulan sumber kekuatan dan kekuasaan yang benar-benar dapat digunakan.” Artinya, istilah 'modal' dipakai Bourdieu untuk memetakan hubungan-hubungan kekuatan dan kekuasaan dalam masyarakat.

Menggunakan konsep Bourdieu tentang arena dalam penelitian sosial akan mengarah kepada tiga hal yang berbeda (Jenskin, 2004:126). Pertama, hubungan arena dengan “arena kekuasaan” (politik) harus dipahami. Ini adalah sumber relasi kekuasaan hirerarkis yang menstrukturkan arena lain. *Kedua*, dalam arena agen/aktor/individu harus mengkonstruksi suatu “topologi sosial” atau peta “struktur objektif” dari posisi yang menciptakan arena, dan hubungan antara mereka dalam kompetisi dengan bentuk spesifik dari modal. *Ketiga*, *habitus* manusia di dalam arena harus dianalisis, bersama dengan jejak atau strategi yang diproduksi dalam interaksi antara *habitus* dan kendala serta kesempatan yang ditentukan oleh struktur arena.

Pada praktik gaya hidup konsumtif, seperti halnya ranah, modal memainkan peran sebagai sosok eksternal yang mana menjadi kekuatan dalam melakukan praktik konsumtif. Semakin banyak modal yang dimiliki, maka keleluasaan dan kekuasaan untuk mengkonsumsi apapun semakin terbuka lebar.

Modal yang terakumulasi ini kemudian yang membentuk kelas-kelas sosial. Bagi Bourdieu terdapat tiga zona selera budaya yang meliputi: kelas atas, kelas menengah,

dan kelas bawah. Zona Kelas Atas ditandai dengan besarnya kepemilikan modal. Kelas ini mengakulasi berbagai modal. Kelas ini menunjukkan perbedaannya untuk mengafirmasi identitas khususnya dan memaksakan kepada semua dengan melegitimasi suatu visi tentang dunia sosial. Kelas ini mendefinisikan dan menentukan budaya yang sah. Kelas ini terdiri dari dua kelompok yaitu: *Pertama*, kelompok kelas dominan yang ada sejak lama yang terdiri dari bos-bos perusahaan besar dan industri. *Kedua*, borjuis baru terdiri dari para eksekutif sektor swasta yang berasal dari sekolah-sekolah prestisius. Zona Kelas Menengah ini memiliki keinginan untuk menaiki tangga sosial. di Zona ini sangat menghormati tatanan sosial yang ada dan sangat rigoris dalam hal moral. Zona sangat menonjolkan keinginan atau kehendak baik dalam hal budaya, meski mendasarkan pada peniruan terhadap budaya kelas dominan. Di Zona ini terdapat tiga kelompok yaitu: *Pertama*, borjuis kecil dalam situasi keruntuhan yaitu para pedagang, ahli pertukangan yang makin berkurang. *Kedua*, borjuis kecil pelaku yang terdiri dari para pekerja, guru, dan karyawan-karyawan swasta. *Ketiga*, borjuis kecil baru merupakan borjuis yang memiliki modal budaya cukup besar namun lemah dalam modal sosial. Zona terakhir yaitu zona kelas bawah. Zona ini ditandai dengan tiadanya kepemilikan modal. Orang-orang yang berada di zona ini tidak memiliki empat jenis modal.

Pada umumnya, kelas sosial dianggap sebagai golongan sosial dalam sebuah tatanan masyarakat yang ditentukan oleh posisi tertentu dalam proses produksi (Suseno, 2005: 111). Dalam tulisan Marx terdapat indikasi bahwa kelas sosial dalam masyarakat feodal lebih tepat disebut kasta. Bagi Marx, sebuah kelas baru dianggap kelas dalam arti sebenarnya bukan hanya secara objektif yang merupakan golongan sosial dengan kepentingan tersendiri, melainkan juga secara subjektif yang menyadari

diri sebagai kelas, sebagai golongan khusus dalam masyarakat yang mempunyai kepentingan-kepentingan spesifik serta mau memperjuangkannya. Dalam arti ini, hanya kelas buruh industri yang merupakan kelas dalam arti yang sebenarnya, meskipun kurang tajam. Jadi, bagi setiap golongan sosial yang mempunyai kedudukan spesifik dalam proses produksi, tetapi dengan pengertian bahwa ciri sebagai kelas baru terpenuhi secara sempurna apabila golongan itu juga menyadari dirinya dan memiliki semangat juang sebagai kelas (Suseno, 2005: 115).

Menurut Marx, kelas merujuk pada bagaimana sekelompok orang dihubungkan dengan produksi barang dan jasa dalam masyarakat. Berdasarkan pengertian yang dikemukakanya, Marx membagi masyarakat menjadi dua kelas, yakni kelas borjuis dan proletar. Kemudian menurut Max Weber, kelas sosial tidak hanya didasarkan pada dimensi ekonomi yang melahirkan dikotomi saja, tapi juga berdasarkan dimensi sosial seperti status sosial, dan juga politik yang didalamnya adalah kekuasaan. Status sosial merupakan posisi seseorang dalam masyarakat berdasarkan ukuran kehormatan (Suyanto, 2004 :155) sedangkan kekuasaan merupakan kemampuan menggunakan sumber-sumber pengaruh yang dimiliki untuk mempengaruhi perilaku pihak lain sehingga pihak lain bertingkah laku sesuai dengan kehendak pihak yang mempengaruhi (Soekanto, 2017 : 238). Sumber-sumber pengaruh bisa berupa kekayaan, senjata, pengetahuan, jabatan dan lain-lain. Faktorfaktor yang menyebabkan seseorang tergolong ke dalam suatu kelas sosial sangat bervariasi, misalnya saja bisa berupa kekayaan dan penghasilan, pekerjaan, pendidikan, faktor kelahiran dan lain sebagainya. Berdasarkan pemikiran Karl Marx, pembedaan masyarakat ke dalam kelas tertentu terjadi karena adanya dominasi kekuasaan (Suyanto, 2004: 146). Maksudnya,

adanya lapisan sosial bukan dipandang sebagai hasil consensus tetapi karena anggota masyarakat terpaksa menerima adanya perbedaan tersebut. Marx berpendapat bahwa dasar pembentukan kelas sosial adalah penghisapan suatu kelas oleh kelas sosial lain yang lebih tinggi. Relasi yang timpang ini bisa ditemui pada masyarakat kapitalis dimana pemilik sarana produksi pada hakikatnya adalah wakil dari kelas atas yang melakukan tekanan serta memaksakan kontrol kepada kelas buruh yang posisinya dalam lapisan masyarakat lebih rendah.

Setiap kelas sosial adalah suatu subkultur yang punya beberapa sikap, kepercayaan, nilai dan norma perilaku yang berbeda dengan kelas sosial lainnya. Kelas sosial seseorang ditentukan oleh totalitas kedudukan sosial dan ekonominya dalam masyarakat, termasuk didalamnya seperti pekerjaan, pendidikan, kekayaan penghasilan, identifikasi diri, prestis keturunan, partisipasi kelompok dan pengakuan orang lain (Soekanto, 2017: 211) Mengukur kelas sosial seseorang bukan hal yang mudah, namun ada Sembilan variable penelitian kelas sosial yang dikemukakan oleh Gilbert dan Kahl. Dari Sembilan variabel kelas sosial oleh Gilbert dan Kahl diatas, ada beberapa variable yang paling sering digunakan untuk mengukur kelas sosial seseorang menurut Joseph Kahl yaitu:

a. Pekerjaan

Pekerjaan menjadi indikator kelas sosial yang baik. Pekerjaan seseorang mempengaruhi gaya hidupnya dan merupakan dasar yang penting dalam mendapatkan prestise, kehormatan dan penghargaan. Saat ini, pekerjaan yang berkaitan dengan teknologi bisa menaikkan status orang tersebut.

b. Penampilan pribadi

Penampilan pribadi berkaitan dengan reputasi seseorang dalam masyarakat daripada penampilan atau gaya pakaiannya. Pengacara yang reputasinya bagus, ditambah misalnya dia adalah seorang selebritis, akan meraih sukses dalam pekerjaannya dibandingkan rekannya yang hanya memiliki reputasi biasa saja.

c. Interaksi

Seseorang akan merasa lebih nyaman jika mereka bergaul dengan orang yang memiliki kesamaan nilai dan sikap dengannya. Interaksi yang dilakukannya terbatas pada suatu kelas sosial saja, yaitu kelas sosial yang sama dengan individu yang berinteraksi. Meskipun ada kesempatan untuk melakukan interaksi dengan orang-orang pada kelas sosial lainnya, individu akan memiliki prestis lebih tinggi jika orang lain memberi hormat padanya.

d. Pemilikan

Pemilikan merupakan simbol keanggotaan suatu kelas sosial tertentu. Bukan hanya jumlahnya saja, tapi juga kualitas atau pilihan yang dibuat. Kepemilikan dan kekayaan memiliki hubungan yang erat. Kekayaan merupakan akumulasi dari pendapatan masa lalu dalam keadaan tertentu, misalnya saham dan kepemilikan atas bisnis. Kepemilikan meliputi pilihan lingkungan rumah, tipe rumah, furniture, pakaian, sekolah, keanggotaan sebuah klub, serta cara menghabiskan waktu luang mereka. Produk dan merek sebuah produk, diperlakukan sebagai simbol status dan sarana melestarikan status yang dimiliki. Kekayaan bisa menjadi sumber pendapatan di masa depan yang

mungkin bisa membuat sebuah keluarga mempertahankan kelas sosialnya dari generasi ke generasi.

e. Orientasi nilai

Nilai adalah sebuah kepercayaan bersama tentang bagaimana seseorang harus berperilaku, mengindikasikan kelas sosial seseorang. Kepercayaan ini meliputi banyak hal, misalnya saja agama, politik, pekerjaan dan sistem ekonomi.

f. Kesadaran kelas.

Kelas sosial seseorang terkadang ditentukan oleh kesadaran orang tersebut untuk mengidentifikasi dirinya pada sebuah kelas sosial dalam masyarakat. Kesadaran kelas mengacu pada tingkat dimana orang-orang dalam sebuah kelas sosial menyadari bahwa mereka merupakan sebuah kelompok tersendiri.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah riset-riset ilmiah mengenai pemanfaatan waktu luang di pekerja formal milenial dan konsumerisme yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Riset terdahulu ini penting untuk melihat perubahan-perubahan masyarakat berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang di pekerja formal milenial dalam analisis konsumerisme.

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ganistria Marbawani dan Grendi Hendrastomo	2020	PEMAKNAAN NONGKRONG BAGI MAHASISWA YOGYAKARTA	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melaksanakan kegiatan nongkrong, mahasiswa dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, diantaranya menjalin

					<p>silaturahmi, berbagi pengalaman, mencari inspirasi, produktivitas, dan sarana rekreasi. Sedangkan kegiatan nongkrong menurut mahasiswa Yogyakarta memiliki beberapa pemaknaan, diantaranya sebagai sarana self-healing dan sebagai sarana belajar.</p> <p>Banyak mahasiswa yang memaknai kegiatan nongkrong ini sesuai dengan realitas dirinya dan esensinya. Namun disamping itu terdapat beberapa kasus yang memaknai kegiatan nongkrong hanya karena tren saja, dan untuk memperoleh pengakuan sosial dari orang lain mengenai dirinya, yang kemudian disebut dengan poser, yang kemudian disebut leisure class. Namun tidak melulu soal leisure class, sebagian mahasiswa memaknai waktu luangnya sebagai waktu, aktivitas, dan suasana hati atau mental yang positif</p>
2.	Juariah (Kualitatif)	2018	PENGALAMAN BERMAIN VIDEO GAMES SEBAGAI KEGIATAN LEISURE CLASS MIDDLE LOWER REMAJA KAMPUNG TANOKER	Kualitatif	<p>Hasil penelitian sebagian gamer merasakan bahwa bermain video game awalnya hanya mengisi waktu luang saja ada pula hanya diajak teman, tetapi lama-kelamaan menjadi kecanduan. Dan kebiasaan bermain video game ini pada awalnya banyak diperkenalkan oleh teman waktu usia sekolah dasar, biasanya pada hari libur atau pulang sekolah. Beranjak dewasa mereka tidak bisa lepas dari kebiasaan bermain video game dan memainkannya melalui game yang ada di handphone. Melihat kenyataan ini menunjukkan bermain video game menjadi bagian dari kegiatannya sehari hari, dan mengisi waktu luangnya.</p>

3.	Muhammad Ridha	2013	Sindrom Gila Belanja dan Pemeliharaan Status Sosial: Tantangan Dakwah di Tengah Konsumsi Kompetitif di Kota Makassar	Kualitatif	Konsumsi kompetitif tak ubahnya dipraktikkan seolah-olah tidak mengenal batas kelas, usia maupun pekerjaan. Menemukan fakta bahwa pengunjung Mal Ratu Indah sejumlah sekitar 4,5 juta pengunjung pertahun, atau mal Panakukang 5 juta pengunjung pertahun atau mal GTC dikunjungi konsumen 3,8 juta pertahun adalah gejala yang jelas menunjukkan fenomena perlombaan konsumsi ini. Kemampuan belanja bukan menjadi batasan untuk mengkonsumsi sebagaimana konsep perburuan status sosial.
----	----------------	------	--	------------	--

Sumber: Data Sekunder, 2023

Ketiga penelitian di atas memiliki fokus tema yang sama dengan penelitian ini, yaitu pemanfaatan waktu luang dan konsumerisme. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Ganistria Marbawani dan Grendi Hendrastomo (2021) berfokus pada masyarakat berwaktu senggang dengan berbelanja di mal demi suatu identifikasi simbolis sebagai seorang, meminjam Galbraith, kelas menengah baru yang mapan dan layak menikmati waktu senggangnya dengan pendekatan teori Leisure Class dari Thorstein Veblen. Penelitian kedua yang dilakukan oleh Juariyah berfokus pada banyaknya anak-anak beralih memilih permainan tradisional ke permainan modern (game modern), mulai anak-anak, remaja, dari bangku sekolah dasar, menengah pertama sampai mahasiswa, betah duduk berjam-jam bermain game online baik pagi, sore, maupun malam hari, keadaan ini ditemukan baik di lingkungan perkotaan maupun pedesaan. Hanya caranya yang berbeda, cara gamer menghabiskan waktu bermain dalam konteks kehidupan desa sangat berbeda dengan kehidupan di manapun. Fenomena yang kedua adalah munculnya usaha warnet di desa-desa, bagi masyarakat desa, membuka usaha warnet dirasakan paling mudah dan murah dengan bermodalkan uang 10 juta mereka sudah bisa membuka usaha warnet, begitu pula yang terjadi di Kabupaten Jember, meskipun

banyak daerah yang menggunakan layanan titik hotspot jaringan internet, tetapi usaha warnet tetap menjadi primadona, dengan menggunakan teori Leisure Class dari Thorstein Veblen. Sedangkan penelitian ketiga yang dilakukan oleh Muhammad Ridha (2013) berfokus Pertama, ingin menunjukkan bahwa konsumsi telah berubah menjadi putaran sirkuit yang tak henti terus membesar dan menghisap seluruh energi sosial dan material masyarakat. Kedua, tipuan-tipuan dan ilusi-ilusi yang dilemparkan kepada masyarakat telah memerangkap masyarakat dalam sebuah relasi sosial yang berbasis pada penghargaan (atau mungkin juga penghambaan) terhadap benda-benda, ketidakadilan dan negasi atas aspek manusia di dalamnya.

Ada dua hal yang membedakan penelitian ini, dengan tiga penelitian di atas, yaitu: Pertama, penelitian ini akan mengkaji fenomena pemanfaatan waktu luang dengan menggunakan pisau analisis teori-teori konsumerisme. Kedua, penelitian ini akan mengkaji kemunculan kelas penikmat di kalangan pekerja formal dengan menggunakan teori konsumsi pembeda dari Bourdieu dan Leisure Class dari Veblen.

2.3 Kerangka Pikir

Waktu luang adalah waktu yang digunakan sebebas-bebasnya yang nantinya akan menimbulkan rasa senang dari kegiatan tersebut. Dari segi cara pengisian, waktu luang adalah waktu yang dapat diisi dengan sesuai pilihannya sendiri. Dari sisi fungsi, waktu luang adalah waktu yang dimanfaatkan sebagai sarana mengembangkan potensi, meningkatkan mutu pribadi, kegiatan terapeutik bagi yang mengalami gangguan emosi, meningkatkan kesegaran mental dan sosial serta sebagai selingan dan hiburan, serta sebagai sarana rekreasi.

Pemanfaatan waktu luang (*leisure time*) ini kemudian berkembang menjadi sebuah kebiasaan yang menyebar kepada banyak orang dan menjadi mode yang diikuti.

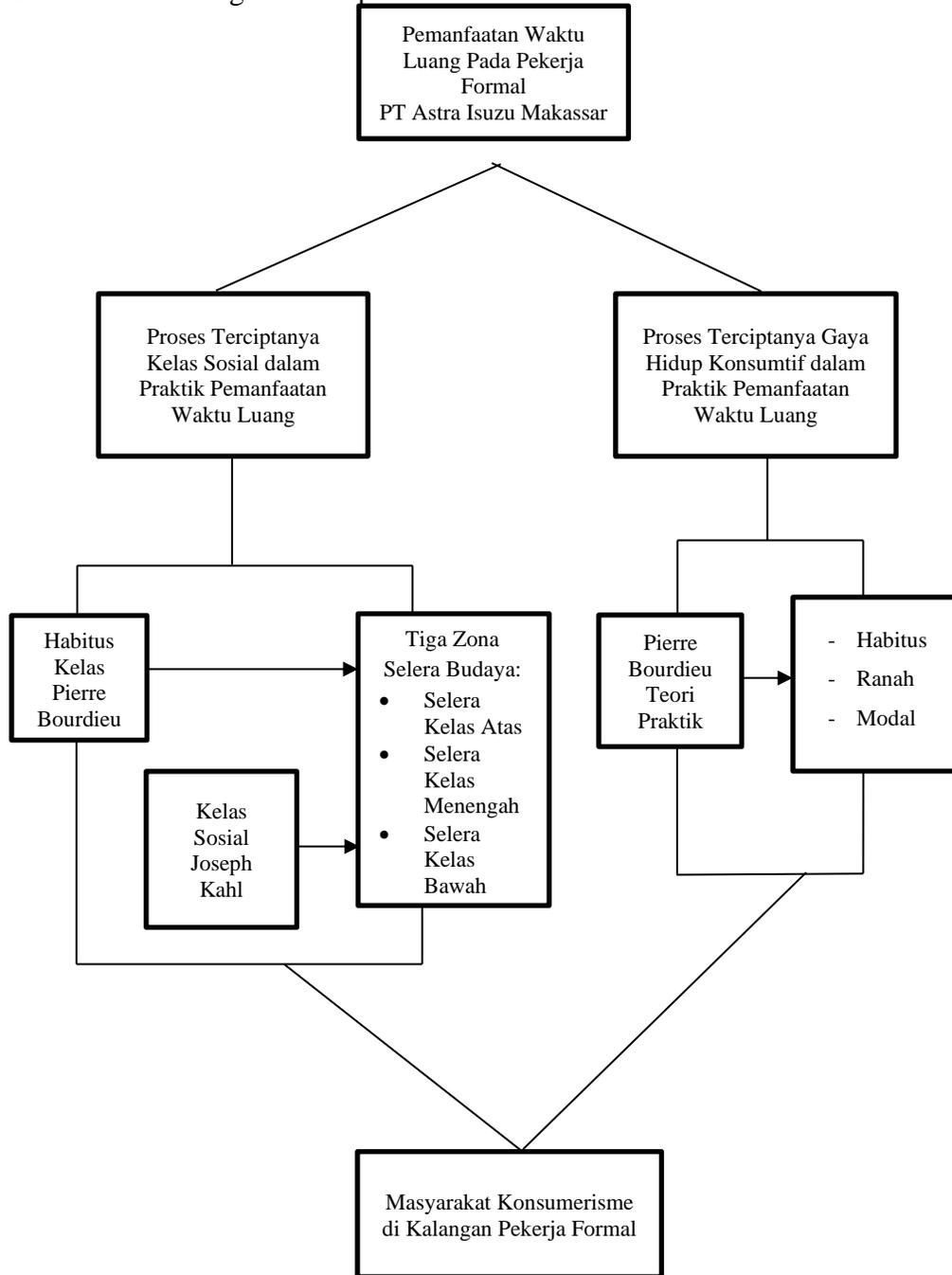
Pemanfaatan waktu luang tidak lagi menjadi sekedar waktu untuk berekreasi tetapi juga menjadi suatu arena yang didalamnya terdapat pembentukan relasi kelas dan juga gaya hidup konsumtif.

Pembentukan relasi kelas dan juga gaya hidup konsumtif melalui praktik pemanfaatan waktu luang ini yang kemudian akan dianalisis menggunakan teori praktik yang dicetuskan oleh Pierre Bourdieu. Teori Praktik yang digagas oleh Bourdieu menekankan bahwa ada keterkaitan antara modal, habitus, dan ranah dalam pembentukan praktik sosial di dalam masyarakat.

Variabel habitus dalam penelitian ini antara lain: aktivitas sehari-hari, pendapat mengenai tempat kerja, penggunaan waktu luang, tempat berlibur favorit, penggunaan gaji, dan organisasi sosial yang dilakoni. Variabel modal terbagi dalam 4 bagian yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal simbolik, dan modal budaya. Dan variabel untuk ranah adalah lingkungan kerja dan lingkungan tempat tinggal.

Untuk melihat gambaran skema penelitian yang akan dilakukan, silahkan perhatikan gambar dibawah ini.

Gambar 2.1 Kerangka Konsep



2.4 Definisi Konseptual dan Variabel Penelitian

Untuk memudahkan peneliti dalam menjalankan prosedural penelitian, maka berikut akan dirumuskan beberapa definisi dari konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut beberapa konsep-konsep tersebut:

a. Waktu Luang.

Waktu luang terbentuk dari segala kegiatan bersifat mengajar dan menghibur pernyataan ini didasarkan pada pengakuan dari pihak *The International Group of the Social Science of Leisure*, menyatakan bahwa: “waktu luang berisikan berbagai macam kegiatan yang mana seseorang akan mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, menghibur diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan keterampilannya secara objektif atau untuk meningkatkan keikutsertaan dalam bermasyarakat.

b. Pekerja Formal.

Pekerja formal adalah tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan sebagai tenaga kerja terlatih (*skilled worker*).

c. Konsumerisme.

Konsumerisme adalah aliran atau paham yang mengubah perilaku manusia untuk melakukan sebuah kegiatan konsumen atau membeli atau memakai barang-barang secara berlebihan tanpa melihat nilai gunanya.

Untuk selanjutnya, dari definisi konseptual ini dijabarkan menjadi beberapa indikator sebagai kisi-kisi dalam membuat instrumen sebagai berikut:

Tabel 2.1
Variabel Penelitian

Variabel	Sub-Variabel	Indikator
Modal	Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reciprocity</i> • <i>Trust</i> • norma sosial • <i>proactivity</i>
	Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • Gaji • posisi di kantor • usaha • posisi di lingkup masyarakat
	Simbolik	<ul style="list-style-type: none"> • Kendaraan • alat komunikasi • tempat belanja pakaian • pemilihan tempat makan
	Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • tingkatan Pendidikan • garis keturunan bangsawan
Ranah	Ranah	<ul style="list-style-type: none"> • Posisi di kantor • Tanggung jawab. • Persaingan
Habitus		<ul style="list-style-type: none"> • aktivitas sehari-hari • Pendapat mengenai tempat kerja

		<ul style="list-style-type: none"> • penggunaan waktu luang • tempat berlibur favorit • penggunaan gaji • organisasi sosial
Selera	Kelas Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Pekerjaan • penampilan pribadi • interaksi • kepemilikan • orientasi nilai • kesadaran kelas