

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Hakikat Budaya Populer

Strinati (2010: 23) mengemukakan bahwa budaya populer atau budaya massa lahir sejak dasawarsa 1920 hingga 1930-an. Hal ini ditandai dengan kemunculan sinema, radio, produksi massa, konsumsi budaya dan semakin kuatnya budaya barat. Budaya barat yang sudah melekat pada diri manusia menyebabkan terjadinya *trend* atau gaya hidup dalam keseharian manusia di era modern saat ini.

Menurut Strinati (2010: 36) Budaya populer merupakan budaya yang erat kaitannya dengan budaya massa yang diproduksi untuk pasar massal menggunakan suatu media. Dalam hal ini menunjukkan bahwa budaya populer memberikan respons terhadap industrialisasi dan komersialisasi berskala besar yang melibatkan media di dalamnya. Media mampu membentuk sebuah budaya baru yang ada dalam kehidupan masyarakat. Dari hal tersebut, publik akan menjadikan media sebagai bentuk kebudayaan populer. Populer yang dimaksudkan tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap kehidupan manusia yang bertindak sebagai konsumen.

Merujuk dari pemahaman di atas, dalam penelitian ini berusaha menyelaraskan bagaimana bentuk-bentuk budaya populer yang dituangkan dalam karya sastra berupa novel. Teori dari Strinati itu pun

menjadi patokan utama dalam penelitian ini. Dari teori tersebut, penulis berusaha memaparkan bagaimana bentuk-bentuk budaya populer, khususnya hedonisme dan materialisme.

Strinati (2010: 23) juga mengemukakan bahwa signifikansi sosial budaya populer di zaman modern dapat dipetakan berdasarkan bagaimana budaya populer itu diidentifikasi melalui gagasan budaya massa. Lahirnya media massa maupun semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan, kepentingan, sekaligus perdebatan yang masih berlanjut sampai saat ini.

Budaya populer sangat erat kaitannya dengan budaya massa. Budaya massa merupakan budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Dapat dikatakan bahwa budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya.

Barke Chaniago (2011: 93) menjelaskan bahwa budaya kini sepenuhnya saling berpautan dengan ekonomi politik dan produksi budaya oleh kapitalis. Budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati. Budaya ini menjadikan manusia harus selalu berpacu dengan kepentingan politik yang ada.

Hal ini dipertegas dengan pernyataan Ibrahim (2011) bahwa budaya populer yang didorong oleh industri budaya telah membangun masyarakat yang tidak sekedar berlandaskan konsumsi, namun juga menjadikan budaya produk industri dan sudah berkomoditi. Adanya pengaruh perkembangan globalisasi dan modernisasi dalam hampir semua ranah dan ruang kehidupan ini menjadikan budaya populer bebas tanpa ada batasan apapun.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya populer merupakan budaya baru yang disebabkan oleh adanya pengaruh media massa dalam kehidupan sehari-hari manusia. Pada kemajuan zaman saat ini, tentu adanya budaya populer tidak dapat dihindarkan. Budaya populer mampu masuk dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manusia dalam kesehariannya.

2. Hedonisme

a. Definisi Hedonisme

Menurut Levans's & Linda (2003) hedonisme merupakan pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat, dan pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup semata. Hedonisme menjadikan tujuan hidup di dunia ini untuk bersenang-senang dan lebih menikmati hidup, sehingga memuaskan segala keinginan hati dan hawa nafsu. Hedonisme adalah manusia yang selalu memanjakan diri sendiri, seperti membeli barang mahal untuk kepuasan diri dan hidup dengan penuh kesenangan atau

berfoya-foya. Hal ini yang menyebabkan hilangnya budaya malu dan lebih memunculkan hasrat nafsunya untuk kesenangan semata.

Kesenangan merupakan salah satu tujuan utama dalam menjalani roda kehidupan. Bahkan manusia akan melakukan dengan cara apapun untuk mendapatkan kesenangan dalam hidupnya. Mereka akan bersikap dan berperilaku sesuai dengan keinginan untuk menyenangkan dirinya sendiri. Pada akhirnya, kesenangan akan dianggap sebagai tujuan akhir hidup yang paling tinggi dan menyeluruh.

Sedangkan menurut Mandeville (2001), mengungkapkan bahwa perilaku hedonis merupakan filosofi tentang gaya hidup dengan penuh kesenangan tanpa adanya beban dan bebas dari segala batasan. Gaya hidup kekinian merupakan tingkah laku atau kebiasaan sehari-hari manusia sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Gaya hidup kekinian ini menimbulkan hasrat manusia untuk lebih terbuka dalam menerima kemajuan zaman dari berbagai bidang apapun.

Gaya hidup dalam memberikan euforia kesenangan manusia sangat beragam. Mulai dari gaya berpakaian, gaya rambut, gaya penampilan, hingga gaya hidup bersosial lainnya yang menunjukkan adanya kehidupan bebas di zaman saat ini. Pada intinya, gaya hidup modern ini terbentuk secara sosial yang sebelumnya telah tersusun dan terencana.

Veenhoven (2003) juga menjelaskan bagaimana pola pikir hedonis yang terdapat dalam diri manusia. Ia mendefinisikan bahwa pola pikir hedonis adalah sebuah nilai moral untuk mengapresiasi suatu kesenangan. Pola pikir ini memiliki kedudukan yang sama dengan tujuan hidup, yakni guna memperoleh kesenangan. Dalam hal ini, penggunaan teknologi modern menjadi suatu alat untuk mewujudkan kesenangan dan kepuasan dalam diri manusia.

Seseorang akan merasa bahagia dan senang apabila berada pada posisi yang membuatnya nyaman dan puas tanpa ada penekanan dari pihak tertentu. Bahkan dengan adanya penggunaan teknologi modern saat ini, membuat tingkat percaya diri manusia akan meningkat. Di kalangan masyarakat, penggunaan teknologi modern sudah kian membara dan hampir semua bidang kehidupan memerlukan teknologi untuk beraktivitas. Kemajuan teknologi yang kian pesat juga mendorong manusia agar selalu membutuhkan dan menggunakan teknologi-teknologi yang ditawarkan. Maka dari itu, manusia tidak akan bisa lepas dari genggaman teknologi.

Sementara itu, Collins Gem (1993: 97) menyatakan bahwa hedonisme adalah doktrin yang menyatakan bahwa kesenangan merupakan hal yang paling penting dalam hidup atau dengan kata lain hedonisme adalah paham yang dianut orang-orang yang

mencari kesenangan hidup sesaat. Bagi para penganut paham ini, tindakan seperti halnya bersenang-senang, pesta pora, merupakan tujuan utama hidup. Mereka beranggapan bahwa hidup ini hanya sekali, sehingga harus benar-benar dinikmati dengan perasaan yang penuh kesenangan.

Berdasarkan pemaparan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa hedonisme merupakan sikap atau perilaku dan kebiasaan seseorang dalam upayanya untuk memperoleh kesenangan dalam hidup. Manusia selalu mengedepankan suatu hal yang dianggap dapat membuatnya bahagia, nyaman, aman, dan senang. Pada kondisi ini, manusia selalu mengedepankan kesenangan semata, baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang banyak.

b. Karakteristik Hedonisme

Cicero (dalam Russel, 2004) memaparkan karakteristik hedonisme dapat dilihat dari ciri-ciri seperti memiliki pandangan hidup serba instan, selalu mengejar identitas fisik, memiliki cita rasa tinggi, memiliki banyak keinginan yang spontan, tidak tahan pada penderitaan, dan tidak bisa mengatur keuangan. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan dari seseorang individu terhadap dirinya sendiri.

Sementara Swastha (dalam Putri, 2009) mengemukakan bahwa karakteristik individu hedonisme terbagi menjadi lima ciri.

Yakni suka mencari perhatian, cenderung impulsif, suka ikut-ikutan, kurang rasional, dan mudah terpengaruh.

Dari uraian di atas, disimpulkan bahwa hedonisme memiliki karakteristik khusus yang selalu merasa tidak puas terhadap dirinya. Selain itu, mengejar kesenangan duniawi dan menginginkan semuanya dalam bentuk instan serta mudah dipengaruhi juga menjadi ciri dari hedonisme

c. Aspek Hedonisme

Wells dan Tiger (dalam Engel dkk, 2005) memaparkan bahwa hedonisme memiliki tiga aspek, yakni aktivitas, minat, opini. Aktivitas merupakan cara individu untuk mewujudkan bentuk hedonisme melalui tindakan nyata. Sementara minat diartikan sebagai suatu ketertarikan yang muncul dari dalam diri individu terhadap lingkungan sehingga menimbulkan rasa senang. Kemudian opini yang merupakan pendapat atau tanggapan individu dalam merespon situasi yang ada di lingkungannya.

Sementara itu, Susianto (1993) membagi aspek hedonisme menjadi tiga bagian. Yakni kesenangan hidup, pusat perhatian, dan fasilitas. Kesenangan hidup dalam hedonisme dianggap hal yang paling utama untuk menikmati hidup yang hanya satu kali. Hal ini dapat diketahui dari sikap-sikap yang dijalani oleh seseorang seperti menjadikan dirinya sebagai pusat perhatian untuk mendapatkan suatu kebahagiaan. Dari perilaku ini, seseorang

memerlukan fasilitas sebagai media untuk menunjukkan identitas dirinya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek hedonisme disebabkan dari intern individu itu sendiri yang didukung adanya fasilitas sebagai medianya. Hedonisme dapat dilihat dari bagaimana seseorang dalam melakukan aktivitas dan hasrat untuk melakukan sesuatu hal untuk mendapatkan suatu kesenangan dalam hidupnya.

d. Faktor Hedonisme

Kotler dan Amstrong (1997) membagi hedonisme dipengaruhi oleh dua faktor, yakni internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu itu sendiri. Wujudnya seperti halnya sikap individu terhadap sesuatu yang ia amati, pengalaman yang diperoleh dari tingkah laku pada masa lalu, kepribadian, konsep diri, dan motif individu dalam memperoleh kesenangan sebagai tujuan akhir hidup. Hal ini menandakan adanya pengaruh hedonisme yang timbul dari dalam diri seseorang.

Sementara faktor eksternal hedonisme dapat dilihat dari adanya pengaruh kelompok referensi yang memberikan dampak secara langsung terhadap perilaku dan sikap individu, keluarga sebagai pembentuk karakter primer, kelas sosial, dan kebudayaan yang terjadi di lingkungan individu. Kemajuan teknologi yang kian

pesat dan hampir memasuki semua bidang kehidupan juga menjadi pengaruh besar gaya hidup hedonisme.

Selain itu, Syafaati (2008) juga mengatakan bahwa faktor hedonisme dibagi menjadi dua hal, yakni internal dan eksternal. Dalam faktor internal meliputi mudahnya terpengaruh dan mengalami emosi negatif. Faktor internal ini berasal dari dalam diri individu itu sendiri. Sementara pada faktor eksternal meliputi adanya pengaruh teman atau pacar, perhatian yang kurang dari orang tua, kemampuan finansial, dan fasilitas penunjang.

Dari teori di atas, dapat ditarik simpulan bahwa hedonisme dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu itu sendiri seperti kepribadian, pengalaman, dan motivasi individu itu sendiri serta mudahnya terpengaruh terhadap sesuatu. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar individu seperti lingkungan sekitar, pendidikan, pergaulan, dan kemajuan teknologi.

e. Jenis Hedonisme

Secara umum hedonisme juga dapat dibagi menjadi dua macam. Yakni hedonisme egoistis dan hedonisme universal. Hedonisme egoistis merupakan gaya hidup yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan secara mendalam oleh individu itu sendiri. Sementara hedonisme universal merupakan gaya hidup

yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan bagi semua yang mencakup banyak orang (Russell, 2004).

Collins (1993) menyebutkan terdapat tiga macam jenis dari hedonisme. Yakni psikologis, evaluatif, dan rasionalisasi. Dilihat dari jenis hedonisme psikologis, manusia beranggapan bahwa kesenangan tercipta secara lahiriah. Sedangkan dari kacamata hedonisme evaluatif, menganggap bahwa kesenangan adalah apa yang diinginkan dan yang dicita-citakan oleh seseorang. Kemudian pada jenis rasionalisasi hedonisme, manusia mencari kesenangan dengan mempertimbangkan konsekuensi yang akan diterima.

Secara garis besar hedonisme dibagi menjadi dua jenis, yakni hedonisme egoistis atau individual dan hedonisme universal. Dari kedua bentuk ini dapat dijabarkan bahwa bentuk hedonisme dalam mencari kesenangan memiliki ragam persepsi. Persepsi tersebut seperti halnya anggapan kesenangan merupakan bawaan lahir, sesuatu yang dikejar, dan memiliki dampak yang ditimbulkan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa hedonisme dapat dilihat dari tiga sudut pandang. Yakni dari sudut pandang bagaimana seseorang lebih mengutamakan kesenangan sesaat daripada manfaatnya. Kemudian sudut pandang seseorang dalam menerapkan gaya hidup kekinian saat ini. Selain itu, penggunaan teknologi modern yang dipakai seseorang pada masa

saat ini juga menjadi sudut pandang tersendiri dalam melihat budaya populer yang berbentuk hedonisme.

3. Materialisme

a. Definisi Materialisme

Materialisme menurut Belk (1985) merupakan sebuah kelekatan konsumen terhadap kepemilikan barang duniawi yang penting. Definisi tersebut menegaskan bahwa materialisme sangat berkaitan dengan kepemilikan barang duniawi yang dianggap penting dalam kehidupan.

Kepemilikan material kekayaan merupakan idaman bagi semua orang agar terlihat sukses dan berhasil di mata orang lain. Kepemilikan material kekayaan ini memiliki makna bahwa segala sesuatu dapat diukur dari materi yang dimiliki. Kepemilikan barang material dan finansial berupa uang merupakan tujuan hidup yang paling penting sebagai alat ukur kesuksesan dan kebahagiaan manusia.

Dalam kehidupan masyarakat tentu hal ini menjadi sesuatu yang harus diperjuangkan. Kemajuan zaman juga semakin memberikan daya dorak pada diri manusia agar tetap mampu bertahan hidup dengan layak. Bahkan tidak sedikit asumsi masyarakat yang beranggapan semakin tinggi kekayaan yang dimiliki, semakin tinggi pula derajat sosialnya.

Richins dan Dawson (1992) juga mengemukakan bahwa materialisme dalam psikologi merupakan suatu keyakinan tentang seberapa penting perolehan dan kepemilikan barang dalam hidup. Hal ini menandakan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan oleh manusia harus mendapatkan imbalan berupa finansial. Aktivitas ini memberikan bukti bahwa manusia harus selalu dituntut untuk terus bekerja guna mendapatkan imbalan finansial berupa uang.

Kepemilikan barang material dan uang merupakan tujuan hidup yang paling penting sebagai alat ukur kesuksesan dan tercapainya suatu kebahagiaan. Maka dari itu, setiap manusia dituntut untuk selalu mendapatkan uang melalui aktivitas kesehariannya. Aktivitas ini dapat berupa aktivitas yang wajib dilakukan maupun sebatas hobi yang dijadikan sebagai alat kerja untuk mendapatkan uang.

Sementara Kasser (2002) berpendapat bahwa materialisme adalah pandangan yang berisi orientasi, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai hidup yang mengedepankan kepemilikan barang material sebagai kekayaan di atas nilai kehidupan yang lainnya. Kepemilikan material seperti uang menjadi anggapan bahwa uang adalah segalanya. Dalam kehidupan masyarakat, tentu anggapan ini tidak dibenarkan. Akan tetapi, pada realitanya anggapan bahwa uang adalah segalanya sering terjadi di kalangan masyarakat modern saat ini.

Uang merupakan kebutuhan finansial yang menjadi kebutuhan dasar karena fungsinya sebagai alat tukar yang diterima secara umum. Hampir semua kebutuhan manusia dapat ditukarkan dengan uang. Hal inilah yang menyebabkan sebagian manusia menganggap dan memuja-muja bahwa uang di atas segalanya. Budaya populer yang bersifat materialisme merupakan budaya yang mendorong paham materialisme yang sudah dipegang oleh orang-orang modern. Sehingga manusia akan semakin memuja kekayaan materi berupa uang dan segala sesuatu dapat diukur berdasarkan materi berupa uang.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat ditarik simpulan bahwa materialisme merupakan pola perilaku manusia yang selalu mengutamakan kekayaan material sebagai tujuan hidup. Material kekayaan yang sifatnya finansial dianggap sebagai alat ukur kesuksesan manusia dalam hidup. Sehingga manusia harus selalu memperjuangkan kekayaan material ini untuk mendapatkan nilai diri sebagai makhluk sosial.

b. Aspek Materialisme

Richins dan Dawson (1992) meyakini bahwa materialisme memiliki tiga aspek. Yakni *acquisition centrality* yang merupakan keyakinan bahwa kepemilikan barang dan uang adalah tujuan hidup yang paling penting, *acquisition as the pursuit of happiness* yang berarti anggapan uang adalah jalan utama untuk mencapai

kebahagiaan personal, dan *possession defined succes* yang merupakan kepemilikan barang dan uang sebagai alat ukur untuk mengevaluasi suatu kesuksesan individu.

Sementara Belk (1985) menjelaskan bahwa individu materialisme dapat dijelaskan melalui aspek kepemilikan, ketidakmurahan hati, dan kecemburuan atau iri. Dalam hal ini, kepemilikan individu yang bermateri tinggi menganggap penting kelekatan pada kepemilikan barang duniawi. Sedangkan ketidakmurahan hati mengartikan sikap ketidakmauan individu memberikan kepemilikan barangnya untuk orang lain. Kemudian kecemburuan atau iri mengindikasikan rasa tidak suka atas kepemilikan barang pada individu lain.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek materialisme terdiri dari kepemilikan material, uang adalah tujuan hidup, kekayaan sebagai alat ukur kesuksesan, dan ketidakmurahan hati serta kecemburuan. Hal ini dapat dilihat betapa pentingnya kekayaan materi bagi seorang individu dalam aktivitasnya sehari-hari.

c. Faktor Materialisme

Adapun Husna (2015) menyebutkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi materialisme. Diantaranya faktor psikologis berupa harga diri, faktor keluarga berupa pola pengasuhan keluarga, faktor pergaulan, lingkungan, religius, jenis

kelamin, dan faktor kemudahan berhutang. Dari beberapa faktor di atas menyebabkan terjadinya gaya hidup materialisme yang kuat pada diri seseorang.

Sementara Kasser (2002) membagi faktor materialisme menjadi tiga bagian. Pertama *insecurity* yakni kecenderungan suatu individu untuk menghadapi rasa cemas dan tantangan tertentu sebagai makhluk sosial dalam hidup. Kedua, gaya hidup materialistik oleh lingkungan sekitar mulai dari keluarga, teman, hingga kemajuan teknologi yang disuguhkan. Ketiga, iklan-iklan yang oleh kapitalisme yang memperlihatkan model-model sehingga menimbulkan perasaan inferioritas atau kerendahan mutu. Oleh karena itu, individu yang terpengaruh akan berusaha mengurangi perasaan tersebut dengan cara memiliki material kekayaan yang ditampilkan oleh iklan tersebut.

Dari uraian di atas dapat ditarik simpulan bahwa materialisme dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya psikologis individu, pergaulan, dan adanya dorongan dari berbagai pihak. Hal inilah yang melatarbelakangi sifat materialisme melekat kuat dalam diri seseorang.

d. Jenis Materialisme

Materialisme dapat diklasifikasikan menjadi empat macam. Pertama, materialisme sebagai orientasi nilai yang merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap kepemilikan material

kekayaan. Kedua materialisme sebagai aspirasi hidup yang melatarbelakangi kecenderungan masyarakat tentang kesuksesan tergantung pada pencapaian kekayaan material. Ketiga, materialisme sebagai kepribadian seseorang yang merupakan sifat alami individu sebagai makhluk sosial. Keempat, materialisme sebagai pengejaran tujuan identitas yang diartikan sebagai penunjukkan jati diri individu yang segala sesuatunya diukur dari material kekayaan (Husna, 2015)

Sementara Belk (1985) membagi bentuk materialisme menjadi tiga bentuk. Pertama, materialis rasionalistik yang berarti semua realita dapat dimengerti dan diukur dengan bilangan. Kedua, materialis parsial yang menyatakan jika pada sesuatu material tidak memiliki karakteristik khusus unsur formal. Ketiga, materialis antropologis yang bermakna bahwa jiwa pada dasarnya hanya berupa materi.

Secara garis besar, materialisme memiliki ragam jenis dalam implementasinya pada kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari adanya keyakinan materi sebagai alat ukur kekayaan, materi sebagai motivasi hidup, kepribadian, dan identitas seseorang serta anggapan semua realita dapat dihitung dengan bilangan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya populer yang berbentuk materialisme, dapat dilihat dari tiga sudut pandang yang berbeda-beda. Pertama dilihat dari

bagaimana seseorang dalam memiliki materialisme kekayaan yang dijadikan sebagai alat ukur kesuksesan. Kedua, segala aktivitas yang dilakukan seseorang harus mendapatkan imbalan berupa finansial yang berorientasi pada uang. dan yang ketiga adalah bagaimana seseorang menunjukkan sikap yang memuja-muja uang dan menganggap uang adalah segalanya.

4. Hakikat Karya Sastra

Ratna (2005: 312) mengungkapkan bahwa hakikat karya sastra adalah rekaan atau suatu imajinasi. Imajinasi dalam karya sastra ini merupakan imajinasi yang bersumber dari realita kehidupan. Imajinasi tersebut biasanya juga selalu diimajinasikan oleh orang lain. Hal inilah yang menjadi menarik dari karya sastra. Karya sastra yang berupa imajinasi, namun dikonstruksikan atas dasar kenyataan.

Sementara menurut Sugihastuti (2007: 81-82) karya sastra adalah media sebagai sarana penyalur gagasan-gagasan dan pengalaman pengarang. Peran karya sastra sebagai media bertujuan untuk menghubungkan pikiran-pikiran pengarang yang disampaikan kepada pembaca. Selain itu, karya sastra juga dapat merefleksikan pandangan pengarang terhadap berbagai masalah yang diamati di lingkungan sosialnya.

Karya sastra yang banyak dijumpai pada saat ini adalah karya sastra berupa novel. Novel merupakan sebuah narasi prosa yang diciptakan dengan panjang yang cukup dan kompleksitas tertentu.

Novel sebagai sarana hiburan mempunyai pengaruh secara langsung dan tidak langsung kepada pembaca. Pengaruh itu hanya dapat dirasakan oleh pengarang dan pembaca novel.

Bagi pengarang, novel merupakan suatu hal yang bisa dijadikan sebagai ajang untuk mencurahkan isi hatinya. Novel tidak harus sesuai dengan kehidupan nyata. Artinya novel menceritakan suatu hal yang bersifat rekaan, khayalan, atau sesuatu yang tidak ada dan tidak perlu dicari kebenarannya. Syarat utama novel adalah bahwa novel harus menarik, menghibur, dan mendatangkan rasa puas setelah membacanya (Arianto, 2008:1).

5. Sosiologi Sastra

Menurut Endraswara (2011: 55) sastra adalah ekspresi masyarakat dan tidak jauh berbeda dengan pidato sebagai ekspresi manusia. Sosiologi sastra merupakan kajian ilmiah dan objektif mengenai hubungan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, lembaga, dan proses sosial. Titik fokus perhatiannya terletak pada suatu hubungan tentang bagaimana pola-pola tersebut tumbuh kembang, bagaimana mereka dipertahankan, dan bagaimana mereka berubah.

Sosiologi sastra dapat meneliti sastra sekurang-kurangnya melalui tiga perspektif. Pertama perspektif teks sastra yang meneliti sebuah refleksi kehidupan masyarakat dan sebaliknya. Teks biasanya dipotong-potong, diklasifikasikan, dan dijelaskan makna sosiologisnya. Kedua, perspektif biografis yang meneliti pengarang

dalam menciptakan novel. Perspektif ini berhubungan dengan *life history* seorang pengarang dan latar belakang sosialnya. Ketiga perspektif reseptif yang meneliti penerimaan penikmat sastra terhadap suatu karya sastra. Kemudian ada dua hal tentang gambaran penelitian sosiologi sastra seperti penelitian sosiologi dalam kaitannya dengan keberadaan teks dan pembaca, serta teks sastra tersebut direlevansikan dengan kepentingan-kepentingan studi sosial yang lain, misalkan sejarah sosial (Wellek dan Warren, 1994:109-133).

Sedangkan menurut Ratna (2003:2-3), sosiologi sastra adalah pemahaman terhadap karya sastra dengan mempertimbangkan aspek-aspek kemasyarakatannya. Suatu pemahaman terhadap totalitas karya yang disertai dengan aspek-aspek kemasyarakatan yang terkandung di dalamnya.

Dalam definisi di atas, terdapat empat elemen penting yang menjadi fokus sosiologi. Diantaranya 1) tingkah laku yang dikaji adalah karakter sosial, bukan individual, tingkah laku yang ditunjuk untuk orang lain sehingga mempunyai konsekuensi bagi orang lain; 2) tingkah laku yang dipelajari sosiologi adalah struktur, yaitu pola atau regulasi tertentu yang berusaha untuk memahami elemen-elemen tingkah laku manusia sosial; 3) penjelasan sosiologi bersifat analitis dengan menjelaskan tingkah laku manusia berdasarkan prinsip-prinsip metodologi penelitian tertentu; 4) sosiologi bersifat sistematis, yakni

memahami tingkah laku sosial yang menempatkan dirinya sebagai disiplin ilmu.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang berjudul *Aspek Budaya Populer Dalam Novel Hijrah Itu Cinta* Karya Abay Adhitya yang ditulis Ahmad Bashori. Dikaji menggunakan budaya populer. Hasil dari penelitian terdapat aspek budaya populer yang dapat ditunjukkan melalui karakteristik budaya populer hedonisme, popularitas, kontemporer dan kedangkalan serta adanya fakta sosial dalam novel *Hijrah itu Cinta* karya Abay Adhitya dengan ditemukannya fakta sosial bersifat eksternal terhadap individu, fakta itu memaksa individu, fakta itu bersifat umum (Bashori, 2020).

Tyas (2018) juga melakukan penelitian yang berjudul *Analisis Sosiologi Karya Sastra Terhadap Novel Suti* Karangan Sapardi Joko Damono. Hasil dari penelitian adalah pola interaksi sosial yang terjalin antar tokoh di dalam novel. Interaksi sosial tersebut tidak hanya dialami pada suti sebagai tokoh utama, tetapi juga tokoh yang lain. Pola interaksi sosial yang ditemukan dalam novel suti terdiri atas kerja sama, persaingan, dan pertikaian.

Meskipun sama-sama menggunakan analisis sosiologi sebagai pisau pembedah penelitian, kebaruan dari penelitian ini adalah sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti. Dalam penelitian ini berfokus pada bentuk budaya populer yang mengkhususkan lagi pada bentuk hedonisme dan materialisme.

Penelitian yang lainnya adalah penelitian dengan judul Analisis Formula Dalam Novel *Kami (Bukan) Sarjana Kertas* karya J.S. Khairen yang ditulis Baiq Hikmalia. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat formula unsur intrinsik dalam novel Formula unsur intrinsik tersebut antara lain tema, tokoh/penokohan, latar, dan gaya bahasa. Keempat formula dikemas secara kreatif sehingga tidak membosankan para pembaca ketika menikmati alur cerita yang disuguhkan dalam novel *Kami (Bukan) Sarjana Kertas* (Hikmalia, 2021).

Penelitian yang relevan lainnya juga pernah ditulis oleh Intan Puspitasari yang berjudul Budaya Populer Dalam Novel Seri Kecil-Kecil Punya Karya Berjudul *Best Start*. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian Novel Seri Kecil-Kecil Punya Karya memuat budaya populer antara lain, 1. Budaya populer hedonisme, diidentifikasi meliputi gaya berpakaian, kebiasaan berkumpul, selera bermusik, pemilihan makanan, pergaulan dan gaya belajar. 2. Budaya populer popularitas, diidentifikasi meliputi popularitas tokoh dalam novel dan popularitas musik Korea (Puspitasari, 2020).

Sementara itu, dalam penelitian yang berjudul Kajian Sosiologi Sastra Dalam Novel *Puzzle Mimpi* Karya Anna Farida yang ditulis oleh Wayan Rismayanti. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut (1) dikaji dari perbedaan kelas sosial tokoh cerita meliputi: kehidupan sosial yang terkait dengan status sosial menjadi tolak ukur keberadaan seseorang diberlakukan dalam masyarakat dan status ekonomi yang terkait yakni

dengan kelas sangat kaya (2) konteks sosial pengarang meliputi: pandangan pengarang yang menunjukkan gagasan pengarang (Rismayanti, 2020: Vol 9: No 1).

Dari beberapa penelitian di atas, nilai kebaruan yang ada dalam penelitian ini adalah penelitian memfokuskan bidang kajiannya pada budaya populer hedonisme dan materialisme dalam sebuah novel dengan menggunakan kajian sosiologi sastra. Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan data-data yang mengandung karakter budaya populer pada bidang hedonisme dan materialisme yang terdapat dalam novel *Kami (Bukan) Sarjana Kertas*.

Perbedaan yang mengarah pada pembaruan penelitian ini juga dimana bentuk hedonisme yang disajikan melalui gaya hidup, gaya komunikasi, serta cara berpakaian tokoh yang ditulis oleh pengarang. Selain itu, di dalam novel yang diteliti juga mendeskripsikan unsur budaya materialisme yang ada dalam cerita novel.

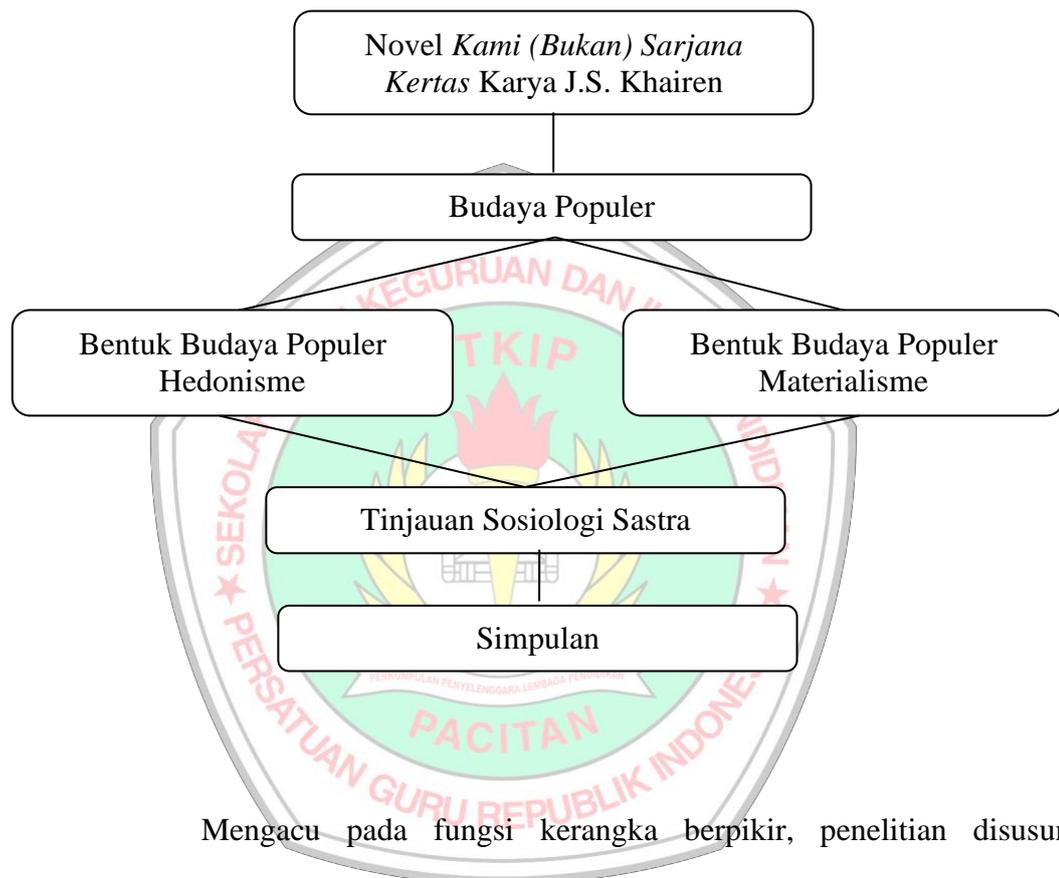
C. Kerangka Pikir

Novel *Kami (Bukan) Sarjana Kertas* karya J.S. Khairen adalah sebuah novel yang menceritakan kehidupan mahasiswa dalam upaya mewujudkan cita-citanya. Novel tersebut mengandung karakteristik budaya populer seperti hedonisme dan materialisme. Budaya populer tersebut dapat dianalisis menggunakan tinjauan sosiologi sastra.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk budaya populer hedonisme dan bentuk budaya

populer materialisme yang terkandung dalam novel *Kami (Bukan) Sarjana* Kertas karya J.S. Khairen.

Adapun kerangka pikir dari penelitian ini, dapat dilihat dari gambar 1 berikut.



Mengacu pada fungsi kerangka berpikir, penelitian disusun berdasarkan latar belakang yang dijadikan rumusan masalah penelitian. Kemudian pencarian dan pengumpulan data melalui deskriptif teks yang disajikan dengan metode kualitatif.

Adapun proses penelitian seperti gambar kerangka pikir di atas, objek penelitian ini adalah Novel yang berjudul *Kami (Bukan) Sarjana* Kertas Karya J.S. Khairen. Dari novel tersebut kemudian di cari data yang menunjukkan adanya sikap budaya populer yang terkandung dalam cerita

novel. Pada penelitian ini hanya berfokus pada dua bentuk budaya populer, yakni hedonisme dan materialisme.

Peneliti hanya berpacu pada kedua bentuk budaya populer tersebut menggunakan teori yang sesuai dengan objek yang dikaji. Data dicari dengan sistem studi pustaka dan pencatatan berdasarkan kelompok data yang ditemukan. Setelah ditemukan data yang berkaitan dengan kedua bentuk budaya populer tersebut, data kemudian dianalisis menggunakan tinjauan sosiologi sastra sebagai pisau pembedah.

Data dianalisis satu persatu sesuai dengan konteks yang sama dengan tinjauan sosiologi sastra. Setelah data dianalisis, barulah ditarik simpulan atas hasil yang yang ditemukan. Data disajikan dengan metode deskriptif yang menjelaskan keseluruhan isi data yang terdapat dalam Novel *Kami (Bukan) Sarjana Kertas* Karya J.S. Khairen.

