



Refleksi Filosofis: Kekeroposan Rasionalitas Masyarakat Industri Maju dan Emansipatoris Perusahaan Iklan

Ranod F. Sinaga¹, Laurentius Tinambunan²

Fakultas Filsafat, Universitas Katolik Santo Thomas, Medan

Email: lautan@kapusin.org

Abstrak

Masyarakat Industri maju dapat secara efektif membuat warganya bersifat pasif dan represif atau mengintegrasikan sepenuhnya dimensi negative dalam sistem penataan sosialnya karena masyarakat tersebut berhasil memanipulasikan dunia modern paling penting yakni rasionalitas dan kebebasan. Masyarakat itu tampak rasional karena seperti apa yang menjadi kebutuhan warganya dapat tercukupi. Masyarakat industri maju tampak memberi kebebasan kepada para warganya karena kini, dibanding waktu sebelumnya, mereka lebih leluasa untuk berpergian kemana-mana. Alat-alat transportasi dan komunikasi massa juga sudah semakin tersedia. Mereka dapat memilih produk mana yang mereka beli dan pakai. Warga masyarakat juga memilih kebebasan untuk mengajukan pendapat, berkumpul dan bernegosiasi, untuk memilih keyakinan iman atau agama yang mau dianut, untuk diambil bagian dalam sistem pemerintahan yang ada lewat pemilu. Bahkan protes dan unjuk rasa juga diberi tempat.

Kata-kata kunci: *masyarakat industri, pasif dan represif, rasionalitas dan kebebasan, transportasi dan komunikasi massa, pemilu, protes*

PENDAHULUAN

Tidak mudah menentukan kapan mulainya masa Modern, suatu batas yang tepat dan data akurat tentang awal masa. Modern tidak akan bisa kita peroleh. Yang jelas masa modern ditandai dengan adanya berbagai perkembangan baru dan luar biasa pesat dalam berbagai kehidupan manusia. Hal itu tampak dalam bidang kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan ekonomi. Dalam bidang yang terakhir ada peralihan ekonomi untuk sekadar menyambung hidup menuju ekonomi moneter.

Dewasa ini, manusia mulai dimasuki dalam babak baru dengan kecanggihan teknologi. Teknologi merupakan komponen yang selalu terbarukan untuk menjawab dan mempermudah dalam berbagai kebutuhan hidup manusia. Kecanggihan teknologi juga ditandai dengan kecepatan alat komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam segala aspek kehidupannya. Maka, kecanggihan teknologi tersebut kerap disebut dengan zaman 4.0 atau bahkan dalam beberapa negara sudah mencapai kecanggihan pada Fase 5.0.

Kini berkat kemajuan pesat ilmu pengetahuan dan teknologi modern telah membebaskan manusia dari hidup berkekurangan. Dalam masyarakat dewasa ini, berkat kemajuan teknologi, manusia sudah dibebaskan dari kewajiban kerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga lebih tersedia waktu luang untuk kegiatan lain yang mengembangkan dan menyenangkan. Hubungan antar manusia dimungkinkan untuk ditentukan oleh *eros* atau saling ketertarikan, dan pekerjaan akan tidak lagi bersifat alienatif atau mengasingkan, melainkan mirip sebuah permainan.¹

Perlu diketahui bahwa masyarakat industri maju dapat secara aktif membuat warganya bersifat pasif dan represif atau mengintegrasikan sepenuhnya dimensi negative dalam sistem penataan sosialnya karena masyarakat tersebut berhasil memanipulasikan dua nilai modern

¹ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional* (Jakarta: Kompas, 2016), hlm. 99.



paling penting yakni rasionalitas dan kebebasan. Tetapi penulis berpendapat, disamping semua bentuk kebebasan yang diberikan sesungguhnya bersifat semu. Hal ini sungguh tampak bahwa masyarakat industri maju atau modern telah memasuki tahap irasional dengan banyak tawaran iklan yang nyata-nyata menjadikan masyarakat menjadi pelaku konsumerisme, materilistik dan berbagai halnya. Untuk itu, dalam tulisan ini akan mengkaji bagaimana produk iklan telah melemahkan daya pikir manusia dalam kemajuan industri.

PEMBAHASAN

Positivisme Sebagai Cikal Bakal Industri Maju

Istilah "Positivisme" diperkenalkan oleh Auguste Comte. Istilah itu berasal dari kata "positif". Dengan filsafat "positivisme" ingin mengungkapkan sesuatu secara "Faktual" atau apa yang berdasarkan fakta-fakta. Dalam hal ini, positivisme menegaskan bahwa pengetahuan hendaknya tidak melampaui fakta-fakta. Comte melihat bahwa ilmu pengetahuan berkembang menjadi 3 tahapan yakni, tahap Teologis-fiksi, Metafisik-Abstraksi dan puncaknya taraf kompleksitas yakni Positi-observasi.² Dalam tahapan inilah Comte melukiskan kemajuan pengetahuan. Kemajuan itu ditunjukkan pada perkembangan ilmu secara konkret.³

Comte kemudian mengklasifikasikan ilmu-ilmu yang ada sesuai dengan tahapan positifis yang melihat sesuatu secara faktual (observasi). Ilmu pengetahuan memusatkan di pada kenyataan faktual dan arena kenyataan faktual itu berbeda-beda, harus ada perbedaan sudut pandang dari ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, terjadi pengkhususan dalam ilmu pengetahuan. Untuk menetapkan ilmu-ilmu khusus, Comte berusaha menemukan ilmu-ilmu yang bersifat fundamental, artinya ilmu-ilmu itu diturunkan ilmu-ilmu lain yang bersifat terapan. Dalam adiknya itu, Comte menyebutkan enam ilmu fundamental, yakni: Matematika, Astronomi, Fisika, kimia, Fisiologi, biologi dan Fisika Sosial (atau sosiologi).⁴ Maka, dapat dikatakan filsafat positivisme telah membuka jalan kepada umat manusia untuk melihat segala sesuatu secara faktual. Dengan adanya pengetahuan faktual manusia bisa menjawab apa yang konkret dalam setiap persoalan hidup manusia. Filsafat positivisme nyatanya memajukan masyarakat menjadi masyarakat industri-modern dengan ilmu pengetahuan yang telah diklasifikasikan oleh Comte.

Filsafat positif Comte pada akhirnya memberikan gambaran tentang bagaimana masyarakat industri diorganisasikan. Menurut Comte, para organis dalam masyarakat industri adalah elite intelektual yakni para filsuf positivis dan para ilmuwan. Mereka dianggapnya sebagai pemilik pengetahuan sejati.⁵ Lahirnya Filsafat positivisme dengan gamblang memengaruhi perkembangan ilmu pengetahuan secara ilmiah pada zaman itu hingga tampak wujud yang lebih kompleks dewasa ini dalam masyarakat Industri maju- Modern.

Selain itu, Filsafat Comte memang membawa dampak dan perubahan yang sangat signifikan dalam tatanan dan peradaban manusia dewasa ini. Kita dapat menyaksikan sebuah gejala yang ganjil dari pikiran manusia. Pertama-tama kita menyaksikan bahwa metode positivis memang ampuh untuk menghancurkan metafisika dan teologi tradisional. Dengan mengklaim bahwa pengetahuan yang benar itu hanya mengenai yang faktual. Positivisme seolah-olah sudah menumbangkan daya berpikir metafisik.⁶ Namun perlu kita ketahui bahwa sesungguhnya positivisme dewasa ini telah mengalami irasional dalam berpikir. Hal itu sungguh tampak bahwa masyarakat dewasa ini telah dilumpuhkan daya berpikirnya oleh ragam Produk iklan yang ada di media masa. Produk iklan menjadi konsumsi publik yang menjadikan

² Budi F. Hardiman, *Filsafat Modern* (Jakarta: PT Gramedia Pusata Utama, 2004), hlm. 205-207.

³ Budi F. Hardiman, *Filsafat Modern* (Jakarta: PT Gramedia Pusata Utama, 2004), hlm. 208.

⁴ Budi F. Hardiman, *Filsafat Modern ...*, hlm. 208-209.

⁵ Budi F. Hardiman, *Filsafat Modern ...*, hlm. 212.

⁶ Budi F. Hardiman, *Filsafat Modern ...*, hlm. 212-213.



sebagian besar manusia mengalami kebiasaan konsumerisme, *tren*, materialisme.

Kita patut mengapresiasi filsafat positivisme yang dilahirkan oleh Aguste Comte. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa positivisme pada dewasa ini juga membawa dampak yang destruktif dalam pola hidup manusia. Produk iklan, perusahaan-perusahaan kosmetik, perusahaan teknologi telah membawa manusia dalam irasional berpikir. Semua produk yang ditawarkan seolah-olah dibutuhkan oleh manusia. Namun yang terjadi bahwa masyarakat Industri maju telah terdistorsi dan terkena dampak emansipatoris dari media massa, produk iklan dan lainnya. Hal ini juga sangat melekat dengan gaya berpikir filsafat Habermas. Habermas melihat bahwa daya berpikir manusia telah terdistorsi oleh media massa yang selalu menyisipkan emansipatorisnya dalam menuturkan iklan.⁷ Dalam isi tulisan selanjutnya penulis akan menampilkan hermeneutik Habermas. Hermeneutik Habermas memberikan sumbangan yang penting untuk kita sebagai masyarakat Industri maju dewasa ini. Dengan pemikiran ini membantu kita untuk mampu menafsirkan sesuatu dengan lebih bijak terutama media massa yang menampilkan produk iklan yang dibubuhi emansipatoris yang mendistorsi daya berpikir masyarakat dewasa ini.

Pertanyaan mendasar filsafat modern sejak Descartes adalah mungkinkah ada suatu pengetahuan yang dapat dijadikan sandaran? Meski Matematika dan fisika seringkali berfungsi sebagai contoh paradigmatis, namun kaum rasionalis dan kaum empiris umumnya berhenti dengan menyamakan pengetahuan dengan ilmu. Pengetahuan filosofis memperoleh tugasnya sebagai ilmu yang meliputi segalanya baik struktur, batasan, legitimasi dalam perbendaharaan pemikiran manusia. Dari Kant, filsafat menunjukkan keunggulannya dalam hubungannya dengan ilmu; ilmu harus dipahami secara epistemologis sebagai suatu kategori pengetahuan yang mungkin.

Hermeneutik Habermas Terhadap Masyarakat Modern.

Dengan menguatnya positivisme selama paruh kedua abad ke-19, gambaran tersebut berubah radikal. Pengetahuan diidentikkan dengan ilmu dan metode ilmiah. Habermas menyebut keyakinan ini dalam kerangka validitas eksklusif ilmu empiris sebagai sebuah saintisme. Epistemologis tersebut menciptakan perbedaan mendasar lainnya antara Teori-teori Kritis dengan teori-teori positivistik, yakni perbedaan mengenai tujuan dari teori itu sendiri. "Teori ilmiah", dalam positivisme atau "*traditional science*" merupakan bagian dari sistem deduktif yang antara lain melibatkan suatu proses yang dikenal sebagai *hypothetico-deductive method*.⁸

Di zaman modern, filsafat secara ketat dibedakan dari sains. Locke menyebut filsafat sebagai 'pekerja kasar'. Bagi Kant, filsafat, khususnya filsafat transenden, memiliki dua peran. Pertama, sebagai "hakim" yang dengannya sains dinilai. Kedua, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan normatif, dalam perspektif Kantian, sains tidak dibutuhkan, karena hal itu dijawab melalui analisis transenden.⁹

Hubungan antara dominasi positivis dengan semacam otoritas tertentu menunjukkan bahwa apa yang dimaksud sebagai "rasionalisasi" tidak lain daripada melestarikan bentuk-bentuk dominasi yang tersembunyi. Dominasi ini hampir tidak diketahui karena seiring dengan pertumbuhan institusi kekuatan produksi yang merupakan buah dari kemajuan ilmiah dan kemajuan teknologi itu sendiri menjadi basis bagi sistem sosial. Hubungan produksi yang ada melahirkan bentuk organisasi/ institusi yang diperlukan secara teknis. Teknologi akhirnya menyediakan bagi ketidakbebasan manusia, sehingga teknologi menentukan kehidupan manusia. Nalar kehilangan fungsinya secara kritis, pada akhirnya menjadi basis ideology legitimasi dan instrument yang diprogram. Inilah yang nanti akan dikritik oleh Habermas

⁷ Budi F. Hardiaman, *Seni Memahami* (Jakarta: Gramedia, 2015), hlm. 205.

⁸ Fransisco Budi Hardiaman, *Menuju Masyarakat Komunikatif* (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm. 6.

⁹ Budi F. Hardiman, *Filsafat Modern ...*, hlm. 73.



menjadi nalar instrumental dalam rangka mengganti dimensi filosofis dengan teori kritisnya.¹⁰

Menurut Habermas, selama manusia terkungkung pada dominasi ilmu, teknologi dan institusional, maka hal itu berasal dari pada hakikat tindakan rasional-bertujuan itu sendiri. Selama itu tidak diubah, selama manusia membutuhkan relasi kerja-kerja social yang dibantu oleh sarana-sarana kerja, maka tidak akan ada pengganti “yang lebih manusiawi” sebagai ganti dari kemajuan ilmiah-teknis.¹¹

Masyarakat Modern dalam Perusahaan Iklan Menurut Herbert Marcuse

Herbert Marcuse lahir di Berlin 18 Juli 1898 dari keluarga Jerman keturunan Yahudi. Dalam tesis nya yang ditulis dalam buku *One Dimensional Man* adalah bahwa dalam masyarakat industri maju atau masyarakat kapitalis lanjut, yang didominasi oleh rasionalitas teknologis, dimensi negative sebagai ungkapan kebebasan dan kreativitas manusia sebagai subyek, sudah tidak ada lagi. Oleh karena itu di mata Marcuse masyarakat industri maju adalah masyarakat yang sakit karena masyarakat tersebut segala segi kehidupan diarahkan pada satu tujuan saja, yakni keberlangsungan dan peningkatan sistem yang telah ada, yakni sistem ekonomi, politik dan budaya kapitalis yang konsumernya TIKK.¹²

Masyarakat Industri maju dapat secara efektif membuat warganya bersifat Pasif dan represif atau mengintegrasikan sepenuhnya dimensi negative dalam sistem penataan sosialnya karena masyarakat tersebut berhasil memanipulasikan dunia modern paling penting yakni rasionalitas dan kebebasan. Masyarakat industrimaju, walaupun sesungguhnya “secara keseluruhan bersifat irasional tetapi masyarakat itu tampak serba rasional dan bebas. Masyarakat itu tampak rasional karena seperti apa yang menjadi kebutuhan warganya dapat tercukupi. Mereka yang dulunya hidup dalam kemiskinan dan terancam kepelaparan kini tidak hanya dapat makan cukup, tetapi juga semakin dapat menikmati produk-produk yang dihasilkan oleh sistem ekonomi kapitalis.¹³

Masyarakat industri maju tampak memberi kebebasan kepada para warganya karena kini, dibanding waktu sebelumnya, mereka lebih leluasa untuk berpergian kemana-mana. Asal punya uang, mereka dapat mengunjungi berbagai tempat wisata yang tersedia untuk umum. Alat-alat transportasi dan komunikasi massa juga sudah semakin tersedia. Mereka dapat memilih produk mana yang mereka beli dan pakai. Warga masyarakat juga memilih kebebasan untuk mengajukan pendapat, berkumpul dan bernegosiasi, untuk memilih keyakinan iman atau agama yang mau dianut, untuk diambil bagian dalam sistem pemerintah yang ada lewat pemilu. Bahkan protes dan unjuk rasa juga diberi tempat.¹⁴

Melawan Penciptaan Kebutuhan Palsu dan Konsumerisme oleh Iklan

Dalam buku *One- Dimensional Man* Marcuse memang tidak secara khusus mengkritik para pengusaha iklan dan bagaimana iklan menjadi salah satu sarana manipulasi kebutuhan dalam masyarakat adalah salah satu bagian saja dari kritiknya terhadap masyarakat industri maju, atau masyarakat modern. Masyarakat maju sebagai masyarakat kapitalis lanjut lewat iklan sosialisasi dan pemasaran produk- produknya dapat dimungkinkan.¹⁵

Berkat Teknologi modern, dalam masyarakat industri maju atau masyarakat kapitalis lanjut, produktivitas barang dan jasa yang diperjualbelikan telah bertambah secara melimpah. Guna menghindari turunnya harga, yang berarti berkurangnya keuntungan, diciptakanlah suatu sistem jaringan ekonomi dengan manajemen yang rapi melalui manipulasi kebutuhan dan

¹⁰ Budi F. Hardiman, *Seni Memahami ...*, hlm. 210.

¹¹ Budi F. Hardiman, *Seni Memahami ...*, hlm. 211-212.

¹² F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional ...*, hlm.98-99.

¹³ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional ...*, hlm. 107-108.

¹⁴ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional ...*, hlm. 108.

¹⁵ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional ...*, hlm. 109.



ekspansi ekonomis ke negara-negara yang sedang berkembang. Manipulasi kebutuhan sebagai bagian dari upaya menjual produk yang dihasilkan dalam jumlah yang besar, antara lain dilakukan lewat iklan yang tidak hanya berfungsi sebagai sara sosialisasi atau memberi informasi tentang produk-produk yang mau dijual, tetapi juga disertai iming-iming yang menggiurkan sehingga mampu merangsang minat beli warga masyarakat. Bahkan tidak jarang minat beli begitu besar. Sehingga melampaui kemampuan daya beli itu begitu besar. Sehingga melampaui kemampuan daya beli warga masyarakat. Kalau kita lihat dewasa ini, iming-iming iklan yang menunjukkan kemudahan memperoleh kredit dan keleluasaan kemampuan berbelanja dengannya, dalam kenyataan telah memparah keadaan. Banyak yang akhirnya terjebak hutang yang tak terbayar. Budaya konsumeristik telah ikut ditunjang pengembangannya oleh industri periklanan. Kebutuhan sesungguhnya terbatas, tetapi hasrat untuk membeli dan memiliki itu tak terbatas.¹⁶

Dengan adanya manipulasi kebutuhan dalam usaha melariskan barang dan jasa hasil produksi masyarakat industri maju, terciptalah dua macam kebutuhan yang perlu dibedakan satu sama lain, yakni kebutuhan palsu dan kebutuhan yang sebenarnya. Marcuse mendefinisikan kebutuhan palsu sebagai “Semua kebutuhan yang ditanamkan ke dalam masing-masing individu demi kepentingan sosial tertentu dalam represinya: kebutuhan-kebutuhan yang melanggengkan kerja keras, keagresifan, kemalangan dan ketidakadilan”. Kebutuhan untuk melanggengkan kerja keras dengan jam kerja yang panjang merupakan kebutuhan palsu karena kemajuan teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas, sebenarnya jam kerja buruh dapat dikurangi, tetapi motif mengejar keuntungan sebesar-besarnya menganggap tak rasional untuk melakukan hal itu.¹⁷ Selain itu, Marcuse juga menambahkan bahwa “kebanyakan kebutuhan yang ada untuk bersantai, bersenang-senang, berperilaku dan mengkonsumsi mengikuti tawaran iklan, mencintai dan membenci apa yang dicintai dan dibenci kebanyakan orang, termasuk dalam kategori kebutuhan palsu ini.

Dalam lingkup kehidupan pribadi, kebutuhan palsu tersebut tampak misalnya dalam kebutuhan untuk mengendarai mobil mewah, memiliki rumah yang indah, megah dan memiliki perabotan serba lengkap, memakai pakaian model terbaru dan produk-produk barang lain yang sedang menjadi *trend* dalam dunia *fashion*. Semuanya itu dilakukan, bukan sungguh-sungguh diperlukan, melainkan hanya karena yang lain pun berbuat begitu. Industri periklanan sebagai bagian dari sistem ekonomi dan industri kapitalis ikut terlibat dalam kegiatan memanipulasi kebutuhan dan menciptakan kebutuhan palsu dalam diri warga masyarakat industri maju. Industri periklanan juga melanggengkan penyebaran budaya konsumeristik untuk membeli dan mengonsumsi berbagai produk barang dan jasa yang dihasilkan oleh sistem ekonomi kapitalis lanjut di negara-negara industri maju. Budaya konsumeristik semakin ditunjang penyebarluasan oleh maraknya budaya pencitraan diri berdasarkan produk-produk yang ditawarkan iklan.¹⁸

KESIMPULAN

Gagasan dan pemikiran beberapa filsuf secara khusus Marcuse nyatanya sungguh membantu dan menyadarkan kita untuk semakin Rasional dan Kritis dalam menanggapi situasi hidup dewasa ini. Kritiknya, membuka mata kesadaran kita akan kelemahan dan keterbatasan sistem ekonomi kapitalis lanjut dewasa ini, berkat arus deras globalisasi, telah memasuki sendi-sendi kehidupan masyarakat di pelbagai negara di dunia. Tidak hanya terbatas pada negara-negara yang disebut negara industri maju, tetapi merambah ke negara-negara

¹⁶ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional* ..., hlm109-110

¹⁷ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional* ..., hlm110-111.

¹⁸ F. Budi Hardiman, *Filsafat Untuk Para Profesional* ..., hlm107-108.



berkembang, seperti dikatakan oleh Magnis Suseno dalam buku Marcuse tersebut, telah dengan jelas menunjukkan “kekeroposan rasionalitas masyarakat industri maju”. Bahkan tanpa krisis global pasar finansial terakhir sudah menjadi jelas bahwa ekonomi pasar kapitalis tidak mampu memecahkan masalah-masalah yang disebabkan: Ketidakberhasilan mengurangi kemiskinan internasional, fakta sejak 20 tahun di negara-negara industri maju pun perbedaan kaya miskin menjadi tajam, bahwa negara-negara itu, meskipun kaya raya semakin tidak mampu menjamin hari tua warganya, dan tentu krisis perubahan iklim.

Khusus terkait dengan peran industri dan perusahaan iklan- yang dalam analisis sosial kritik Marcuse disebut sebagai ikut berperan dalam memanipulasi kebutuhan dalam masyarakat industri maju dan ikut menunjang terciptanya serta penamaan kebutuhan palsu dalam diri individu-individu warga masyarakat tersebut- kritik Marcuse juga belum kehinangan relevansinya dewasa ini. Bawasanya dalam erakapitalis global dewasa ini, dunia periklanan telah ikut menyebarkan budaya, sikap dan semangat konsumeristik serta membuat orang sering kecanduan untuk bersikap, berperilaku, berdandan, berpenampilan berkendara, berwisata mengikutiapa yang dipandang *trendy* sesuai dengan model yang ditampilkan di pelbagai iklan, kiranya juga menjadi kenyataan yang sulit dimungkiri. Kendati iklan bukan satu-satunya faktor yang menentukan untuk membeli suatu produk yang diiklankan tetapi tak dapat dimungkiri bahwa iklan sungguh dapat memengaruhi publik dalam membelanjakan uang mereka. budaya konsumtif dapat ikut ditunjang pertumbuhannya dalam masyarakat oleh iklan karena iklan tidak hanya membawa dampak ekonomis, tetapi juga dampak budaya terkait sikap, perilaku, gaya hidup, dan sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat. Para pengusaha iklan untuk kepentingan bisnis, karena mereka dibayar oleh para pebisnis yang ingin agar penjualan produk-produknya dapat meningkat, sering yang diutamakan adalah bagaimana menarik emosi individu-individu untuk memuaskan hasrat privat mereka untuk membeli dan bukan kepentingan publik secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiawan, Fransisco Budi. *Menuju Masyarakat Komunikatif*. Yogyakarta: Kanisius, 1993.
Hardiawan, F. Budi. *Filsafat Modern*. Jakarta: PT Gramedia Pusata Utama, 2004.
Hardiawan, F. Budi. *Seni Memahami*. Jakarta: Gramedia, 2015.
Hardiawan, F. Budi. *Filsafat Untuk Para Profesional*. Jakarta: Kompas, 2016.