

KONSUMSI SIMBOLIS DALAM PEMILIKAN RUMAH OLEH KELAS MENENGAH (Studi Kasus Penghuni Greenland Forest Park Residence Depok)

Tyka Rahman

(rahman.tyka@yahoo.co.id)

Program Studi Sosiologi - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abstract

This study explains about symbolic consumption of middle class for home ownership. This study used the qualitative approach, it was chosen as the purpose of this study is to explain how the middle class colours their class position through the home ownership. Data was collected through observation and depth interview for the strategy of inquiry. The subject of study was dweller of Greenland Forest Park Residence. The research was conducted from April to July 2015. Gerke (2002) explained about lifestyling of Indonesian middle class as a strategy to show their social class without real consumption. This study revealed that the home ownership show two aspects of middle class (Greenland dweller) consumption; the real and symbolic consumption at the same time demonstrating their social class.

Key words: Middle class, symbolic consumption, home ownership

Pendahuluan

Jumlah kelas menengah yang semakin meningkat diiringi dengan pertumbuhan ekonomi memberikan dampak terhadap kehidupan sehari-hari kelas sosial ini. Hal tersebut berupa konsumerisme dan lifestyle. Lifestyle dan konsumsi, salah satunya dapat dilihat melalui tempat tinggal atau rumah yang dipilih. Studi tentang kelas menengah sebelumnya telah dilakukan dan diteliti di berbagai negara di Asia seperti Singapura, Jepang, Malaysia, Cina, dan Korea. Tulisan dan penelitian tentang kelas menengah muncul dengan berbagai topik dan permasalahan. Mulai dari peningkatan jumlah kelas menengah, peran sosial, dan politik hingga gaya hidup yang

mereka lakukan. Hal yang yang sering dibahas adalah tentang jumlah mereka yang semakin meningkat dan gaya hidup khas kelas menengah. Salah satu penyebab meningkatnya jumlah kelas menengah hampir di seluruh negara di Asia adalah ekspansi ekonomi dan globalisasi, sehingga kegiatan konsumsi menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat sekarang ini. Chua mengutip Belk menjelaskan bahwa globalisasi dan perkembangan ekonomi yang cepat tidak hanya merubah gaya hidup masyarakat, namun juga merubah level konsumsi masyarakat. Konsumsi menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang cenderung melakukan konstruksi identitas dengan cara mengonsumsi benda-benda. (Chua, 2002)

Di Cina dan Indonesia, konstruksi identitas dan status yang diperlihatkan melalui produk konsumen tidak bisa dihindari, sehingga barang-barang menjadi terisi makna sosial. Sehingga adanya interelasi antara aspek ekspansi dari konsumerisme sebagai gaya hidup kelas menengah di Indonesia. Meningkatnya jumlah kelas menengah tidak terlepas dari perbaikan sistem pendidikan di Indonesia sehingga ada pengharapan untuk mobilitas sosial ke atas, pendapatan yang lebih baik, peningkatan konsumsi, dan lifestyle. Hal ini ditandai dengan meningkatnya kepemilikan mobil pribadi, sepeda motor, dan kompleks perumahan modern. (Gerke, 2002)

Sejak tahun 1990an banyak perbincangan dan tulisan tentang apakah kelas menengah relevan untuk dibahas dalam konteks Indonesia dan masih banyak yang mempertanyakan keberadaannya. Pada tahun 2012 kelas menengah diperbincangkan kembali. Perbincangan tersebut mengenai jumlah kelas menengah Indonesia yang terus meningkat dan selalu dikaitkan dengan konsumsi yang mereka lakukan. Hal ini diungkapkan Rhenald Kasali bahwa Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai US\$ 70 miliar pada akhir tahun 2010, berarti rata-rata per kapita penduduk Indonesia akan mendapatkan *income* US\$ 3.000. Para ekonom percaya bahwa angka US\$ 3.000 akan menjadi *cut off* penting yang menandakan perubahan gaya hidup. Masyarakat akan mengonsumsi benda-benda penanda perubahan kehidupannya. (Khasali, 2011:21) Berbagai perkembangan perilaku konsumen Indonesia dan tembusnya GDP per kapita (nominal) ke level \$3000 berdampak pada perubahan struktural-fundamental, tidak

sebatas mampu membeli lebih banyak produk, tetapi juga merubah cara pandang hidup, nilai-nilai yang dipegang, gaya hidup, dan perilaku sehari-hari. (Yoswohadi, 2012:31)

Dari tahun 2003 sampai dengan 2010 pertumbuhan kelas menengah Indonesia mencapai 13 persen dengan pengeluaran 4 Dollar AS per hari. Ada 3 kelompok kelas menengah Indonesia menurut Asian Development Bank (ADB) dalam laporan *Key Indicator for Asia and Pasific* 2010. Pertama, kelas menengah bawah dengan pengeluaran 2-4 dollar per hari per kapita. Kedua, kelas menengah tengah dengan pengeluaran 4-10 dollar per hari per kapita. Ketiga, kelas menengah atas dengan pengeluaran 10-20 dollar AS per kapita per hari. Kelas menengah bawah adalah kelas menengah yang berada di garis perbatasan kelas bawah dengan kelas menengah, mereka mudah tergelincir menjadi kelas bawah. Berbeda dengan kelas menengah bawah, kelas menengah atas memiliki ciri khas yaitu memiliki obsesi tinggi terhadap karier dan menyukai inovasi. Kelompok kelas menengah atas dominan tinggal di real estate. (Kompas, 27 Maret 2007).

Kelas menengah Indonesia banyak didominasi oleh mereka yang ada di kota. Hal ini merupakan cerminan tingkat urbanisasi kelas menengah yang tinggi. Pada tahun 2009, sekitar 63.6 juta (68,2%) penduduk kelas menengah ada di kota, dan sisanya 29.7 juta (31.8%) ada di desa. Berdasarkan data Susenas 1999 dan 2009 sebagian besar segmen kelas menengah tengah (*middle middle class*) dan kelas menengah atas (*upper middle class*) ada di kota. Kelas menengah bawah (*lower middle class*) perbandingan yang tinggi di kota dengan di

desa adalah 62.9 persen banding 37.15 persen. Namun, di segmen kelas menengah tengah (*middle middle class*) angkanya menjadi 82.1 persen banding 17.9 persen, sementara di segmen kelas menengah atas (*upper middle class*) adalah 91.9 persen banding 9.1 persen (Yoswohadi, 2012:98-101)

Pada akhir 2010 Koran Jakarta melaporkan bahwa "selama dua dekade terakhir, pengembangan rumah sejahtera bagi kebutuhan warga Ibu kota telah menyebar ke Bekasi, Depok, Tangerang, dan Bogor sehingga kawasan ini mulai didesaki hunian menengah atas (Abidin Kusno, 2012:75) Ketua asosiasi real estate Indonesia mengatakan bahwa Indonesia memiliki populasi yang besar dan ia memprediksi penjualan properti akan mencapai 400.000 unit dibandingkan dengan tahun 2012 yang mencapai 260.000 unit. Dan ia juga menyampaikan bahwa selama pembeli memiliki kemampuan untuk membayar cicilan per bulan, penjualan akan terus meningkat. (Bloomberg, 23 Oktober 2013)

Menurut Residential Property Sales Survey, Bank Indonesia Pada tahun 2013-2014. Telihat adanya peningkatan penjualan properti residensial pada rumah tinggal (*primary houses*) pada Quarter I 2013 sebesar 25.63 persen, terutama pada penjualan rumah tipe medium (33.60%) khususnya di daerah Jabodetabek dan Banten. Hingga pada Quarter III 2013 penjualan properti terus meningkat untuk daerah Jabodetabek dan Banten penjualan rumah dengan tipe kecil mencapai 60 persen, tipe medium 30 persen, dan tipe besar 10 persen. Hingga Quarter II 2014 penjual properti residensial terus meningkat sebesar 36.65 persen. (Divisi Statistik Sektor Ril Bank

Indonesia)

Gerke (2002) dan Thalib (2002) melihat konsumsi rumah oleh kelas menengah sebagai sebuah bentuk konsumsi dan gaya hidup. Pada tahun 1994 Gerke melakukan penelitian di Padang dan Yogyakarta. Penelitian ini menemukan 85.3 persen kelas menengah yang dijadikan sampel bekerja di lembaga pemerintahan (*government employees*). Gerke menyatakan bahwa sangat sulit untuk membedakan siapa saja yang termasuk ke dalam kelas menengah dan yang bukan menjadi anggota kelas menengah di Indonesia karena variabel klasik yang digunakan untuk meneliti kelas menengah di Amerika dan Eropa (SES = pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan) tidak dapat diterapkan untuk meneliti kelas menengah Indonesia. Menurut Gerke, keanggotaan kelas menengah Indonesia tidak dapat ditentukan oleh pendapatan melainkan didefinisikan melalui perilaku sosial dan gaya hidup. Kelas menengah membentuk hirarki melalui gaya hidup yang modern dan konsumsi (*lifestyling*). Salah satu bentuk konsumsi kelas menengah baru Indonesia pada saat itu adalah rumah. Penelitian Gerke di Padang menunjukkan bahwa kelas menengah yang bekerja di daerah urban atau semi-urban lebih memilih untuk tinggal di perumahan (*housing estates*) di daerah urban dibandingkan di tempat kelahirannya. Hal ini karena dengan tinggal bersama orang yang memiliki standar hidup sama, mereka dapat menikmati privasi dan menghindari interaksi yang berlebihan dengan lingkungan sekitar.

Kompas bekerjasama dengan ITB dan PT Perusahaan Gas Negara memberikan predikat kota cerdas kepada kota Depok di peringkat ke 4, setelah Surabaya, Tangerang, dan Semarang.

Indeks kota cerdas pada kategori tersebut adalah kota dengan penduduk di atas 1 juta jiwa. (Kompas, 13 Agustus 2015). Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan Indeks Kota Cerdas Indonesia (IKCI) meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kota cerdas adalah kota yang ditopang perekonomian yang baik. Secara sosial kota cerdas harus memiliki keamanan, kemudahan, dan kenyamanan. Kemudian secara lingkungan yang cerdas menyediakan hunian yang sehat dan kesesuaian tata ruang. Terdapat 3 kategori kota cerdas dengan penduduk sampai dengan 200.000 jiwa, kota dengan penduduk di atas 200.000 sampai dengan 1 juta jiwa, dan kota dengan penduduk lebih dari 1 juta jiwa.

(lipsus.kompas.com) Hal ini tentu memperlihatkan bahwa Depok berada satu kelompok dengan kota besar seperti Surabaya. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk kota Depok disebabkan oleh tingginya migrasi penduduk, pertumbuhan properti juga makin bertambah, khususnya kawasan hunian yang bernuansa muslim. Perumahan dengan suasana muslim salah satunya adalah Greenland Forest Park Residence yang mengusung tema *green* pada lingkungan perumahan.

Housing estate.com edisi Kamis 30 Januari 2015 menjelaskan bahwa semakin terbatasnya tanah di Depok, Jawa Barat mendorong pertumbuhan mini realestate. Jumlah rumah yang dibangun rata-rata di bawah 100 unit dan berlokasi di dekat kota Depok hingga ke Sawangan. Depok, Jawa Barat menjadi salah satu kawasan favorit tempat tinggal kalangan menengah. Hal ini disebabkan karena letaknya yang dekat dengan Jakarta, memiliki akses yang bagus, dan adanya fasilitas

transportasi kereta api selain angkutan kota. (Housing estate.com edisi Jumat, 7 Februari 2015)

Kelas menengah Indonesia berbeda dengan kelas menengah negara lain seperti di Eropa, Amerika, dan Asia. Kelas menengah Indonesia tidak dapat diidentifikasi melalui pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan yang mereka miliki. Gerke (2002) menyatakan bahwa tidak ada garis batas yang jelas antara kelas menengah dengan kelas sosial lainnya di dalam masyarakat Indonesia, sehingga sulit untuk melihat siapa saja yang tergolong dalam kelas menengah dan yang bukan kelas menengah dengan menggunakan parameter untuk negara berkembang. Menurut Gerke variabel klasik yang digunakan untuk menjelaskan kelas menengah di Amerika dan Eropa (*SES= occupation, income, education*) tidak dapat digunakan untuk menjelaskan kelas menengah Indonesia. Gerke menyimpulkan keanggotaan kelas menengah Indonesia tidak dapat ditentukan oleh pendapatan, namun oleh tindakan sosial dan *lifestyle* (gaya hidup).

Di dalam masyarakat Indonesia terdapat kecenderungan menilai kelas sosial seseorang melalui gaya hidup yang dipilih dan diperlihatkan, meskipun kelas menengah Indonesia memiliki basis ekonomi yang lemah.

Lifestyling merupakan cara menyiasati ketidakmampuan kelas menengah Indonesia untuk melakukan konsumsi riil. *Lifestyling* dilakukan untuk memperlihatkan identitas kelas sosial tertentu melalui konsumsi simbolis. *Lifestyling* merupakan sebuah konsumsi simbolis yang juga disebut Gerke sebagai konsumsi virtual (*virtual consumption*) sebagai pengganti konsumsi riil (*real consumption*). (Gerke, 2002)

Pambudy (2012) menjelaskan bahwa sebagian besar kelas menengah Indonesia lebih tertarik pada hal-hal yang bersifat material daripada konsep yang lebih abstrak seperti demokrasi substansial dan perubahan sosial. Kelas menengah diidentifikasi dengan gaya hidup dan konsumsi. Pambudy juga mengutip konsep *lifestyling* dari Gerke. Pambudy menjelaskan bahwa *lifestyling* tidak hanya dilakukan oleh kelas menengah bawah, namun juga dilakukan oleh kelas menengah atas. Kelas menengah-atas di Jakarta pun melakukan *lifestyling*. *Lifestyling* dilakukan kelas menengah-atas untuk membentuk identitas kelas sosial yang ingin mereka perlihatkan. (Pambudy, 2012: 15).

Thalib (2002) menjelaskan perbedaan pemilihan rumah kelas atas dengan kelas menengah di Malaysia. Kelas atas diidentifikasi dengan tinggal di mansion sedangkan kelas menengah urban di kondominium atau apartemen. Kelas menengah memilih tinggal di kondominium dan apartemen disebabkan karena perubahan ukuran dan komposisi keluarga, perubahan budaya dalam pemilihan rumah, dan juga adanya *New Economy Policy* (NEP) yang mengatur kepemilikan aset ekonomi di Malaysia. Kecenderungan pemilihan tempat tinggal di apartemen dan kondominium tidak sepenuhnya atas keinginan dan pertimbangan kelas menengah, namun juga karena adanya kebijakan pemerintah yang mengatur hal tersebut. (Thalib, 2002)

Hal yang dijelaskan Thalib (2002) tentang pemilihan rumah kelas menengah di Malaysia tentu akan berbeda dengan pemilihan dan pemilihan rumah oleh kelas menengah di Indonesia. Kelas menengah Indonesia tidak dapat diidentifikasi melalui pendidikan,

pekerjaan, dan pendapatan. Selain itu, kelas menengah Indonesia berasal dari latar belakang sosial yang beragam. Begitu juga dengan konsep *lifestyling* yang dijelaskan Gerke. Gerke menjelaskan bahwa *lifestyling* dilakukan kelas menengah Indonesia sebagai suatu cara untuk tetap bisa menyampaikan identitas sosial sebagai kelas menengah yang modern meskipun dengan basis ekonomi yang lemah.

Lifestyling yang dimaksudkan oleh Gerke merujuk kepada konsumsi simbolis yang dilakukan oleh kelas menengah lapis bawah dan tengah. Sedangkan menurut Pambudy (2012) *lifestyling* juga dilakukan oleh kelas menengah lapis atas untuk memperlihatkan identitas kelas sosial yang ingin ditampilkan. Konsep *lifestyling* yang dikemukakan Gerke dan dikutip oleh Pambudy menekankan bahwa semua konsumsi yang dilakukan kelas menengah merupakan konsumsi simbolis (konsumsi virtual). Di lain pihak, kelas menengah yang disebut Gerke juga merupakan pengonsumsi (pembeli) perumahan. Pembelian rumah sebagai aset tidak bergerak berbeda dengan pengonsumsi benda-benda lain penanda kelas sosial pemberi identitas kelas. Bersamaan dengan itu, rumah pun menjadi penanda kelas sosial. Tulisan ini mencoba menggali lebih jauh apakah bagi kelas menengah, rumah sebagai hasil dari konsumsi riil (*real consumption*) pun juga menunjukkan konsumsi simbolis, seperti yang dikemukakan Gerke. Konsumsi riil yang dilakukan tidak terlepas dari tujuan simbolis berupa perwujudan dari nilai-nilai budaya seperti agama yang dianut kelas menengah. Terutama kelas menengah di negara berkembang seperti Indonesia yang cenderung mempraktekkan dan mempertimbangkan nilai agama secara

individual maupun di dalam interaksi sosial.

Dengan demikian pertanyaan penelitian di dalam tulisan ini adalah:

1. Bagaimana kelas menengah (penghuni Greenland Residence) mengidentifikasi dirinya melalui konsumsi simbolis?
2. Bagaimana kelas menengah (penghuni Greenland Residence) mengidentifikasi dirinya melalui konsumsi riil dalam bentuk pemilikan rumah?
3. Bagaimana kelas menengah (penghuni Greenland Residence) memaknai lingkungan perumahan sebagai cara untuk mengidentifikasikan dirinya?
4. Apa saja konsumsi simbolis yang ada dalam konsumsi riil berbentuk rumah?

Tinjauan Teoritis

Kelas Menengah

Menurut Gerke hal yang menggolongkan seseorang ke dalam kelas menengah Indonesia yaitu *consumption line* (garis konsumsi). Garis konsumsi memisahkan lapisan bawah dengan lapisan menengah di dalam masyarakat. Lapisan menengah masyarakat Indonesia adalah kelompok yang anggotanya memiliki penghasilan cukup untuk berpartisipasi dalam budaya konsumen modern. Anggota lapisan ini memiliki pendidikan tinggi dan mampu memiliki benda-benda simbolis dari konsumsi kelas menengah. (Chua, 2002) Adapun kelompok-kelompok yang termasuk kedalam kelas menengah Indonesia menurut Gerke adalah:

1. Kalangan Militer
Kalangan militer yang merupakan anggota kelas menengah yaitu kalangan militer dengan pangkat menengah (*middle-ranking military*).

2. Pengusaha
Kelas menengah yang berasal dari kelompok pengusaha yaitu pengusaha dengan ukuran usaha menengah (*middle business*).
3. Birokrat
Anggota kelas menengah yang berasal dari kelompok birokrat yaitu birokrat golongan menengah.
4. Kalangan profesional
Anggota kelas menengah yang termasuk ke dalam kalangan profesional yaitu profesional dengan tingkat pendapatan menengah.
5. Elite
Kelompok elite yang merupakan kelas menengah yaitu kelas menengah-tengah dan kelas menengah bawah.

Pambudy menggambarkan karakteristik dan peran kelas menengah sebagai kelompok yang suka mengonsumsi. Hasil survei yang dilakukan oleh bagian Penelitian dan Pengembangan Harian Kompas tahun 2012 menggambarkan bahwa kelas menengah Indonesia lebih tertarik pada hal-hal bersifat material daripada konsep yang lebih abstrak seperti demokrasi substansial dan perubahan sosial. (Pambudy, 2012) Kelas menengah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kelas menengah tengah. Menurut Asia Development Bank (2010) kelas menengah tengah (*middle-middle class*) adalah kelas menengah dengan pengeluaran per kapita per hari sebesar \$4-10. (Yoswahodi, 2012)

Konsumsi Simbolis

Kelas menengah baru Indonesia melakukan konsumsi untuk menunjukkan posisi sosial mereka. Sehingga, gaya hidup (*lifestyle*) dan praktek budaya (*cultural practice*) menjadi hal penting dalam memperlihatkan sistem kelas sosial dibandingkan dengan klasifikasi kelas berdasarkan kriteria sosial dan ekonomi. Kelas

menengah baru memperlihatkan identitas diri modern melalui gaya hidup untuk menunjukkan bahwa mereka adalah bagian dari kelas menengah. Gerke menyebut kegiatan ini sebagai *lifestyling*. *Lifestyling* dilakukan sebagai strategi kelas menengah baru yang berusaha memperlihatkan identitas diri melalui konsumsi dan gaya hidup modern meskipun secara ekonomi mereka tidak mampu melakukan konsumsi tersebut. *Lifestyling* didefinisikan sebagai dimensi simbolis dari konsumsi dan gambaran standar kehidupan seseorang yang pada kenyataannya ia tidak mampu. Konsumsi virtual dinyatakan Gerke sebagai pengganti konsumsi riil, sehingga dengan menunjukkan simbol-simbol modern merupakan pengganti dari membeli benda-benda lifestyle itu sendiri. (Gerke, 2002)

Konsep *lifestyling* menjelaskan tentang kelas menengah baru Indonesia yang melibatkan konsumsi simbolis sebagai suatu gaya hidup. Kelas menengah yang tidak memiliki sumber ekonomi cukup, menghubungkan diri ke dalam kehidupan kelas menengah dengan konsumsi virtual (*virtual consumption*). Kelas menengah virtual mengonsumsi benda-benda yang menyerupai benda asli (*fakes*) dan berusaha memperlihatkan referensi penting untuk menjadi anggota kelas menengah. Proses yang dilakukan oleh kelas menengah ini disebut Gerke dengan *lifestylization*. *Lifestylization* adalah proses membedakan diri oleh kelas menengah baru terhadap kelas bawah. (Horstmann, 1997: 353)

Dalam hal ini konsumsi virtual menjadi pengganti konsumsi riil. Konsumsi virtual mencakup perilaku memperlihatkan simbol-

simbol gaya hidup modern tanpa membeli benda-benda yang sebenarnya. Konsumsi virtual dapat berupa penggunaan item-item simbolis. Konsumsi virtual untuk menunjukkan gaya hidup tertentu tanpa adanya basis ekonomi yang cukup untuk melakukan konsumsi riil. (Evers, 1996:179)

Gerke (2010) menjelaskan bahwa budaya kelas menengah baru salah satunya yaitu selalu berusaha terus menerus untuk menandai diri sehingga berbeda dengan strata bawah di dalam masyarakat. Mereka mengkonstruksi hirarki sosial melalui gaya hidup modern, seperti konsumsi. Bentuk-bentuk gaya hidup kelas menengah baru dapat terlihat dari pemilihan pendidikan, *shopping*, dan konsumsi rumah. Pendidikan merupakan salah satu dari elemen gaya hidup kelas menengah baru. Pendidikan merupakan simbol yang mendefinisikan seseorang merupakan anggota kelas menengah. Konsumsi rumah juga merupakan konsumsi pokok kelas menengah. Kelas menengah memilih perumahan formal karena mereka ingin tinggal di lingkungan dengan orang-orang yang memiliki standar hidup yang sama. Gaya hidup kelas menengah menurut Gerke merupakan sebuah proses dalam usaha untuk membentuk kelas. Gaya hidup tidak hanya merupakan persoalan personal, namun juga untuk membentuk batasan terhadap sebuah identitas sosial. Gerke memisahkan jenis konsumsi yang dilakukan kelas menengah bawah dan tengah, kelas menengah atas, dan juga kelas atas. Konsumsi yang dilakukan oleh kelas menengah bawah dan tengah adalah konsumsi simbolis, sedangkan konsumsi yang dilakukan oleh kelas menengah atas dan kelas atas adalah konsumsi riil.

Tabel 1. Susunan Masyarakat Indonesia: Pendekatan Strategis Grup

	High-ranking military	Big business	High bureaucrats	High-income professional	Elite	
Real Consumption	Upper military	Big business	High bureaucrats	High-income professional	Upper-middle class	
Symbolic consumption	Middle ranking military	Middle business	Middle bureaucrats	Middle-income professional	Middle-middle class	
					Lower-middle class	Consumption line
Subsistence level	Low-ranking military	Small business	Lower bureaucrats	Low-income professional	Lower class	Poverty line
Absolute poor						

Sumber: Gerke, 2002

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan konsumsi simbolis dalam pemilihan rumah oleh kelas menengah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Penelitian dilakukan sejak bulan April hingga Juli 2015. Informan berjumlah 16 orang meliputi 13 orang penghuni Greenland Residence, presiden direktur Relife Property Indonesia, brand manager Relife Property Indonesia, dan ketua RW Greenland Residence. Greenland Residence dipilih sebagai setting penelitian karena merupakan kompleks perumahan dengan segmen pasar kelas menengah. Penghuni Greenland Residence merupakan keluarga muda dengan rentang usia 25-40 tahun. Sebagian besar penghuni Greenland Residence yang menjadi informan adalah kepala keluarga. Kepala keluarga dianggap memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah rumah. Wawancara dengan Relife Property Indonesia untuk mengetahui

tentang konsep dan segmen pasar perumahan yang dibangun. Dari wawancara dengan ketua RW Greenland Residence, diperoleh informasi tentang profil dan latar belakang sosial penghuni secara umum. Wawancara dengan penghuni Greenland Residence dilakukan untuk mengetahui konsumsi simbolis kelas menengah dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi ril dalam pemilihan rumah, pemaknaan terhadap lingkungan perumahan, dan simbol-simbol yang dikonsumsi kelas menengah dalam pemilihan rumah.

Temuan Data

Greenland Forest Park Residence

Greenland Residence berada pada lahan dengan luas 8 ha dengan konsep *forest park residence*. Greenland memiliki taman hutan seluas 7.000 m². Greenland Residence terdiri dari lima subcluster yaitu Greenbelt, Regia, Samanea, Cassia, dan Carberra yang telah terjual. Di Greenland Residence subcluster merupakan RT, sehingga terdapat 5 RT. Greenland Residence merupakan perumahan

bersuasana Islami, meskipun Relife tidak mewajibkan penghuni Greenland Residence hanya untuk muslim saja. Berdasarkan hasil wawancara dengan presiden direktur Relife Property Indonesia yang merupakan developer Greenland Residence, Relife tidak memberikan konsep Islami dalam hal bangunan dan desain sejak awal pembangunan. Menurut presiden direktur Relife Property Indonesia, perumahan bersuasana Islami adalah perumahan yang mengakomodasi penghuni secara Islami. Relife tidak menyatakan bahwa mereka adalah pengembang perumahan Islami, meskipun pada setiap produk yang mereka bangun

mempertimbangkan beberapa aspek dan nilai Islam. Nilai Islam dalam hal ini bukanlah dalam pengertian sempit, namun nilai Islam yang dipahami secara luas.

Relife lebih mengimplementasikan konsep Islami dalam bentuk nilai daripada fisik. Nilai Islam yang diterapkan berupa usaha untuk menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman, terutama bagi anak-anak. Relife tidak mewajibkan setiap produk yang mereka bangun memiliki lambang-lambang dan arsitektur Islam.

Gambar 1. Gerbang Depan Greenland Residence



Sumber: <http://www.greenland-forestpark.com>

Deskripsi Penghuni Greenland Residence

Daerah Asal Penghuni Greenland Residence

Berdasarkan data kelurahan berupa kartu keluarga, penghuni Greenland Residence berasal dari Jakarta dan luar Jakarta. Penghuni dari luar Jakarta diantaranya dari Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Bali, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Makasar, dan Lampung.

Pekerjaan Penghuni Greenland Residence

Berdasarkan hasil wawancara, ketua RW Greenland Residence menjelaskan bahwa penghuni Greenland Residence bekerja di bidang IT, perminyakan, PNS, dan pengusaha yang

memiliki usaha kecil. Posisi mereka di pekerjaan adalah sebagai staf perusahaan bagi mereka yang bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang IT dan perminyakan. Posisi manajer bagi mereka yang bekerja selain di bidang IT dan perminyakan, bahkan ada yang memiliki jabatan sebagai general manager meskipun di perusahaan dengan skala yang tidak terlalu besar.

Sembilan puluh lima persen penghuni Greenland membeli rumah melalui KPR. Penghuni adalah pasangan muda dengan umur 25-40 tahun. Biasanya pembelian rumah dilakukan dengan cara menggabungkan gaji

suami dan istri. Pada umumnya penghuni Greenland Residence, suami dan istri sama-sama memiliki penghasilan, meskipun istri tidak bekerja sebagai karyawan di perusahaan, tetapi mereka memiliki penghasilan dari usaha yang mereka jalankan di rumah, seperti berjualan makanan, air mineral, dan usaha *catering*.

Tingkat Pendidikan Penghuni Greenland Residence

Penghuni Greenland Residence rata-rata memiliki pendidikan strata 1. Meskipun beberapa diantaranya memiliki pendidikan strata 2, akademi/diploma III, dan tamat SLTA sederajat. Hal ini diketahui dari wawancara peneliti dengan informan yang memiliki pendidikan terakhir, SMA, S1, dan S2 (lulusan farmasi, teknik elektro, ilmu pemerintahan, administrasi negara). Beberapa diantara mereka adalah lulusan dari Universitas Indonesia, Universitas Gajah Mada, Universitas Pembangunan Nasional, Universitas Hasanuddin, Unas, dan Universitas Krisna.

Agama Penghuni Greenland Residence

Sebagian besar penghuni Greenland

Residence beragama Islam. Meskipun ada beberapa penghuni beragama Katolik, Protestan, dan Hindu. Di cluster Samanea penghuni nonmuslim berjumlah 4 sampai 5 orang. Di cluster Regia terdapat 2 orang penghuni nonmuslim. Sehingga dari seluruh cluster, penghuni nonmuslim berjumlah 10 orang dari 180 orang penghuni.

Sebelum mesjid terbangun, penghuni melakukan sholat jamaah di ruang terbuka yang berada di tengah Greenland Residence. Sholat Id juga diadakan di dalam kompleks perumahan. Pada saat hari raya Idul Adha, mereka berkorban dan potong hewan kurban di dalam kompleks perumahan. Setiap hari penghuni melaksanakan sholat subuh di mesjid. Menurut keterangan yang diberikan oleh ketua RW Greenland Residence, penghuni yang mengikuti sholat berjamaah bersama juga cukup banyak sekitar 1.5 hingga 3 shaf. Kemudian ada kelompok yang disebut "pejuang subuh" yaitu kelompok penghuni laki-laki yang secara sukarela membangunkan penghuni untuk sholat subuh.

Gambar 2.
Sholat Berjamaah Sebelum Mesjid Terbangun



Sumber: <http://alhusnagreenland.blogspot.com/>

Gambar 3.
Penghuni Perempuan Greenland Residence



Sumber: <http://alhusnagreenland.blogspot.com/>

Hubungan Antar Penghuni Greenland Residence

Penghuni Greenland memiliki hubungan sosial yang baik satu sama lainnya, hal ini disebabkan oleh latar belakang sosial mereka yang relatif sama secara tingkat pendidikan dan posisi dalam pekerjaan. Hal ini terlihat dari mereka saling mengenal satu sama lainnya baik

dalam lingkup RT dan RW. Meskipun penghuni nonmuslim merupakan minoritas di Greenland Residence, namun penghuni muslim tetap menghargai dan berperilaku baik terhadap penghuni nonmuslim. Ketika penghuni muslim gotong royong memperbaiki mesjid, penghuni nonmuslim ikut serta membantu.

Gambar 4.
Penghuni Greenland Merenovasi Mesjid Al-Husna



Sumber: <http://alhusnagreenland.blogspot.com/>

Pola Konsumsi Greenland Residence

Penghuni Greenland Residence mengisi waktu luang mereka dengan mengunjungi mall, menonton film di bioskop, dan makan di restoran bersama keluarga. Mereka memilih untuk mengunjungi Margo City, Citos, Gandaria City, Mall Cinere, dan Pondok Indah Mall. Mereka mengunjungi Pamulang Square untuk membeli

baju dan ITC apabila ingin memperbaiki *handphone*. Kendaraan pribadi seperti mobil dan motor menjadi konsumsi utama penghuni. Hal ini terlihat dari hampir setiap rumah di Greenland Residence terdapat mobil dan juga kendaraan bermotor lainnya. Sebagian besar penghuni laki-laki memiliki hobi yang rata-rata hampir sama, seperti bersepeda. Hobi ini mereka berikan

muatan-muatan nilai Islam seperti mengunjungi pesantren-pesantren dan sahur *on the road*.

Dalam hal pemilihan pendidikan anak, penghuni Greenland Residence memiliki pilihan yang beragam. Sebagian besar penghuni yang beragama Islam memilih menyekolahkan anak mereka di sekolah Islam, seperti SD Islam dan pesantren (*boarding school*). Namun juga ada yang bersekolah di Akademi Ilmu Pelayaran dan Universitas Trisakti. Penghuni memilih sekolah Islam untuk anak mereka dengan alasan mulai dari sekolah yang dipilih sesuai dengan ideologi yang mereka miliki hingga agar anak-anak mereka memperoleh pengetahuan agama yang baik. Meskipun demikian ada sebagian kecil penghuni yang lebih memilih untuk menyekolahkan anak mereka di sekolah umum yang tidak berbasis agama. Hal ini dilakukan dengan harapan anak-anak mereka dalam bersosialisasi dapat saling menghargai perbedaan.

Pemilikan Rumah Sebagai Konsumsi Riil

Ada beberapa pertimbangan penghuni ketika memutuskan untuk membeli rumah di Greenland Residence. Pertimbangan pertama adalah harga. Sembilan puluh lima persen penghuni Greenland Residence membeli rumah

melalui KPR dengan berbagai jenis bank (bank konvensional dan bank syariah). Lokasi, lingkungan, dan fasilitas di kompleks perumahan juga menjadi hal-hal yang dipertimbangkan kelas menengah. Penghuni mencari informasi tentang profil developer melalui website perusahaan, brosur, dan melihat langsung fisik rumah sebagai referensi awal. Mencari informasi tentang profil developer dilakukan untuk memastikan produk rumah yang akan dibeli terjamin kualitasnya. Selain mendapatkan informasi melalui website perumahan, developer, dan iklan sebagian penghuni juga memperoleh rekomendasi dari teman dan saudara.

Makna Lingkungan Perumahan Bagi Penghuni Greenland

Ada beberapa alasan penghuni memilih rumah di Greenland Residence. Pertama, penghuni ingin memiliki rumah dengan suasana yang sama dengan tempat tinggal sebelumnya. Kedua, mereka menginginkan lingkungan sosial yang lebih baik. Ketiga, penghuni ingin memiliki tempat tinggal dengan orang yang memiliki posisi pekerjaan dan tingkat pendidikan yang sama. Item yang menjadi nilai tambah perumahan bagi penghuni adalah keberadaan mesjid.

Gambar 5.
Suasana Greenland Residence di Sekitar Mesjid pada Sore Hari



Sumber: Koleksi Peneliti

Konsumsi Simbolis dalam Pemilihan Rumah

Greenland Residence berada di kawasan yang rindang dan ditanami pohon-pohon pelindung. Penataan taman depan yang estetis memperkuat suasana hijau perumahan. Penataan taman yang memperhatikan seni dan estetika menunjukkan bahwa penghuni memiliki selera (*taste*) khas kelas menengah. Desain

dinding luar rumah yang dipasang batu ekspos menjadikan Greenland Residence terlihat berbeda dengan perumahan lain disekitarnya. Menurut salah satu informan, ia menyukai rumah di Greenland Residence karena desain yang tidak minimalis, karena hampir semua perumahan menggunakan desain minimalis.

Gambar 6.
Taman



Sumber: <http://www.greenland-forestpark.com>

Hal yang juga menandakan bahwa Greenland Residence merupakan perumahan untuk kelas menengah yaitu adanya *carport* pada setiap rumah. *Carport* merupakan simbol

yang menandakan bahwa pemilik rumah mampu untuk memiliki kendaraan pribadi.

Gambar 7.
Rumah dengan carport



Sumber: Koleksi Peneliti

Pembahasan

Konsumsi Simbolis Penghuni Greenland Residence

Gerke mengutip Crouch, menjelaskan bahwa struktur kelas masyarakat Indonesia berbeda dengan Thailand dan Malaysia. Kelas menengah Indonesia terdiri dari latar belakang sosial dan ekonomi yang berbeda-beda sehingga tidak ada batasan yang jelas siapa saja yang termasuk ke dalam kelas menengah dan yang bukan kelas menengah. Pertumbuhan ekonomi menjadikan kelas menengah sebagai kelas yang mapan secara ekonomi dan mereka bebas untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang menandakan kelas sosial mereka. (Gerke, 2002:135)

Gerke (2002) menjelaskan bahwa kelas menengah Indonesia yang beragam dan keadaan sosial ekonomi mereka yang berbeda-beda satu sama lainnya menyebabkan

keanggotaan dari kelas menengah tidak dapat diidentifikasi melalui pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan. Di lain sisi Gerke berpendapat kelas menengah Indonesia akan sangat memungkinkan diidentifikasi melalui perilaku sosial dan gaya hidup (*lifestyle*). Sehingga, konsumsi menjadi tindakan simbolis penanda keanggotaan kelas menengah dan diri yang modern.

"There is no doubt that a middle class strata emerged in Indonesia during 1980s and 1990s, sandwiched between the poor and the very rich members of the society. The socio-economic backgrounds of its members differed dramatically. A clear-cut differentiation of who was already in and who was still out of middle class was hard to draw with parameters used for developed economies. (Evers and Gerke, 1994). For example, the classical variables of research on the American and European middle class (SES =occupation, income, education) did not apply here." (Gerke, 2002:145)

Tabel 2.
Susunan dan Profesi Penghuni Greenland Residence

Usaha besar (<i>Big business</i>)	Birokrat golongan atas (<i>High bureaucrats</i>)	Profesional dengan pendapatan tinggi (<i>High-income professional</i>)	Kelas menengah atas (<i>Upper-middle class</i>)	} Penghuni Greenland Residence } <i>Garis konsumsi</i>
Usaha berskala menengah Seperti: Pengusaha di bidang media cetak	Birokrat golongan menengah (<i>Middle bureaucrats</i>) Seperti: Anggota partai politik, pegawai negeri sipil, DPD RI	Profesional dengan pendapatan menengah. (<i>Middle-income professional</i>) Seperti: Karyawan perusahaan IT, properti, media cetak, asuransi, guru, kontraktor, <i>web desainer</i>	Kelas menengah-tengah (<i>Middle-middle class</i>)	
Usaha berskala kecil (<i>Small Business</i>)	Birokrat golongan bawah (<i>Lower bureaucrats</i>)	Profesional berpendapatan kecil (<i>Low-income professional</i>)	Kelas bawah (<i>Lower class</i>)	

Sumber: Gerke, 2002: 150 (Diolah kembali oleh penulis berdasarkan temuan lapangan)

Berdasarkan penelitian pada artikel ini kelas menengah di Greenland Residence merupakan kelas menengah yang disebut Gerke sebagai kelas menengah tengah. Hal ini terlihat dari mereka yang umumnya bekerja pada posisi *middle management* di bidang IT, perusahaan perminyakan, PNS, pengusaha skala menengah, dan karyawan. Untuk posisi staff bagi mereka yang bekerja pada perusahaan yang bergerak pada bidang IT dan minyak. Level manajer bagi mereka yang bekerja di luar bidang IT dan minyak. Bahkan ada yang memiliki posisi sebagai general manajer pada perusahaan berskala tidak terlalu besar.

Salah satu cara mengidentifikasi kelas menengah Indonesia menurut Gerke yaitu melalui gaya hidup (*lifestyle*). Bentuk-bentuk gaya hidup dan konsumsi kelas menengah

Indonesia yaitu *shopping*, pendidikan, dan konsumsi rumah. Kelas menengah Indonesia selalu dikaitkan dengan konsumsi yang mereka lakukan, seperti pemenuhan kebutuhan sehari-hari hingga kegiatan waktu luang. Gerke menjelaskan bahwa konsumsi yang dilakukan kelas menengah adalah konsumsi simbolis (*symbolic consumption*). Meskipun sebagian besar anggota kelas menengah Indonesia merupakan kaum terpelajar dan memiliki pekerjaan yang memberikan mereka prestise sosial, pada kenyataannya tidak mampu mengonsumsi item-item selayaknya kelas menengah. Konsumsi simbolis dilakukan karena kemampuan mereka terbatas untuk melakukan konsumsi riil. (Gerke, 2002)

Menurut Gerke, konsumsi simbolis yang dilakukan kelas menengah Indonesia memiliki makna yang berbeda. Konsumsi simbolis kelas

menengah Indonesia, lebih mengacu kepada aktifitas "*superficial*" yang pada dasarnya mereka tidak melakukan konsumsi riil berdasarkan kemampuan ekonomi. Perilaku simbolis ini disebut Gerke sebagai "*lifestyling*". *Lifestyling* sebagai manifestasi standar kehidupan kelas menengah Indonesia yang pada kenyataannya tidak demikian. Sebagaimana yang dijelaskan Gerke bahwa:

"In this sense we have to see demonstrative consumption and the whole Lifestyling practices as aspects of a more general strategy for the establishment and/or maintenance of self identity. Through active Lifestyling people constantly demonstrate group membership and very often ignore their social and economic reality." (Gerke, 2002:147)

Menurut Gerke, hal yang menandakan keanggotaan kelas menengah Indonesia adalah garis konsumsi (*consumption line*). Garis konsumsi membedakan konsumsi yang dilakukan oleh kelas menengah dengan kelas dibawahnya dan diatasnya. Konsumsi kelas menengah adalah konsumsi simbolis. Strata menengah adalah strata yang anggotanya mampu berpartisipasi dalam budaya konsumen modern. Kelas menengah adalah kelas sosial yang anggotanya memiliki pendidikan tinggi dan mampu membeli item-item simbolis dari konsumsi kelas menengah.

Berbeda dengan apa yang dijelaskan Gerke tentang *lifestyling*, pada penelitian ini terlihat bahwa gaya hidup dan konsumsi yang dilakukan kelas menengah tidak lagi sekedar konsumsi virtual yang dilakukan tanpa basis ekonomi. Mereka memilih gaya hidup dengan basis ekonomi yang mereka miliki dan membeli benda-benda dengan melakukan konsumsi riil. Meskipun benar bahwa konsumsi yang dilakukan

adalah konsumsi yang menampilkan kelas menengah dengan diri yang modern. Hal ini terlihat dari kelas menengah di Greenland Residence yang lebih memilih pergi ke mall atau pusat perbelanjaan untuk membeli kebutuhan sehari-hari, mengisi waktu luang, atau sekedar makan bersama keluarga. Konsumsi simbolis kelas menengah di Greenland Residence terlihat dari penggunaan waktu luang dengan mengunjungi mall, menonton film di bioskop, makan di restoran, dan menjadi anggota klub olahraga.

Gerke menjelaskan konsumsi simbolis memperlihatkan bahwa kelas menengah Indonesia sangat menginginkan untuk terlibat dalam kehidupan modern, sehingga mereka harus menunjukkan konsumsi yang mereka lakukan. Mulder dalam Gerke (2002) menjelaskan bahwa, "*One way or another, consumerism affects the life of all, enticing people to surround themselves with all kinds of goods that become indispensable as markers of urban way*". Sehingga kesadaran kelas (*class consciousness*) dalam masyarakat Indonesia tidak dapat ditentukan oleh tindakan politis namun dengan gaya hidup tertentu. (Gerke, 2002:146)

Selain penggunaan waktu luang dan *shopping*, kendaraan juga menjadi item konsumsi yang penting bagi kelas menengah. Hal ini terlihat dari hampir semua penghuni Greenland Residence memiliki kendaraan pribadi. Pada setiap rumah memiliki mobil dan juga motor. Mobilitas kelas menengah yang tinggi karena bertempat tinggal di suburban Jakarta menyebabkan mereka memiliki kebutuhan terhadap kendaraan pribadi untuk pergi ke kantor dan berpergian bersama

keluarga.

Elemen dari konsumsi simbolis lainnya yaitu pendidikan. Sebelum krisis, pendidikan merupakan simbol yang mendefinisikan bahwa seseorang merupakan anggota kelas menengah Indonesia. Pendidikan merupakan salah satu item penting untuk mendapatkan *image* modern, sehingga penting bagi kelas menengah untuk memiliki pendidikan yang tinggi agar menjadi diri yang modern. Menurut Gerke pendidikan merupakan aspek dari konsumsi, "Thus, in pre-crisis Indonesia, symbol of education defined middle class membership and the collection of these symbols reflected aspects of consumption". (Gerke, 2002:148)

Terlepas dari tujuan pengejaran untuk didefinisikan sebagai kelas yang modern, kelas menengah Indonesia juga mempertimbangkan religiusitas dalam pemilihan sekolah bagi anak-anak mereka. Sebagian besar kelas menengah di Greenland Residence memilih sekolah Islam untuk anak-anak mereka. Hal ini dengan alasan mulai dari sekolah yang dipilih sesuai dengan ideologi hingga agar anak-anak mereka mendapatkan pengetahuan agama yang baik. Meskipun ada juga sebagian kecil penghuni Greenland Residence memilih untuk menyekolahkan anaknya di sekolah umum yang tidak berbasis agama. Hal ini dilakukan dengan harapan anak-anak mereka dapat saling menghargai perbedaan dalam bersosialisasi.

Gerke (2002) menjelaskan bahwa sebelum krisis, kelas menengah melakukan kegiatan konsumsi yang berorientasi *lifestyle* seperti berbelanja (*shopping*), olahraga, dan menonton film Barat. Gerke menyatakan bahwa konsumsi dan *lifestyle* telah menjadi karakteristik untuk mendefinisikan kelas

menengah Indonesia, sehingga hal-hal tersebut menjadi sebuah bentuk identifikasi sosial. Gaya hidup kelas menengah Indonesia tidak hanya berfungsi untuk konstruksi identitas diri lalu ditunjukkan kepada orang lain, tetapi juga untuk membentuk dan mempertahankan keanggotaan pada sebuah identitas kolektif. Sebagai bagian dari proses pembentukan kelas, produksi gaya hidup menurut Gerke bukan hanya sekedar persoalan personal saja, namun juga menuju pada pembentukan batasan sosial (*social boundaries*) dan eksklusi struktur (*structure of exclusion*) untuk membentuk identitas kolektif. Gerke menjelaskan bahwa:

"This apparent equality among group members hid the fact that sport played were obviously distinction markers with these organization: lower ranked bureaucrats played table tennis and football; middle-ranked bureaucrats played volleyball, some in the upper-middle strata played tennis, and high ranked bureaucrats played tennis and golf. Recreational activities were prime examples of strategic management of the resources available to members of the group. The type of recreational activities, the matching outfits that ranged from T-shirts to bicycles to the brand of golf clubs, were all items of public display. All these items varied according to occupational groups and status distinctions within these groups and all had a socially integrative function." (Gerke, 2002:152)

Bentuk konsumsi kelas menengah di Greenland Residence lainnya yaitu terlihat pada kegiatan waktu luang yang dilakukan oleh penghuni laki-laki di Greenland Residence, seperti komunitas sepeda, *touring* motor, dan pemilihan kegiatan olahraga seperti badminton dan tenis meja. Penggunaan waktu luang juga dijadikan sebagai tempat untuk memperkuat hubungan sesama penghuni. Kegiatan waktu luang ini tidak hanya digunakan untuk hobi dan

berinteraksi dengan sesama penghuni, tetapi untuk tujuan amal. Gerke juga menjelaskan bahwa,

"In Indonesia, politically active strategic groups like the military and the bureaucracy, who were successful in developing strategies to regulate social distribution of economic resources, were also in the position to control access to symbolic goods. Along with the business community, the bureaucracy and the military represented strategic groups that were extending their privileged positions into the cultural sphere, in the struggle for prestige and distinction. Part of this attempt was through the production of collective identities through lifestyle. Membership in this group were expressed through the presentation of specific lifestyles." (Gerke, 2002:151)

"Class consciousness" kelas menengah tidak hanya terlihat pada saat penghuni Greenland Residence menyertakan benda-benda penanda kelas pada diri mereka, namun juga dengan melakukan kegiatan-kegiatan penanda kelas sosial. Kelas menengah di Greenland Residence menandai kelas mereka dengan mengonsumsi benda-benda dan ikut serta di dalam kegiatan-kegiatan tertentu. Di Greenland Residence, penghuni mengikutsertakan diri dalam kegiatan bazaar dan komunitas sepeda yang disertai dengan kegiatan amal.

Pemilikan rumah pada sebuah kawasan perumahan juga tidak terlepas dari konsumsi simbolis. Pemilihan perumahan dengan fasilitas dan sarana tertentu dapat mewakili gaya hidup penghuninya, seperti lapangan badminton, track untuk sepeda, tempat beribadah, taman dan ruang hijau, juga tempat bermain anak-anak. Ada berbagai cara kelas menengah untuk memilih perumahan yang cocok bagi mereka. Media internet memiliki peran penghubung terhadap benda-benda konsumsi dalam hal ini

termasuk juga rumah. Melihat website developer perumahan merupakan salah satu cara yang dilakukan kelas menengah untuk dapat menentukan perumahan yang sesuai dengan kemampuan ekonomi dan selera mereka.

Konsep Gerke tentang *lifestyling* tidak menjelaskan dan menggambarkan secara detail konsumsi dan gaya hidup kelas menengah dalam penelitian ini (penghuni Greenland Residence). *Lifestyling* dijelaskan Gerke sebagai,

"Such acts gave new meanings to the idea of symbolic consumption. I call these behaviours lifestyling, to signify a superficial activity with consumption deriving from economic well being. Lifestyling has symbolic features to manifest a standard of living that is absent in fact." (Gerke, 2002:147)

Meskipun konsumsi simbolis yang dilakukan kelas menengah di Greenland Residence juga merupakan usaha untuk menunjukkan kelas dan identitas sosial, kelas menengah melakukan dan memilih gaya hidup tidak lagi hanya sebagai virtual konsumsi yang merujuk pada *lifestyling* yang dijelaskan Gerke. Kelas menengah melakukan konsumsi simbolis, tetapi juga dengan melakukan konsumsi riil. Berdasarkan penelitian pada artikel ini, kelas menengah melakukan konsumsi simbolis dan konsumsi riil untuk menunjukkan identitas diri mereka.

Pemilikan Rumah Sebagai Konsumsi Riil

Lifestyling yang dimaksudkan Gerke sebagai konsumsi simbolis kelas menengah Indonesia, tanpa disertai oleh konsumsi, dalam hal ini tidak dapat menjelaskan konsumsi rumah yang dilakukan kelas menengah di Greenland Residence. Konsumsi rumah merupakan konsumsi riil kelas menengah dengan kesadaran kelas mereka pada kemampuan ekonomi dan

resourch. Bagi kelas menengah, mereka harus memiliki *resourch* yang cukup untuk memperoleh simbol-simbol yang melekat pada rumah tersebut.

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan kelas menengah ketika memutuskan untuk membeli sebuah rumah seperti, harga, lokasi, keamanan, dan kondisi sosial. Harga menjadi pertimbangan pertama bagi kelas menengah ketika membeli sebuah rumah. Kelas menengah akan membeli rumah yang sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Sebagian besar dari mereka tertarik membeli rumah tanpa uang muka. Hal ini akan mempermudah mereka untuk melakukan pembayaran. Membeli rumah dengan uang muka akan memberatkan, karena terlalu besar bagi mereka untuk mengeluarkan uang sekitar 15-20% dari harga rumah pada awal pembayaran. Mereka akan mempertimbangkan kemampuan ekonomi untuk membayar angsuran per bulan. Lokasi rumah dapat dikompromikan sejauh harga, desain, dan lingkungan sosial sesuai dengan kemampuan dan keinginan mereka.

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa kepemilikan rumah oleh kelas menengah mengarah kepada perumahan yang terletak di daerah suburban Jakarta. Jika mereka memiliki dana yang cukup, mereka memilih untuk membeli rumah yang berlokasi lebih dekat dengan kantor mereka, meskipun lingkungan dan kondisi sosial perumahan tetap menjadi prioritas utama. Hal ini seperti yang ditemukan Gerke pada penelitiannya di Padang pada tahun 1994 bahwa kelas menengah yang bekerja di wilayah urban atau semi urban akan memilih untuk tinggal di perumahan (*housing estate*)

yang terletak di pinggiran kota. Gerke menjelaskan bahwa,

"The social pressure to share has resulted in certain middle class families moving out of inner city kampongs into housing estates (perumahan) that are now spreading in every Indonesian city. Even village middle class families who worked in urban or semi urban environments would leave their home villages and move into housing estates at the urban fringe."

Dari data yang telah diperoleh Gerke bahwa pada tahun 1980an sampai tahun 1990an, kelas menengah tidak dapat diidentifikasi melalui pekerjaan, pendidikan, penghasilan, dan konsumsi. Hal tersebut disebabkan karena konsumsi yang mereka lakukan merupakan konsumsi virtual atau yang disebut Gerke *symbolic consumption*. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini keanggotaan kelas menengah dapat terlihat jelas dari kepemilikan rumah. Kelas menengah dengan rasional memilih rumah sesuai dengan kemampuan dan *resourch* yang mereka miliki. Melalui kepemilikan rumah, mereka mengidentifikasi diri dengan berada di lingkungan kelas sosial yang sama.

Makna Lingkungan Perumahan bagi Kelas Menengah

Kelas menengah mengonsumsi *mass produced goods* dan menggunakan waktu luang dengan tujuan untuk mengekspresikan keanggotaan mereka sebagai kelas menengah Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa penandaan keanggotaan kelas menengah Indonesia diperlihatkan melalui gaya hidup. Dalam hal ini konsumerisme merupakan bentuk praktek budaya yang dilakukan untuk memperlihatkan identitas modern dan gaya hidup urban. Sehingga integrasi sosial dalam masyarakat Indonesia salah satunya terbentuk

oleh kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat. (Gerke, 2002)

Before the crisis, the emerging middle class was striving for a consumption oriented lifestyle, with new models of leisure that include shopping, sports, travel, and watching western movies. However, the effects of this development are beyond the middle class itself. Thus, with the emergence of the new middle class, rules of social integration changed in Indonesia. Consumption practices as constituting a lifestyle were gaining greater significance as marks of social rank, in contrast to socio economic criteria of classification."(Gerke, 2002:136)

Pernyataan Gerke diatas menjelaskan bahwa kelas sosial di dalam masyarakat Indonesia tidak dapat dikelompokkan berdasarkan kriteria sosial dan ekonomi masyarakatnya, namun dapat diidentifikasi melalui gaya hidup. Selain menunjukkan kelas sosial, konsumsi yang disebut Gerke sebagai konsumsi simbolis juga memiliki fungsi sebagai integrasi sosial. Hal ini terlihat pada konsumsi rumah yang dilakukan oleh kelas menengah. Pemilikan rumah oleh kelas menengah menjadikan mereka berada dalam satu kawasan yang sama. Dengan memilih dan membeli jenis rumah yang relatif sama di suatu tempat tertentu akan memperlihatkan bahwa kelompok tersebut berasal dari kelas sosial yang sama.

Pemilikan rumah oleh kelas menengah bukan hanya sekedar untuk tempat tinggal saja. Kelas menengah dalam pemilikan rumah juga mempertimbangkan kondisi sosial tempat mereka tinggal. Kondisi sosial menjadi pertimbangan penting bagi kelas menengah. Kelas menengah memilih untuk tinggal di kompleks perumahan (*housing estate*) dibandingkan rumah yang bukan berada di sebuah kompleks perumahan. Hal ini disebabkan

karena mereka ingin berada satu lingkungan dengan orang-orang yang memiliki umur, level pekerjaan, dan tingkat pendidikan yang sama.

Kelas menengah akan mencari perumahan dengan kondisi sosial yang baik untuk anak-anak mereka. Kelas menengah di Greenland Residence merupakan keluarga muda dan memiliki anak-anak dengan rentang umur maksimal sekitar 16 tahun. Namun kebanyakan merupakan anak-anak dengan umur 4-6 tahun, sehingga dengan rata-rata umur tersebut kelas menengah ingin memiliki lingkungan rumah yang mendukung perkembangan anak-anak dari aspek sosial maupun agama.

Mereka mencari lingkungan perumahan yang sesuai dengan nilai-nilai budaya dan agama yang mereka anut. Kelas menengah tidak ingin anak-anak mereka bersosialisasi dengan anak-anak yang bukan berasal dari kelas yang sama. Gerke (2002) menjelaskan bahwa:

"These housing estates accommodated people with the same living standard who enjoyed their privacy and avoided to much contact with neighbours. Here woman played an important role in defining class boundaries because they did not allow their offspring to play with children from the lower strata of the society." (Gerke, 2002:149)

Kelas menengah mencari kompleks perumahan dengan sistem pendukung yang baik untuk anak mereka. Kelas menengah mempertimbangkan orang-orang yang berada di sekitar mereka. Mereka menginginkan tetangga dengan profesi dan pendidikan yang relatif sama, sehingga mereka lebih memilih untuk tinggal di perumahan formal (*housing estate*) dibandingkan lingkungan perumahan dengan penghuni yang memiliki latar belakang sosial

yang beragam. Selain pertimbangan profesi dan pendidikan orang-orang yang berada disekitar mereka, kelas menengah juga mempertimbangkan agama mayoritas penghuni perumahan. Lingkungan perumahan secara sosial tidak hanya memiliki pengaruh terhadap perkembangan anak-anak kelas menengah, namun juga mempengaruhi pembentukan identitas dan nilai-nilai religiusitas. Waktu yang lebih banyak dihabiskan kelas menengah di tempat kerja, juga menjadi salah satu alasan bagi mereka untuk mencari kompleks perumahan dengan lingkungan yang aman dan nyaman, penjagaan 24 jam, kondisi sosial yang baik, dan dapat mendukung pengetahuan agama keluarga.

Mesjid merupakan sebuah item yang sangat penting pada saat memutuskan untuk memilih perumahan. Mesjid merupakan simbol religiusitas bagi kelas menengah. Dari sebagian besar penjelasan kelas menengah di Greenland Residence terlihat kelas menengah yang beragama Islam menganggap keberadaan mesjid merupakan simbol bahwa sebuah perumahan memiliki lingkungan yang kondusif untuk beribadah. Sehingga pemilihan rumah juga mencerminkan kepercayaan pemiliknya.

Konsumsi Simbolis pada Pemilihan rumah

Melalui konsumsi, kelas menengah menkonstruksikan hirarki sosial dengan gaya hidup yang modern. Gerke (2000) menjelaskan bahwa kelas sosial dapat terbentuk melalui konsumsi sekumpulan produk dan gaya hidup tertentu. Hal ini juga terlihat dalam konsumsi rumah yang dilakukan oleh kelas menengah. Meskipun pemilihan rumah merupakan konsumsi riil, namun tidak terlepas dari konsumsi simbol-simbol yang melekat pada rumah dan kompleks

perumahan yang dipilih. Pemilihan rumah menggambarkan selera dan nilai-nilai yang dimiliki oleh penghuninya (kelas menengah). Perumahan juga mencerminkan hobi dan ketertarikan penghuninya terhadap hal-hal tertentu. Desain rumah merupakan salah satu pertimbangan kelas menengah ketika membeli sebuah rumah, apabila dana terkumpul dan lokasi yang sudah cocok.

Selain desain bangunan, konsep perumahan tanpa pagar juga merupakan suatu hal yang bermakna positif bagi penghuni. Rumah-rumah di Greenland Residence tidak dibatasi pagar. Hal ini membuat penghuni berinteraksi dengan leluasa. Pagar bagi mereka menjadi pembatas untuk bersosialisasi. Rumah tidak saja berfungsi sebagai tempat beristirahat dan berinteraksi, tetapi juga mencerminkan nilai dan selera yang dimiliki oleh pemilik.

Kelas menengah mengidentifikasi kelompok dan kelas sosial mereka berdasarkan gaya hidup, konsumsi simbolis, dan kepercayaan. Simbol religiusitas menjadi pertimbangan lainnya disamping dari pertimbangan fisik dan lokasi rumah. Simbol religiusitas menjadi penting untuk menandai bahwa rumah dan lingkungan yang dipilih merupakan tempat yang sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai agama yang mereka anut, seperti mesjid, toilet yang tidak menghadap kiblat, dan larangan memelihara anjing.

Berdasarkan penelitian ini disimpulkan bahwa konsumsi kelas menengah Indonesia khususnya di Greenland Residence merupakan konsumsi simbolis dengan basis ekonomi yang cukup. Mereka tidak lagi melakukan *lifestyling* seperti yang dikatakan Gerke. Konsumsi simbolis dilakukan dengan diikuti konsumsi riil,

khususnya dalam penelitian ini adalah konsumsi rumah.

Kesimpulan

Konsumsi simbolis yang dilakukan oleh kelas menengah (penghuni Greenland Residence) meliputi kegiatan waktu luang, seperti mengunjungi mall, makan di restoran bersama keluarga, dan berbelanja kebutuhan sehari-hari di supermarket. Penggunaan waktu luang oleh kelas menengah, juga berupa hobi dan olahraga. Konsumsi simbolis tidak hanya berupa pemilikan benda seperti pakaian, sepatu, dan lain-lain, namun juga berupa benda seperti rumah. Konsumsi kelas menengah tidak hanya berbentuk konsumsi simbolis (*symbolic consumption*) dengan mengonsumsi simbol-simbol yang menunjukkan keanggotaan mereka sebagai kelas menengah, namun mereka juga melakukan konsumsi riil (*real consumption*).

Pemilikan rumah oleh kelas menengah memperlihatkan dua bentuk konsumsi. Pemilikan rumah adalah konsumsi riil yang juga disertai dengan konsumsi simbolis. Konsumsi riil dalam hal ini, kelas menengah harus memiliki kemampuan ekonomi dan *resourch* yang cukup untuk membeli rumah. Konsumsi simbolis yang dimaksudkan ketika kelas menengah mengonsumsi simbol-simbol yang melekat pada rumah. Hal ini terlihat dari keinginan kelas menengah untuk memiliki rumah dengan desain dan konsep yang mereka inginkan.

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan kelas menengah ketika melakukan konsumsi rumah, pertama adalah harga. Harga sebuah rumah bergantung pada wilayah rumah. Kelas menengah akan membeli sebuah rumah jika harga rumah sesuai dengan

kemampuan ekonomi mereka. Hal kedua yang menjadi pertimbangan kelas menengah sebelum membeli sebuah rumah adalah lokasi dan kondisi sosial perumahan. Akses yang mudah menuju tempat bekerja menjadi nilai tambah suatu kawasan residensial bagi kelas menengah. Pemilikan rumah sebagai konsumsi riil juga dilakukan kelas menengah untuk menunjukkan identitas dan kelas sosial mereka. Dengan memiliki rumah di suatu perumahan tertentu kelas menengah menunjukkan identitas kelas sosial mereka.

Konsumsi simbolis berupa pemilikan rumah juga memperlihatkan bahwa kelompok yang memilih rumah di perumahan tertentu berasal dari kelas yang sama. Konsumsi simbolis dalam artikel ini berupa kepercayaan (*beliefs*) dalam bentuk pemilikan rumah. Pemilikan rumah merupakan konsumsi simbolis bagi kelompok sosial tertentu (kelas menengah yang beragama Islam). Kelas menengah juga mempertimbangkan sistem pendukung sebuah kawasan residensial agar mereka dapat melakukan ibadah dan bersosialisasi dengan orang-orang yang menganut kepercayaan yang sama. Sehingga, keberadaan mesjid menjadi simbol bahwa perumahan yang mereka pilih memiliki lingkungan yang baik dan sesuai dengan kepercayaan mereka.

Pemilikan rumah tidak hanya memperlihatkan kemampuan ekonomi seseorang, namun juga menunjukkan selera dan kelas sosialnya. Kelas menengah dengan kemampuan ekonomi, rentang gaji, posisi di dalam pekerjaan, dan selera yang relatif sama akan berada di kompleks perumahan yang sama pula. Ketika kelas menengah memilih rumah, mereka juga memilih klasifikasi kelas dan

kelompok sosial mereka. Dalam penelitian ini adalah agama.

Pemilikan rumah oleh kelas menengah bukan saja pemilikan dalam aspek fisik, tetapi juga bagaimana mereka memaknai lingkungan tempat mereka tinggal. Lingkungan dan kondisi sosial bagi kelas menengah merupakan salah satu pertimbangan penting ketika mereka ingin memiliki sebuah rumah. Latar belakang sosial orang-orang yang berada di sekitar mereka merupakan hal penting ketika mereka menentukan lingkungan yang baik untuk mereka tinggal. Mereka memilih untuk tinggal di lingkungan dengan orang-orang yang secara tingkat pekerjaan, pendidikan, dan memiliki nilai-nilai sosial yang sama.

Konsumsi simbolis penghuni Greenland dilakukan untuk mengidentifikasi diri bahwa mereka adalah anggota kelas menengah. Meskipun demikian, konsumsi simbolis kelas menengah di Greenland Residence bukanlah konsumsi virtual yang pada kenyataannya mereka sama sekali tidak melakukan konsumsi riil. Dalam penelitian ini penghuni Greenland yang melakukan konsumsi simbolis sebagai gaya hidup. Konsumsi riil juga disertai dengan konsumsi simbolis untuk memperoleh simbol-simbol yang melekat pada benda-benda yang dikonsumsi.

Simbol yang dikonsumsi penghuni Greenland dalam pemilikan rumah yaitu kepercayaan (*beliefs*). Mereka memilih perumahan bersuasana Islami karena mereka ingin tinggal di lingkungan sosial yang kondusif untuk beribadah dan membesarkan anak-anak. Keberadaan mesjid, TPA, dan kegiatan rutin keagamaan menjadi suatu simbol bahwa suatu perumahan memiliki lingkungan dan nilai-nilai

agama yang baik. Kelas menengah membeli rumah di kompleks perumahan Islami dengan tujuan agar mereka dapat bebas mengekspresikan nilai-nilai keagamaan mereka dengan orang-orang yang sebagian besar memiliki nilai-nilai agama yang sama.

Daftar Referensi

- Chan, Annie Hau-nung. (2002). "Middle-class Formation and Consumption in Hongkong", dalam Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge
- Chua, Beng-Huat,. (2002). "Singaporeans Ingesting McDonald's", dalam Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge
- Creswell, W. John. (2003). *Research Desain*. United States of America. Sage.
- Fan, Chengze Simon. (2002). "Economic Development and the Changing Patterns of Consumption in Urban China", dalam Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge
- Gerke, Solvay. (2002). "Global Lifestyles under Local Conditions: the New Indonesian Middle Class", dalam Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge
- Kim, Seung-Kuk. (2002). "Changing Lifestyles and Consumption Patterns of the South Korean Middle Class and New Generation", dalam Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge
- Kusno, Abidin. (2012). *Politik Ekonomi Perumahan Rakyat Utopia Jakarta*. Yogyakarta. Ombak.
- Neuman, W. Lawrence. (2000). *Social Research Methods*. United State of America. Pearson.
- Nguyen, Van Marshall. (2012). *The Reinvention of Distinction; Modernity and the Middle Class in Urban Vietnam*. London: Springer.
- Richard Tenter dan Kenneth Young. *Politik Kelas Menengah*. 1986. Jakarta: LP3S.
- Thalib, Rokhiah. (2002). "Malaysia: Power Shifts and the Matrix of Consumption", dalam Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge
- Yoshimi, Shunya. (2002). "Consuming 'America': from Symbol to System", dalam

Chua, Beng-Huat. *Consumption in Asia*. London: Routledge

Yoswohadi. (2012). *Consumer 3000: Revolusi Konsumen Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta. Gramedia.

Artikel, Jurnal, dan Majalah

Pambudy, Ninuk mardiana. (Volume 31, 2012). *Gaya Hidup Suka mengonsusmsi dan meniru: Beranikah Berinovasi*. Prisma. pp, 14-27.

Seda, Francisia SSE. (Volume 31, 2012). *Kelas Menengah: Gambaran Umum Konseptual*. Prisma, pp. 3-13

Dick, Howard. (1985). *The Rise of a Middle Class and the Changing Concept of Equity in Indonesia: An Interpretation*. *Southeast Asia Program Publications at Cornell University*, pp. 71-92

Kurz, Karin. (2004, April Vol 20). *Labour Market position, Intergenerational Transfers and Homeownership: A Longitudinal Analysis for West German Birth Cohort*. *European Sociological Review*. Oxford University Press, pp. 141-159.

Kompas. Edisi (Kamis, 27 Maret 2014), hal 17 " *Kelas menengah Potensi Sekaligus Tantangan*".

Kompas. Edisi (Senin, 16 Desember 2013), hal 17 " *RI Masuk Jalur Perangkap; Sudah 25 Tahun di Kelompok Pendapatan Menengah-Bawah*".

Kompas. Edisi (Selasa, 19 November 2013), hal 17 " *Pertumbuhan Ekonomi Jebakan Kelas Menengah*".

Kompas, Edisi (Senin, 22 Juli 2013), hal 10 " *Telisik Kelas Menengah*".

Kompas, Edisi (Selasa, 9 Juli 2013), hal 11 " *Kelas menengah Sibuk Mengejar Kepuasa*".

Kompas. Edisi (senin, 29 Oktober 2012), hal 18-19 " *Wawancara Harun harjadi Superblok Tetap bagian dari Sebuah Sistem Tata*

Kota".

Kompas. Edisi (Kamis, 18 Oktober 2012), hal 26 " *Kondominium Diminati Pasokan Rumah Vertikal Tak mampu Imbangi Permintaan*.

Tesis dan Disertasi

Pattinasarany, Indera Ratna Irawati. (2012). *Mobilitas Sosial Vertikal Antar Generasi Kajian Terhadap Masyarakat Kota Di Provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur*. Pasca Sarjana Sosiologi, Universitas Indonesia.

Rizal, Dharyagitha. (2001). *Perubahan Pola Konsumsi "Kelas Menengah baru" di Jakarta*. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Internet

<http://lipsus.kompas.com/kotacerdas/read/2015/08/13/19564121/Wapres.Jusuf.Kalla.Hadiri.Penganugrahan.Kota.Cerdas> (diakses 25 September 2015)

<http://www.bloomberg.com/news/articles/2013-10-23/Indonesia-home-prices-rise-as-demand-bucks-higher-rates-economy> (diakses pada 1 November 2014)

<http://www.greenland-forestpark.com/kategori/about-products> (diakses 11 April 2015)

<http://www.greenland-forestpark.com/kategori/facilities> (diakses 11 April 2015)

<http://www.greenland-forestpark.com/kategori/location-map> (diakses 11 April 2015)

<http://www.housing-estate.com/about> (diakses 19 April 2015)

<http://www.relifeproperty.com/about> (diakses 11 April 2015)

<http://www.relifeproperty.com/about/business> (diakses 11 April 2015)