

**Pengaruh Persepsi Masyarakat  
Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Eks  
Tenaga Kerja Wanita (TKW) di  
Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar**

*Jurnal Analisa Sosiologi*  
Oktober 2016, 5(2): 85-94

**Indah Wulandari<sup>1</sup>, Basuki Haryono<sup>2</sup>, Atik Catur Budiati<sup>2</sup>**

***Abstract***

*The high number of Indonesian citizen and the lack of employment become one of the factor of the number of unemployed migran wokers till now. Form all the Indonesian's labor that work in the foregin, most of the were female. One of the intersting aspect is that the change of lifestyle of Foregin Indonesian's Female Laborer (FIFL) phenomenon when they get back to Indoensia. This research carried out to know the inflence of society perspective to the consumptive lifestyle of former Foregin Indonesian's Female Laborer (FIFL) in the Ponggok Subdistrict, Blitar Regency that been clasified as barns area of Foregin Indonesian's Female Laborer in the East Java. This research suing descriptive qualitative and carried out for four moths, form Febuary-June in the 2013. The data collection including interview, observation and documentation, meanwhile the data being analyzed by interactive analysis which include data collection, reduction data, display data and conclusion. The result of this research is show that society perspective about the success rate of former Foregin Indonesian's Female Laborer support their comsumptive behaviour. In additon, the other factor that support former Foregin Indonesian's Female Laborer is comsumptive behaviour is that they are still single dan there's urge to the existense needs in the society.*

***Keywords: Lifestyle, Consumptive, Preception, FIFL.***

---

<sup>1</sup> Program Studi Magister Sosiologi Universitas Sebelas Maret

<sup>2</sup> Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi Universitas Sebelas Maret  
Email: indah.wulandari999@gmail.com

## **Abstrak**

Tingginya jumlah penduduk Indonesia dan adanya keterbatasan lapangan kerja menjadi salah satu faktor penyebab masih tingginya angka buruh migran sampai saat ini. Dari sekian banyak jumlah buruh migran yang bekerja di luar negeri, sebagian besar adalah wanita. Salah satu yang menarik adalah adanya fenomena perubahan gaya hidup eks-TKW ketika kembali ke tanah air. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap gaya hidup konsumtif eks-TKW di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar yang merupakan salah satu daerah lumbung TKW di Jawa Timur. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan dilakukan selama empat bulan yakni dari bulan Februari-Juni 2013. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis interaktif yang meliputi pengumpulan data, reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat tentang standar kesuksesan seseorang mendorong eks-TKW untuk berperilaku konsumtif. Selain itu, faktor lain yang mendorong eks-TKW memiliki gaya hidup konsumtif adalah status yang masih single dan keinginan terlihat berbeda dari masyarakat desa pada umumnya.

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Konsumtif, Persepsi, TKW.**

## **PENDAHULUAN**

Bekerja sebagai buruh migran di luar negeri menjadi salah satu alternatif bagi penduduk Indonesia terutama yang hidup di daerah pedesaan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak kesenjangan antara jumlah tenaga kerja dengan ketersediaan lapangan pekerjaan di dalam negeri. Angka pengangguran dari angkatan kerja yaitu mencapai 8,32 juta orang (7,14%) dan sisanya 108,21 juta orang (92,86%) bekerja (Kemenkominfo, 2011). Meskipun demikian, dari angka tersebut bukan berarti semua bekerja penuh, ada diantara mereka yang biasa disebut sebagai setengah penganggur karena jam kerja mereka kurang dari 35 jam perminggu.

Dari sekian banyak jumlah tenaga kerja yang disalurkan ke luar negeri didominasi oleh tenaga didominasi oleh Tenaga Kerja Wanita (TKW). Sebagian besar TKW bekerja pada sektor informal (rumahtangga) apalagi yang berpendidikan rendah karena sektor formal membutuhkan kualifikasi pendidikan tingkat menengah. Selain itu juga karena kultur masyarakat yang belum bisa memisahkan perempuan dengan pekerjaan rumahtangga, sehingga hampir semua TKW yang bekerja di luar negeri sebagai asisten rumahtangga. Banyaknya pengiriman TKW ke luar negeri juga menimbulkan fenomena yang lain yakni bermunculan sejumlah daerah pengirim TKW seperti Subang (Jawa Barat), Wonosobo (Jawa Tengah), dan Blitar (Jawa Timur). Daftar rekapitulasi calon TKI Kabupaten Blitar tahun 2012 diketahui bahwa jumlah buruh migran adalah 4078 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 407 orang (9,98%) sedangkan perempuan mencapai 3671 orang (90,02%) (Disnakertrans Blitar, 2013).

Ada fenomena menarik terkait eks-TKW ketika kembali ke daerah asal. Beberapa diantara mereka mengalami perubahan gaya hidup yang cenderung konsumtif. Hal ini tidak terlepas dari pendapatan mereka yang lebih banyak dibandingkan bekerja di tempat asalnya. Dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti mendapati bahwa eks-TKW terutama yang baru pulang dari luar negeri memiliki penampilan yang berbeda dari masyarakat desa secara umum. Mereka mewarnai rambutnya dengan warna pirang dan berdandan yang cenderung mencolok.

Selain penampilan yang berbeda para eks-TKW ini biasanya juga membeli barang-barang seperti elektronik atau kendaraan baru ketika pulang ke daerah asal. Namun yang menjadi perhatian adalah bahwa barang-barang tersebut seringkali dijual kembali ketika mereka kehabisan uang atau untuk modal berangkat kembali ke luar negeri. Artinya barang yang mereka beli sifatnya hanya sementara bukan untuk investasi jangka panjang. Dapat dikatakan bahwa mereka cenderung memiliki perilaku yang konsumtif setelah pulang sebagai buruh migran.

Perilaku konsumtif secara sederhana dapat diartikan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan dan cenderung kearah pemborosan. Jika dilihat dari kasus mantan TKW di pedesaan maka perilaku konsumtif itu akan terlihat dari cara mereka melakukan konsumsi yang jauh berbeda dengan saat mereka belum bekerja sebagai buruh migran. Mereka akan membeli banyak barang-barang yang sebagai simbol bahwa mereka bekerja sebagai TKW di luar negeri. Di sisi lain Gramsci melihat hal itu sebagai pemiskinan kapasitas manusia, tidak hanya pemiskinan secara material saja karena konsumsi yang berlebihan, sehingga mereka akan merasa tetap kurang meski sebenarnya dalam kondisi material yang relatif makmur.

Hegemoni dalam bentuknya yang paling lengkap didefinisikan sebagai terjadinya kepemimpinan intelektual, moral, dan filosofis yang berkuasa yang dihasilkan oleh suatu kelas atau aliansi kelas dan fraksi yang berkuasa, berhasil mencapai tujuannya menghasilkan wawasan fundamental bagi keseluruhan masyarakat (Bocock, 2007:78). Secara sosiologis, individu tertentu bagian dari kelompok tertentu, karena individu tersebut mengkonsumsi barang-barang tertentu, dan individu mengkonsumsi barang tertentu karena ia bagian dari kelompok tertentu (Baudrillard, 2011; Solikatun, dkk, 2018; ariyani, 2018). Hal ini yang akhirnya memicu individu melakukan pola konsumtif agar dapat masuk atau paling tidak bisa dianggap sebagai anggota kelompok masyarakat tertentu. Dengan demikian pola konsumtif menjadi pilihan sebagai gaya hidup untuk bisa bertahan dalam kelompok tersebut. Artinya mereka terhegemoni oleh sebuah kesepakatan yang memang diarahkan dan terkontrol secara sosial.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi masyarakat terhadap gaya hidup konsumtif eks-TKW di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar. Selain itu juga faktor apa saja yang dapat mendorong gaya hidup konsumtif eks-TKW. Penelitian ini menarik karena tujuan awal TKW untuk menjadi buruh migran untuk memperbaiki perekonomian akhirnya justru berbanding terbalik ketika mereka pulang ke daerah asal. Uang yang didapat tidak untuk investasi jangka panjang namun untuk memenuhi keinginan yang bersifat konsumtif. Artinya ada sesuatu yang bersifat eksternal yang mendorong TKW memiliki gaya hidup yang konsumtif.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pertimbangan bahwa pendekatan kualitatif lebih mampu memahami realitas sosial secara mendalam. Membaca permasalahan dalam masyarakat atau realitas sosial tidak hanya bisa kita lihat dengan panca indera saja, namun harus disimak dan diteliti melalui proses pemahaman dan interpretatif. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu lumbung TKW. Informan dalam penelitian ini adalah eks-TKW yang tidak sedang dalam proses berangkat ke luar negeri sebanyak 6 orang. Sedangkan informan pendukung antara lain masyarakat sekitar tempat tinggal TKW, pedagang, pihak penyalur TKI, dan pejabat setempat. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan informan, sedangkan data sekunder berupa dokumen yang terklait dengan penelitian misalnya data dari Disnakertrans tentang populasi TKW. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Sementara itu, teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa informan yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan yakni TKW yang memiliki gaya hidup konsumtif ketika kembali ke daerah asal. Uji validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber dan teknik. Hal tersebut dipilih agar validitas data dapat dipertanggungjawabkan. Teknik analisis data menggunakan analisis

interaktif yang meliputi pengumpulan data, reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang dilakukan terdapat beberapa jenis perilaku konsumtif yang dilakukan oleh eks-TKW. *Pertama*, konsumtif dalam hal fashion baik untuk pembelian baju, kosmetik, atau juga perawatan rambut yang hanya sekedar agar terlihat berbeda dari masyarakat lain. *Kedua* konsumtif untuk pembelian alat-alat elektronik terutama Hp dan juga kendaraan bermotor. Hp yang dibeli dengan harga yang mahal namun tidak sesuai dengan fungsinya atau dengan kata lain yang membeli Hp bukan karena spesifikasi tetapi lebih karena merek yang dianggap berkelas. Sementara itu, ada yang membeli motor baru hanya agar tidak menjadi gunjingan para tetangga. *Ketiga* adalah sikap berlebihan yang ditunjukkan meliputi cara makan, berbicara maupun bergaul. Pada umumnya masyarakat desa makan dengan menggunakan sendok namun eks-TKW ini ada beberapa yang memakai sumpit agar terlihat keren. Gaya berbicara juga campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris padahal secara umum masyarakat desa menggunakan bahasa daerah (bahasa Jawa). Perilaku konsumtif yang selanjutnya adalah menggunakan uangnya untuk bertaruh judi togel. Berharap mendapat keuntungan banyak namun yang terjadi justru sebaliknya uangnya habis tanpa bekas.

Secara umum terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif TKW. *Pertama*, adanya persepsi masyarakat tentang TKW itu sendiri, bahwa ternyata masyarakat selalu menganggap TKW memiliki banyak uang. Selain itu, adanya anggapan yang mengukur kesuksesan dari sesuatu terlihat yang dimiliki oleh TKW. Secara tidak langsung hal itu mempengaruhi perilaku TKW dalam membelanjakan uang hasil kerja mereka. Barang-barang yang mereka beli juga memiliki nilai simbolik, yang bisa menunjukkan kesuksesan mereka bekerja di luar negeri. Jika sudah demikian maka jelas terlihat bahwa makna dari komoditas yang mereka beli lebih penting daripada komoditas itu sendiri. Misalnya saja motor baru yang memiliki nilai simbolik pada masyarakat desa pada umumnya, karena membeli motor baru dengan tunai hanya dilakukan oleh orang-orang yang

dianggap mampu. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak TKW yang memilih membeli motor baru dibanding motor bekas meskipun kegunaannya sama. Sementara itu, yang ironis adalah motor baru itu juga tidak akan bertahan lama karena akan dijual ketika mereka kehabisan uang, sehingga praktis hanya untuk sekedar *pamer* saja. Di sisi lain, hal ini juga dikatakan sebagai keadaan yang *hiperrealitas*. Semua yang dilakukan oleh manusia berdasarkan simbol atau tanda-tanda tertentu, termasuk barang yang mereka konsumsi juga berdasarkan atas “simbol” yang melekat di dalamnya.

*Kedua*, status belum menikah atau single yang disandang oleh TKW. Secara umum, simbolis dari anak muda atau yang masih berstatus single adalah kebebasan. Hal itu bukannya tanpa alasan, biasanya dikatakan seperti itu karena mereka masih belum memiliki “ikatan” dalam sebuah organisasi “perkawinan”. Oleh karena itu, apa yang mereka lakukan memang cenderung lebih “bebas” daripada yang sudah berkeluarga. “Kebebasan” itu juga tampak dari cara mereka melakukan konsumsi yang sesuai dengan keinginan mereka. barang yang mereka konsumsi juga berbau “simbolis” misalkan membeli motor baru dengan alasan agar terlihat lebih “gaul”. Seringkali mereka terjerumus dalam situasi yang *hiperrealitas* karena selalu mengejar “simbol” tertentu agar keberadaan mereka diakui. Apalagi dengan perkembangan teknologi seperti saat ini, sehingga simulasi yang mempengaruhi mereka bisa datang dari mana saja, baik dari dunia nyata maupun dunia maya. Makna “muda” yang melekat menjadikan perilaku mereka akan semakin “bebas” dan “lepas” tanpa beban.

Selanjutnya, *ketiga* adalah ingin terlihat berbeda dengan masyarakat desa pada umumnya. Mereka ingin dianggap lebih karena memiliki uang yang banyak dan mampu membeli apa yang mereka inginkan. Selain itu, adanya “rasa gengsi” juga mempengaruhi orientasi mereka dalam membelanjakan sesuatu. Sebenarnya adanya “rasa gengsi” juga karena nilai simbolik yang berlaku pada masyarakat. Misalnya tentang sesuatu yang dihargai “lebih” oleh masyarakat maka akan diusahakan untuk dimiliki seperti motor baru. Jadi apa yang mereka beli bukan karena kegunaannya namun karena ingin mendapatkan *prestise*. Keadaan seperti itu merupakan cerminan “simulacra” karena tanda yang melekat pada komoditas tersebut

sudah diluar relaitas. Oleh karena itu, perilaku mereka sudah *hiperrealitas* karena hanya mengejar sesuatu yang tidak nyata.

Dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan fakta bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan TKW dipengaruhi oleh hegemoni, yakni dari persepsi masyarakat dan dalam diri TKW itu sendiri. Persepsi dari masyarakat itu sebenarnya juga dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lalu, oleh kebiasaan atau budaya masyarakat. Kebanyakan dari mereka menganggap bahwa TKW itu pasti berhasil dan sukses. Selain itu, mereka juga menganggap kesuksesan itu diwujudkan dalam sesuatu yang terlihat, yang cenderung bernilai komersil. Sebenarnya masyarakat sendiri juga telah terhegemoni oleh kriteria”sukses seorang TKW, sehingga yang mereka nilai untuk menentukan sukses tidaknya seseorang dari apa yang dia miliki.

Persepsi masyarakat seperti itu yang secara tidak sadar juga telah menghegemoni TKW untuk berperilaku konsumtif. Apa yang mereka lakukan agar bisa terlihat sukses oleh masyarakat di sekitarnya, sedangkan kriteria kesuksesan antara lain ditentukan oleh barang yang mereka miliki. Konsumsi barang-barang elektronik, kendaraan bermotor, maupun kosmetik sebenarnya juga karena hegemoni dari persepsi masyarakat. TKW itu akan mengikuti jalan yang telah ditentukan oleh masyarakat sekitarnya, apa yang mereka konsumsi selalu merujuk pada pendapat dari masyarakat.

Selain itu, perilaku konsumtif yang dilakukan TKW juga akibat terhegemoni oleh pikiran mereka sendiri yang ingin terlihat berbeda dari masyarakat umum karena mereka status mereka sebagai TKW. Adanya pemikiran seperti itu sangat berpengaruh terhadap perilaku yang mereka tunjukkan. Misalnya alasan mereka membeli motor dengan tunai adalah agar terlihat berbeda dengan masyarakat yang biasanya hanya membeli dengan kredit. Membeli motor secara tunai di desa memang hanya dilakukan oleh mereka yang mampu saja, sehingga jika TKW mampu melakukan itu secara tidak langsung berada “di atas” masyarakat pada umumnya.

Sementara itu, perubahan penampilan yang dilakukan oleh TKW juga dipengaruhi oleh keinginan terlihat berbeda dari masyarakat desa pada umumnya. Banyak diantara TKW beralasan bahwa merubah penampilan agar terlihat sebagai seorang yang sudah pernah ke luar negeri dan memiliki

uang banyak. Selain itu juga agar tidak terlihat *ndeso* padahal memang mereka hidup di pedesaan. Mereka telah terhegemoni oleh media dan lingkungan sosial tentang simbol kesuksesan seorang buruh migran.

Pada perkembangannya, perubahan penampilan yang dilakukan TKW juga dipengaruhi oleh adanya hegemoni dari makna sebuah kecantikan. Penggambaran tentang “cantik” di televisi maupun media lain memang berpengaruh besar terhadap pendapat masyarakat mengenai arti cantik itu sendiri. Pada umumnya masyarakat memiliki kriteria bahwa cantik itu adalah berkulit putih dan berambut panjang. Hal itu pula yang menyebabkan TKW merubah penampilan mereka agar bisa seperti apa yang mereka lihat di layar kaca. Namun demikian, pada awalnya yang mendasari perubahan penampilan tersebut adalah adanya pemikiran dari diri mereka sendiri yang ingin terlihat berbeda dengan masyarakat pada umumnya untuk menunjukkan eksistensinya.

Di sisi lain, anggapan yang cenderung negatif terhadap perubahan perilaku yang dilakukan TKW juga tidak lepas dari pengaruh hegemoni budaya timur yang diadopsi oleh masyarakat Indonesia. Akibat sudah mendarah daging dalam kehidupan masyarakat, sehingga nilai dan norma yang ada selalu berbau *timur*. Meskipun pada saat ini memang mulai mengalami pergeseran namun bagi masyarakat terutama di daerah pedesaan masih memegang teguh nilai dan norma tersebut termasuk dalam hal penampilan. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila ketika TKW merubah penampilan mereka yang lebih ke arah “barat” maka akan datang banyak komentar negatif dari masyarakat. Jika ada yang berpenampilan berbeda dengan masyarakat pada umumnya maka akan menjadi bahan gunjingan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW akibat adanya hegemoni baik dari persepsi masyarakat maupun dari pikiran mereka sendiri yang ingin terlihat berbeda dari masyarakat. Adanya persepsi masyarakat tentang kriteria kesuksesan seorang TKW secara tidak langsung membuat TKW itu mengikuti persepsi tersebut. Apa yang mereka konsumsi adalah sesuatu yang dianggap bernilai lebih oleh masyarakat, sehingga dapat dikatakan sukses oleh masyarakat sekitarnya. Sementara itu, perubahan penampilan yang dilakukan oleh TKW

karena “terhegemoni” oleh pemikiran mereka sendiri yang ingin terlihat berbeda dari masyarakat desa. Mereka ingin menunjukkan eksistensinya sebagai TKW yang sudah pernah pergi ke luar negeri dan memiliki uang banyak. Selanjutnya, penampilan yang mereka tunjukkan juga tidak terlepas dari “pencitraan” makna cantik oleh media baik elektronik maupun media massa, sehingga banyak diantara mereka yang “menyamakan” penampilannya dengan artis yang berada di tayangan iklan.

## KESIMPULAN

Persepsi masyarakat tentang standar kesuksesan mendorong eks-TKW memiliki gaya hidup yang konsumtif. Eks-TKW terhegemoni oleh kriteria kesuksesan tersebut dan berusaha untuk menampilkan gaya hidup yang cenderung konsumtif agar dinilai sebagai TKW yang sukses. Selain itu, faktor lain yakni status yang masih single dan keinginan terlihat berbeda dari masyarakat juga ikut mendorong gaya hidup konsumtif eks-TKW.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2018). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1).
- Baudrillard, J.P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Bocock, R. (2007). *Pengantar Komprehensif Untuk Memahami Hegemoni*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen*. Terj. Misbah .Z.E. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kemkominfo. (2011). *Buku Paket Informasi Publik: Tantangan Dan Kebijakan Tenaga Kerja Indonesia Di Luar Negeri*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Lee, M.J. (2006). *Budaya Konsumen Terlahir Kembali: Arah Baru Modernitas Dalam Kajian Modal Konsumsi dan Kebudayaan*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Nezar, A. & Andi, A. (2009). *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pusataka Pelajar.
- Pazoolini, A. (2006). *Pijar-pijar Pemikiran Gramsci*. Terj. P.D. Eko. Yogyakarta : Resist Book.
- Solikatun, S., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2018). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1).