

STUDI TENTANG PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMERISME TERHADAP PRAKTEK ASKESE DI LINGKUNGAN SANTO ATHANASIVS PAROKI SANTO YOSEP BAMBU PEMALI

Yan Yusuf Subu¹

Jonglis M. Salang dan Natalia Kipman²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah gaya hidup konsumerisme memengaruhi kehidupan umat beriman kristiani khususnya di lingkungan Santo Athanasius Paroki Santo Yosep Bampel. Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah umat Stasi Santo Athanasius yang berjumlah 46 Kepala Keluarga yang memiliki tempat tinggal yang tetap. Selanjutnya peneliti mengambil 23 orang sebagai keterwakilan dari keseluruhan anggota lingkungan Santo Athanasius. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara berhadapan-hadapan (*face to face interview*) dan wawancara melalui telepon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; Pertama, gaya hidup konsumerisme terhadap konsumsi makanan, sebanyak 82,51% responden jarang makan di luar rumah. Kedua, frekuensi berbelanja untuk kebutuhan pakaian masih rendah, 86,94%. Ketiga, konsumsi dalam kaitan dengan liburan yaitu pilihan untuk tidak berlibur ke luar kota, 56,52%. Keempat dalam kaitan dengan kredit mencapai angka persentase yang cukup tinggi yaitu 65,21% terutama untuk keperluan mendasar. Kelima dalam kaitan dengan pelaksanaan puasa dan pantang mencapai angka persentase yang tinggi yaitu 100% sedangkan frekuensi pelaksanaan praktek puasa dan pantang yaitu hanya pada hari raya sebanyak 91,29%. Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup konsumerisme belum signifikan memengaruhi kehidupan keluarga umat beriman kristiani dan juga dalam kaitan dengan praktek keagamaan yaitu puasa dan pantang.

Kata Kunci: gaya hidup konsumerisme, askese, dan umat lingkungan Santo Athanasius.

1. Pendahuluan

Konsumerisme merupakan fenomena sosial yang sulit dipisahkan dari kehidupan manusia. Manusia sebagai konsumen selalu melakukan aktivitas belanja. Aktivitas berbelanja bukan hanya sekedar mengkonsumsi

¹ Dosen Sekolah Tinggi Katolik Santo Yakobus Merauke

² Mahasiswa Sekolah Tinggi Katolik Santo Yakobus Merauke

tetapi bergeser menjadi gaya hidup. Manusia cenderung berbelanja barang tanpa motivasi dan orientasi yang obyektif. Dimensi konsumsi bukan lagi menjadi faktor pendukung untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia tetapi menampilkan makna tertentu dari konsumen. Hal ini seperti diungkapkan oleh Baudrillard bahwa ideologi pusat kebudayaan modern Amerika adalah konsumsi. Ideologi ini menjelaskan bahwa makna sosial melekat dan dikomunikasikan oleh komoditas yaitu barang yang diperjualbelikan di pasar³. Dengan kata lain makna identitas dan status manusia ditentukan oleh apa yang dikonsumsi.

Belanja berkaitan erat dengan konsumsi. Aktivitas belanja mengawali konsumsi karena manusia terus memiliki kebutuhan. Jika manusia ingin memenuhi kebutuhan, maka ia bisa berbelanja di pasar, mal, supermarket. Ini berarti ketika manusia berbelanja, manusia hendak mengkonsumsi sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Maka aktivitas belanja itu sendiri menjadi kegiatan mengkonsumsi. Namun belanja bukan untuk memenuhi kebutuhan pokok tetapi demi kebutuhan yang imajiner. Di sini letak konsumerisme, yaitu manusia mengubah “konsumsi untuk seperlunya” menjadi “konsumsi yang mengada-ada”.⁴ Manusia berbelanja bukan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya melainkan keberadaan identitas. Manusia merasa dirinya lebih baik jika ia makan makanan *fast-food* (hamburger, pizza, fried chicken) daripada makan makanan (nasi) yang ada di warung biasa.

Fenomena kehidupan sosial di atas sangat menarik karena terjadi dan berkaitan dengan pola kehidupan manusia. Di salah satu sisi, manusia sebagai makhluk individu yang memiliki kebutuhan untuk dipuaskan berarti manusia adalah makhluk konsumen sementara di sisi lain manusia adalah *homo religious*. Maka manusia pada saat bersamaan, ia menjadi pribadi yang selalu tidak puas dalam memenuhi kebutuhan hidupnya namun di pihak lain ia memiliki relasi yang khusus dengan Yang Mahatinggi.

McDaniel and Burnett (1990) mendefinisikan religiositas sebagai *a belief in God accompanied by a commitment to follow principles believed to be set by God*. Magill (1992) *stated that personal religiosity affords a*

³ Elizabeth C. Hirschman, The Ideology of Consumption: A Structural-Syntactical Analysis of "Dallas" and "Dynasty" dalam Chicago Journal (Journal of Consumer Research Vol. 15, No. 3 December 1998: The University of Chicago Press, 344-345

⁴ Haryanto Soedjatmiko, Saya Berbelanja, Maka Saya Ada (Jalasutra: Yogyakarta, 2008), 6

*background, against which the ethical nature of behavior is interpreted. Weaver and Agle (2002) reported that religiosity is known to have an influence both on human behavior and on attitudes.*⁵

Dari pemaparan gagasan beberapa tokoh tentang religiositas ini, dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya tindakan dan perilaku manusia sangat ditentukan oleh identitas agama yang diyakininya dan proses menginternalisasi nilai-nilai yang ditawarkan oleh agamanya.

Persoalan konsumerisme membuat Gereja tidak bisa lari dari realitas sosial ini karena selain manusia sebagai konsumen juga adalah bagian dari umat Allah. Konsumerisme sudah menjadi budaya konsumen yang tidak disadari karena terbungkus dalam keinginan yang tidak terbatas dengan kemampuan terbatas. Warga Gereja juga adalah bagian dari pengikut budaya konsumen yang hidup pada zaman sekarang. Konsumerisme menjadi pola pikir dan tindakan manusia. Manusia membelanjakan uangnya pada hal-hal yang tidak dibutuhkan dan ini menunjukkan keinginan manusia untuk kepuasan diri. Gereja dalam ajaran Konsili Vatikan II menegaskan bahwa:

Perubahan-perubahan muncul dari kecerdasan dan usaha kreatif manusia dan kembali mempengaruhi manusia sendiri, cara-cara menilai serta keinginan-keinginannya yang bersifat perorangan dan kolektif, cara berpikir dan bertindak terhadap benda-benda maupun sesama manusia. Hal ini akan berdampak juga terhadap hidup keagamaan.⁶

Konsumerisme bertolak belakang dengan salah satu praktek tradisi Kristiani yaitu askese. Relasi kesatuan dengan Allah tidak hanya dipahami dalam kesatuan mistik (hidup rohani yang baik). Kesatuan dengan Allah dimengerti dalam konteks kehendak Allah sebagai dasar dan orientasi tindakan manusia. Kesatuan dengan Allah dicapai dengan melepaskan diri dari pengaruh tindakan yang melekatkan diri pada kepuasan diri dan keinginan diri yang tidak teratur. Sebagai umat beriman kristiani, praktek keagamaan seperti puasa dan pantang merupakan usaha mengekang diri terhadap dorongan hawa nafsu yang bersifat agresif. Hal ini berarti askese

⁵ Scott J. Vitell, Joseph G. P. Paolillo and Jatinder J. Singh, Religiosity and Consumer Ethics dalam Journal of Business Ethics, Vol. 57, No. 2 (Mar., 2005), 175

⁶ *Gaudium et Spes* artikel 4

atau praktek puasa dan pantang merupakan salah satu jalan menyucikan diri demi keselamatan jiwa. Di sini askese, puasa dan pantang merupakan sarana bagi umat kristiani mengarahkan diri kepada Allah.

2. Kajian Teoretis

2.1. Gaya Hidup

Budaya konsumsi zaman modern mengelompokkan individu dan kelompok dalam kategori tertentu berdasarkan gaya hidup.⁷ Klaim atas status sosial tertentu didasarkan pada perilaku ekspresif sesuai kriteria ekonomi. Gaya hidup menjadi penanda perbedaan dalam status sosial. Namun hal ini menjadi perdebatan karena semakin melemahnya batas-batas kelas sosial tertentu berkaitan dengan gaya hidup. Munculnya kesadaran baru konsumen berkaitan dengan gaya hidup akhirnya mengaburkan batas-batas kelas sosial. Karena itu kita perlu menguraikan konsep gaya hidup supaya batasan status sosial dalam masyarakat dapat dipahami dengan baik.

Ada dua konsep gaya hidup yang digunakan untuk memahami relasi sosial dalam masyarakat konsumsi⁸. *Pertama*: gaya hidup yang berkaitan dengan kebiasaan menghabiskan uang dan waktu pada setiap individu (rumah tangga). Gaya hidup ini mengacu pada kebiasaan mengkonsumsi barang, jasa/layanan, dan hiburan dalam jumlah tertentu secara reguler. Pilihan jenis barang, jasa, hiburan yang dikonsumsi berakibat pada kemampuan materi dan kelangsungan hidup. Hal ini menunjukkan apakah individu atau rumah tangga tertentu memiliki pola hidup boros, hidup sederhana, atau masih hidup dalam taraf kekurangan. Kedua; gaya hidup harus dibedakan dengan konsep budaya selera dari Herbert Gans. Gans mendefinisikan budaya selera merupakan nilai, bentuk budaya dan media yang mengungkapkan standar selera dan estetika dari kelompok tertentu. Ia melihat adanya hubungan antara budaya selera dan kelas sosial yaitu budaya selera sebagai bagian dari kelas sosial.⁹ Selera sebagai orientasi sosial yang mengarahkan individu untuk memilih makna dan nilai sosial.

⁷ Robert G. Dunn, *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society*, (Philadelphia: Temple University Press, 2008), 123

⁸ Robert G. Dunn, *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society*, 124-125

⁹ Robert G. Dunn, *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society*, 125

2.2. Konsumerisme

Konsumerisme adalah pola pikir dan tindakan dengan tujuan membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi karena tindakan membeli memberikan kepuasan. Konsumerisme mempengaruhi manusia untuk berbelanja karena kebutuhan tetapi manusia sadar bahwa sebenarnya ia tidak membutuhkan barang tersebut. Di sini ada dua nilai yang mau dikejar yaitu, konsumerisme sebagai wujud pemuasan kebutuhan identitas dan makna, di sisi lain sebagai fungsi sosial dan ekonomi.¹⁰ Manusia sebenarnya membatasi diri untuk mengkonsumsi sesuai penghasilan. Namun kemampuan konsumsi menjadi meningkat karena ada layanan kredit. Manusia tidak pernah sadar akan layanan kredit tetapi justru menjerumuskan diri dalam anggapan bahwa selama saya mampu membeli maka saya membutuhkan barang yang saya inginkan.

Konsumerisme didefinisikan sebagai cara hidup yang selalu menarik manusia untuk mengejar, memiliki, dan mengganti secara terus-menerus barang material yang cepat berkembang secara global.¹¹ Gaya hidup seperti ini yang sedang berkembang. Hasrat manusia muncul untuk memiliki barang material karena secara signifikan menunjukkan identitas baru di dalam kelompok sosial tertentu. Konsumerisme merepresentasikan kesombongan yang keliru terhadap penambahan dan pengumpulan barang material demi status sosial yang lebih tinggi. Hal ini nampak dalam usaha mengidentifikasi diri melalui praktek konsumsi yaitu pembentukan identitas sosial dalam masyarakat. Identitas sosial terbentuk melalui prestasi dan kemampuan konsumen membeli komoditas tertentu. Beberapa gagasan teoretis tentang konsumsi dari para pemikir yang mewakili zamannya masing-masing, yaitu:

2.2.1. Karl Marx

Sistem kapitalisme bertujuan memproduksi komoditas untuk penjualan di pasar. Komoditas yang diproduksi lebih memiliki nilai tukar dan nilai pakai. Nilai pakai adalah manfaat dari suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Nilai pakai bergantung pada jenis barang dan

¹⁰ Haryanto Soedjatmiko, *Saya Belanja, Maka Saya Ada*, (Yogyakarta: Jal asutra, 2008), 9-10

¹¹ Barry Smart, *Consumer Society: Critical Issues and Environmental Consequences*, (London: Sage Publication Ltd 1, 2010), 5

kebutuhan masyarakat. Misalnya AC (*air conditioner*) untuk masyarakat pedalaman Papua tidak ada nilai pakai. Sedangkan nilai tukar adalah nilai barang jika diperjualbelikan di pasar. Nilai tukar selalu dalam bentuk uang. Misalnya nilai tukar pensil Rp 2.500. Namun tidak semua pembeli membelinya bukan karena nilai pakai tetapi karena nilai tukar. Artinya membeli dengan tujuan menjualnya kembali untuk memperoleh laba. Menurut Marx, nilai tukar suatu barang ditentukan oleh “*waktu kerja sosial yang perlu*”.¹² Maksudnya waktu rata-rata yang dibutuhkan dengan kemampuan kerja tertentu untuk menghasilkan barang tersebut.

Nilai pakai suatu komoditas disamakan kaum kapitalis melalui relasi kerja yang eksploitatif. Kaum kapitalis mengeksploitasi hubungan kerja dengan para buruh. Ini menyebabkan kaum buruh teralienasi dari hasil produk yang dikerjakan. Artinya mereka tidak pernah menikmati hasil produk yang dikerjakan. Kaum buruh menjual tenaga kerjanya kepada pemilik modal sehingga ia diperlakukan seperti komoditas. Menurut Marx upah buruh yang diterima “adil” dan merupakan suatu “pertukaran ekuivalen” karena penyerahan tenaga kerja oleh buruh diberi imbalan sesuai hukum pasar.¹³ Maka dalam konteks ini tidak ada eksploitasi tenaga kerja para buruh karena mereka diperlakukan secara adil oleh para pemilik modal.

Berdasarkan gagasan Marx tentang alienasi kerja di atas menunjukkan para buruh tidak menikmati hasil kerjanya. Hal ini berdampak negatif pada relasi produksi. Kaum kapitalis berhak mutlak menentukan upah buruh. Ini membuktikan alienasi kerja terjadi karena mereka yang melakukan pekerjaan menciptakan kelas sosial yang berbeda. Maka relasi produksi sudah memetakan bahwa yang berkuasa adalah kaum kapitalis dan yang dikuasai adalah buruh. Dengan demikian Marx sudah mengungkapkan relasi yang sangat kuat dalam konsumsi melalui gagasannya di atas. Di sini kaum kapitalis memproduksi komoditas dan konsumen dipaksa untuk membelinya melalui pemaksaan tertentu dalam iklan-iklan.

¹² Franz Magnis-Suseno, *Pemikiran Karl Marx: dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 183

¹³ Franz Magnis-Suseno, *Pemikiran Karl Marx: dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*, 185

2.2.2. Mike Featherstone

Produksi komoditas berasal dari kaum kapitalis dan terus berlanjut sampai aspek konsumsi. Artinya produksi yang berasal dari kaum kapitalis terus berlangsung dalam konsumsi. Ada cara-cara yang terstruktur secara sosial yaitu barang-barang dapat digunakan untuk membatasi hubungan sosial.¹⁴ Misalnya satu botol anggur yang berkualitas tinggi menjadi suatu pencapaian prestise dan eksklusivitas. Artinya satu botol anggur dikonsumsi secara simbolik dengan berbagai cara (sebelum diminum, dipegang dan difoto) sehingga menghasilkan kepuasan. Dalam pengertian ini berarti mengafirmasi perbedaan gaya hidup yang membatasi hubungan sosial. Konsumsi secara simbolik nampak jelas dalam kelompok kaya dan kelompok menengah. Mereka membentuk resistensi kelas untuk melawan dan membatasi kelompok lain yang ingin mensejajarkan diri dengan mereka. Misalnya liburan dan hiburan di waktu senggang karena menghabiskan waktu senggang berarti memproduksi nilai prestise dan gengsi.

Menurut Featherstone, praktek konsumsi yang berkaitan dengan gaya hidup tidak dapat dipahami sebagai konsep nilai tukar. Dalam budaya konsumen kontemporer, gaya hidup dimaknai sebagai individualitas, ekspresi diri, kesadaran diri yang stilistik.¹⁵ Individualitas selera seperti bentuk tubuh, cara berpakaian, hiburan, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, dan liburan waktu luang. Gaya hidup menggambarkan identitas pada individu dan bersifat terbuka. Semua individu (kaum tua dan muda) dari kelas sosial manapun mempunyai kesempatan untuk mengekspresikan dirinya. Ini berarti setiap individu dapat menjadi siapapun yang diinginkan sejauh ia mampu mengkonsumsi. Di sinilah terjadi proses estetisasi yang didasarkan pada “yang baik” (*good style, good taste, good design*).¹⁶ Suatu barang itu baik kalau baik dari segi modelnya, rasa, dan dari tujuan. Standar yang baik ini menjadi dasar dalam mengkonsumsi suatu barang. Dengan demikian Featherstone melihat bahwa ada kaitan antara konsumsi dan budaya postmodernisme yaitu pengalaman dalam estetika menjadi kerangka utama pemaknaan hidup.

¹⁴ Misbah Zulfa Elizabeth (Penterj.), *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, 36-37

¹⁵ Misbah Zulfa Elizabeth (Penterj.), *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, 197

¹⁶ Haryanto Soedjatmiko, *Saya Belanja, maka Saya Ada*, 26

2.2.3. Jean Baudrillard

Menurut Baudrillard bahwa konsumsi itu merupakan sistem yang menjalankan urutan tanda-tanda dan penyatuan kelompok.¹⁷ Artinya suatu barang konsumsi merupakan makna sebuah tanda. Manusia membelanjakan sesuatu bukan atas dasar nilai kegunaan melainkan gaya hidup. Hal ini diarahkan pada citra yang terbentuk melalui dunia iklan televisi dan gaya hidup para aktor dan selebriti. Konsumsi seperti ini akan menghasilkan ketidakpuasan dan kesadaran palsu dalam arti seolah-olah manusia puas dan makmur tetapi kenyataannya masih miskin. Dengan demikian manusia tidak terpuaskan secara aktual dan dengan ketidakpuasan ini kebutuhan-kebutuhan manusia juga tidak pernah terpuaskan.¹⁸

Salah satu gagasan Baudrillard tentang konsumsi adalah tubuh. Tubuh adalah obyek yang paling baik dan berharga untuk konsumsi. Keindahan tubuh melalui penampilan fisik yang ideal menjadi obsesi narsisme. Menurut Baudrillard tubuh menggantikan jiwa dalam fungsi moral dan ideologi.¹⁹ Bagi kaum wanita, kecantikan adalah syarat mutlak karena cantik adalah syarat untuk mencapai keberhasilan dalam hidup. Kecantikan bukan lagi kualitas alamiah tetapi bersifat imperatif. Kaum wanita perlu merawat kualitas diri seperti perawatan wajah, kulit dan lekak-lekuk tubuh adalah seperti merawat jiwanya. Di sini kecantikan menjadi tanda keterpilihan seperti dalam etika protestan.²⁰ Etika kecantikan adalah etika mode yang didefinisikan sebagai reduksi atas nilai guna tubuh (energi,

¹⁷ Wahyunto (Penterj.), Masyarakat Konsumsi (Kreasi Wacana: Yogyakarta, 2013), 87

¹⁸ Haryanto Soedjatmiko, *Saya Belanja, Maka Saya Ada*, 27

¹⁹ Setelah berabad-abad Puritanisme melihat bahwa pemujaan tubuh dan kecintaan diri yang berlebihan sebagai sesuatu yang tabu. Sekarang keindahan dan pemujaan tubuh mulai nampak. Keindahan tubuh nampak dalam ekspresi kebebasan fisik dan seksual yang hadir dalam iklan, dunia mode, budaya massa. Kegiatan perawatan, diet, terapi awet muda, terapi kejantanan, perawatan wajah sebagai suatu mitos kenikmatan dan kepuasan. Bdk. Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures* (London: Sage Publication 6 Bonhill Street, 1998), 129

²⁰ Etika protestan khususnya calvinisme mengajarkan bahwa mereka yang bekerja keras bukan hanya semata-mata untuk mencapai kesejahteraan ekonomi tetapi memiliki tujuan spiritual yaitu meyakini diri sebagai orang-orang pilihan dan diselamatkan Allah. Hal ini nampak dalam konsep predestinasi calvin yaitu supaya menjadi orang-orang pilihan maka seseorang harus membuktikannya dengan bekerja keras di dunia karena menjadi pilihan Allah bukan berkaitan dengan tindakan manusia. Bdk. Talcott Parsons, *Max Weber: The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, (London: Routledge, 1992), 56. Dalam kaitan dengan kecantikan maka seorang wanita harus mempercantik dirinya supaya menjadi pilihan dalam kehidupan sosial masyarakat.

seksual) menjadi nilai fungsional.²¹ Kecantikan merupakan syarat wajib, imperatif sekaligus modalitas untuk nilai fungsional (tubuh menjadi tujuan produksi).

Berkaitan dengan pemeliharaan kesehatan tubuh, munculnya perbedaan yang sangat jauh antara asketisme para rahib dan pertapa dengan gaya hidup modern yaitu diet makanan.²² Diet makanan lebih pada dorongan yang agresif terhadap tubuh. Gaya hidup modern ini lebih bertujuan mencapai bentuk tubuh yang ideal (*narcisik*). Sementara askese dijalankan para rahib untuk menyucikan diri demi keselamatan jiwa. Selain itu puasa dan pantang merupakan praktek perayaan keagamaan yang biasa dijalankan secara kolektif pada masa adven dan prapaskah. Praktek kolektif ini bertujuan mengekang diri terhadap dorongan hawa nafsu yang bersifat agresif dari dalam diri (berkaitan juga dengan konsumsi makanan). Praktek puasa dan pantang mulai tidak dijalankan secara penuh karena dianggap kolot dan kuno (arkaisme) oleh masyarakat konsumsi.

2.3. Askese

Berhadapan dengan realitas budaya konsumsi sebagai ekspresi manusia yang tidak pernah terpuaskan akan kebutuhannya maka umat kristiani boleh kembali membangkitkan dan memaknai askese. Secara etimologis, askese berasal dari bahasa Yunani "*askesis*" (dari kata kerja *askeo*) yang berarti latihan atau gerak tubuh.²³ Dalam arti aslinya kata askese lebih berkaitan dengan atletik. Selanjutnya para penulis Kristen memberikan arti askese dalam pengertian latihan untuk praktek kebajikan, penguasaan atau pengendalian diri dari godaan. Askese menandakan bahwa seseorang bisa menguasai dan memimpin hidupnya (dirinya) dengan menyangkal diri seperti para rahib/biarawan.

Dari gagasan para penulis Kristen ini, tradisi Kristiani melanjutkan pemaknaan dan pemahaman atas askese dalam perspektif yang baru. Tujuan askese adalah kesatuan dengan Allah.²⁴ Kesatuan dengan Allah berarti manusia memahami bahwa kehendak Allah menjadi orientasi dan motivasi

²¹ Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, 132

²² Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, 142

²³ Jean-Yves Lacoste (edit.), *Christian Theology* (Routledge: New York, 2005), 96

²⁴ Krispurwana Cahyadi, "Melepaskan Diri dari Pengaruh Rasa Lekat tak Teratur" dalam Rohani No. 4 April 1995, 162

seluruh tindakannya dalam pergulatan hidupnya. Konsekuensinya adalah berusaha secara teratur dan sekuat tenaga demi Allah dan menghindari hidup dari segala kelekatan yang tidak teratur. Askese hanya sebagai sarana untuk mendekatkan diri dengan Allah. Kelemahan dan kesalahan manusia membuat manusia tidak mampu menjalin relasi dengan Allah karena itu askese menjadi sarana untuk mengarahkan diri kepada Allah.

Askese sebagai sarana kedekatan manusia dengan Allah. Ini berarti askese sebagai usaha pertobatan manusia. Manusia perlu mengubah pola hidup serta tindakan yang jahat agar ia mampu memiliki hirarki sistem nilai dalam dirinya sehingga jati diri sebagai anak-anak Allah tercipta. Jati diri manusia terbentuk melalui kehendak bebas karena manusia berkuasa atas dirinya sendiri dan memutuskan sistem nilai yang akan dihayati dan diperjuangkan. Dengan demikian askese bukan lagi menjadi sikap penolakan terhadap dunia dan fenomena sosialnya. Askese bukan berarti melihat dan menganggap dunia ini hina dan berdosa serta melarikan diri dari dunia. Askese kristiani harus sungguh-sungguh terpancar dari penghayatan ajaran Kristiani akan nilai-nilai hidup manusia dalam keseluruhannya.²⁵

Selain itu ada praktek keagamaan yang biasa dijalankan secara kolektif dalam Gereja katolik yaitu puasa dan pantang pada masa prapaskah (dalam Kanon 1249-1253). Puasa adalah seseorang yang tidak makan dengan alasan keagamaan, misalnya sebagai tanda tobat atau dalam rangka mempersiapkan diri untuk melaksanakan suatu tugas perutusan tertentu (Mat 4: 12, Kis 13: 2-3).²⁶ Puasa bersifat kuantitatif artinya seseorang dengan sukarela untuk mengurangi makan dan minum dalam sehari. Misalnya kita memiliki kebiasaan makan tiga kali sehari tetapi dengan sukarela makan sekali sehari tetapi tidak sekenyang-kenyangnya. Selain puasa, ada juga pantang. Pantang berarti menjauhkan diri dari tindakan yang sebenarnya diizinkan atau biasa dilakukan.²⁷ Misalnya orang berpantang tidak makan daging atau pantang merokok atau pantang jajan atau pantang makan makanan yang pedas, atau pantang soal hiburan: pantang menonton televisi, bermain game, dan lain sebagainya. Tujuan dari pantang dan puasa

²⁵ Al Atapunang, Selibat dan Ingkar Diri: Dialektika Rahmat dan Kodrat dalam Rohani no.4 April 1995, 165

²⁶ Gerald O'Collins dan Edward G. Farrugia, *Kamus Teologi* (Yogyakarta: Kanisius, 1996), 268

²⁷ Gerald O'Collins dan Edward G. Farrugia, *Kamus Teologi*, 228

adalah untuk memurnikan hati dan menata tingkah laku lebih baik lagi sehingga dapat mengarahkan diri kepada Tuhan.

3. Metode Penelitian

Dalam usaha untuk membahas tema penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif karena penelitian ini akan memudahkan peneliti dalam menyesuaikan dengan realitas yang terjadi di lapangan.²⁸ Maksudnya bahwa peneliti akan secara bebas mencari informasi yang lebih akurat berkaitan dengan tema penelitian pada beberapa informan yang dianggap lebih berkompeten dan mendeskripsikan hasil penelitian tersebut. Hal ini bertujuan untuk memahami makna persoalan yang dibahas secara lebih mendalam dengan bantuan instrumen penelitian dalam pengumpulan data.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah wawancara berhadapan (*face to face interview*) dan wawancara melalui telepon. Wawancara merupakan cara untuk memperoleh data dengan berhadapan langsung, bercakap-cakap, baik antara individu dengan individu maupun individu dengan kelompok.²⁹ Ada beberapa jenis wawancara yang bisa digunakan oleh peneliti dalam membahas tema penelitian seperti wawancara tidak terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara terstruktur.³⁰ Namun peneliti akan memakai wawancara tidak terstruktur dalam membahas tema penelitian ini. Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur untuk digunakan dalam memperjelas jawaban dari para informan atas pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang akan disebarkan. Namun hal ini tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan jenis wawancara lain.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setelah proses menganalisis data, penulis menemukan beberapa hal yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Dari hasil penelitian menunjukkan belum ada pengaruh yang sangat signifikan dari gaya hidup

²⁸ Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial* (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2008), 29

²⁹ Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2010), 222

³⁰ Catherine Dawson, *Metode Penelitian Praktis: Sebuah Panduan* (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2010), 29

konsumerisme terhadap kehidupan keluarga umat di lingkungan Santo Athanasius paroki Santo Yosep Bampel. Hal ini nampak dalam beberapa hal, sebagai berikut:

- a. Gaya hidup konsumerisme dalam kaitan dengan mengkonsumsi makanan.

Dari hasil penelitian menunjukkan sebanyak 82,51% umat jarang memilih makan di luar rumah seperti di warung atau rumah makan. Mereka lebih memilih makan di rumah sendiri dari pada makan di luar rumah. Makan di rumah sendiri karena kebersihan makanan terjamin dan juga bisa mengolah jenis makanan yang sehat dan aman untuk kesehatan anggota keluarga. Mereka bisa memilih makan di luar rumah jika berada di luar kota atau ada kegiatan di tempat kerja atau ada anggota keluarga yang berulang tahun tetapi hal itu juga dilihat dari keadaan keuangan.

- b. Gaya hidup konsumerisme dalam kaitan dengan konsumsi untuk kebutuhan pakaian.

Frekuensi berbelanja atau konsumsi untuk kebutuhan pakaian masih rendah yaitu setahun dua kali sebanyak 86,94%. Belanja atau konsumsi pakaian dua kali dalam setahun ini selalu berkaitan dengan persiapan pada hari raya yaitu hari raya Paska dan Natal. Sedangkan konsumsi dalam kaitan dengan trend atau mode pakaian yang sedang berkembang hanya 4,34% dan bukan sering kali dibeli tetapi disesuaikan dengan penghasilan dan biasanya mereka mampu membeli karena hasil menabung. Sedangkan sebanyak 95,65% tidak suka membeli pakaian yang sesuai *mode* atau *trend* yang sedang berkembang. Pilihan untuk membeli pakaian adalah sesuai dengan selera daripada mengikuti *mode* atau *trend* yang sedang berkembang karena harga pasti mahal dan harus menyesuaikan dengan penghasilan dan kebutuhan keluarga. Dalam kaitan dengan rencana di masa yang akan datang yaitu membeli barang berharga lainnya seperti mobil, sepeda motor, *hand phone*, laptop. Sebanyak 17,39% memiliki rencana untuk membeli mobil. Alasannya adalah karena ingin lebih nyaman dalam perjalanan untuk bekerja, mengunjungi keluarga, rekreasi bersama anggota keluarga. Rencana tersebut dilakukan melalui sistem kredit.

Menurut Karl Marx bahwa ada relasi yang sangat kuat antara kaum kapitalis dan konsumen. Kaum kapitalis memproduksi komoditas tertentu dan konsumen dipaksa untuk membelinya melalui pemaknaan tertentu dalam iklan-iklan. Selain itu kaum kapitalis juga menawarkan sistem kredit sehingga konsumen merasa seolah-olah sangat membutuhkan komoditas tersebut. Saya mampu membeli berarti saya membutuhkan. Dengan demikian konsumen akan merasa mampu untuk membeli komoditas tersebut dan yakin bahwa komoditas tersebut dibutuhkan. Sedangkan sebanyak 52,17% memiliki rencana untuk membeli sepeda motor, *hand phone*, dan laptop. Tujuan rencana ini adalah untuk kepentingan anak-anak yang sedang berada di bangku kuliah. Sedangkan sebanyak 30,43% tidak memiliki rencana untuk membeli salah satu barang berharga di atas, fokus perhatiannya adalah pembangunan rumah tinggal dan kebutuhan lain.

c. Gaya hidup konsumerisme dalam kaitan dengan liburan.

Pilihan untuk berlibur ke luar kota jika mempunyai uang yang berkecukupan sebanyak 43,47% sedangkan pilihan untuk tidak berlibur ke luar kota sebanyak 56,52%. Perbedaan persentase untuk kedua pilihan, berlibur ke luar kota dan tidak berlibur ke luar kota sangat kecil. Namun ada alasan yang bisa diterima ketika ada pilihan untuk berlibur ke luar kota. Alasan pilihan berlibur ke luar kota karena kebanyakan kerabat dan anggota keluarga besar berada di luar kota Merauke. Maka pilihan berlibur ke luar kota adalah mengunjungi keluarga dan kerabat yang lainnya (pulang ke daerah asal) bukan destinasi wisata dengan biaya yang mahal.

d. Dalam kaitan dengan kredit, angka persentasenya cukup tinggi yaitu sebanyak 65,21%.

Menurut data ini berarti informan yang pernah melakukan kredit adalah lebih dari sebagian. Namun bukan berarti angka persentase yang cukup tinggi menunjukkan bahwa informan sudah terpengaruh dengan gaya hidup konsumerisme yang menawarkan berbagai obyek materi melalui sistem kredit. Kredit dilakukan karena barang tersebut sangat dibutuhkan. Salah satu kebutuhan adalah rumah tinggal dan perabotan rumah tangga lainnya. Selain itu juga kredit atau pinjam uang untuk membiayai anak-anak yang kuliah serta

anggota keluarga yang sakit. Jadi kredit yang dilakukan bukan karena terpengaruh gaya hidup konsumerisme yang menawarkan komoditas melalui iklan dan media lainnya tetapi obyek barang tersebut benar-benar menjadi kebutuhan pokok. Namun tidak menutup kemungkinan seperti apa yang dikatakan oleh Marx bahwa sistem kredit menawarkan komoditas seolah-olah konsumen membutuhkannya karena sudah ada pemaknaan nilai melalui iklan-iklan. Maka kemungkinan bisa terjadi bahwa gaya hidup konsumerisme akan memengaruhi kehidupan umat beriman kristiani karena saya mampu membeli berarti saya membutuhkannya.

Selain itu dari hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa belum adanya pengaruh yang sangat signifikan dari gaya hidup konsumerisme terhadap praktek hidup keagamaan yaitu puasa dan pantang di lingkungan Santo Athanasius paroki Santo Yosep Bampel. Hal ini nampak dalam beberapa hal sebagai berikut:

- e. Dalam kaitan dengan pelaksanaan puasa dan pantang, angka persentasenya tinggi yaitu 100%.

Dengan angka persentase yang tinggi ini menunjukkan bahwa praktek puasa dan pantang diyakini sebagai suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh umat beriman kristiani karena praktek tersebut merupakan salah satu cara melakukan tobat demi hukum ilahi. Gereja sendiri sudah menegaskan bahwa umat beriman kristiani harus meluangkan waktu untuk berdoa, menjalankan karya kesalehan dan amal kasih serta menyangkal diri sendiri dengan melaksanakan kewajiban-kewajiban khususnya dalam kaitan dengan puasa dan pantang (Kanon 1249).

- f. Dalam kaitan dengan frekuensi pelaksanaan praktek puasa dan pantang yaitu hanya dilaksanakan pada hari raya sebanyak 91,29%.

Praktek puasa dan pantang dilaksanakan sekali dalam setahun saja khususnya menjelang hari raya yaitu pada masa prapaskah. Namun ada juga yang melaksanakan praktek pantang sepanjang tahun tetapi tujuannya bukan untuk mendekatkan diri dengan Tuhan melainkan karena penyakit yang dideritanya. Dalam Kanon 1250 menegaskan bahwa hari dan waktu tobat bagi umat katolik adalah hari Jumat sepanjang tahun dan juga masa prapaskah. Ajaran Gereja ini masih dilaksanakan oleh umat di Lingkungan Santo Atanasius karena

mereka menjalankan praktek puasa dan pantang pada masa prapaskah. Namun praktek puasa dan pantang belum sepenuhnya dijalankan karena belum ada umat yang menjalankan praktek puasa dan pantang setiap hari jumat sepanjang tahun. Hal ini mungkin disebabkan karena belum tahu tentang ajaran Gereja di atas tentang waktu tobat bagi umat Katolik.

Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup konsumerisme belum signifikan memengaruhi kehidupan keluarga umat beriman kristiani dan juga dalam kaitan dengan praktek keagamaan yaitu puasa dan pantang.

5. Catatan Kritis

Pada kesempatan ini, penulis mengemukakan beberapa persoalan yang akan muncul ketika gaya hidup konsumerisme mulai berkembang dalam kehidupan umat katolik³¹.

a. Pemborosan.

Perkembangan ekonomi yang sempit menciptakan sikap penghambaan diri pada harta kekayaan material. Kelimpahruahan harta kekayaan mendorong manusia untuk menimbun harta kekayaan secara terus-menerus. Manusia tidak puas dengan barang material yang ada dan hendak menggantinya dengan materi yang lain. Pergantian terjadi karena manusia melihat kualitas barang tersebut lebih unggul dan lebih baik dari yang sebelumnya.³² Alasan kualitas mendorong manusia terus mengejar, membeli, dan mengganti barang materi yang terbaik untuk digunakan.

Selain itu motivasi untuk mencapai makna dan tanda dari suatu barang material menyebabkan hasrat manusia tidak akan pernah terpenuhi. Maksudnya manusia terus membeli, mengganti, dan mengoleksi barang materi sesuai perkembangan mode supaya ia bisa menjadi bagian dari kelompok sosial tertentu dalam masyarakat. Gaya hidup konsumerisme ini yang dikritik oleh Paus karena manusia

³¹ Masalah-masalah tersebut penulis rangkum dari tesis penulis sendiri (Tinjauan Kritis terhadap Konsumerisme dari Pemikiran Jean Baudrillard dalam terang Ensiklik *Sollicitudo Rei Socialis*).

³² Yohanes Paulus II, *Sollicitudo Rei Socialis* (30 Desember 1987), art. 28 (terj. R. Hardawiryana SJ, Jakarta: Dep. Dokpen KWI, 2011)

mengganti dan membuang barang materi yang masih memiliki nilai guna. Selain itu tindakan membuang dan menghamburkan barang materi berarti manusia bersikap tidak adil terhadap sesama karena bertolak belakang dengan hakekat harta kekayaan yang bersifat sosial.³³ Artinya harta kekayaan yang menjadi milik pribadi juga diperuntukkan bagi orang lain.

b. Ketidakpedulian terhadap sesama.

Gaya hidup konsumerisme menyebabkan manusia semakin individualis.³⁴ Manusia menjadi individualis karena kebutuhan barang materi adalah memenuhi hasrat akan makna sosial dari suatu barang dan bukan nilai guna. Maksudnya manusia memenuhi kebutuhannya bukan karena barang tersebut bernilai guna tetapi karena kebutuhan untuk tampil beda (fungsi sosial) dan integrasi kelompok tertentu (fungsi komunikasi). Akibatnya barang menentukan kualitas manusia maka manusia tidak mampu menentukan dirinya sendiri.

Manusia tidak pernah merasa puas sehingga ia terus mengejar barang materi untuk dikonsumsi. Manusia merasa wajib membeli dan menikmati barang materi karena ingin menunjukkan perbedaan dan prestise dalam kelompok sosial masyarakat. Perilaku ini akan semakin mengikis solidaritas terhadap sesama. Dorongan mengutamakan fungsi sosial melalui pencapaian tatanan tanda dari suatu barang materi berdampak pada kurangnya solidaritas terhadap sesama. Manusia lebih mengikat diri dengan berbagai kelekatan barang materi daripada peduli terhadap sesama yang menderita.

c. Narkotika.

Dalam ensiklik *Centesimus Annus*, Paus Yohanes Paulus II melihat persoalan sosial yang muncul dalam kaitan dengan pola hidup konsumsi yang berlebihan dan sesuai keinginan diri yang tidak teratur yaitu narkotika dan pornografi.³⁵ Pola hidup ini menunjukkan manusia tidak menjaga dan merawat kesehatannya. Manusia menjadi semakin

³³ Yohanes Paulus II, *Sollicitudo Rei Socialis* (30 Desember 1987), art. 42 (terj. R. Hardawirya SJ, Jakarta: Dep. Dokpen KWI, 2011)

³⁴ Haryatmoko, *Dominasi penuh Muslihat: Akar Kekerasan dan Diskriminasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 23

³⁵ Yohanes Paulus II, *Centesimus Annus* (1 Mei 1991) art. 36 (terj. R. Hardawirya SJ, Jakarta: Dep. Dokpen KWI, 1992)

materialistis dan tindakannya bersifat destruktif terhadap keberlangsungan hidupnya sendiri.

Pemakaian narkoba memperlihatkan bahwa manusia tidak menghargai tubuhnya sendiri sebagai tempat kediaman Allah. Tubuh adalah identitas manusia yang paling dasar dan diciptakan sebagai gambar dan rupa Allah. Inkarnasi sebagai petunjuk untuk mendekati Allah dengan memberi perhatian pada tubuh manusia.³⁶ Maka pemakaian narkoba adalah salah satu tindakan manusia merusak relasi dengan Allah.

d. Pornografi.

Paus Yohanes Paulus II mengangkat masalah ini karena keprihatinannya terhadap kemajuan teknologi informasi memudahkan manusia mengakses konten-konten pornografi yang merusak kehidupan moral. Dorongan manusia mengonsumsi barang materi justru menjebak manusia pada hal-hal yang merusak moral. Konsumsi bukan hanya terbatas pada barang materi tetapi juga berkaitan dengan berita dan informasi. William Chang menyebut ada dua faktor yang menyebabkan munculnya pornografi.³⁷ Pertama, pornografi sebagai salah satu sumber penghasilan melalui jalur komersial. Pornografi sudah menjadi komoditas yang diperjualbelikan dan semua orang bisa mengakses dengan mudah. Pornografi memiliki nilai ekonomis tetapi mengorbankan nilai-nilai moral, sosial, dan budaya.

Kedua, mentalitas hidup liberal dan kecenderungan manusia untuk bebas melakukan apa saja. Liberalisme berkembang di Inggris, menyebar ke Eropa Barat, dan Amerika pada abad XVII mulai membatasi kekuasaan lembaga-lembaga pemerintahan dan bidang lainnya.³⁸ Reformasi tersebut membenamkan kewibawaan para pemimpin agama, masyarakat, dan politik sehingga muncul semangat liberalisme dan masyarakat yang demokratis. Liberalisme melahirkan cara pandang bahwa segala tindakan dan perilaku manusia adalah ekspresi kebebasan. Salah satunya kebebasan melakukan usaha

³⁶ Deshi Ramadhani, *Lihatlah Tubuhku: Membebaskan Seks bersama Yohanes Paulus II* (Yogyakarta: Kanisius, 2009), 30

³⁷ William Chang, *Moral Spesial* (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 168

³⁸ Al. Purwa Hadiwardoyo, *Masalah Sosial Aktual: Sikap Gereja Katolik* (Yogyakarta: Kanisius, 2006), 26

ekonomi sehingga muncul industri pornografi yang menyasar generasi muda. Industri-industri pornografi membentuk jaringan kekerasan baru. Maka peran orang tua, kaum muda, pemerintah sipil, Gereja, dunia pendidikan sangat penting dalam memberikan pembinaan moral dan menanamkan nilai-nilai kepada generasi muda.

e. Korupsi.

Konsumerisme melahirkan masalah sosial yaitu korupsi. Konsumerisme sebagai gaya hidup selalu mendasarkan diri pada keinginan dan kenikmatan tertentu. Salah satunya adalah membelanjakan uang demi sebuah prestise. Sebenarnya perilaku dan tindakan membelanjakan uang demi kenikmatan dan prestise memiliki korelasi dengan perilaku korupsi.³⁹ Keinginan untuk berbelanja tidak seimbang atau sebanding dengan kemampuan finansial maka terjadilah perilaku korupsi. Ini berarti motivasi perilaku korupsi adalah memuaskan nafsu dan keinginan untuk memiliki barang tertentu demi status atau gengsi.

f. Kerusakan lingkungan alam.

Kelahiran revolusi industri di Inggris pada abad XVIII menyumbang kemajuan dalam memproduksi komoditas secara besar-besaran. Sumbangan itu menjadi bermanfaat, efektif, dan efisien karena cara produksi yang dijalankan adalah teknologi industri dengan menggunakan mesin. Namun ternyata kemajuan teknologi industri tersebut menghadirkan persoalan lingkungan hidup.⁴⁰ Persoalan lingkungan hidup baru mulai disadari secara sungguh-sungguh pada tahun 1960-an. Kesadaran itu muncul karena cara produksi dalam dunia industri berdasarkan teknologi mesin menebar ancaman bagi keberlangsungan hidup manusia. Eksploitasi alam yang melewati batas karena memanfaatkan teknologi yang canggih mulai mengganggu keutuhan dan keseimbangan lingkungan dan ekosistem yang ada. Kualitas udara yang terganggu karena polusi, erosi terjadi karena penggundulan hutan, dan wilayah-wilayah tertentu mulai gersang. Keadaan ini tentu berlangsung secara terus-menerus karena manusia menjalankan bisnis modern dan ingin mengkonsumsi sumber daya alam sepuas-puasnya.

³⁹ Petrus Danan W dan R.D. Victorius R. Hartono, *Pengajaran Iman Katolik*, 459

⁴⁰ K. Bertens, *Pengantara Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2013), 333

6. Penutup

Berdasarkan hasil data penelitian di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh gaya hidup konsumerisme belum mempengaruhi kehidupan keluarga umat beriman dan juga dalam hal praktek keagamaan yaitu puasa dan pantang. Gaya hidup konsumerisme seperti membeli dan mengganti barang material secara terus-menerus belum nampak jelas dalam kehidupan iman umat kristiani khususnya umat di lingkungan Santo Athanasius.

Hal yang nampak jelas dalam kaitan dengan gaya hidup konsumerisme adalah berkaitan dengan kredit. Kredit yang dilakukan oleh umat di Lingkungan Santo Athanasius lebih berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan yang benar-benar mereka perlukan seperti rumah tinggal dan juga untuk kebutuhan anak-anak sekolah. Namun tidak menutup kemungkinan seperti apa yang dikatakan oleh Marx bahwa sistem kredit menawarkan komoditas seolah-olah konsumen membutuhkannya karena sudah ada pemaknaan nilai melalui iklan-iklan. Maka bisa terjadi bahwa gaya hidup konsumerisme akan memengaruhi kehidupan umat beriman kristiani karena saya mampu membeli berarti saya membutuhkannya.

Referensi

- Dokumen Konsili Vatikan II, diterjemahkan R. Hardawirya SJ, Jakarta: Dep. Dokpen, KWI 2013
- Yohanes Paulus II, *Sollicitudo Rei Socialis* (30 Desember 1987), art. 16 (terj. R. Hardawirya SJ), Jakarta: Dep. Dokpen KWI, 2011
- Yohanes Paulus II, *Centesimus Annus* (1 Mei 1991) art. 36 (terj. R. Hardawirya SJ, Jakarta: Dep. Dokpen KWI, 1992)
- Baurdrillard, Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publication 6 Bonhill Street, 1998
- Bertens, K. Pengantar Etika Bisnis, Yogyakarta: Kanisius, 2013
- Chang, William. *Moral Spesial*. Yogyakarta: Kanisius, 2015
- Dunn, Robert G. *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society* [E-Book]. Philadelphia: Temple University Press, 2008
- Dawson Catherine. *Metode Penelitian Praktis: Sebuah Panduan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Danan, Petrus W dan R. D. Victorius R. Hartono. *Pengajaran Iman Katolik*. Yogyakarta: Kanisius, 2017

- Hadiwardoyo, Al. Purwa. *Masalah Sosial Aktual: Sikap Gereja Katolik*. Yogyakarta: Kanisius, 2006
- Haryatmoko, *Dominasi penuh Muslihat: Akar Kekerasan dan Diskriminasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010
- Lacoste, Jean-Yves (edit.). *Christian Theology*. New York: Routledge, 2005
- Mantra Ida Bagoes. *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- O'Collins, Gerald dan Edward G. Farrugia. *Kamus Teologi*. Yogyakarta: Kanisius, 1996
- Parsons, Talcott. *Max Weber: The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Routledge, 1992
- Ramadhani, Deshi. *Lihatlah Tubuhku: Membebaskan Seks bersama Yohanes Paulus II*. Yogyakarta: Kanisius, 2009
- Ratna, Nyoman Kutha. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Suseno, Magnis Franz. *Pemikiran Karl Marx: dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Smart, Barry. *Consumer Society: critical issues and Environmental Consequences*. London: Sage Publication Ltd 1, 2010
- Soedjatmiko, Haryanto. *Saya Berbelanja, maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008
- Wahyunto (Penterj.). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2013
- Zulfa, Elizabeth Misbah (Penterj.). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Al Atapunang, "Selibat dan Ingkar Diri: Dialektika Rahmat dan Kodrat" dalam Rohani no.4 April 1995, 165
- Elizabeth C. Hirschman, The Ideology of Consumption: A Structural-Syntactical Analysis of "Dallas" and "Dynasty" dalam Chicago Journal (Journal of Consumer Research Vol. 15, No. 3 December 1998: The University of Chicago Press
- Krispurwana Cahyadi, "Melepaskan Diri dari Pengaruh Rasa Lekat tak Teratur" dalam Rohani No. 4 April 1995
- Scott J. Vitell, Joseph G. P. Paolillo and Jatinder J. Singh, Religiosity and Consumer Ethics dalam Journal of Business Ethics, Vol. 57, No. 2 (Mar., 2005), hal. 175