

## BUDAYA KONSUMTIF PERSPEKTIF POSTMODERN JEAN BAUDRILLARD DALAM NOVEL *FILOSOFI KOPI* KARYA DEE LESTARI

**Winda Dwi Hudhana<sup>1</sup>**

Universitas Muhammadiyah Tangerang<sup>1</sup>  
Windhana89@gmail.com<sup>1</sup>

**Mulasih<sup>2</sup>**

Universitas Peradaban<sup>2</sup>  
mulasihtary@peradaban.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu, mendeskripsikan budaya konsumtif perspektif postmodern Jean Baudrillard dalam novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang digunakan dalam novel ini yaitu penggalan kata, kalimat dan ungkapan berkaitan dengan budaya konsumtif perspektif Jean Baudrillard pada novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Sumber data penelitian ini yaitu novel dengan judul *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari yang terbit di Gagas Media tahun 2006 dengan jumlah 134 halaman. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik dokumentasi Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan. Beberapa judul cerita pendek novel berjudul *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari yang mengandung budaya konsumtif yaitu *Filosofi Kopi*, *Surat yang Tak Pernah Sampai*, *Selagi Kau Lelap*, *Sikat Gigi*, dan *Sepotong Kue Kuning*. Hal-hal yang menjadi simbol budaya konsumen dalam cerita pendek tersebut antara lain Kopi, *coffe latte*, *cappuccino*, *espresso*, *russian coffe*, *irish coffe*, *macchiato*, *bush kettle*, importer mobil, artis cantik, *Ben's perfecto*, 50 juta, barista, café, bioskop, restoran, cardigan, sofa, ulang tahun, *fitness*, kotak music, telepon, BMW, dan kuliah di luar negeri.

Kata Kunci: Budaya Konsumtif, Jean Baudrillard, Novel

### A. PENDAHULUAN

Era modern telah memunculkan trend baru dalam masyarakat. Perkembangan teknologi telah mengubah cara hidup masyarakat dan pola pemikiran masyarakat dari segala aspek. Efektifitas, efisiensi, dan kecanggihan telah memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat di segala aspek kehidupan. Namun, dampak positif ini ternyata memberikan dampak negative yang cukup besar. Kecanggihan teknologi tidak dapat diterima oleh segala lapisan masyarakat, hanya masyarakat yang memiliki ketahanan yang mampu memanfaatkan dan menikmati kecanggihan teknologi. Sedangkan kaum yang sulit bertahan akan tergerus oleh teknologi. Hal tersebut kemudian memunculkan suatu kesenjangan social. Bagi kaum yang mampu bertahan

menjadi kaum borjuis, sehingga perkembangan teknologi memberikan kekayaan dan kemewahan. Sedangkan kaum yang tidak mampu bertahan menjadi kaum proletar yang tidak mampu untuk menikmati teknologi karena tidak mampu dalam hal finansial. Maka, kaum borjuis tersebut yang dapat menikmati dampak modernisasi, namun kaum proletar sulit untuk mengikuti modernisasi. Oleh karena itu terjadilah kesenjangan social dan kesenjangan status social di masyarakat. Hal ini yang mendasari protes-protes dari para filsuf, salah satunya yaitu Jean Baudrillard.

Jean Baudrillard, tokoh filsuf Perancis yang memberikan pemikirannya dalam berbagai bidang yaitu politik, sosiologi, kebudayaan dan sebagainya. Ia juga dikenal sebagai tokoh postmodern yang menentang modernisasi. Pemikirannya banyak yang dipengaruhi Karl Marx berkaitan dengan masyarakat konsumsi dengan merilis buku berjudul *The Consumer Society: Myths and Structures*. Perspektif Jean Baudrillard berkaitan dengan masyarakat konsumsi yaitu masyarakat tidak lagi mengkonsumsi suatu barang berdasarkan nilai kegunaan dan keberhargaan barang. Masyarakat mengkonsumsi barang sebagai sebuah simbol dan tanda tertentu yang merujuk pada kemewahan, kekayaan, status sosial dan sebagainya. Menurut Bakti, Nirzalin dan Alwi (2019) dampak dari modernisasi, masyarakat telah mengabaikan nilai guna suatu barang sebagai objek konsumsi. Masyarakat menjadikan objek konsumsi sebagai simbol eksistensi sosial dalam pergaulan di Masyarakat. Mereka menganggap bahwa komoditas suatu barang yang berdaya ekonomi tinggi dan mengandung nilai modernitas dapat lebih diterima di masyarakat.

Masyarakat postmodern berpendapat bahwa masyarakat yang hidup dalam dunia modernisasi merupakan masyarakat citraan konsumtif (Butler, 2002). Masyarakat tersebut membeli dan mengkonsumsi komoditas tidak lagi menganut nilai guna dan nilai kebutuhan, namun nilai kenikmatan, nilai status social, nilai kemewahan dan nilai kekayaan. Perspektif Baudrillard (1998) bahwa hakikat konsumsi dikaitkan dengan makna sistem sebagai sistem tukar tetapi sebagai moralitas, fungsi strata sosial, fenomena kolektif, mod, individualis, sistem tanda dari segi sosial, ekonomi dan politik. Budaya konsumtif menjadi salah satu wahana bagi masyarakat untuk menunjukkan eksistensi kemewahan, kekayaan dan kenikmatan. Budaya ini merupakan budaya baru yang dibentuk oleh modernisasi sebagai suatu realitas yang sulit dihindari (Mahyuddin, 2017).

Fenomena budaya konsumen digambarkan oleh Baudrillard terkait dengan taman hiburan, produk makanan cepat saji, mall, *restaurant*, *club*, *department store*, dan sebagainya. *Disneyland* sebagai contoh produk simulasi *hyperrealis* produk kapitalisme yang dapat menjebak masyarakat konsumtif (Sim, 2013). *Disneyland* sebagai wahana hiburan yang imajiner dapat membius masyarakat borjuis hingga proletar sebagai bentuk perilaku irasional masyarakat. Mereka rela memberikan uang berdolar-dolar dan antri berjam-jam hanya untuk kepuasan dan kenikmatan beberapa menit saja. Masyarakat terbius dan terlena dengan kenikmatan sementara, mereka tidak sadar bahwa mereka hanya memuaskan nafsu dan keinginan yang hanya bersifat semu (Ridwan, Masrul dan Juhaepa. 2018).

Salah satu novel yang menggambarkan budaya konsumen yaitu *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Di dalam novel ini diceritakan mengenai perjalanan seseorang dalam membangun bisnis kedai kopi. Simbol-simbol berkaitan dengan budaya konsumen sangat terlihat jelas dari para masyarakat yang antusias dalam menyambut minuman kopi dan rela membayar sejumlah uang demi segelas kopi. Oleh sebab itu, novel tersebut layak untuk dikaji menggunakan pendekatan postmodern. Tujuan penelitian ini yaitu, mendeskripsikan budaya konsumtif perspektif postmodern Jean Baudrillard dalam novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif untuk mendapatkan penggambaran berkaitan dengan budaya konsumtif perspektif Jean Baudrillard pada novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Metode ini dilakukan dengan menganalisis dan menemukan simbol-simbol postmodern yang berkembang di masyarakat yang digambarkan pada novel tersebut. Data yang digunakan dalam novel ini yaitu penggalan kata, kalimat dan ungkapan berkaitan dengan budaya konsumtif perspektif Jean Baudrillard pada novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Sumber data penelitian ini yaitu novel dengan judul *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari yang terbit di Gagas Media tahun 2006 dengan jumlah 134 halaman. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik dokumentasi dengan cara mencari data berkaitan dengan budaya konsumtif dalam buku novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan pembacaan secara intensif dan mencatat data berupa kutipan

berkaitan berkaitan dengan budaya konsumtif dalam buku novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan. Pada reduksi data, peneliti memilih data yang penting dalam buku novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari terkait dengan budaya konsumen. Tahap selanjutnya peneliti menyajikan data dengan mendeskripsikan data yang telah dipilih dengan argumentasi berkaitan dengan teori postmodernisme perspektif Jean Baudrillard. Tahap akhir peneliti melakukan penarikan simpulan dari data-data yang sudah dideskripsikan.

### C. HASIL PENELITIAN

Pada novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari, terdapat beberapa judul cerita pendek yaitu *Filosofi Kopi*, *Mencari Herman*, *Surat yang Tak Pernah Sampai*, *Salju Gurun*, *Kunci Hati*, *Selagi Kau Lelap*, *Sikat Gigi*, *Jembatan Zaman*, *Kuda Liar*, *Sepotong Kue Kuning*, *Diam*, *Cuaca*, *Lana Lara*, *Lilin Merah*, *Spasi*, *Cetak Biru*, *Buddha Bar* dan *Rico de Coro*. Beberapa judul tersebut yang mengandung budaya konsumtif yaitu *Filosofi Kopi*, *Surat yang Tak Pernah Sampai*, *Selagi Kau Lelap*, *Sikat Gigi*, dan *Sepotong Kue Kuning*

Pada cerpen yang berjudul *Filosofi Kopi* digambarkan seorang pemuda bernama Ben yang terobsesi dengan minuman kopi dan ia ingin membuka kedai kopi. Sebelum membuka kedai kopi, ia menjelajah dunia untuk mempelajari racikan kopi. Zaman modern, kopi menjadi sebuah gaya hidup dan simbol strata sosial. masyarakat kelas atas lebih suka mengisi waktu luang dengan duduk bersantai di kedai kopi yang sering disebut *café*.

Ben pergi berkeliling dunia, mencari koresponden di mana-mana demi mendapatkan kopi-kopi terbaik dari seluruh negeri (Lestari, 2006).

Kutipan di atas menggambarkan tokoh Ben yang berkeinginan untuk membuka kedai kopi, ia berkeliling mencari bahan-bahan dan resep racikan kopi terbaik di seluruh dunia. Bagi masyarakat kelas bawah, menikmati kopi hitam sudah menjadi rutinitas di pagi atau sore hari tanpa harus memikirkan kenikmatan, atau keberhargaan sebuah minuman kopi. Oleh karena, minuman kopi bagi perspektif mereka sebagai penambah stamina dan semangat bekerja.

Ben, dengan kemampuan berbahasa pas-pasan mengemis-ngemis agar bisa menyusup masuk dapur, menyelinap ke bar saji, mengorek-ngorek rahasia ramuan kopi barista-barista caliber kakap demi mengetahui takaran paling pas untuk

membuat *coffe latte*, *cappuccino*, *espresso*, *russian coffe*, *irish coffe*, *macchiato*, dan lain-lain (Lestari, 2006).

Berbeda dengan *caffe latte*, meski penampilannya cukup mirip. Untuk *cappuccino* dibutuhkan standar penampilan yang tinggi, Mereka tidak boleh kelihatan sembarangan, kalau bisa terlihat seindah mungkin (Lestari, 2006).

Namun, pada kutipan di atas menunjukkan bahwa kopi mengalami evolusi karena kopi mendapatkan penanganan khusus. Minuman kopi yang semula hanya diseduh menggunakan gula, namun diberikan tambahan seperti susu dan disajikan dengan teknik tertentu menjadikan kopi menjadi lebih memiliki nilai jual yang tinggi. Oleh karena itu, ketertarikan dan minat masyarakat dengan minuman kopi yang diberikan istilah asing misalnya *coffe latte*, *cappuccino*, *espresso*, *russian coffe*, *irish coffe*, *macchiato*, dan lain-lain dijadikan kopi sebagai simbol kekayaan, keberhargaan, gaya hidup dan glamor.

Sementara di pusat orbit sana, Ben mengoceh tanpa henti, kedua tangannya menari bersama mesin, deretan kaleng besar, kocokan, cangkir, gelas dan segala macam perkakas di meja panjang itu (Lestari, 2006).

Begitu juga dengan gelas, cangkir, *bush kettle*, poci, dan lain- lain (Lestari, 2006).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa teknik dalam meracik kopi dengan berbagai alat canggih dapat memberikan seduhan kopi yang berbeda sehingga kopi berdaya jual tinggi. Hal tersebut terjadi di era modern karena segala aspek kehidupan dilakukan menggunakan mesin yang canggih. Berbeda dengan zaman saat belum ditemukan mesin, pembuatan kopi dilakukan dengan alat sederhana misalnya penggunaan kompor arang untuk menyangrai kopi, menggunakan *alu* untuk menumbuk kopi, dan sebagainya.

Selanjutnya ia bercerita panjang lebar mengenai kesuksesan hidupnya sebagai pemilik perusahaan importer mobil, istrinya artis cantik yang sedang di puncak karier dan di usianya yang masih di bawah 40, dia udah menjadi salah satu pebisnis paling berpengaruh versi beberapa majalah ekonomi terkenal (Lestari, 2006).

Pada kutipan di atas digambarkan bahwa seseorang yang mendapatkan kesuksesan cenderung untuk bergaya hidup mewah. Tokoh yang digambarkan tersebut memiliki istri yang cantik dan seorang artis. Oleh karena, artis menyimbolkan personal yang hidup dengan glamor dan mewah.

Ben lanjut bercerita. Ia ditantang pria itu untuk membuat kopi dengan rasa sempurna mungkin. 'Kopi yang apabila diminum akan membuat kita menahan napas saking takjubnya, dan cuma bisa berkata:hidup ini sempurna'. Pria itu  
*Budaya Konsumtif Perspektif Posrmodern Jeans Baudrillard dalam Novel Filosofi Kopi Karya Dee Lestari*

menjelaskan dengan ekspresi kagum yang mendalam, kemungkinan besar sedang membayangkan dirinya sendiri. Dan, gongnya, ia menawarkan imbalan sebesar 50 juta. (Lestari, 2006)

Kutipan tersebut menggambarkan bahwa minuman kopi mengalami evolusi sebagai simbol kemakmuran bagi masyarakat kelas atas. Minuman kopi yang dihidangkan dengan campuran-campuran bahan makanan lain menghadirkan cita rasa berbeda. Oleh karena itu, tokoh di atas digambarkan sebagai orang kelas atas yang berani memberikan imbalan 50 juta rupiah untuk sebuah kopi dengan rasa yang sempurna.

Minuman itu menjadi menu favorit semua langganan sekaligus menjadi daya pikat yang menarik orang-orang baru untuk datang. Walau harganya lebih mahal dibandingkan minuman lain, kepuasan yang didapat dari *Ben's perfecto* memang tak bisa didapat di mana pun. (Lestari, 2006)

Pada kutipan di atas menunjukkan bahwa minuman kopi mendapatkan tempat istimewa di kalangan masyarakat kelas atas. Minuman kopi digunakan sebagai minuman yang mahal. Bagi masyarakat kelas atas, minuman kopi dengan merek *Ben's perfecto* memiliki kebermaknaan dan kepuasan tersendiri.

“Jangan begitu. Kapan lagi aku cuma tahu menyeduh kopi *sachet* ini nekat membikinkan kopi segar untuk seorang *barista*?” Kelakarku (Lestari, 2006)

Profesi barista merupakan profesi yang sedang menjadi trend dengan hadirnya kedai kopi di Indonesia. Awalnya profesi barista berada di bar dan *club* malam, namun lama kelamaan seiring banyak berdirinya *café* membuat profesi barista semakin menjamur. Pada kutipan tersebut, profesi barista digambarkan sebagai profesi yang bekerja di bidang meracik kopi di *café* atau kedai kopi.

Pada cerita pendek berjudul *Surat yang tak Pernah Sampai* karya Dee Lestari menggambarkan simbol budaya konsumsi yaitu bioskop dan restoran. Pada kutipan berikut, dijelaskan bahwa tokoh menonton film dan menyantap hidangan di restoran. Pada zaman modern, menonton film di bioskop menjadi sebuah hobi masyarakat modern. Bioskop sebagai tempat hiburan yang menyajikan tontonan dengan membayar sejumlah uang. Sedangkan restoran menjadi tempat makan masyarakat kaum menengah ke atas. Mereka menjajakan sejumlah uang untuk membeli makanan yang terkadang harganya cukup mahal. Harga yang diterapkan oleh pihak restoran biasanya bukan hanya harga makanan, namun jasa penyajian, jasa penyediaan tempat, dan jasa untuk pelayanan.

Akan kamu kirimkan lagi tiket bioskop, bon restoran, semua tulisannya—dari mulai nota sebaris sampai doa berbait-bait (Lestari, 2006)

Sedangkan pada cerita pendek berjudul *Selagi Kau Terlelap* menggambarkan budaya konsumen pada kata piknik, dan mandi susu. Kutipan berikut terdapat kata piknik yang melambangkan kesenangan. Masyarakat kelas menengah ke atas seringkali berpiknik untuk menghilangkan rasa lelah setelah bekerja dalam seminggu. Mereka menghabiskan waktu bersama keluarga untuk bersenang-senang. Kegiatan piknik terkadang membutuhkan dana yang cukup mahal karena terkadang banyak hal-hal yang ingin dilakukan yang membutuhkan biaya misalnya menaiki wahana bermain, dan banyak komoditas yang ingin dikonsumsi misalnya makan di restoran. Sedangkan mandi susu, biasanya dilakukan oleh bangsawan zaman dahulu untuk merawat kulit agar sehat dan cantik. Susu menjadi barang mewah dan biasanya untuk dikonsumsi sebagai minuman yang menyehatkan.

Mari kita piknik, mandi susu, potong tumpeng, main pasir, adu jangkrik, balap karung, melipat kertas, naik getek, tarik tambang ... (Lestari, 2006).

Cerita pendek berjudul *Sikat Gigi* karya Dee Lestari mengungkapkan beberapa budaya konsumen yaitu *cardigan*, sofa, dan ulang tahun. Berikut ini penjelasan mengenai simbol budaya konsumen.

Mendengarnya, Egi yang hanya memakai *cardigan* tipis menjadi sadar akan dinginnya cuaca (Lestari, 2006).

Pada kutipan tersebut, terdapat kata *cardigan* merupakan sebuah *fashion* di era modern. *Fashion* menjadi salah satu simbol budaya konsumen masyarakat kelas borjuis sebagai simbol kemewahan dan glamor. Banyak sekali muncul jenis-jenis pakaian yang digunakan oleh kelas borjuis dalam menunjukkan kemewahan dan glamor. Selain itu, muncul brand-brand terkenal dunia yang mematok harga fantastis misalnya *Louis Vuitton*, *Hermes*, *Chanel* dan sebagainya.

Akupun kembali membaca dengan kaki berselonjor di sofa panjang (Lestari, 2006).

Kutipan tersebut mengungkapkan bahwa simbol budaya konsumen pada kata sofa yang banyak digunakan di rumah mewah kaum borjuis. Sofa-sofa mahal dibeli oleh para kaum borjuis sebagai simbol kemewahan karena sofa berbeda dengan jenis *furniture* lain. Sofa memiliki sebuah estetika dan kenyamanan sehingga sofa dijual dengan sangat mahal.

Ulang tahunnya yang ke-27, setelah bersenang-senang bersama serombongan teman, kini kami kembali berdua (Lestari, 2006)

Pada kutipan tersebut diungkapkan mengenai ulang tahun yang digunakan sebagai tradisi masyarakat borjuis. Ulang tahun merupakan sebagai pesta untuk merayakan hari lahir. Kaum borjuis gemar melakukan pesta dengan menunjukkan kemewahan dan kehidupan hedonis sehingga mereka dapat mengungkapkan strata sosialnya.

Pada cerita pendek *Sepotong Kue Kuning* karya Dee Lestari terdapat beberapa simbol budaya konsumen yaitu *fitness*, kotak music *fun elise*, telephone, BMW, dan kuliah di luar negeri. Penjelasan mengenai simbol-simbol budaya konsumen sebagai berikut.

Dada bidang itu masih berotot sekalipun katanya sudah lebih dari dua tahun tidak pernah *fitness* (Lestari, 2006).

Kutipan di atas terdapat ungkapan *fitness* yang menggambarkan budaya konsumen di era modern. Kegiatan *fitness* secara hakikat merupakan kegiatan berolahraga menggunakan alat-alat modern. Pada era modern, para lelaki terobsesi untuk memiliki badan yang bagus dan atletis. Oleh karena itu, tidak jarang mereka pergi ke tempat *fitness* untuk membentuk otot seperti binaraga.

Indi sudah hafal apa artinya, yakni: sabarlah menunggu ditemani hantu Beethoven yang terperangkap dalam kotak musik *Fun Elise* (Lestari, 2006)

Di era modern, musik menjadi salah satu hiburan sehingga tidak heran perkembangan musik sangat pesat. Pada kutipan tersebut menunjukkan bahwa musik menjadi sebuah ungkapan karena masyarakat modern sangat akrab dengan musik. Bahkan musik diabadikan melalui kotak musik, kaset, CD, VCD, dan piranti musik lainnya.

Tidak satu kali pun dari empat momen itu Indi punya kesempatan luks untuk ringan mengangkat telepon dan mengadu sakit (Lestari, 2006).

Telpon ditemukan di era modern sebagai alat komunikasi jarak jauh. Saat ini telepon menjadi alat komunikasi yang berkembang pesat dan sangat canggih. Kutipan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan telepon sebagai salah satu barang konsumtif. Oleh karena, telepon digunakan untuk menghubungi orang yang sedang berada ditempat yang jauh. Sebenarnya kita dapat meminta tolong kepada orang terdekat.

Lana kenal banyak BMW bermesin bajaj, dan semua itu habis ia hina-hina. Untuk benar-benar bersanding sebagai pacar Lana, seseorang harus jadi mobil mewah Eropa luar dalam. Lana yang unik dan glamor (Lestari, 2006).

*Budaya Konsumtif Perspektif Posrmodern Jeans Baudrillard dalam Novel Filosofi Kopi Karya Dee Lestari*



Mobil juga ditemukan di era modern setelah ditemukan mesin-mesin. Mobil mengalami perkembangan yang sangat pesat seperti telepon. Kutipan tersebut menunjukkan bahwa mobil BMW dijadikan simbol masyarakat borjuis. Mobil BMW dengan kemewahannya dapat menggambarkan kehidupan kaum borjuis yang berjelimang harta.

Lana kuliah di USC yang mengharuskannya tinggal di Los Angeles (Lestari, 2006).

Lana tidak menyelesaikan kuliahnya di USC, dan itu tidak masalah. Bisnis keluarganya terlalu banyak untuk menunggu sebuah gelar kesarjanaaan (Lestari, 2006).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa kaum borjuis menunjukkan budaya konsumtif tidak hanya dalam hal komoditas, hal pendidikan juga digunakan sebagai simbol masyarakat borjuis. Kaum borjuis yang menuntut ilmu di luar negeri akan lebih terpendang dan akan lebih disegani.

#### **D. SIMPULAN**

Kemudahan di era modern membuat masyarakat terbagi menjadi beberapa kaum yaitu kaum borjuis, kaum egoistis, kaum materialistis dan sebagainya. Kaum tersebut lebih banyak merengangkan jarak sosial dengan kaum proletar. Kesenjangan tersebut menjadikan seorang filsuf yaitu Jean Baudrillard mencurahkan pemikirannya melalui bukunya *The Consumer Society: Myths and Structures*. Ia mengkritik segala hal berkaitan dengan budaya konsumsi yang merebak dikalangan borjuis. Oleh karena itu, dalam novel berjudul *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari menggambarkan budaya-budaya konsumsi yang dimaksud oleh Jean Baudrillard. Beberapa judul cerita pendek novel berjudul *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari yang mengandung budaya konsumtif yaitu *Filosofi Kopi*, *Surat yang Tak Pernah Sampai*, *Selagi Kau Lelap*, *Sikat Gigi*, dan *Seotong Kue Kuning*. Hal-hal yang menjadi simbol budaya konsumen dalam cerita pendek tersebut antara lain Kopi, *coffe latte*, *cappuccino*, *espresso*, *russian coffe*, *irish coffe*, *macchiato*, *bush kettle*, importer mobil, artis cantik, *Ben's perfecto*, 50 juta, barista, café, bioskop, restoran, cardigan, sofa, ulang tahun, *fitness*, kotak musik, telepon, BMW, dan kuliah di luar negeri.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE Publications.

- Bakti, I. S., Nirzalin dan Alwi. (2019). *Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard*. Jurnal Sosiologi USK. Vol 13 No 2 Hal 146-165
- Butler, C. (2002). *Postmodernism: A Very Short Introduction*. New York. Oxford University Press
- Lestari, D. (2006). *Filosofi Kopi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Mahyuddin. (2017). *Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer*. Jurnal Kajian Islam Interdisipliner. Vol 2 No 2 Hal 117-135
- Ridwan, H., Masrul dan Juhaepa. (2018). *Komunikasi Digital pada Perubahan budaya Masyarakat E-commerce dalam Pendekatan Jean Baudrillard*. Jurnal Riset Komunikasi. Vol 1 No 1 Hal 99-108
- Sim, S. (2013). *Fifty Key Postmodern Thinkers*. Canada: Routledge