

1-25-2017

Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen Human Enhancement Technology: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada Pemuda

Sony Matin Abdussalam
Yayasan Nurani Dunia, sonymatina@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/mjs>



Part of the [Critical and Cultural Studies Commons](#), [Development Studies Commons](#), [Gender, Race, Sexuality, and Ethnicity in Communication Commons](#), [Human Geography Commons](#), [International and Area Studies Commons](#), [Nature and Society Relations Commons](#), [Organizational Communication Commons](#), and the [Sociology Commons](#)

Recommended Citation

Abdussalam, Sony Matin (2017) "Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen Human Enhancement Technology: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada Pemuda," *Masyarakat, Jurnal Sosiologi*: Vol. 22: No. 1, Article 6.

DOI: 10.7454/MJS.v22i1.1086

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/mjs/vol22/iss1/6>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Social and Political Sciences at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Masyarakat, Jurnal Sosiologi by an authorized editor of UI Scholars Hub.



Artikel

ISSN : 0852-8489

e- ISSN : 2460-8165

Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen *Human Enhancement Technology*: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada Pemuda

Penulis: Sony Matin Abdussalam

Dipublikasikan oleh: *LabSosio*, Pusat Kajian Sosiologi FISIP-UI

Diterima: Januari 2017; Disetujui: Juli 2017

MASYARAKAT, Jurnal Sosiologi, diterbitkan oleh *LabSosio*, Pusat Kajian Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Indonesia. Jurnal ini menjadi media informasi dan komunikasi dalam rangka pengembangan sosiologi di Indonesia. Redaksi MASYARAKAT mengundang para sosiolog, peminat sosiologi dan para mahasiswa untuk berdiskusi dan menulis secara bebas dan kreatif demi pengembangan sosiologi di Indonesia. Untuk kriteria dan panduan penulisan artikel maupun resensi buku, silahkan kunjungi tautan berikut: www.journal.ui.ac.id/mjs

Untuk mengutip artikel ini (ASA Style):

Abdussalam, Sony Matin. 2017. "Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen *Human Enhancement Technology*: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada Pemuda." *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi* 22(1):105-131.

SK Dirjen Dikti Akreditasi Jurnal No. 80/DIKTI/Kep/2012



Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen *Human Enhancement Technology*: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada Pemuda

Sony Marin Abdussalam

Yayasan Nurani Dunia
Email: sonymatina@gmail.com

Abstrak

Saat ini, inovasi teknologi dan sains telah mencapai tahap modifikasi dan peningkatan kapasitas tubuh manusia, mulai dari alat-alat prostetik, implan, operasi plastik, obat-obatan, nanoteknologi, hingga rekayasa genetika. Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa intervensi teknologi ini telah menciptakan budaya konsumen produk dan jasa modifikasi tubuh, salah satunya terhadap obat non-terapeutik. Namun dalam studi-studi mengenai produk dan jasa modifikasi tubuh, pembahasan mengenai kebebasan morfologis tidak dijelaskan lebih jauh dengan menggunakan perspektif budaya konsumen. Kebebasan morfologis adalah hak suatu individu untuk memodifikasi atau menolak modifikasi atas tubuh yang salah satunya diwujudkan melalui konsumsi human enhancement technology (HET). Oleh karena itu, studi ini mengkaji kebebasan morfologis dalam budaya konsumen obat non-terapeutik dengan menggunakan salah satu perspektif budaya konsumen, yaitu 'imajinasi, kesenangan, dan kepuasan konsumsi'. Dengan berpijak pada hasil studi kasus terhadap 9 (sembilan) orang pemuda berusia 16-30 tahun, tulisan ini melahirkan beberapa argumen. Pertama, kebebasan morfologis bermula dari suatu kondisi yang disebut sebagai kesadaran morfologis. Kedua, pada konteks masyarakat konsumen Indonesia, kebebasan morfologis dijustifikasi oleh norma dan nilai agama yang dianut oleh individu. Ketiga, kebebasan morfologis mendorong pembentukan budaya konsumen obat non-terapeutik yang termanifestasi dalam suatu gaya hidup.

Abstract

Nowadays, technological innovations and sciences have reached the stage of modification and improvement of the capacity of the human body. This technology varies from prosthetic devices, implants, plastic surgery, drugs, genetic engineering, nanotechnology, and others. Several previous studies have shown that the advancement of this technological intervention has created a consumer culture of human enhancement products and services, for instance, non-therapeutic drugs. However, previous discussions about human enhancement products and services failed to provide further explanation on morphological freedom from the perspective of consumer culture. Morphological freedom is an individual right to modify or otherwise, refuse to modify one's physical form that manifested in the use of human enhancement technology (HET). Provided the circumstances, this study aimed to discuss morphological freedom in the consumption of non-therapeutic drugs from one perspective of consumer culture framework, which is 'imagination, joy, and satisfaction from consumption'. This study which used case study method on 9 people ranging from 16 to 30 years of age has generated three arguments. First, morphological freedom emerges after a condition called morphological consciousness. Second, in the context of Indonesian consumer society, morphological freedom is justified by individual religious norms and values. Third, morphological freedom produces a consumer culture of non-therapeutic drugs that manifested in a form of lifestyle.

Keywords: morphological freedom; consumer culture; non-therapeutic drugs; human enhancement technology; lifestyle

PENDAHULUAN

Kebebasan morfologis berperan dalam pembentukan budaya konsumen produk dan jasa modifikasi tubuh, khususnya obat nonterapeutik.¹ Kebebasan morfologis didefinisikan sebagai hak seorang individu untuk mengelola, memodifikasi, atau menolak pemodifikasian tubuh atas keinginannya sendiri, melalui penggunaan obat modifikasi atau remedi (Carrico 2006). Sementara itu, Hopkins (2008) mengartikan kebebasan morfologis sebagai sebuah nilai dan pemaknaan yang rasional untuk mengejar kepuasan dari suatu kepentingan. Pendapat Hopkins beriringan dengan pernyataan bahwa individualitas dan tindakan rasional individu dapat membentuk suatu gaya hidup dan budaya konsumen (Featherstone 2005; Alfitri 2007). Kebebasan morfologis yang muncul dari individualitas dan rasionalitas individu dapat membentuk budaya konsumen, terutama pada produk dan jasa modifikasi tubuh. Hal ini disebabkan tersebut komoditas tidak hanya dikonsumsi berdasarkan kegunaannya saja, namun juga dikonsumsi berdasarkan makna simboliknya (Featherstone 2005) serta sebagai bentuk aktualisasi manusia (Coenen et. al 2009).

Pernyataan-pernyataan tersebut didukung oleh kondisi perkembangan inovasi teknologi dan sains dalam bidang medis yang telah mencapai tahap manusia mampu memodifikasi dan meningkatkan kapasitas tubuhnya, salah satunya melalui obat-obatan. Fukuyama (2002) menjelaskan bahwa keberadaan intervensi teknologi medis mengakibatkan terjadinya komersialisasi terhadap kegiatan yang berhubungan dengan modifikasi tubuh, yang kemudian menciptakan budaya konsumen terhadap produk dan jasa modifikasi tubuh di dalam masyarakat (Miah 2013). Berdasarkan data yang dipaparkan

¹Obat merupakan salah satu jenis dari *Human Enhancement Technology* (HET). Secara umum, definisi mengenai HET adalah inovasi teknologi dan sains yang bertujuan untuk memodifikasi dan meningkatkan kapasitas tubuh manusia. Teknologi ini bervariasi dari alat-alat prostetik, implan, operasi plastik, obat-obatan, rekayasa genetika, hingga nanoteknologi (Miller dan Wilsdon 2006; Bostrom dan Roeche 2008; Coenen et al. 2009). Beberapa studi menyatakan bahwa obat dapat dikategorikan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu obat terapeutik dan obat nonterapeutik. Obat terapeutik ditujukan untuk menyembuhkan seseorang dari penyakit, sedangkan obat non-terapeutik ditujukan untuk meningkatkan kapasitas kognitif, biologis, dan psikologis seseorang (Bostrom dan Roeche 2008; Coenen et al. 2009). Obat nonterapeutik muncul akibat adanya perkembangan teknologi medis dan kesehatan global, ditambah dengan merebaknya biomedikalisasi di seluruh penjuru dunia (Clarke et al. 2003; Conrad 2004).

International Pharmaceutical Manufacturers Group (IPMG), jumlah biaya konsumsi obat di Indonesia menyentuh angka Rp50 triliun pada tahun 2013. Sekitar 75% dari angka tersebut dihasilkan oleh industri farmasi generik, sedangkan 25% sisanya dihasilkan oleh obat inovatif internasional. Selang dua tahun setelahnya, biaya konsumsi obat tersebut mengalami peningkatan menjadi sekitar Rp55 triliun (IPMG 2016) seiring dengan diterapkannya fasilitas BPJS Kesehatan (Saputro 2012), program Jaminan Kesehatan Nasional (IPMG 2016), dan Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2014 yang meningkatkan batas investasi milik asing dari 75% menjadi 85%.

Peningkatan angka biaya konsumsi obat-obatan ini dapat dijelaskan oleh dua perspektif, yaitu sosiologi kesehatan dan sosiologi budaya. Perspektif sosiologi kesehatan menjelaskan budaya konsumen obat-obatan terjadi karena beberapa faktor, yaitu medikalisasi, farmasitikalisasi, dan biomedikalisasi. Keberadaan medikalisasi dan farmasitikalisasi telah mengubah institusi kesehatan menjadi sebuah pasar medis (Zola 1972; Conrad dan Schneider 1992; Barsky dan Borus 1995; Riska 2003; Doran dan Hague 2014). Perubahan tersebut yakni pergeseran paradigma industri obat dan medis dari orientasi terhadap produk menjadi orientasi terhadap konsumen.

Dalam industri farmasi, industri obat terbagi menjadi industri obat yang menyesuaikan dengan resep dokter dan yang mendistribusikan langsung kepada konsumen (Stieb 1966; Barkan 2000). Industri jenis kedua menyebabkan konsumen dapat membeli obat-obatan yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa memerlukan rekomendasi dari dokter. Pemerintah Indonesia mendukung aktivitas tersebut dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2014 yang mewajibkan adanya perubahan paradigma pelayanan kefarmasian dari yang sebelumnya berorientasi kepada produk (*drug oriented*) menjadi paradigma yang berorientasi kepada pasien (*patient oriented*). Studi lain beranggapan bahwa masyarakat telah memasuki era biomedikalisasi, yakni medikalisasi yang berkembang karena kemajuan teknologi, yang meningkatkan praktik penggunaan obat-obatan biotekno-saintifik di masyarakat. Jika proses medikalisasi bertujuan untuk memberikan penjelasan medis dan penyembuhan terhadap suatu kondisi tubuh yang diasosiasikan dengan penyakit, biomedikalisasi bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dan mengkomodifikasinya lebih jauh lagi (Clarke et al. 2003).

Pembentukan budaya konsumen terhadap obat-obatan juga dijelaskan oleh perspektif sosiologi budaya. Studi-studi yang dilakukan dari perspektif sosiologi budaya memaparkan adanya faktor-faktor pembentuk budaya konsumen kontemporer, yaitu sirkulasi komoditas dari benda-benda yang diproduksi; perubahan dalam sistem produksi dan konsumsi, otonomi praktik-praktik konsumsi dan produksi, serta pertumbuhan kewenangan konsumen, dan kepentingan khusus yang diberikan kepada konsumsi atau pemanfaatan komoditas (Lury 1998). Bourdieu menyatakan bahwa konsumsi terhadap barang menghasilkan sebuah modal kultural yang berfungsi sebagai pembeda suatu individu dengan individu lainnya (Bourdieu dalam Miah 2013:7). Pernyataan Bourdieu mengenai konsumsi dan modal kultural ini kemudian disempurnakan oleh Miah (2013) menjadi modal biokultural sebagai salah satu penyebab perilaku konsumsi modifikasi tubuh yang muncul ketika individu berusaha menemukan makna yang mereka cari melalui proses modifikasi tubuhnya sendiri. Prinsip modal biokultural ini bertentangan dengan prinsip biomedikalisasi. Modal biokultural adalah pemaknaan yang dilakukan oleh individu secara personal, sedangkan biomedikalisasi adalah pemaknaan yang dikonstruksi oleh faktor diluar individu tersebut (Miah 2013).

Berbeda dengan studi-studi dari perspektif sosiologi kesehatan dalam pembentukan budaya konsumen nonterapeutik yang menekankan pada pembahasan konstruksi dari industri obat dan medis terhadap individu, tulisan ini melihat pembentukan budaya konsumen dari sudut pandang individu. Oleh karena itu, tulisan ini menggunakan perspektif dari sosiologi budaya untuk melihat peran individu dalam menentukan tindakan konsumsinya dan mengonstruksikan makna konsumsinya kepada masyarakat. Meskipun studi-studi sebelumnya dari perspektif sosiologi budaya telah memaparkan kebebasan morfologis di dalam konsumsi produk dan jasa HET, tetapi studi-studi tersebut tidak menjelaskan bagaimana kebebasan morfologis berproses dalam pembentukan budaya konsumen.

Tulisan ini menekankan bahwa kebebasan morfologis berperan di dalam pembentukan budaya konsumen produk dan jasa modifikasi tubuh, khususnya obat nonterapeutik. Kebebasan morfologis bermula dari suatu kondisi yang disebut sebagai kesadaran morfologis, yakni ketika individu merasa memiliki kewenangan atas bentuk tubuh dan cara memperlakukan tubuhnya sendiri. Pada saat yang sama, ketika norma dan nilai agama yang dianut individu, khususnya dalam konteks

masyarakat konsumen Indonesia, menawarkan berbagai pilihan untuk menjustifikasi kebebasan morfologis individu, agama direkonstruksi dan disesuaikan sehingga membaaur dengan mekanisme budaya konsumen. Selain itu, dilihat dari perspektif imajinasi, kesenangan, dan kepuasan konsumsi, kebebasan morfologis merupakan faktor pendorong dalam membentuk budaya konsumen obat nonterapeutik. Kebebasan morfologis termanifestasi dalam suatu gaya hidup yang memberikan identitas pada individu dan meningkatkan modal biokultural individu. Kebebasan morfologis dalam konteks budaya konsumen obat non terapeutik ini digunakan individu sebagai alat untuk mengekspresikan dan mengkonstruksi pemaknaannya mengenai standar kecantikan, kesehatan, dan bentuk tubuh yang ideal kepada masyarakat di sekitarnya.

METODE PENELITIAN

Artikel ini ditulis berdasarkan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengedepankan proses penggalan data dan pemaknaan secara mendalam terhadap individu, khususnya pemuda, atas kebebasan morfologisnya di dalam budaya konsumen obat nonterapeutik. Secara sosial, pemuda² didefinisikan sebagai individu yang membentuk masyarakat modern (Melucci 1996) dan memberikan perspektif yang lebih luas dari perubahan sosial dan kultural (Pedrozo 2013) karena pengalaman unik yang dialaminya (Jones 1988). Mereka adalah seseorang yang dapat menjadi apapun sesuai hasratnya (Melucci 1996), yang dapat dipengaruhi oleh teman sebaya, gaya hidup, gender, dan budaya (Thomas 2003).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap pemuda berusia antara 16-30 tahun yang pernah mengonsumsi obat-obatan non-terapeutik selama minimal 6 (enam) bulan. Standar minimal tersebut untuk mengetahui perubahan yang dialami informan antara sebelum dan sesudah mengonsumsi obat tersebut. Penulis menyederhanakan variasi obat-obatan non-terapeutik ini menjadi tiga jenis, yaitu obat pemutih warna kulit, obat pelangsing tubuh,

²Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2009 mengenai kepemudaan. Pemuda didefinisikan sebagai warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16-30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Undang-Undang ini hanya mendefinisikan pemuda secara biologis.

dan obat penambah massa otot dengan argumen bahwa obat-obatan tersebut telah banyak beredar di masyarakat dan sering dipromosikan melalui media massa (televisi, radio, koran) dan media sosial.

KEBEBASAN MORFOLOGIS DAN BUDAYA KONSUMEN OBAT NON-TERAPEUTIK

Kebebasan morfologis awalnya didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengubah bentuk tubuh melalui HET, misalnya operasi, rekayasa genetika, nanoteknologi, atau mengunggah pikiran ke dalam komputer (More 1993; Bostrom dkk. 1999; Bostrom 2005). Definisi tersebut kemudian berkembang menjadi hak dan kebebasan individu memilih untuk memodifikasi atau menolak pemodifikasian tubuhnya (Vita-More 2008:23). Sementara pada definisi lain, kebebasan morfologis adalah hak seorang manusia untuk mengelola, memodifikasi, atau menolak modifikasi tubuh atas keinginannya sendiri, melalui penggunaan obat modifikasi atau remedi (Carrico 2006). Dengan kata lain, kebebasan morfologis merupakan kebebasan individu untuk mengelola, memodifikasi, atau menolak modifikasi tubuhnya atas dasar keinginannya sendiri, untuk meningkatkan kapabilitas tubuhnya melalui penggunaan HET.

Menurut Hopkins (2008), kebebasan morfologis ini dapat dilihat melalui beberapa pendekatan utama. Pendekatan pertama adalah kebebasan morfologis sebagai hak yang berbasis konformitas terhadap kodrat manusia. Keinginan manusia untuk mengubah dan meningkatkan kemampuannya merupakan aspek fundamental yang menjadi kodrat seorang manusia. Kedua, kebebasan morfologis sebagai hak yang berbasis kepentingan tertentu. Kepentingan ini meliputi aspek preservasi hidup, kesehatan, integritas tubuh, pertemanan, agama, estetika, dan keingintahuan terhadap ilmu pengetahuan. Ketiga, kebebasan morfologis sebagai hak yang berbasis otonomi individu. Pendekatan yang terakhir ini menekankan pada otonomi, yakni seseorang diizinkan melakukan apapun yang ia inginkan selama tidak ada pihak lain yang dirugikan. Ketiga pendekatan itu dapat digunakan untuk melihat bagaimana cara individu memaknai kebebasan morfologisnya. Hopkins mengklaim bahwa kebebasan morfologis adalah suatu nilai dan pemaknaan yang rasional untuk mengejar kepuasan dari suatu kepentingan tertentu (Hopkins 2008).

Konsep hak atas tubuh yang serupa dengan konsep kebebasan morfologis telah dijabarkan oleh Christianto (2011:27). Ia membagi konsep hak atas tubuh ke dalam tiga jenis, yaitu hak atas tubuh sebagai kepemilikan, hak atas tubuh sebagai penguasaan, dan hak atas tubuh dalam konsep moralitas. Hak atas tubuh sebagai kepemilikandidefinisikan sebagai pemilik tubuh dapat melakukan apapun pada tubuhnya baik secara kesatuan, maupun sebagian, karena tubuhnya dianggap sebagai kekayaan yang dimilikinya. Sementara itu, hak atas tubuh sebagai penguasaanyakni pemilik tubuh memiliki penguasaan atas tubuhnya, namun tidak diperbolehkan untuk menjual anggota tubuhnya. Penguasaan ini mempunyai batasannya, yaitu nilai-nilai moralitas (kesehatan) yang bertujuan untuk mengarahkan individu agar tidak melakukan sesuatu yang dapat menyakiti tubuhnya sendiri. Adapun hak atas tubuh dalam konsep moralitas menekankan pada eksistensi manusia dan tubuhnya sebagai suatu individu yang mempunyai moral, etika, kesusilaan, dan menghargai dirinya sebagai ciptaan Tuhan.

Kebebasan morfologis merupakan sintesis antara pemikiran hak atas tubuh sebagai penguasaan dengan hak atas tubuh dalam konsep moralitas. Pada satu sisi, kebebasan morfologis yang menjunjung kewenangan penuh individu dalam memperlakukan tubuhnya bersinggungan dengan konsep hak atas tubuh sebagai penguasaan. Akan tetapi, di sisi lain, kebebasan morfologis bersinggungan juga dengan konsep hak atas tubuh dalam konsep moralitas karena kebebasan morfologis mempunyai batasan-batasannya (lihat Hopkins 2008), terutama etika yang sebagian besar berasal dariagama sebagai institusi yang paling universal dan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap, nilai, dan perilaku individu (Mokhlis 2009), termasuk ketika konsumsi dan pilihan konsumsi individu (Delener 1994; Essoo dan Dibb 2004; Mokhlis 2009). Dengan merujuk pada definisi sebelumnya, kebebasan morfologis individu akan terbatas seiring dengan pembatasan preferensi individu dalam konsumsi produk dan jasa HET berdasarkan agama yang dianutnya.

Menurut Bourdieu (dalam Featherstone 2005:85), budaya konsumen harus dipahami melalui proses dan dinamika strukturasi yang terjadi dalam berbagai ranah sosial, serta cara mereka berproses dalam ranah sosial tersebut. Ranah sosial ini digambarkan sebagai sistem yang setiap elemen di dalamnya (agen, kelompok, atau praktik) menerima nilai-nilai tertentu dari hubungannya terhadap budaya konsumen, salah satunya

adalah agama. Di satu sisi, budaya konsumen dapat bersifat destruktif terhadap agama karena menekankan hedonisme, pengejaran kepuasan, penerapan gaya hidup yang ekspresif, dan pengembangan karakter narsistik dan egoistik. Disisi lain, agama dan budaya konsumen justru mempunyai hubungan mutualisme yang mampu mendukung elemen satu dengan yang lainnya (Featherstone 2005:111). Dalam masyarakat konsumen, agama tidak lagi bersifat konvensional dengan dogma dan ayat mentah yang berasal dari kitab, namun direkonstruksi dan disesuaikan dengan mekanisme budaya konsumen (Pink 2009). Hal ini sejalan dengan pendapat Minkler dan Cosgel (2004), yakni terdapat norma agama yang membatasi dan memengaruhi tindakan konsumsi seseorang yang disebut dengan norma konsumsi religius.³

Setiap individu mempunyai pemaknaannya tersendiri mengonsumsi barang dan berusaha mengonstruksi makna tersebut kepada orang lain (Douglas dan Isherwood 1979). Pemaknaan ini dijelaskan lebih lanjut oleh Miah (2013), yaitu konsumsi adalah tindakan individu untuk menciptakan identitas dan rasa kepemilikannya melalui pengonsumsi komoditas tertentu. Oleh karena itu, Miah (2013:8) menganggap bahwa analisis konsumsi mengenai modifikasi tubuh harus disesuaikan dengan kondisi sosial dan lingkungan individu, karena selera individu terhadap bentuk modifikasi tubuhnya dipengaruhi oleh kondisi sosial dan lingkungannya. Lebih jauh menurut Minkler dan Cosgel (2004) dalam melakukan suatu tindakan konsumsi, individu tidak boleh hanya mengutamakan preferensi personal saja, namun individu juga harus mempertimbangkan norma religius yang relevan dan persepsi dari individu lainnya.

Bagaimana proses kebebasan morfologis membentuk suatu budaya konsumen dapat dijelaskan oleh tiga perspektif budaya konsumen, yaitu: 1) produksi dari konsumsi; 2) mode dari konsumsi; dan 3) imajinasi, kesenangan, dan kepuasan konsumsi (Featherstone 2005:14). Walaupun demikian, artikel ini fokus pada perspektif yang ketiga karena perspektif tersebut menekankan pada peran individu yang memengaruhi simbolisasi dan pemaknaan dari konsumsi suatu produk.

³Norma konsumsi religius dapat digunakan seseorang untuk mengekspresikan komitmennya terhadap agama. Pada satu sisi, norma konsumsi religius ini membatasi pilihan individu dalam mengonsumsi produk atau gagasan, namun di sisi lain, norma konsumsi religius ini dapat memunculkan pemaknaan atau interpretasi individu dalam konsumsi tersebut (Minkler dan Cosgel 2004)

Kebebasan morfologis sebagai bentuk individualitas dan rasionalitas individu dapat berperan dalam membentuk budaya konsumen. Kebebasan morfologis adalah salah satu bentuk gaya hidup karena mengusung ekspresi individu dan otonomi atas tubuh. Featherstone (2005:83) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan individualitas, ekspresi diri, dan kesadaran diri yang stilistik, dan salah satu indikator dari hal-hal tersebut adalah tubuh individu.

Featherstone (2005:85) menyatakan bahwa dalam pembentukan sebuah gaya hidup, pengetahuan adalah syarat yang penting, pengetahuan terhadap barang baru, nilai sosial dan kulturalnya, dan bagaimana cara menggunakannya secara tepat. Untuk dapat menciptakan sebuah gaya hidup, individu memerlukan pengetahuan dan pemaknaan terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Dengan kata lain, untuk memahami suatu gaya hidup dalam budaya konsumen, praktik dan pemilihan konsumsi tidak hanya bisa diukur dari konsep pertukaran nilai dan kalkulasi rasional saja, namun di dalamnya juga terdapat estetisasi dari fungsi instrumental yang dilakukan melalui promosi gaya hidup tersebut.

KEBEBASAN MORFOLOGIS: ANTARA KESADARAN MORFOLOGIS DENGAN NORMADAN NILAI AGAMA

Jauh sebelum mengonsumsi obat nonterapeutik, individu merasa memiliki kewenangan dalam memperlakukan tubuhnya sendiri. Perasaan tersebut kemudian menyokong motivasi mereka untuk mengubah kondisi tubuhnya sesuai keinginannya. Argumentasi tersebut dibangun berdasarkan penuturan para informan mengenai awal mula mereka mengonsumsi obat nonterapeutik. Mereka mengatakan bahwa sebelum mereka mulai mengonsumsi obat nonterapeutik, mereka merasa telah cukup dewasa untuk mengambil keputusan dan bertanggung jawab terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan tubuhnya, mulai dari pola makan, pola tidur, cara berpakaian, hingga cara berpenampilan. Para pemuda tersebut merasa telah cukup mandiri dan mampu menilai baik buruk tindakan yang mereka ambil dengan segala konsekuensinya. Mereka tidak mendengarkan setiap opini orang lain atas tindakannya, karena mereka merasa lebih tahu apa yang terbaik untuk tubuhnya sendiri, sebagaimana konsep hak atas tubuh sebagai bentuk penguasaan yang dikemukakan oleh Christianto (2011).

Gagasan dan pemikiran individu mengenai kewenangannya terhadap tubuhnya sendiri penulis istilahkan sebagai “kesadaran morfologis” yang berbeda dengan kebebasan morfologis. Kebebasan morfologis berada pada tataran tindakan atau perilaku, sementara kesadaran morfologis hanya berada pada tataran gagasan atau pemikiran saja, sehingga dapat dikatakan bahwa suatu kebebasan morfologis berakar dari kesadaran morfologis.

Hmm.. kebebasan ya? Kalo menurut gue sih, lo baru punya kebebasan atas tubuh lo sendiri ketika lo ngelakuin sesuatu yang bisa ngebuat lo terlihat bebas dan berbeda dari orang-orang. Kalo lo mikir ngerasa bebas tanpa lo bener-bener nunjukin kebebasan lo itu, buat gue itu cuma angan-angan doang. Apalagi, Indonesia belum ngejamin kebebasan untuk ngubah tubuh lo sendiri. Jadi selama negara belum ngejamin hak itu, gue rasa setiap orang perlu nunjukin dulu kalo dia bener-bener bebas dari aturan yang ada. (Wawancara dengan SNA, konsumen obat pemutih warna kulit, 20 Oktober 2016)

Berdasarkan penuturan informan tersebut, tersirat pernyataan bahwa untuk menunjukkan kebebasan yang dimiliki individu, individu harus menerapkannya ke dalam tindakan dan kehidupan sehari-harinya. Selama negara belum menjamin kebebasan morfologis pada setiap individu, kebebasan morfologis ini hanya dimiliki oleh individu yang mempraktikkannya melalui tindakan atau perilaku individu terhadap tubuhnya, baik dalam cara mengelola, memodifikasi, atau menolak pemodifikasian atas tubuh. Menurut definisi studi-studi sebelumnya, kebebasan morfologis adalah hak atau kebebasan individu untuk mengelola, memodifikasi, atau menolak modifikasi tubuhnya atas dasar keinginannya sendiri, untuk meningkatkan kapasitas atau kapabilitas tubuhnya yang salah satunya dilakukan melalui penggunaan HET (More 1993; Bostrom dkk. 1999; Bostrom 2005; Carrico 2006; Vita-More 2008; Sandberg 2013). Dari definisi tersebut terungkap bahwa kebebasan morfologis terwujud ketika individu melakukan suatu tindakan atau perilaku—baik mengelola, memodifikasi, atau menolak modifikasi—yang bertujuan meningkatkan kapasitas dan kapabilitas tubuhnya. Apabila individu merasa memiliki kewenangan atas tubuhnya namun belum melakukan tindakan atau perilaku untuk mewujudkan kewenangan tersebut, ia tidak dapat dikatakan memiliki kebebasan morfologis, kecuali hanya memiliki kesadaran morfologis.

Meskipun individu merasa memiliki kewenangan dalam setiap tindakannya, mereka masih mempertimbangkan norma dan nilai dari agamanya. Menurut pemaparan beberapa informan, hal itu disebabkan kurangnya pengetahuan mereka terhadap hal tertentu, misalnya batasan cara berpenampilan. Mereka menganggap bentuk tubuh juga termasuk ke dalam cara berpenampilan. Pada saat itulah mereka mencari tahu pandangan agamanya terhadap hal tersebut karena mereka menganggap agama merupakan sumber informasi yang dapat dipercaya dan pedoman hidup yang mengarahkan manusia kepada kebaikan. Mengacu pada Christianto (2011), kewenangan individu atas tubuhnya tidak sepenuhnya dimiliki oleh dirinya karena adanya batasan nilai-nilai moralitas yang tertanam dalam benak individu. Makna penguasaan terhadap tubuh individu mempunyai batasannya, yaitu nilai-nilai moralitas yang mengarahkan individu agar tidak melakukan sesuatu yang dapat merugikan tubuhnya sendiri, salah satunya yaitu agama yang terdiri dari seperangkat norma dan nilai yang mengatur perilaku individu (Keizer 2008) dan berfungsi dalam membentuk preferensi dan pilihan individu sekaligus membatasi dan mengarahkan perilaku individu (Jackson 1990).

Individu melihat agama sebagai pondasi sekaligus kerangka norma dan nilai dalam menjalani setiap tindakan dalam kehidupannya. Menurut pernyataan sebagian besar informan, agama mempunyai peran yang signifikan di dalam kehidupan mereka karena agama dianggap mampu memberikan petunjuk atau pedoman di dalam hidup secara holistik:

Ya penting banget. Dari kecil gue udah ditanemin perintah agama. Kayak misalnya sholat, puasa, dan sebagainya. Terus cara gue ngejalanin kehidupan juga sebagian besar berasal dari agama. Misalnya kayak harus nutup aurat, harus ngehindarin dosa, supaya hidup gue berkah dan masuk surga. (Wawancara dengan VD, konsumen obat pemutih warna kulit, 20 Oktober 2016)

Walaupun agama mengandung seperangkat kepercayaan dan nilai yang digunakan sebagai pedoman atau arahan dalam berperilaku (Delener 1994), dan kebiasaan yang diwariskan turun-temurun melalui institusi di dalam masyarakat (keluarga, sekolah, pasar dan pemerintah, media massa, kelompok acuan, dan lain-lain) (Kotler 2000), tetapi bagi SNA (konsumen obat pemutih warna kulit, 20/10/2016) dan SA

(konsumen obat pemutih warna kulit, 28/10/2016) agama tidak seberapa penting bagi diri mereka karena “keluarganya sangat liberal dan tidak terlalu tegas dalam persoalan agama.” Menariknya, perbedaan pendapat yang diutarakan oleh kedua informan tersebut memperlihatkan bahwa bagaimana proses individu melihat signifikansi pada agamanya ternyata dipengaruhi oleh institusi keluarga.

Baik Delener (1994) maupun Essoo dan Dibb (2004) mengemukakan bahwa agama berpengaruh dalam membentuk kepercayaan, identitas personal, dan sistem nilai individu yang berimplikasi pada tindakan konsumsinya. Beberapa informan mengakui bahwa terdapat norma agama tentang hal-hal yang tidak boleh dilakukan terhadap tubuh, seperti mengecat rambut dengan warna hitam, melakukan operasi plastik, melakukan operasi perubahan jenis kelamin, dan menato tubuh, sehingga menjadi pertimbangan individu sebelum ia menentukan tindakan konsumsi yang menunjukkan kebebasan morfologisnya. Hal demikian disebut Minkler dan Cosgel (2004) sebagai norma konsumsi religius yang mampumembatasi pilihan individu dalam mengonsumsi produk atau gagasan, namun pada saat yang sama juga dapat melebarkan pemaknaan atau interpretasi individu dalam tindakan konsumsinya.

Meskipun memiliki kesamaan agama—dalam studi ini, Islam—individu ternyata dapat menginterpretasikan norma dan nilai agamanya secara berbedadalam hal konsumsi. Informan yang merupakan konsumen pemutih warna kulitmeyakini bahwa mengubah bentuk tubuh adalah hal yang tabu dan dilarang oleh agama, namun tidak demikian dengan tindakan mengubah warna kulitnya menjadi lebih putih, karena tindakan demikian bukan mengubah bentuk tubuh. Di sisi lain, informan yang merupakan konsumen pelangsing tubuh menganggap tindakannya mengubah bentuk tubuh ini didasari atas kepentingan kesehatan dan estetika, bahkan diyakini sebagai upaya merawat pemberian Tuhan—yaitu tubuhnya—dengan sebaik-baiknya. Ia beranggapan bahwa seseorang dengan bentuk tubuh yang gemuk itu identik dengan berbagai penyakit. Kedua pernyataan informan obat non-terapeutiktersebut membuktikan argumen Minkler dan Cosgel (2004), yakni dari norma konsumsi religius tersebut mereka berusaha membuktikan seberapa besar komitmen mereka terhadap agama dengan tidak melanggar norma agama tersebut.

Ketika kesadaran morfologis individu telah menjadi kebebasan morfologis, norma dan nilai agama kemudian digunakan sebagai alat justifikasi dan legitimasi dari kebebasan morfologis tersebut.

Oleh karenanya dapat dikatakan kebebasan morfologis ini bukanlah kebebasan yang bersifat mutlak, melainkan kebebasan yang bersifat kontekstual, sebagaimana penuturan salah satu informan berikut:

Yang jelas sih badan gue kan dititipin Allah ke gue, jadi gue yg punya hak buat ngapa-ngapain badan gue. Gue yg tau cara ngerawatnya. Terus kenapa ga terlalu bebas, soalnya kan ada batesan-batesannya, kayak misalnya dari keluarga gue ato dari agama gue. Batesan itu kan ada supaya gue ga ngelakuin hal yang aneh-aneh dan ga berguna buat diri gue sendiri. Kalo dari agama ga ngebolehkan sih gue ga akan maksain. Toh masih banyak cara lain untuk ngerawat badan yang diperbolehkan di dalam agama gue. Agama juga ga akan ngelarang kalo misalnya niat kita ngubah bentuk tubuh kita itu demi kebaikan, bukan buat iseng-iseng ato buat bikin kita jadi sombong. (Wawancara dengan EAN, konsumen obat pelangsing tubuh, 04 Desember 2016)

Pernyataan informan di atas beriringan pemikiran Hopkins (2008), yakni meski disebut sebagai suatu ‘kebebasan’, kebebasan morfologis ini juga mempunyai batasan-batasannya. Individu hanya diberikan kebebasan untuk memilih berbagai pilihan modifikasi tubuh yang telah dijustifikasi oleh agamanya, tidak boleh di luar itu. Jika suatu individu melampaui batas-batas norma dan nilai, ia akan dianggap memiliki perilaku menyimpang (Kotler 2000). Oleh karena itu, individu berusaha memaknai dan menginterpretasikan tubuh dan kebebasan morfologisnya agar relevan dengan norma dan nilai dalam agama yang mereka anut.

GAYA HIDUP DALAM BUDAYA KONSUMEN OBAT NON-TERAPEUTIK

Sama halnya dengan para informan konsumen pemutih warna kulit yang mengonsumsi obat nonterapeutik untuk tujuan kesehatan karena kulit wajah yang kusam, hitam, dan berjerawat dianggap sebagai indikasi kesehatan yang dimilikinya kurang baik, konstruksi makna serupa juga terdapat pada para informan konsumen penambah massa otot dan pelangsing tubuh yang berani mengambil tindakan konsumsinya setelah menyadari kesadaran morfologisnya dan merasa kondisi kesehatan dan estetika tubuhnya kurang baik. Kebebasan morfologis yang mereka miliki berbasis kepentingan, di antaranya yaitu kesehatan dan estetika

(Hopkins 2008). Namun, individu juga terindikasi memiliki kebebasan morfologis yang berasal dari basis lainnya, yaitu kebebasan morfologis berbasis otonomi, sebagaimana terungkap dari pernyataan salah satu informan: "Tubuh gue itu adalah... gue adalah 'owner' dari tubuh gue, dan gue bebas 'as long as' enggak merugikan gue sendiri dan orang lain." (Wawancara dengan SA, konsumen obat pemutih warna kulit, 28 Oktober 2016)

Dari pernyataan informan pengonsumsi obat nonterapeutik, tersirat bahwa tiga basis dari kebebasan morfologis pada kenyataannya dapat berkelindan satu sama lain sehingga dapat dikatakan kebebasan morfologis pada individu tidak hanya deterministik satu basis. Namun ketika individu memiliki lebih dari satu basis kebebasan morfologis, terdapat kecenderungan basis yang lebih dominan dibandingkan yang lain. Dalam konteks konsumen obat nonterapeutik, basis kepentingan adalah basis yang lebih dominan pada kebebasan morfologis individu.

Sebelum individu memulai mengonsumsi obat pemutih warna kulit, penambah massa otot, maupun pelangsing tubuh, mereka mencari informasi terlebih dahulu melalui media massa dan media daring (*online*) mengenai karakteristik maupun efek samping dari konsumsi terhadap berbagai produk obat yang akan mereka gunakan. Selain mencari tahu karakteristik produknya, mereka juga menanyakan bagaimana makna dan persepsi orang di sekitarnya, serta norma dan nilai agamanya mengenai produk tersebut. Di dalam masyarakat konsumen, apapun informasi yang diterima dan dimaknai oleh individu menjadi realitas individu tersebut. Multiinterpretasi makna agama telah memberikan berbagai pilihan bagi individu, sekaligus menjustifikasi dan melegitimasi tindakan konsumsi. Hal tersebut sekaligus membuktikan argumen Featherstone (2005:111) yang menyatakan agama dan budaya konsumen justru mempunyai hubungan mutualisme.

Proses peleburan makna yang terjadi antara agama dan tindakan konsumsi dalam masyarakat konsumen diperkuat oleh peran media massa sebagai sarana informasi. Seluruh informan menyatakan bahwa mereka menerima informasi dari media massa, khususnya internet, sebagai rujukan mereka dalam mengonsumsi obat nonterapeutik. Informasi yang mereka cari tidak hanya berpusat pada karakteristik produk obat non-terapeutik saja, namun bagaimana makna yang tersemat dalam obat non-terapeutik tersebut. Piliang (2003) secara lugas menyatakan bahwa iklan memerangkap masyarakat dengan berbagai citra palsu dari produk, yakni citra yang tidak bersifat substansial atau

fungsional, namun justru menjadi model rujukan dalam mengonsumsi produk tersebut. Salah satu dampak yang ditimbulkan dari adanya pencitraan produk tersebut adalah persoalan nilai informasi etis, moral, dan agama. Media massa dan internet menyajikan berbagai informasi dan pemaknaan dari agama terhadap hal yang berkaitan dengan obat nonterapeutik tersebut. Namun hal ini berimbas pada adanya inkonsistensi dan multiinterpretasi makna yang diterima oleh individu, terutama pemuda. Berbagai informasi yang disediakan dalam websitedan blog dapat mengarahkan pada suatu tindakan konsumsi. Informasi yang melimpah dalam media massa dan internet dapat menjadi "polusi informasi" yang membuat pemuda dapat mudah diperdaya oleh informasi daring (*online*) (Batat 2010).

Beberapa saat setelah mereka mengonsumsi obat nonterapeutik tersebut, mereka mulai merasakan perbedaan yang terjadi pada tubuh mereka, yaitu bentuk tubuh terlihat lebih sehat dan estetik. Dampaknya, muncul perasaan senang atas kesehatan dan estetika tubuhnya yang kemudian mendorong mereka untuk melanggengkan konsumsi obat non-terapeutik. Obat nonterapeutik menghasilkan kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan individu yang berimplikasi identitas, modal kultural, dan modal biokulturalnya. Ketiga hal ini meningkatkan kepercayaan diri individu saat berinteraksi dengan orang lain. Mengacu pada pernyataan para informan konsumeni penambah massa otot dan pelangsing tubuh, mereka memutuskan untuk mengonsumsi obat nonterapeutik sebagai alat untuk mempercepat proses meraih tubuh ideal yang ia inginkan. Menurut RAH (konsumen obat penambah massa otot, 20 Agustus 2016), ia merasa puas dengan hasil dari konsumsi obat non-terapeutiknya selama beberapa bulan. Tanggapan dari keluarga dan teman-temannya terhadap perubahan bentuk tubuhnya yang sebelumnya gemuk menjadi kurus dan berotot besar menjadi salah satu kepuasan yang diperoleh, padahal sebelumnya mereka bersikap skeptis terhadap usahanya. Di sinilah satu informan (RAH) berusaha menyampaikan makna kepada orang di sekitarnya bahwa ia merupakan seseorang yang berhasil mengubah dirinya sendiri di tengah anggapan mengurangi berat badan itu sulit. Di samping itu, ada kepuasan jasmani yang juga dirasakannya, yaitu meningkatnya stamina tubuh dan meningkatnya kemampuan mobilitasnya. Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa bentuk tubuh informan dapat berimplikasi pada kegiatan ekonominya. Apabila tubuhnya tidak memiliki modal kultural yang cukup, perusahaan tidak akan mau untuk merekrutnya

karena dianggap tidak mampu bekerja dengan optimal. Meminjam argumen Bourdieu (dalam Miah 2013), konsumsi terhadap barang menghasilkan sebuah modal kultural yang berfungsi sebagai pembeda suatu individu dengan individu lainnya. Ia beranggapan bahwa tubuh adalah akumulasi modal kultural yang mempunyai struktur nilainya sendiri dan dapat dikonversi menjadi kekuasaan atau materi.

Fungsi utama dari obat nonterapeutik adalah mengubah bentuk tubuh sehingga lebih estetik. Namun setelah individu mengonsumsinya, fungsi tersebut mengalami estetisasi—kebebasan morfologis—yang ternyata meningkatkan modal biokultural individu. Penyematan unsur kebebasan morfologis yang dilakukan oleh konsumen obat non-terapeutik merupakan salah satu bentuk estetisasi dari fungsi utama obat nonterapeutik. Selain sebagai hak, kebebasan morfologis dapat menjadi suatu identitas tersendiri. Identitas ini diterapkan ke dalam suatu gaya hidup yang bersifat ekspresif, narsistik, dan berfungsi membedakan identitasnya dengan individu lain. Argumentasi tersebut dibangun berdasarkan penuturan para informan yang merasa bangga dan memuja perubahan pada bentuk tubuhnya, terutama dari hal estetika. Menurut pernyataan para informan, selain mereka merasakan kenyamanan, kepuasan, dan kesenangan terhadap perubahan kesehatan dan estetika tubuhnya, mereka juga merasakan adanya perubahan identitas pada diri mereka. Identitas ini berupa pandangan bahwa mereka adalah individu yang mandiri, independen, dan cukup dewasa untuk bertanggung jawab dan mengambil keputusan dalam memodifikasi tubuhnya sendiri. Lebih jauh lagi, perubahan identitas ini ternyata mampu memberikan kenyamanan, kepuasan, dan kesenangan yang lebih besar dibandingkan dengan perubahan kesehatan dan estetika yang dialami informan. Mengacu pada salah satu argumen Miah (2013) yang menyempurnakan argumentasi Bourdieu tentang modal kultural, fenomena di atas merupakan bentuk akumulasi modal biokultural. Akumulasi modal biokultural ini salah satunya dengan menemukan makna yang mereka cari melalui proses modifikasi tubuhnya sendiri.

Tindakan konsumsi yang informan lakukan dapat dianggap sebagai bentuk pencarian makna dari proses modifikasi tubuhnya sendiri, yaitu kebebasan morfologisnya. Individu berusaha untuk mencari makna dan informasi lebih jauh tentang kebebasan morfologisnya dan obat non-terapeutik. Informan terus memperkaya dirinya dengan informasi seputar standar kecantikan dan bentuk tubuh ideal di masyarakat.

Tidak hanya itu, mereka lebih jauh memaknai kebebasan morfologisnya sebagai hal yang menjustifikasi mereka untuk mengekspresikan dirinya sebagai orang yang liberal dan individualistis. Kebebasan morfologis yang dimiliki individu menciptakan sebuah identitas dan dijadikan sebagai suatu gaya hidup. Para informan dilihat sebagai sosok yang spesial karena orang-orang di sekitarnya beranggapan bahwa sulit untuk menjadi individu yang independen dengan banyaknya kekangan norma dan nilai dari berbagai institusi di masyarakat. Upaya para informan untuk melepaskan diri dari berbagai kekangan tersebutlah yang diapresiasi oleh orang-orang di sekitarnya. Menurut para informan, kepuasan yang diperolehnya setelah mengonsumsi obat non-terapeutik berasal dari identitas “bersih, sehat, dan menarik”, serta “independen dari kekangan norma dan nilai”.

Gue baru inget kalo ada salah satu temen gue bilang gini ke gue: ‘Ih seneng ya jadi lo, bisa mandiri dan ngerawat tubuh lo sendiri. Kalo gue sih ga dibolehin sama orangtua gue ngonsumsi obat pemutih gitu-gitu.’ Nah dari situ gue jadi kepikiran kalo emang ternyata orang lain tuh juga ngeliat gue sebagai orang yang bebas dan independen, dan ga semua orang bisa kaya gitu. (Wawancara dengan SNA, konsumen obat pemutih warna kulit, 20 Oktober 2016)

Konsumsi obat nonterapeutik yang dilakukan individu menyiratkan berbagai pemaknaan yang kemudian berusaha dikonstruksinya kepada orang lain. Pernyataan tersebut beriringan dengan pendapat Douglas dan Isherwood (1979), yaitu setiap individu mempunyai pemaknaannya masing-masing dalam konsumsi suatu barang dan berusaha mengonstruksikan makna tersebut kepada orang lain.

Individu menciptakan identitas kebebasan morfologis dan rasa kepemilikan atas tubuhnya melalui konsumsi obat nonterapeutik, yang terefleksi dari pengalaman informan. Mereka kemudian meneruskan tindakan konsumsinya menjadi gaya hidup untuk mempertahankan identitas dan rasa kepemilikan tersebut. Informan SNA (konsumen obat pemutih warna kulit, 20 Oktober 2016), misalnya, mengatakan bahwa semenjak konsumsi obat pemutih warna kulitnya membuahkan hasil, ia menjadi lebih sering bercermin untuk mengagumi perubahan yang terjadi pada warna kulit wajahnya. Informan juga menjadi lebih percaya diri dan merasa nyaman ketika berinteraksi dengan orang lain. ia kerap mengunggah video atau swafoto (*selfie*) wajahnya ke dalam media sosial,

bahkan ia juga mengunggah kegiatannya ketika mengonsumsi obat nonterapeutik tersebut.

Perasaan senang dan bangga itu tidak hanya dirasakan oleh informan, tetapi juga orang-orang di sekitarnya turut mengagumi kondisi kulit wajahnya yang semakin putih. Beberapa orang di sekitar informan terkadang menanyakan obat nonterapeutik yang dikonsumsi informan, sekaligus mengonsultasikan permasalahan kulit wajahnya. Ekspresi identitas yang dilakukan informan melalui teknologi sosial media telah dibahas sebelumnya oleh Paterson (2006) yang menyatakan bahwa budaya konsumen pada pemuda adalah bentuk ekspresi hasrat dan produksi dari makna yang diterapkan melalui teknologi media yang kemudian berdampak pada konstruksi dari identitas individu tersebut. Identitas dan rasa kepemilikan itulah yang membuat informan menjadi semakin bangga dan puas akan tubuhnya sendiri. Individu menciptakan identitas dan rasa kepemilikannya melalui konsumsi komoditas tertentu (Miah 2013), yang memicu perubahan identitas dari individu tersebut. Kemudian, perubahan identitas ini menjadi gaya hidup yang berimplikasi pada budaya konsumen (Susman 1979).

Selain perubahan estetika pada wajahnya, identitas ‘individu dengan kebebasan morfologis’ yang disandang informan memunculkan perasaan yang bersifat narsistik pada diri informan konsumen pemutih warna kulit maupun informan penambah massa otot dan pelangsing tubuh. Mereka meluapkan perasaan tersebut ke dalam busana yang dapat memfokuskan perhatian masyarakat pada bagian tubuh yang dikehendaknya. Terkadang, mereka juga memamerkan bentuk tubuhnya yang dibalut busana tersebut di dalam media sosial melalui foto dirinya untuk mendapat apresiasi dari orang-orang di sekitarnya sehingga menambah kebanggaan dan kepuasan dirinya sebagai motivasi untuk mengonsumsi obat nonterapeutik sebagai gaya hidup:

Gue ngerasa jadi lebih percaya diri aja, terutama ke lawan jenis, sama ngerasa lebih bersih sih. Sekarang gue ngerasa jadi lebih sering diliatin sama cewek-cewek, terus waktu itu gue sempet tatap-tatapan sama cewek yang ngeliatin gue. Akhirnya gue bisa ngajak kenalan sama dia dan dapat kontaknya. Intinya sih respon orang-orang jadi beda sama gue, terutama lawan jenis. (Wawancara dengan FA, konsumen obat pemutih warna kulit, 12 Agustus 2016)

Mengacu pada pernyataan Baudrillard (1970), kesehatan bagi masyarakat modern tidak lagi dilihat sebagai aspek fundamental dalam keberlangsungan hidup manusia, namun telah berubah menjadi salah satu bentuk prestise. Kebugaran dan kesehatan tubuh diasosiasikan dengan kecantikan atau ketampanan yang merupakan dampak dari adanya manipulasi simbol dan makna. Perubahan makna kebugaran dan kesehatan ini mengarahkan pada adanya narsisme dan prestis sosial pada individu yang memilikinya karena gaya hidup pada masyarakat kontemporer adalah bentuk individualitas, ekspresi diri, kesadaran diri yang stilistik (Featherstone 2005:83), dan bentuk narsisme, yaitu keinginan individu untuk mencari dan merasakan sensasi dari suatu identitas dan penampilan diri sendiri (Bourdieu 1984).

Adanya standar kesehatan dan estetika yang telah membaur di masyarakat yang menjadi pemicunya. Standar kesehatan dalam bentuk tubuh ini berlaku untuk laki-laki dan perempuan, yakni bentuk tubuh yang terlalu gemuk dan terlalu kurus menyiratkan kesehatan yang kurang baik dan rawan penyakit. Akan tetapi, standar kesehatan ini berbeda dengan standar estetika. Standar laki-laki yang estetik adalah laki-laki berbadan tinggi, besar, dan berotot, sedangkan standar perempuan yang estetik adalah perempuan berkulit putih, berbadan langsing dan berkaki jenjang. Mereka beranggapan bahwa individu yang berkulit hitam atau bertubuh gemuk itu tidak menarik dan tidak menjaga kesehatannya dengan baik. Lebih jauh lagi, mereka menganggap bahwa orang lain hanya tertarik kepada individu yang kulitnya berwarna putih dan bertubuh ideal, sehingga mereka merasa tidak percaya diri untuk berinteraksi dengan lawan jenisnya.

Berbagai kekurangan dari setiap informan menentukan produk apa yang akan mereka konsumsi. Menurut Bourdieu (dalam Miah, 2013) adanya perbedaan dari ketidaksempurnaan tubuh memengaruhi individu tersebut dalam mengembangkan bentuk fisik dari tubuhnya. Individu yang memiliki kulit hitam akan mengonsumsi obat pemutih warna kulit. Individu yang memiliki tubuh gemuk akan mengonsumsi obat pelangsing tubuh, sementara individu yang memiliki tubuh kurus akan mengonsumsi obat penambah massa otot. Berbagai kekurangan itulah yang memotori individu untuk melakukan modifikasi tubuhnya sesuai dengan apa standar ideal di masyarakat.

Selera mengenai bentuk fisik tidak hanya berasal preferensi pribadi dari individu, tetapi dari persepsi, norma, dan nilai di dalam masyarakatnya. Di dalam konteks masyarakat tempat informan berada,

standar laki-laki yang estetik adalah laki-laki berbadan tinggi, besar, dan berotot, sedangkan standar perempuan yang estetik adalah perempuan berkulit putih, berbadan langsing dan berkaki jenjang. Standar ideal dari masyarakat ini yang kemudian memengaruhi selera individu dalam memodifikasi tubuhnya. Dalam pemikiran Baudrillard (1970) selera kecantikan di dalam masyarakat, terutama pada perempuan, meskipun dapat bermain pada tataran apapun, tidak ada hubungannya dengan bentuk tubuh –baik kurus, maupun gemuk–tetapi dapat terjadi apabila bentuk tubuh menjadi sebuah bentuk dari ‘pembedaan’ individu di masyarakat.

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya berwarna kulit kuning langsung dan sawo matang, ketika seseorang memiliki kulit berwarna putih, ia akan dilihat sebagai seseorang yang cantik. Anggapan warna kulit tersebut berlaku pada laki-laki dan perempuan. Pada konteks perempuan Indonesia, bentuk tubuh langsing yang dianggap ideal mungkin merupakan suatu bentuk pembedaan dari masyarakat Indonesia yang overkonsumsi terhadap makanan. Sedangkan pada konteks laki-laki Indonesia, mayoritas memiliki tubuh yang relatif kurus dan pendek, sehingga apa yang mereka katakan sebagai bentuk tubuh yang ideal adalah tubuh yang berotot dan tinggi. Itulah analisis konsumsi mengenai modifikasi tubuh harus disesuaikan dengan konteks masyarakat karena selera individu dalam bentuk modifikasi tubuhnya dipengaruhi oleh kondisi sosial dan lingkungannya (Miah 2013:8).

Dalam konstruksi makna atau persepsi kecantikan atau tubuh yang ideal, media secara global membentuk pola pikir masyarakat mengenai standar tersebut. Menurut pemaparan seluruh informan, definisi mereka mengenai kecantikan dan bentuk tubuh ideal tersebut cenderung dipengaruhi oleh iklan yang terdapat di dalam televisi, papan reklame, media sosial, dan lain-lain. Pada awal mula mereka mencari informasi tentang obat nonterapeutik, mereka juga kerap melihat iklan yang terpampang pada produk-produk tersebut dan mendefinisikan standar kecantikan dan tubuh yang ideal. Kondisi ini sesuai dengan pernyataan Featherstone (2005) bahwa periklanan secara khusus mengeksploitasi konsumsi masyarakat dengan memberikan imaji percintaan, eksotika, nafsu, kecantikan, serta aktualisasi diri di dalam produk-produknya.

Proses adopsi, ekspresi, dan reproduksi selera tubuh ideal melalui konsumsi obat nonterapeutik individu bukanlah tanpa kendala. Moralitas tempat individu berada dapat menghambat proses adopsi,

ekspresi, dan reproduksi pemakaian individu tersebut. Argumentasi tersebut dibuktikan dengan pemaparan informan laki-laki yang mengonsumsi pemutih warna kulit:

Tapi ada juga yang bilang ke gue kalo gue ga natural lah ato apa lah, pengennya yang praktis. Orang-orang kan ngeliatnya kalo perubahan itu harus bersifat natural, kaya misalnya lo olahraga, makan makanan sehat, ato apapun. Jadinya ya kadang-kadang gue diledakin juga karena hal itu. Terus juga kan mereka punya pandangan kalo cowok tuh ga pantes ngerawat diri, cuma cewek aja yang boleh ngerawat diri dengan pake obat-obat kaya gini. (Wawancara dengan FA, konsumen obat pemutih warna kulit, 12 Agustus 2016)

Kutipan di atas memaparkan bahwa tindakan konsumsi obat nonterapeutik demi estetika tubuh ternyata berlawanan dengan moral yang dimiliki oleh orang-orang di sekitarnya. Masyarakat di sekitar informan menganggap bahwa mengubah estetika tubuh harus dilakukan secara natural, yaitu olahraga, makan makanan yang sehat, dan lain sebagainya. Moralitas di dalam masyarakat tidak membenarkan tindakan mengubah estetika tubuh secara praktis, khususnya pada laki-laki. Moralitas ini tidak terlepas dari pengaruh konstruksi agama, standar kecantikan, maskulinitas, serta feminitas dalam masyarakat tersebut. Walaupun tujuan estetika dalam konsumsi obat nonterapeutik serupa dengan konsumsi kosmetik, tetapi dampak obat nonterapeutik bersifat permanen, berbeda dengan kosmetik yang dampaknya bersifat temporer. Anggapan itu yang membuat masyarakat melihat obat nonterapeutik sebagai hal yang tabu. Pernyataan dari informan di atas didukung oleh pernyataan Miah (2013:8) yang menjelaskan bahwa modal biokultural yang berusaha dicapai—estetika—individu, secara tidak langsung menentang adanya klaim moral yang melarang pilihan individu untuk melakukan modifikasi dasar kepentingan estetika belaka.

KESIMPULAN

Sebelum individu mulai mengonsumsi obat nonterapeutik, ia merasa memiliki kewenangan dalam memperlakukan tubuhnya sendiri. Gagasan dan pemikiran individu mengenai kewenangannya terhadap tubuhnya sendiri disebut sebagai 'kesadaran morfologis' yang berada pada tataran yang berbeda dengan kebebasan morfologis. Jika kebebasan

morfologis berada pada tataran tindakan atau perilaku, kesadaran morfologis hanya berada pada tataran gagasan atau pemikiran saja. Kesadaran morfologis inilah yang mendasari terjadinya kebebasan morfologis.

Meskipun individu merasa memiliki kewenangan dalam setiap tindakannya, mereka masih mempertimbangkan norma dan nilai dari agamanya. Adanya norma agama tentang hal-hal yang tidak boleh dilakukan terhadap tubuh menjadi hal yang dipertimbangkan individu sebelum ia menentukan tindakan konsumsi yang menunjukkan kebebasan morfologisnya. Ketika kesadaran morfologis individu telah menjadi kebebasan morfologis, norma dan nilai agama kemudian digunakan sebagai alat justifikasi dan legitimasi dari kebebasan morfologis tersebut. Oleh karena itu, kebebasan morfologis ini bukanlah kebebasan yang bersifat mutlak, melainkan kebebasan yang bersifat kontekstual. Mereka mempunyai dua opsi dalam melakukan tindakan konsumsinya: memaksakan hasrat pribadinya sekaligus mendobrak norma dan nilai agama dengan konsekuensi dianggap memiliki perilaku menyimpang, atau mencari justifikasi dari berbagai pilihan yang diberikan agamanya sehingga tindakannya dapat ditoleransi oleh masyarakat di mana ia berada.

Proses peleburan makna yang terjadi antara agama dan tindakan konsumsi dalam masyarakat konsumen diperkuat oleh peran media massa sebagai sarana informasi. Media massa dan internet menyajikan berbagai informasi dan pemaknaan dari agama terhadap hal yang berkaitan dengan obat nonterapeutik tersebut. Namun hal ini berimbas pada adanya inkonsistensi dan multiinterpretasi makna yang diterima oleh individu, terutama pemuda. Multiinterpretasi makna agama telah memberikan berbagai pilihan bagi individu, sekaligus menjustifikasi dan melegitimasi tindakan konsumsi.

Kebebasan morfologis yang tercermin dalam tindakan atau perilaku individu konsumen obat non-terapeutik didasari oleh tujuan kesehatan dan estetika. Namun, tiga basis dari kebebasan morfologis pada kenyataannya dapat berkelindan satu sama lain sehingga dapat dikatakan kebebasan morfologis pada individu tidak bersifat deterministik pada satu basis. Apabila individu memiliki lebih dari satu basis kebebasan morfologis, terdapat kecenderungan adanya basis yang lebih dominan dibandingkan yang lain.

Obat nonterapeutik menghasilkan kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan individu yang berimplikasi identitas, modal kultural, dan

modal biokulturalnya. Ketiga hal ini meningkatkan kepercayaan diri individu saat berinteraksi dengan orang lain dan mendorong mereka untuk melanggengkan konsumsi obat nonterapeutik. Penyematan unsur kebebasan morfologis adalah bentuk estetisasi dari fungsi obat nonterapeutik yang ternyata dapat meningkatkan modal biokultural individu.

Selain sebagai hak, kebebasan morfologis juga merupakan suatu identitas. Identitas ini diterapkan ke dalam suatu gaya hidup yang bersifat ekspresif, narsistik, dan berfungsi membedakan identitasnya dengan individu lain. Lebih jauh lagi, perubahan identitas ini ternyata mampu memberikan kenyamanan, kepuasan, dan kesenangan yang lebih besar dibandingkan dengan perubahan kesehatan dan estetika yang dialami individu. Kebanggaan dan kepuasan itu menjadi motivasi mereka untuk mengonsumsi obat nonterapeutik sebagai gaya hidup.

Individu konsumen obat nonterapeutik mengekspresikan dan merekonstruksi makna standar kecantikan, kesehatan, dan bentuk tubuh yang ideal kepada orang lain, baik di dunia nyata (*offline*) maupun dunia maya (*online*). Selera ini tidak hanya berasal preferensi pribadi dari individu, tetapi juga dari persepsi, norma, dan nilai yang berlaku di dalam masyarakatnya. Media secara global turut membentuk pola pikir masyarakat mengenai standar tersebut dan berperan signifikan secara dalam mengonstruksi standar tersebut terhadap individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, A. S. 1992. *Postmodernism and Islam: Predicament and Promise*. London: Routledge.
- Alfitri. 2007. "Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan." *Majalah Empirika* 9(1), Desember 2009:1-9.
- Barkan, S. 2000. "The Drug Legalization Debate" dalam *The Encyclopedia of Criminology and Deviant Behavior*. Philadelphia: Taylor and Francis.
- Barsky, A. J. dan J. F. Borus. 1995. "Somatization and Medicalization in the Era of Managed Care." *Journal of American Medical Association* 274(24):1931–1934.
- Batat, W. 2010. "Understanding the Dimension of Young Consumer Vulnerability in the Web 2.0 Society." *Child and Teen Consumption CTC*: 250.

- Baudrillard, J. 1970. *The Consumer Society: Myths and Structures. Theory, Culture and Society*. New York: Nottingham University.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bostrom, N. 2005. "Transhumanist Values." *Journal of Philosophical Research*, 30(Supplement):3-14.
- Bostrom, N. dan R. Roache. 2008. "Ethical Issues in Human Enhancement." Pp. 120-152 dalam *New Waves in Applied Ethics*. London: Pelgrave Macmillan
- Carrico, D. 2006. "The Politics of Morphological Freedom." Diakses pada tanggal 28 Oktober 2016 dari <http://ieet.org/index.php/IEET/more/carrico20060803>
- Coenen, C., M. Schuiff, M. Smits, P. Klaassen, L. Hennen, M. Rader, dan G. Wolbring. 2009. *Science and Technology Options Assessment. Directorate General For Internal Policies, Policy Department : Economic and Scientific Policy*. Brussels: European Parliament. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2016 dari http://www.europarl.europa.eu/stoa/default_en.htm.
- Conrad, P. dan J. W. Schneider. 1992. *Deviance and Medicalization: From Badness to Sickness*. Expanded ed. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Christianto, H. 2011. "Konsep Hak Seseorang Atas Tubuh Dalam Transplantasi Organ Berdasarkan Nilai Kemanusiaan." *Mimbar Hukum* 23(1): 1-36.
- Clarke, A. E., J. K. Shim, L. Mamo, J. R. Fosket, dan J. R. Fishman. 2003. "Biomedicalization: Technoscientific Transformations of Health, Illness, and U.S. Biomedicine." *American Sociological Review* 68(2):161–194.
- Conrad, P. dan V. Leiter. 2004. "Medicalization, Markets, and Consumers." *Journal of Health and Social Behavior* 45(Extra Issue):158-176.
- Creswell, J. 2009. *Research Design*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Delener, N. 1994. "Religious Contrasts in Consumer Decision Behavior Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications." *European Journal of Marketing* 28(5):36-53.
- Doran, E. dan C. Hogue. 2014. "Potency, Hubris, and Susceptibility: The Disease Mongering Critique of Pharmaceutical Marketing." *The Qualitative Report* 19(78):1-18.

- Douglas, M. dan B. Isherwood. 1979. *The World of Goods: Towards An Anthropology of Consumption*. London: Allen Lane.
- Essoo, N. dan S. Dibb. 2004. "Religious Influences on Shopping Behavior: An Exploratory Study." *Journal of Marketing Management* 20(7-8):683-713.
- Fitriani, E. 2016. "Omzet Industri Farmasi Ditaksir Tembus Rp 60 T." International Pharmaceutical Manufacturers Group, February 2016. Diakses pada tanggal 11 Agustus 2016 dari <http://www.ipmg-online.com/index.php?modul=berita&cat=BMedia&textid=303830196521>.
- Featherstone, M. 2005. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Terj. Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fukuyama, F. 2002. *Our Posthuman Future: Consequences of the Biotechnology Revolution*. London: Profile Books.
- Hopkins, Patrick D. 2008. "Is Enhancement Worthy of Being a Right?" Hal. 345-354 dalam *The Transhumanist Reader: Classical and Contemporary Essays on the Science, Technology, and Philosophy of the Human Future*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Hosen, N. 2005. "Religion and Indonesian Constitution: A Recent Debate." *Journal of Southeast Asian Studies* 36(3):419-440.
- Jackson, J. E. 1990. *Institutions in American Society: Essay in Market, Political, and Social Organizations*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Jones, G. 1988. "Integrating Process and Structure in the Concept of Youth: A Case for Secondary Analysis." *Sociological Review* 36(4):706-732.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. India: Prentice-Hall
- Luthfi, Asma. 2016. "Aji Modereng Dialektika Agama dan Modernitas pada Masyarakat Bugis di Pedesaan." *Cultural Studies di PTAI: Teori dan Praktik*. Bunga Rampai 1(1):1-6.
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Terj. Hasti T. Champion. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. 2014. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2014. Diakses pada tanggal 01 Agustus 2016 dari http://kesehatan.jogjakota.go.id/public/uploads/download/20160602105816_peraturan_menteri_ke.pdf.
- Melucci, A. 1996. "Youth, Time, and Social Movements." *Young* 4(2):3-14.
- Miah, Andi. 2013. "Justifying the Human Enhancement: The Accumulation of Biocultural Capital." Hal. 291-301 dalam *The*

Transhumanist Reader: Classical and Contemporary Essays on the Science, Technology, and Philosophy of the Human Future. Oxford: Wiley-Blackwell.

- Miller, P. dan J. Wilsdon. 2006. *Better Humans? The Politics of Human Enhancement and Life Extension.* London: Demos.
- Minkler, L. dan M. Cosgel. 2004. "Religious Identity and Consumption." *Department of Economics Working Paper Series* 03:1-16.
- Mokhlis, S. 2009. "Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research." *International Business Research* 2(3): 75-84.
- More, M. 1993. "Technological Self-Transformation: Expanding Personal Entropy." *Entropy* #10 4(2):15-24.
- Neuman, W. L. 2006. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches.* Toronto: Pearson.
- Okon, E. E. 2012. "Religion as Instrument of Socialization and Social Control." *European Scientific Journal* 8(26):136-141
- Paterson, M. 2006. *Consumption and Everyday Life.* London: Routledge.
- Pedrozo, S. 2013. "New Media Use in Brazil: Digital Divide or Digital Inclusion?" *Online Journal of Communication and Media Technologies* 3(1):144-162.
- Petersen, Thomas A. 2003. "Self-Concept, Weight Issues, and Body Image in Children and Adolescents." dalam *Psychology of Adolescents.* Hauppauge, N.Y.: Nova Science
- Piliang, Yasraf A. 2003. *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna.* Yogyakarta: Jalsutra.
- Pink, J. 2009. *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global.* Newcastle: Cambridge Scholar Publishing.
- Presiden Republik Indonesia. 2014. Peraturan Presiden No. 39 Tahun 2014 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal. Diakses pada tanggal 01 Agustus 2016 dari <http://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/174065/Perpres%20Nomor%2039%20Tahun%202014.pdf>.
- Priherdityo, E. 2016. "Menduga Nasib Pasar Kesehatan Indonesia." Cable News Network Indonesia. Diakses pada tanggal 01 Agustus 2016 dari <http://www.cnnindonesia.com/gaya->

- hidup/20160204082016-255-108766/menduga-nasib-pasar-kesehatan-indonesia-2016/.
- Riska, Elianne. 2003. "Gendering the Medicalization Thesis." Hal. 61-89 dalam *Book Series: Advances in Gender Research*. Emerald Group Publishing Limited
- Sandberg, Anders. 2013. "Morphological Freedom—Why We Not Just Want It, But Need It." Hal. 56-64 dalam *The Transhumanist Reader: Classical and Contemporary Essays on the Science, Technology, and Philosophy of the Human Future*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Saputro, R. 2012. "BPJS Tingkatkan Konsumsi Obat." Jaminan Sosial Indonesia. Diakses pada tanggal 01 Agustus 2016 dari http://www.jamsosindonesia.com/newsgroup/selengkapnya/bpjs-tingkatkan-konsumsi-obat_1697.
- Sobel, E. 1982. *Lifestyle*. New York: Academic Press.
- Stieb, E. W. 1966. *Drug Adulteration: Detection and Control in Nineteenth-Century Britain*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Susman, W. 1979. "Personality and the Making of Twentieth Century Culture." Hal. dalam *New Directions in American Cultural History*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Vita-More, N. 2013. "Contested Culture: The Plausibility of Transhumanism." *Existenz* 8(2):19-25.
- Weber, M. 1968. *Economy and Society*. New York: Bedminster Press.
- Zola, I. K. 1972. "Medicine as an Institution of Social Control." *Sociological Review* 20(4):487-504.