



GAYA HIDUP

Oleh: Ariel Heryanto

Gaya hidup telah menjadi bagian yang sangat penting dalam banyak masyarakat kontemporer di Asia dalam satu dasawarsa terakhir. Ia bukan lagi sekadar embel-embel ('gaya') bagi sesuatu yang utama ('hidup'). Bukan pula kemewahan yang dimonopoli kaum berharta. Ia menjadi salah satu sumber identitas sosial yang menentukan status, kewibawaan, kawan dan lawan seseorang.

Celakanya, dalam sebagian besar diskusi, gaya hidup hampir selalu disalahpahami. Entah dalam bentuk pemujaan, atau sebaliknya dalam bentuk kecaman. Mungkin karena baru belakangan menggejala, banyak orang kelabakan memahaminya. Gaya hidup menjadi salah satu bagian yang paling memikat dari kehidupan

kontemporer. Khususnya bagi kelas menengah kota. Tetapi ia belum diberi hak hidup yang absah. Ia lebih sering dijadikan sasaran kecaman dari berbagai penjuru. Ditampik sayang, diumbar salah.

Juru kampanye utama bagi gaya hidup adalah iklan. Yang lain adalah penggembira. Misalnya acara hura-hura yang biasa disebut 'budaya pop'. Termasuk festival ini itu dan berbagai ulasan wah di majalah hiburan. Memang jumlah dan penyebaran iklan sudah tak tertandingi apa pun. Ia mengajar kita memuja nikmat badaniah di atas segala-galanya. Tapi tak usah keburu cemas.

Tak ada jaminan ada orang yang percaya pada pesan iklan, biar banyak yang suka penampilannya. Kalau gaya hidup menjadi marak dalam masyarakat, belum tentu ini gara-gara iklan. Hanya orang naif atau sembrono akan menganggap masyarakat sangat bodoh sehingga mudah dikecoh iklan. Maraknya gaya hidup perlu dipahami tidak sebatas sebagai dampak maraknya rayuan iklan.

Politikus dan birokrat negara mencurigai maraknya gaya hidup sebagai ancaman terhadap jatidiri bangsa.

Maka diluncurkan kampanye Pola Hidup Sederhana dan Gerakan Disiplin Nasional. Masyarakat yang swasta memusuhi gaya hidup dengan alasan moral atau ekonomi. Kecaman moralis bisa datang dari basis agama, atau modernitas yang sekuler. Gaya hidup dituding sebagai tingkah membabi-buta. Dituduh sebagai kegagalan manusia yang menderita keterasingan, kesepian, dan diperbudak hawa nafsu.

Kecaman yang lebih lumrah terhadap gaya hidup datang dari mereka yang berwawasan ekonomi. Bila mereka bicara tentang gaya hidup, yang tampil adalah angka-angka, tabel, diagram dan grafik. Yang dipersoalkan adalah harga-harga dan kebiasaan berbelanja kelas menengah kota. Ujung-ujungnya selalu dapat ditebak. Gaya hidup hampir selalu dihina tak lebih dari kebodohan, foya-foya mubazir, atau pemborosan yang tidak rasional.

Sudah saatnya gaya hidup dipahami dengan wawasan lebih luas dan cerdas. Tanpa perlu sepenuhnya menampik keprihatinan kaum politikus, moralis, dan ekonom. Tak perlu mendukung hedonisme ala iklan. Gaya hidup perlu ditengok dari segi semiotika, sosial, antropologi, estetik, dan kebudayaan.

Tentu saja ada kaitan penting antara gaya hidup dengan uang. Gaya hidup bisa makan biaya besar. Tapi tidak selalu. Keliru besar jika diskusi seluk-beluk gaya hidup diserahkan kepada para ahli ekonomi atau orang lain yang menggunakan kalkulator. Memang benar gaya hidup jadi perhatian kaum berharta. Tetapi keliru hidup dianggap monopoli orang berduit.

Hingga pertengahan 1980-an, ada beda colok antara gaya hidup kaum kaya dan yang hidup pas-pasan. Baik dalam soal buran, olahraga, selera musik, atau rang, perbedaan itu tidak sepenuhnya semakin kabur. Pengkaburan ini terjadi. Yang kaya semakin *trendy* bergaya se-kaya. Sedang yang miskin melahap produk imitasi supaya seakan-akan lebih kaya.

Salah satu trend yang marak di lingkungan kaum berduit adalah diet ketat. Di hotel berbintang lima mereka lebih suka minum air putih atau jamu, ketimbang cairan lain dengan harga lebih tinggi. Bila makan, mereka mencoba membatasi makan sesedikit mungkin. Dan ini bukan soal menghemat. Sebagian soal kesehatan. Tetapi kesehatan sebagai sebuah gaya hidup, bukan tuntutan biologis. Bukan pula perhitungan medis. Seperti senam.

Dengan alasan serupa, di restoran mewah kelas menengah



ke atas suka memesan sayur lodeh, sayur asem, kangkung, gudeg, tempe dan tahu. Steak, hamburger, spaghetti atau pizza? Itu dulu. Itu kesukaan kelas menengah baru yang tergil-gila pada apa yang kebarat-baratan. Itu gejala dekade yang lampau ketika sejumlah rumah makan asing buka cabang di kota-kota bekas jajahan Eropa.

Sekarang yang doyan makanan khas Amerika atau Italia semacam itu dan berbagai imitasi hanya mereka yang belum benar-benar kaya. Mereka yang baru pada tahap ingin tampak seakan-akan seperti kaum kaya. Mungkin pernah ke luar negeri, tetapi belum terbiasa berpelesir ke manca negara secara rutin. Di negara leluhurnya sendiri, berbagai *fast-food* itu dinamakan *junk-food*, alias sampah. Ini makanan khas para kuli bangunan, mahasiswa, atau buruh rendahan. Mereka yang suka makan dalam porsi besar.

Benar, tetapi ada perbedaan ekonomi dalam gaya hidup di kedua kelas sosial itu. Biarpun namanya sayur asem, rujak cingur, atau *jangan* lodeh harganya di hotel berbintang lima tak sama dengan yang dijual di kaki lima. Beras kencur di restoran gedongan serupa tapi tak sama dengan yang dijual penjaja jamu gendongan. Di pusat kota Yogyakarta menu makanan dengan nama-nama Eropa yang serba eksotik ditawarkan warung-warung kampung. Letaknya di sela-sela losmen para turis bersandal jepit dan ransel. Harga makanan di situ di bawah sepiring nasi gudeg lesehan di Malioboro.

Semua itu menggambangkan betapa rumitnya kaitan antara selera gaya hidup dengan harta. Bahwa gaya hidup bukan monopoli orang yang uangnya berlimpah-limpah. Betapa kabur beda gaya hidup kaum kaya dan miskin. Apalagi jika kita tengok kaum elit di akhir pekan. Mereka berjalan-jalan pagi dengan kaki telanjang. Ada yang bersepeda ria. Sebagian eksekutif keranjang masuk keluar sawah berlumpur. Atau baca puisi di pentas. Yang miskin bisa meniru semua gaya hidup begini tanpa lebih dulu menjadi kaya raya.

Keliru besar bicara gaya hidup dijadikan perhitungan rupiah. Salah berat bila gaya hidup dianggap sama dengan merek baju atau mobil tertentu. Dengan pagar rumah atau perabot rumah tertentu. Acara liburan tertentu. Atau gaya berbicara tertentu. Nilai gaya hidup tak pernah hinggap dan menetap pada benda atau pola yang mati. Ia berubah terus dalam dinamika sosial.

Gaya hidup tak hanya untuk dipuja atau dikecam. Ia tak dapat hanya dilukiskan dengan angka-angka dalam tabel dan grafik. Ia tidak dapat direkam dengan foto sesaat. Ia perlu dipahami sebagai sebuah kisah, dan diuraikan berpanjang lebar oleh mereka yang paham sejarah estetika, politik, dan budaya.

*Peneliti, pengamat sosial. Mukim di Salatiga.