



SALAM

Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i

P-ISSN: 2356-1459. E-ISSN: 2654-9050

Vol. 9 No. 4 (2022), pp. 1307-1318

DOI: [10.15408/sjsbs.v9i4.26628](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i4.26628)

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/index>



McDonaldisasi ala Ritzer dan Modernitas Juggernaut ala Gidden*

Munadhil Abdul Muqsith¹, Radita Gora Tayibnapis²

¹²Departement of Communication – UPN Veteran Jakarta



[10.15408/sjsbs.v9i4.26628](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i4.26628)

Abstract

McDonalization in the world created a new concept of a new modernization style of Popular Culture. The representation built by McDonald's then changed the capitalization system of the fast-food industry to one that prioritizes time and cost efficiency and offers the prestige of higher consumer class values through a sign system and the formation of a structure in a new service culture at McDonald's. Through a literature review viewed from the perspective of Ritzer's social definition paradigm and Giddens's Modernity, it can be explained that McDonald's makes a mass culture system at the global level for fast food restaurants and a modern system of product services. Meanwhile, McDonald's seems to be simulating a sign and icon that attracts consumers' attention to focus on the goal of forming a higher consumption society with the aim of supporting a smooth capitalization system in the culture industry.

Keywords: Modernity; Ritzer; Giddens; Modern Culture

Abstract

McDonaldisasi di dunia menciptakan sebuah konsep baru tentang Budaya Populer baru ala modernisasi. Representasi yang dibangun McDonald kemudian merubah sistem kapitalisasi industri makanan cepat saji menjadi yang mengutamakan efisiensi waktu dan biaya serta menawarkan prestise nilai kelas konsumen yang lebih tinggi melalui sistem tanda dan pembentukan struktur pada budaya pelayanan baru di McDonald. Melalui kajian literatur dilihat dari perspektif paradigma definisi sosial Ritzer dan Modernitas Giddens, dapat dijelaskan bahwa McDonald menjadikan sistem budaya massa ditingkat global untuk resto cepat saji dan sistem modern dari layanan produknya. Adapun McDonald terlihat mensimulasikan sebuah tanda dan icon yang menarik perhatian konsumen untuk menitik beratkan pada tujuan membentuk masyarakat konsumsi yang lebih tinggi dengan tujuan mendukung lancarnya sistem kapitalisasi di industri budaya.

Keywords: Modernitas; Ritzer, Giddens; Budaya Modern

* Received: February 12, 2022, Revision: February 25, 2022, Published: July 28, 2022.

¹ **Munadhil Abdul Muqsith** Is an Associate Professor at The Department of Postgraduate Communication Science. Upn Jakarta University, Indonesia. Email: munadhil@upnvj.ac.id

² **Radita Gora Tayibnapis** Is an Associate Professor at The Department of Communication Science. Upn Jakarta University, Indonesia.

A. PENDAHULUAN

Modernitas sebagai output dari Budaya Populer yang sudah lama dikenal sejak adanya trend media baru yang mengadopsi berbagai budaya untuk menggeser budaya lama yang adi luhur serta mengabaikan kearifan lokal untuk digeser dengan trend budaya baru yang lebih dekat dengan teknologi dan menggiring terjadinya perubahan habit budaya masyarakat yang lebih konsumtif. Fenomena McDonald ini begitu populer dan kontroversial, sebagaimana awal perusahaan yang didirikan oleh Richard McDonald yang kemudian diambil alih oleh Ray Kroc pada 1965 ini dinilai telah menggeser perubahan pola resto dan menu makanan yang tadinya pemesanan makanan dengan durasi pelayanan datang memakan waktu mencapai 15 menit, kemudian menjadi pelayanan cepat saji yang hanya dapat hitungan 1 – 5 menit di Amerika. Hal ini yang kemudian mendorong semua orang beralih dari makanan tradisional ke makanan cepat saji yang lebih praktis dan waktu pemesanan lebih efisien.

Dorongan budaya makan di restoran dan pelayanan restoran pun juga mengalami perubahan yang sudah tidak lagi mengedepankan sistem menu makanan yang kompleks, namun beralih ke menu yang praktis dan lebih sederhana namun memenuhi standar gizi yang kompleks. Bukan hanya sekedar menu makanan dan sistem pelayanan cepat yang ditonjolkan sebagai sistem pelayanan makanan cepat saji dan modern, namun nuansa yang diberikan dan peramaian tanda maupun simbol yang tertera pada gerai-gerai McDonald awal juga sudah menandakan adanya gaya modern baru yang begitu agresif mensimulasikan masyarakat untuk beralih ke sistem makanan dan pelayanan modern, menciptakan icon dan simbol modern serta penerimaan khalayak yang mengabaikan simbol dan sistem lama restoran jaman tradisional.

Menurut penelitian yang dilakukan Rorong (2016), Perubahan-perubahan yang mampu mendorong dan membuat perubahan sosial mulai dari tipe konsumsi, sampai pada menciptakan masyarakat konsumsi yang baru, budaya populer yang begitu menyeruak dari adanya McDonald ini yang kemudian dikenal dengan McDonaldisasi.² McDonaldisasi didasarkan pada pemikiran Max Weber tentang rasionalisasi barat, tesis Sosiologis George Ritzer yang ditulis dalam buku *The McDonaldization of Society* (1993), yang melengkapi dari pemikiran Max Weber, menggunakan sebuah model yang berbeda: jika Weber berfokus pada birokrasi, Ritzer berkonsentrasi pada restoran cepat saji. Ritzer menggambarkan bagaimana "prinsip-prinsip restoran cepat saji yang datang untuk mendominasi banyak sektor lainnya dari masyarakat Amerika serta dari sisi dunia."

Penulisan ini menitikberatkan pada aspek perubahan masyarakat konsumsi yang gandrung dengan budaya massa yang dinilai lebih nyaman dan terlihat keren atau tidak ketinggalan jaman yang direpresentasikan adanya produk McDonald. Ritzer menegaskan bahwa McDonaldisasi tidak terlalu menitik kritisikan pada produk McDonald, melainkan pada konsumen yang menempatkan tubuh yang harusnya jadi

² Rorong, M. J. (2016). Analisis Warna Mcdonald's Dan Perbedaan Kesetiaan Pelanggan. (Studi Tentang Warna Logo Mcdonald's Dan Kesetiaan Pelanggan Dari Orang Manado, Tionghoa Dan Batak). *Semiotika: Jurnal Komunikasi*, 10(2), 303-334.

sarana manusiawi yang etis, menjadi sarana konsumsi industri yang fethis dan hedonis, selalu dipuja, dikomodifikasikan, ditandakan, disekulerkan, dan lain-lain.³

Berdasarkan penjelasan permasalahan diatas, lalu bagaimana aspek modernitas yang merefleksikan budaya populer yang dibangun dan ditawarkan oleh McDonald dalam menciptakan budaya massa atau budaya populer di masyarakat? Selain itu juga bagaimana MCDonaldisasi dalam menggeser budaya lama dari masyarakat lokal di Indonesia dalam perspektif modernitas Ritzer dan Giddens?

B. METODE PENELITIAN

Pada tulisan ini merupakan studi observasional dan literatur review melalui studi kepustakaan dan data sekunder terkait dengan keberadaan restoran cepat saji, McDonal yang kemudian dikaji dari perspektif Modernitas Jugernaut. Teknik pengumpulan data melalui data-data digital dari situs resmi seperti KataData, BPS, dan juga dari data resmi McDonald Indonesia. Sedangkan pengumpulan data sekunder dari data literatur seperti jurnal, buku, dan juga dokumentasi atau arsip. Adapun teknik pendalaman data dan penjelasan dengan berdasarkan studi budaya dan juga konsep-konsep kerangka budaya terutama dalam mengkaji aspek budaya modern yang ada saat ini. Sedangkan proses triangulasi yang dilakukan oleh penulis disini adalah dengan menggunakan triangulasi sumber data, pengujian kredibilitas literatur dan hasil analisa literatur dan data terkait.⁴

C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

1. Konsepsi McDonaldisasi

McDonaldisasi adalah proses yang dengannya prinsip-prinsip restoran cepat saji mulai mendominasi semakin banyak divsektor masyarakat Amerika Serikat, dan juga seluruh penjuru dunia lainnya. Sifat McDonaldisasi mungkin dapat digambarkan dengan menguraikan empat dimensi dasar; efisiensi, kemudahan diperhitungkan kemudian diprediksi, kontrol melalui penggunaan teknologi yang menggantikan peran manusia, dan secara paradoks, ketidakrasionalan rasionalitas.

Suatu masyarakat yang terkena pengaruh McDonaldisasi menekankan efisiensi, usaha untuk menemukan cara yang paling mungkin untuk mencapai apapun yang diinginkan. Para pegawai restoran cepat saji jelas harus bekerja secara efisien. Sebagai contoh burger adalah makanan yang berlapis-lapis dan terkadang bahkan dimasak dalam suatu cara yang menyerupai lini perakitan. Pelanggan ingin dan mengharapkan untuk dapat dan mengkonsumsi makanan mereka secara efisien. Layanan *drive-thru* adalah sarana yang sangat efisien bagi pelanggan untuk mendapatkan makanan pesanan mereka dan bagi karyawan untuk menyerahkan makanan yang dipesan. Secara keseluruhan semua norma aturan regulasi prosedur dan struktur telah dioperasikan di restoran cepat saji untuk memastikan bahwa karyawan maupun pelanggan berlaku

³ Baudrillard, J. (2011). Masyarakat Konsumsi (H. Sumrahadi, Abdullah; Purwanto (Ed.); 1st Ed.). Wacana Kreasi.

⁴ Muzykant, V. L., & Muqsith, M. A. (2021). Social Consequences of The 2020 Regional Elections in Indonesia Under The Covid-19 Pandemic. Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Серия: Социология, 21(3), 536-542.

secara efisien, efisiensi dari salah satu pihak akan memastikan bahwa pihak yang lain akan berlaku dalam sikap yang serupa.

Penawaran McDonaldisasi melibatkan penekanan pada kemudahan yang diperhitungkan. Maka banyak ditemukan kesamaan pada berbagai produk, penataan tempat, perilaku karyawan dan pelanggan. Pelayanan dari satu tempat ke tempat yang lain dan dari waktu ke waktu, para karyawan diharapkan untuk menjalankan pekerjaan mereka dalam suatu cara yang mudah diprediksi dan pelanggan pun juga diharapkan untuk merespon dengan perilaku serupa yang mudah diprediksi. Dengan demikian, ketika pelanggan masuk karyawan akan bertanya dengan mengikuti naskah yang telah dibuat oleh pihak manajemen, pelanggan diharapkan dapat mengetahui apa yang akan dipesan, untuk mengetahui menu makanan pada restoran cepat saji, pelanggan ditunjukkan menu dan harga yang ditempel pada dinding restoran tersebut. Sehingga pelanggan dengan mudah akan memesan apa yang diinginkannya.

Kontrol yang sangat ketat ada dalam sistem yang terkena pengaruh McDonaldisasi dan sebagian besar kontrol tersebut berasal dari teknologi. Teknologi tersebut saat ini memang mendominasi karyawan, tetapi lambat laun mereka akan semakin menggantikan peran karyawan tersebut. Para karyawan di restoran cepat saji jelas dikontrol oleh teknologi semacam ini seperti mesin penggoreng. Pada saat bersamaan, pelanggan dikontrol oleh karyawan dan sekaligus dikontrol oleh sistem yang telah dibuat oleh manajemen. Sehingga mesin penggoreng kentang goreng memungkinkan pelanggan untuk memesan setengah matang atau matang sepenuhnya. Karyawan maupun pelanggan sama-sama mentidakrasional rasionalitas yang tampaknya tidak terhindarkan mendampingi McDonaldisasi. Secara paradoks, rasionalitas tampaknya sering menggiring pada kebalikannya. Sebagai contoh efisiensi restoran cepat saji sering tergantikan oleh ketidakefisiennya antrian panjang manusia di konter pemesanan atau deretan panjang kendaraan dilayanan drive-thru.

Prinsip-prinsip McDonald's adalah komponen dasar sistem masyarakat modern yang rasional. Ritzer menunjukkan bagaimana sistem yang rasional ini sebenarnya penuh dengan irasionalitas. Teknologi memungkinkan merubah pandangan irasional untuk dibalik kepada rasional yang empiris meskipun bergerak statis. Budaya modern yang populer mengakui perubahan itu dan memilih mentransformasi kedalam pemikiran yang radikal.

Budaya populer ataupun budaya massa adalah sebuah budaya standar, memiliki rumusan, berulang dan bersifat permukaan, yang mengagungkan kenikmatan remeh, sentimental, sesaat dan menyestakan dengan mengorbankan nilai-nilai keseriusan, intelektualitas, penghargaan atas waktu dan autentisitas.⁵ Secara tradisional, ide budaya populer merujuk pada lawan dari budaya tinggi dan/atau produksi massal budaya komoditas dari kapitalisme.⁶ Sehingga budaya populer bisa dilihat sebagai gugus makna dan praktik yang diproduksi oleh audiens pada saat (momen) konsumsi. Globalisasi kosong seperti halnya McDonaldisasi, menyiratkan meningkatnya homogenisasi ketika semakin banyak negara memiliki semakin banyak macam bentuk

⁵ Strinati, D. (2016). *Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (1st Ed.).

⁶ Strinati, D. (2016). *Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (1st Ed.).

kekosongan. Menyikapi hal ini, Ritzer berargumen bahwa terdapat *elective affinity* antara globalisasi dan kekosongan.

Menggunakan paradigma dari Ritzer, yaitu definisi sosial yang analisisnya mengenai tindakan sosial.⁷ Pada Paradigma ini Struktur Sosial dan pranata sosial keduanya membantu untuk membentuk tindakan manusia yang penuh arti atau penuh makna. Mempelajari perkembangan suatu pranata secara khusus diluar dan dikaitkan dengan budaya massa yang membangun sebuah realitas sosialnya sendiri. Suatu konsepsi khusus berkenaan dengan khalayak budaya massa, massa atau publik yang mengkonsumsi produk-produk budaya yang dihasilkan. Khalayak diyakini oleh massa konsumen yang pasif, cenderung pada bujukan manipulatif media massa melalui simulasi tanda, terbuka terhadap daya tarik untuk membeli komoditas produk massal yang dihasilkan oleh budaya massa, yang terbentang dihadapan kenikmatan konsumsi massal yang menyesatkan, serta terbuka pada eksploitasi yang mendorong budaya massa.⁸ Sehingga disini budaya massa kemudian dianggap membahayakan oleh sebagian besar ilmuwan. Budaya tradisional, kearifan lokal yang makin terus secara masif ditindas oleh budaya elit. Budaya elit yang ada, beserta budaya rakyat yang sudah disingkirkan oleh budaya massa agar mendorong masyarakat agar lebih suka dengan budaya massa. Bagi sebagian orang, seperti McDonald, hal ini tidak akan terlalu menjadi persoalan jika masyarakat masih mampu melestarikan kebiasaan budaya rakyat mereka sendiri, dan menyerahkan seni pada kaum elit. Budaya massa dalam hal ini merupakan sebuah peringatan atas jahatnya cengkraman budaya massa. Sehingga disini budaya massa menjadi sebuah kekuatan revolusioner dinamis, yang menghancurkan batasan kelas, selera, kebiasaan, pembentukan diri, dan lain sebagainya.⁹

Bila mengacu dari perspektif Masyarakat Sentris (menurut McQuails, 2010), menjelaskan bahwa secara umum memandang media sebagai cerminan kekuatan politik dan ekonomi. Masyarakat sentris yang merujuk pada perspektif sosial kulturis, dari tulisan ini, memandang media dan pengalaman media dibawah kekuatan yang lebih besar dalam yang mempengaruhi masyarakat dan individu. Isu sosial dan budaya juga dianggap lebih mendominasi daripada isu ekonomi dan politik.¹⁰

Keberadaan media massa juga turut mengundang Mcdonalisasi untuk menjadi kekuatan baru dalam pembentukan budaya populer. Hal ini masyarakat berkembang sebagai masyarakat massa karena budaya massa tidak luput dari media massa yang membentuknya. Meskipun saat ini media sosial lebih mendominasi dibanding televisi dalam hal promosi produk-produk makanan cepat saji, namun media televisi tetap masih dianggap sebagai penggerak dominan awal dari budaya populer.

Media massa membuat khalayak harus mengkonsumsi dua hal yaitu konsumsi pesan dan konsumsi dari produk McDonald itu sendiri. Media membuat simulasi semesta tanda untuk mendorong masyarakat rela untuk mengkonsumsi produk-produk industri budaya termasuk makanan cepat saji. Menurut Baudrillard, personalisasi

⁷ Ritzer, G. (2014). Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda (1st Ed.). Rajawali Press.

⁸ Strinati, D. (2016). Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer (1st Ed.).

⁹ Gora, R. I. (2016). Hukum, Etika, & Etika Media (Regulasi, Praktik Dan Teori) (1st Ed.).

Deepublish.

¹⁰ Mcquails, D. (2010). Teori Komunikasi Massa Mcquail (Mcquail's Mass Communication Theory) (D. Opi (Ed.); Edisi 6; B). Salemba Humanika.

pencarian status tingkat hidup ini didasarkan pada tanda-tanda, artinya tidak didasarkan pada objek atau barang itu sendiri, tetapi pada perbedaan-perbedaan.¹¹ Perbedaan ini mengabaikan aspek kebutuhan dasar manusia, melainkan ada privilege bila orang makan di McDonald dan bisa berfoto di suasana McDonald yang begitu modern, produk bentuk makanan yang jauh dari kata tradisional yang selalu update dengan berbagai macam pembaruan-pembaruan. Hal ini menghilangkan rasionalisasi berpikir logis yang mengedepankan irasional agar kebutuhan pembeda tersebut dapat tercapai dengan sempurna. Logika yang digunakan bukanlah logika tradisional, melainkan menciptakan logika diferensiasi/personalisasi yang ditempatkan di bawah tanda kode. Dalam hal ini dengan mengguna tanda atau kode dari McDonald dan simbol "M" yang begitu iconic, maka orang yang ada didalamnya akan merasa diri memiliki prestise atau diferensiasi prestise tersendiri.

Hal ini begitu nampak ketika kasus kekisruhan BTS Meal Picu Kerumunan di hampir setiap gerai McDonald pada taun 2021.¹² Remaja begitu gandrung dengan keberadaan Boyband BTS asal Korea yang dimanfaatkan McDonald menggunakan simbol dan tanda BTS pada kemasan yang ujung-ujungnya memicu kekisruhan yang diakibatkan banyaknya orderan dan sampai akhirnya tanda BTS pada McD harus dihapus total dari menu McDonald karena kalangan remaja dinilai tidak begitu bijak dalam menanggapi output dari budaya massa ini. Hal ini menunjukkan simulasi tanda yang begitu bergerak cepat dan tak terduga untuk memunculkan sebuah diferensiasi dalam perolehan prestise dari sebuah tanda. Tentu yang pada akhirnya dari poin ini menunjukkan bahwa geliat kapitalisasi gaya baru bersifat dinamis dengan meninggalkan sistem perburuan kasar menuju perolehan perburuan baru dengan cara yang jauh lebih halus dan tidak bernuansakan terhadap kekerasan yang terlihat, melainkan adanya kekerasan simbolik didalamnya.

Fungsi ideologis kapital dari sistem konsumsi dalam tatanan masyarakat sosio politik masa kini menunjukkan sebuah definisi konsumsi sebagai institusi dari suatu aturan umum nilai komparatif, dan dari fungsi sistem pertukaran dan sistem komunikasi yang baru.¹³ Tatanan ideologi global semacam ini, pada kasus McDonald, tentu berkarakter ekonomi sebagaimana kemunculan pertumbuhan aktivitas ekonomi global sama sekali bukan hal yang baru. Paling tidak sejak abad ke 16th yang dimana telah ada ekspansi perdagangan, dan ketika memasuki abad ke 19th sistem perdagangan merujuk pada investasi waralaba global.

2. Hibridisasi budaya

Hibridisasi budaya menekankan percampuran budaya sebagai akibat dari globalisasi dan produksi, diluar penyatuan global dan lokal, berbagai budaya hibrida yang unik yang tidak bisa direduksi sebagai budaya lokal ataupun global. Dari perspektif ini McDonaldisasi dan globalisasi kosong bisa jadi tengah berlangsung, tetapi

¹¹ Baudrillard, J. (2011). Masyarakat Konsumsi (H. Sumrahadi, Abdullah; Purwanto (Ed.); 1st Ed.). Wacana Kreasi.

¹² Kumparannews. (2021). Kisruh Bts Meal Picu Kerumunan: Polisi Turun Tangan; Manajemen Mcd Minta Maaf. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparannews/kisruh-bts-meal-picu-kerumunan-polisi-turun-tangan-manajemen-mcd-minta-maaf-1vuvag13m5c>

¹³ Baudrillard, J. (2011). Masyarakat Konsumsi (H. Sumrahadi, Abdullah; Purwanto (Ed.); 1st Ed.). Wacana Kreasi.

perubahan ini sebagian besar bersifat permukaan. Globalisasi bukan hanya soal ekonomi, namun juga terkait dengan isu makna budaya. Kendati nilai dan makna yang melekat pada suatu tempat tetap berarti, kita semakin terjatuh dalam jaringan yang meluas jauh ke luar lokasi fisik kita. Menurut Pierce, orang dapat membedakan antara pandangan tentang kebudayaan sebagai sesuatu yang terbatas, terikat pada tempat dan berorientasi ke dalam, dan pandangan yang melihat kebudayaan sebagai 'proses belajar translokal; yang berorientasi keluar.¹⁴

Globalisasi dapat didefinisikan sebagai interpenetrasi antara global dan lokal yang menghasilkan akibat unik di tempat yang berbeda. Jika globalisasi cenderung dikaitkan dengan persebaran bentuk kosong, glokalisasi cenderung lebih dikaitkan dengan sesuatu sehingga berlawanan setidaknya secara parsial, dengan persebaran bentuk kosong.¹⁵ Roland Robert (2001) unsur penting dari perspektif globalisasi yang diterapkan oleh mereka yang menekankan globalisasi adalah sebagai berikut:¹⁶

1. Dunia sedang berkembang menjadi lebih pluralistik. Teori glokalisasi adalah yang paling cermat terhadap berbagai perbedaan di dalam dan antara berbagai kawasan di dunia.
2. Para individu dan semua kelompok lokal mempunyai kekuatan yang luar biasa untuk beradaptasi, berinovasi dan bermanuver di dalam sebuah dunia yang mengalami glokalisasi. Teori glokalisasi memandang individu dan kelompok lokal sebagai agen sosial yang penting dan kreatif.
3. Semua proses sosial bersifat saling berhubungan dan bergantung satu sama lain.
4. Komoditas dan media tidak dipandang (koersif) sepenuhnya, tetapi tepatnya menyediakan materi untuk digunakan dalam ciptaan individu atau kelompok diseluruh wilayah dunia yang mengalami glokalisasi.

Hibridasi adalah sebuah istilah yang menekankan meningkatnya keragaman terkait dengan perpaduan yang unik antara global dan lokal yang berlawanan dengan keseragaman yang dikaitkan dengan globalisasi.¹⁷ Seiring dengan itu, manajemen ilmiah dipergunakan sebagai prinsip produksi. Dalam proses produksinya diambil contoh sukses sistem perakitan mobil. Beberapa unsur mekanis dalam produksi terbukti efisien dan memiliki daya kontrol yang cukup baik. Bahkan Ritzer juga memasukkan tragedi holocaust Nazi sebagai salah satu bentuk pengantar proses McDonaldisasi, karena holocaust itu pun bekerja dengan prinsip rasionalisasi. Adapun kerangkeng-besirasionalitas yang dibawa dalam proses McDonaldisasi masyarakat ini terletak dalam beberapa segi. Secara umum dapat dikatakan bahwa sebenarnya proses rasionalisasi dan birokratisasi itu ternyata justru membelenggu dan menolak sifat dasar kemanusiaan. Orang akhirnya hanya bergerak dari suatu institusi-institusi yang telah terasionalisasi dan tak memiliki ruh kemanusiaan. Pun, irasionalitas yang mendekam

¹⁴ Barker, C. (2004). *Cultural Studies* (1st Ed.). Kreasi Wacana.

¹⁵ Muzykant, V. L., Muqsith, M. A., Burdovskaya, E. Y., Palagina, I. V., Barabash, V. V., & Volkova, I. I. (2021, July). Contemporary Transportation Applications as New Forms of Social Construction Technology. In *2021 Fifth World Conference On Smart Trends in Systems Security and Sustainability (Worlds4)* (Pp. 6-11). Ieee.

¹⁶ Ritzer, G. (2015). *Teori Sosiologi Modern* (G. Ritzer (Ed.); 7th Ed.). Kencana Prenada Media.

¹⁷ Cavallaro, D. (2004). *Critical and Cultural Theory. Teori Kritis Dan Teori Budaya* (H. Mustofa (Ed.); 1st Ed.). Niagara.

dalam sistem rasional ini berarti bahwa sistem rasional itu merupakan sistem yang akhirnya tidak beralasan dan mengingkari kemanusiaan.

Dalam kasus McDonald Ritzer menyebutkan bagaimana sebenarnya prinsip efisiensi yang menjadi alasan pilihan McDonaldisasi masyarakat menjadi tidak rasional. Secara kritis, Ritzer mempersoalkan: efisien buat siapa? Efisien bagi pelanggan, atau siapa? Ini sama halnya dengan mengatakan bahwa ATM akan lebih efisien. Padahal, tidak jarang ATM menjadi tidak efisien karena antrean yang tak terhindarkan. Dalam kasus ATM ini menjadi jelas bahwa definisi efisien lalu hanya bermakna bagi pihak pengelola bank, dengan memperkecil jumlah pegawai di bank dan digantikan dengan sejumlah mesin ATM. Belum lagi dengan sejumlah ancaman lingkungan yang menjadi efek negatif McDonald.

Prinsip persamaan mutu yang begitu dipercaya konsumen menuntut produsen untuk hanya menggunakan bahan mentah dengan kualitas yang sama. Akibatnya, penggunaan zat-zat kimia berlebihan tak terelakkan sehingga akhirnya justru merusak kualitas tanah. Belum lagi kandungan lemak, kolesterol, garam, dan gula, yang tak seimbang dan kurang menguntungkan bagi kesehatan konsumen bahkan berpotensi menimbulkan penyakit.

Budaya konsumsi semacam ini bukan hanya diterjemahkan sebagai konsumsi terhadap barang, namun konsumsi tanda seperti pesan iklan yang menawarkan berbagai produk McDonald dan penawaran didalamnya meskipun diketahui bahan yang digunakan kurang baik untuk kesehatan, namun hal ini menarik juga makin memperluas khasanah Cultural Studies. Budaya konsumsi tidak hanya merupakan gema simbolis atau murni realisasi fungsional dari posisi produk oleh iklan dan strategi pasar.

Desain dan kontekstualisasi simbolis komoditas yang dilakukan oleh produsen dan iklan distrukturkan oleh makna yang ada dan penggunaan komoditas manakala komoditas itu berubah statusnya menjadi objek kultural dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸ Budaya konsumsi yang berlebihan ini pada akhirnya juga akan menciptakan konsumerisme yang dimana ada pada semua aspek kehidupan yang bekerja dengan cara menggantikan keinginan normal yang sesuai akal sehat dengan pembelian barang-barang dengan petualangan yang seru dan terus-menerus pada benda-benda dan tentu saja juga pada uang yang digunakan untuk membeli benda-benda tersebut¹⁹.

Keberhasilan sebuah produk bagi khalayak untuk tetap mengkonsumsinya meskipun tidak sehat karena tanda yang menjadi objek komoditas ini merekontekstualisasikan secara simbolis dan secara material di ubah untuk memberikan ruang penting dan kadang-kadang membebaskan ekspresi diri dan perlawanan kultural terhadap realitas sosial dominan. Sehingga disini konsumsi tidak pernah merupakan proses sosial asimilasi tanpa perantara yang ditawarkan produsen untuk konsumsi, namun selalu proses konstruksi dan kontestasi makna-makna budaya.²⁰

¹⁸ Lee, M. J. (2015). *Kebudayaan Konsumsi & Komoditas. Sebuah Kajian Politik Budaya Konsumen* (I. R. Muzir (Ed.); 1st Ed.). Kreasi Wacana.

¹⁹ Santoso, B. (2006). *Bebas Dari Konsumerisme* (1st Ed.).

²⁰ Lee, M. J. (2015). *Kebudayaan Konsumsi & Komoditas. Sebuah Kajian Politik Budaya Konsumen* (I. R. Muzir (Ed.); 1st Ed.). Kreasi Wacana.

3. Modernitas Juggernaut

McDonaldisasi secara tidak langsung dan tanpa disadari menuntut adanya dorongan-dorongan masif modernisasi pada pelayanan dan produk makanan yang dengan sistem cepat saji dan layak dikonsumsi oleh multisegment. Hal ini bukan saja memberikan suatu pelayanan yang cepat, efisien waktu dan biaya, melainkan juga menuntut adanya gaya modern yang ditawarkan kepada publik dan memberikan rasa atau dorongan pada rasa sejenis atau beda segment sekalipun perlu bergaya McDonald yang berkesan modern memiliki daya tarik tanda pada bentuk dan visual, yang pada akhirnya konsumen sendiri lebih banyak beralih konsumsinya ke McDonald ketimbang gaya tradisional, sehingga para kompetitor atau perusahaan *food and beverage* (F&D) pun mengikuti trend tersebut agar dapat meraih peluang serupa dengan Mc Donald dalam meraup konsumen yang sebesar-besarnya dan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Hal ini yang kemudian McDonaldisasi menjadi dorongan konsumerisme yang cukup tinggi dengan mengedepankan Modernitas Juggernaut.

Istilah Juggernaut (*panser-raksasa*) diperkenalkan oleh Giddens untuk menggambarkan kehidupan modern. Istilah ini dikembangkan oleh Giddens untuk menciptakan kesan menandingi pemikir klasik seperti Weber dengan konsep kerangkang bajanya. Menggunakan terminologi “*panser raksasa*”, Giddens bermaksud menentang pendapat pakar yang menyatakan bahwa kita telah memasuki era post-modern, meski ia menyatakan kemungkinan munculnya tipe post-modernisme di masa datang.

Modernitas dalam bentuk *panser raksasa* ini sangat dinamis. Kehidupan modern adalah sebuah dunia tak terkendali (*runaway world*) dengan langkah, cakupan, dan kedalaman perubahannya yang jauh lebih besar dibandingkan dengan sistem sebelumnya.²¹ Dunia modern dan terciptanya konsumerisme menggagalkan sebuah kehidupan ideal yang “sesuai dengan kebutuhan” untuk digiring ke arah “melebihi kebutuhan” dengan menciptakan sebuah kebutuhan baru, sementara produsen terus memproduksi realitas kebutuhan-kebutuhan baru di masyarakat.

Gagasan yang menganalogikan modernitas dengan “*panser raksasa*” yang sedang melaju itu sangat sesuai dengan teori strukturasi, terutama sesuai dengan pentingnya ruang dan waktu dalam teori itu. Citra *panser raksasa* dimaksudkan untuk menerangkan bahwa mekanisme modern ini jauh lebih besar kekuasaannya ketimbang agen yang mengemudikannya.²²

Pertama: Modernitas dan Konsekuensinya

Modernitas menurut Giddens dapat dilihat dari empat institusi mendasar, yakni: a). Kapitalisme, yang ditandai oleh produksi komoditi, kepemilikan pribadi atas modal, tenaga kerja tanpa properti (*propertyless*), dan sistem kelas yang berasal dari ciri-ciri tersebut; b). Industrialisme, yang melibatkan penggunaan sumber daya alam dan mesin untuk memproduksi barang; c). Kemampuan mengawasi (*surveillance capacities*), mengacu pada pengawasan atas aktivitas warga negara individual (terutama, tetapi

²¹ Barker, C. (2004). *Cultural Studies* (1st Ed.). Kreasi Wacana.

²² Giddens, A. (2017). *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas* (H. Purwanto (Ed.); 1st Ed.). Kreasi Wacana.

bukan semata-mata) dalam bidang politik; d). Kekuatan militer atau pengendalian atas alat-alat kekerasan, termasuk industrialisasi peralatan perang.

Modernitas memperoleh dinamisemnya melalui tiga aspek penting teori strukturasi Giddens²³, yaitu: a). Pemisahan waktu dan ruang atau distanciation. Pemisahan waktu dan ruang adalah penting bagi modernitas karena beberapa alasan, antara lain: pertama, memungkinkan tumbuhnya organisasi rasional seperti birokrasi dan negara bangsa dengan dinamisemnya dan kemampuannya untuk menghubungkan otoritas lokal dan global; kedua, kehidupan modern ditempatkan dalam pengertian radikal dari sejarah dunia dan itu dapat menimbulkan kesan bahwa sejarah membentuk masa kini; dan ketiga, pemisahan ruang dan waktu seperti itu adalah syarat utama bagi sumber kedua dinamisme dalam modernitas yang menurut Giddens sebagai keterlepasan (*disembedding*). b). Kepercayaan. Kepercayaan didefinisikan sebagai kepercayaan terhadap keandalan (*reliability*) seseorang atau sistem berkenaan dengan sekumpulan kejadian atau hasil tertentu dan kepercayaan itu menyatakan keyakinan terhadap kejujuran atas kecintaan orang lain atau terhadap kebenaran prinsip-prinsip abstrak (pengetahuan teknis). c). Refleksivitas (*reflexivity*). Modernitas refleksivitas mempunyai arti khusus, di mana praktik sosial terus menerus diuji dan diubah berdasarkan informasi yang baru masuk yang paling praktis, dan dengan demikian mengubah ciri modernitas itu. Apa saja terbuka untuk direfleksikan dalam kehidupan modern termasuk refleksi itu sendiri. Modernitas juga menimbulkan konsekuensi berupa akibat negatif di dalam panser raksasa modernitas. Menurut Giddens, pertama, karena kesalahan rencana dalam dunia modern; orang yang merencanakan unsur-unsur dunia membuat kesalahan. Kedua, karena kegagalan operatornya; mereka yang menjalankan dunia modern. Namun, Giddens memberikan peran utama pada dua faktor lain akibat tak diharapkan dan refleksitas pengetahuan sosial. Artinya, konsekuensi dari tindakan untuk sebuah sistem tak pernah dapat diramalkan sepenuhnya dan pengetahuan baru terus menerus memberangkatkan sistem menuju arah baru.²⁴

Kedua: Modernitas dan Identitas.

Menurut Giddens, dunia modern sebagai refleksif, dan Giddens menyatakan, refleksivitas modernitas meluas hingga ke inti diri-kedirian menjadi sebuah proyek refleksif. Artinya, diri menjadi sesuatu yang direfleksikan, diubah dan dibentuk. Dunia modern menimbulkan “keterasingan pengalaman” (*sequestration of experience*) atau “proses yang berkaitan dengan penyembunyian yang memisahkan rutinitas kehidupan sehari-hari dari fenomena-fenomena, sebagai berikut: kegilaan, kriminalitas, penyakit dan kematian; dan seksualitas.

Ketiga: Modernitas dan Intimasi.

Dalam kehidupan modern, keintiman dan seksualitas telah terasingkan. Upaya refleksif untuk menciptakan hubungan intim murni harus dilakukan dalam konteks yang terpisah dari masalah etika dan moral yang lebih luas. Tetapi, tatanan kehidupan modern ini mendapat tekanan karena orang, khususnya wanita, berupaya merenungkan

²³ Priyono, H. (2016). Anthony Giddens. Suatu Pengantar (H. Priyono (Ed.); 1st Ed.). Kompas Gramedia.

²⁴ Priyono, H. (2016). Anthony Giddens. Suatu Pengantar (H. Priyono (Ed.); 1st Ed.). Kompas Gramedia.

diri mereka sendiri dan orang lain. Modernitas pada dasarnya mengglobal ini terbukti pada beberapa karakteristik dasar utama institusi modern, termasuk pemisahan dan reflektivitas mereka. Globalisasi kemudian dapat didefinisikan sebagai intensifikasi relasi sosial sedunia yang menghubungkan lokalitas yang saling berjauhan sedemikian rupa sehingga sejumlah peristiwa sosial dibentuk oleh peristiwa yang terjadi pada jarak bermil-mil.²⁵ McDonald secara bertahap membangun sebuah relasi sosial yang begitu besar dalam jaringan hubungan kerja, perdagangan, konsumen, bisnis dan ekonomi, serta suplai bahan baku. Konektivitas sistem investasi waralaba global yang pada akhirnya mampu pemeratakan sistem modernitas dan struktur modern pada masyarakat sedunia dengan kesepemahaman yang sama meski dalam taraf budaya yang berbeda-beda. Hal inilah yang menyebabkan McDonald menjadi arus globalisasi bisnis multinasional yang cukup besar dan mengundang minat bagi produsen dan konsumen untuk bisa berintegrasi dan merelakan untuk terjun kedalam modernitas ala McDonald yang ditawarkan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dibahas sebelumnya dengan menggunakan perspektif paradigma defnisi sosial dan modernitas Giddens, dapat disimpulkan bahwa arus modernitas yang terjadi pada globalisasi dari Mc Donaldisasi menimbulkan sebuah perubahan sosial dan perubahan budaya yang mengarah pada budaya massa atau pada budaya populer. Sistem simulasi tanda yang ditawarkan oleh Mc Donald seperti melalui sistem tanda pada logo yang menjadi icon yang mudah untuk merangsang kesadaran masyarakat, warna dan permukaan yang menarik yang mendorong orang dengan sukarela masuk sebagai konsumen dan mengadopsi budaya modern yang ditawarkan. Kemudian ikut dalam arus budaya modern dengan gaya barat yang dinilai sebagai sebuah prestise sosial yang tinggi dibanding resto tradisional.

Adanya budaya populer yang direpresentasikan melalui Mc Donald adalah melalui sistem pelayanan, kemudian teknologi, serta sistem tanda dan juga dukungan media massa seperti melalui iklan dan kesan-pesan persuasif yang membidik kesesuaian dengan pasar anak muda sehingga lebih mudah menjangkau konsumen khalayak luas dan dinilai modern dengan menyesuaikan dengan gaya kekinian yang mengkomodifikasi konsumen melalui tanda dan produk yang ditawarkan sehingga mendorong khalayak lebih mengedepankan konsumerisme ketimbang kebutuhan yang rasional. Adanya penawaran budaya barat modern ini pada akhirnya menggeser budaya lokal dalam hal konsumsi produk makanan cepat saji serta pelayanan yang cepat dengan sistem yang lebih modern dan didukung dengan teknologi pelayanan yang jauh lebih efisien dan efektif dari segi waktu. Sehingga budaya populer dalam hal ini menjadi sebuah pola modernitas kehidupan modern yang terintegrasi dengan pembentukan budaya massa yang memberikan suatu implementasi perubahan sosial, serta perubahan budaya yang cukup radikal terutama merubah mindset orang lain untuk beralih ke dalam budaya yang lebih modern yang menawarkan kemudahan namun mengabaikan aspek kearifan lokal yang dinilai tidak sesuai dengan jamannya.

²⁵ Giddens, A. (2017). *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas* (H. Purwanto (Ed.); 1st Ed.). Kreasi Wacana.

REFERENSI:

- Barker, C. (2004). *Cultural Studies* (1st ed.). Kreasi Wacana. Barker, C. (2014). *Kamus Kajian Budaya* (N. Arya (ed.); 1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, J. (2011). *Masyarakat Konsumsi* (H. Sumrahadi, Abdullah; Purwanto (ed.); 1st ed.). Wacana Kreasi.
- Cavallaro, D. (2004). *Critical and Cultural Theory. Teori Kritis dan Teori Budaya* (H. Mustofa (ed.); 1st ed.). Niagara.
- Giddens, A. (2017). *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas* (H. Purwanto (ed.); 1st ed.). Kreasi Wacana.
- Gora, R. I. (2016). *Hukum, Etika, & Etika Media (Regulasi, Praktik dan Teori)* (1st ed.). Deepublish.
- Kumparanews. (2021). *Kisruh BTS Meal Picu Kerumunan: Polisi Turun Tangan; Manajemen McD Minta Maaf*. Kumparan.Com.
<https://kumparan.com/kumparanews/kisruh-bts-meal-picu-kerumunan-polisi-turun-tangan-manajemen-mcd-minta-maaf-1vuvagL3M5C>
- Lee, M. J. (2015). *Kebudayaan Konsumsi & Komoditas. Sebuah Kajian Politik Budaya Konsumen* (I. R. Muzir (ed.); 1st ed.). Kreasi Wacana.
- McQuails, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa McQuail (McQuail's Mass Communication Theory)* (D. Opi (ed.); Edisi 6; B). Salemba Humanika.
- Muzykant, V. L., Muqsih, M. A., Burdovskaya, E. Y., Palagina, I. V., Barabash, V. V., & Volkova, I. I. (2021, July). *Contemporary Transportation Applications as New Forms of Social Construction Technology*. In *2021 Fifth World Conference on Smart Trends in Systems Security and Sustainability (WorldS4)* (pp. 6-11). IEEE.
- Muzykant, V. L., & Muqsih, M. A. (2021). *Social consequences of the 2020 regional elections in Indonesia under the covid-19 pandemic*. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 21(3), 536-542.
- Priyono, H. (2016). *Anthony Giddens. Suatu Pengantar* (H. Priyono (ed.); 1st ed.). Kompas Gramedia.
- Ritzer, G. (2014). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* (1st ed.). Rajawali Press.
- Ritzer, G. (2015). *Teori Sosiologi Modern* (G. Ritzer (ed.); 7th ed.). Kencana Prenada Media.
- Rorong, M. J. (2016). *Analisis Warna Mcdonald's Dan Perbedaan Kesetiaan Pelanggan. (Studi Tentang Warna Logo McDonald's dan Kesetiaan Pelanggan dari Orang Manado, Tionghoa dan Batak)*. *Semiotika:Jurnal Komunikasi*, 10(2), 303-334.
- Santoso, B. (2006). *Bebas dari Konsumerisme* (1st ed.).
- Strinati, D. (2016). *Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (1st ed.).
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/18/restoran-mcdonalds-tumbuh-17-di-dunia-dalam-satu-dekade#:~:text=Jumlah%20Restoran%20McDonald's%20secara%20Global%20\(2011-2020\)&text=Dalam%20sedekade%2C%20restoran%20cepat%20saji,McDonald's%20telah%20memiliki%2039.198%20restoran.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/18/restoran-mcdonalds-tumbuh-17-di-dunia-dalam-satu-dekade#:~:text=Jumlah%20Restoran%20McDonald's%20secara%20Global%20(2011-2020)&text=Dalam%20sedekade%2C%20restoran%20cepat%20saji,McDonald's%20telah%20memiliki%2039.198%20restoran.)

<https://mcdonalds.co.id/about>