

Perspektif

Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Lampung

- *Kebijakan Redaksi dalam Proses Penyuntingan Berita pada SKH Radar Lampung (Zahral Mutzaini)*
- *Pelayanan Birokrasi Pemerintah Daerah Pasca Pemlukada Langsung (Dedy Hermawan)*
- *Suratkabar Lokal dan Pendidikan Politik Bagi Calon Pemilih Pemula dalam Pemilukada (Emy Sri Purwani)*
- *Faktor-Faktor Penghambat Peranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Pelaksanaan Program Kesehatan Masyarakat di Desa Natar Kec. Natar Kab. Lamsel (Yunidar Cut Mutia Yanti)*
- *Imperialisme Budaya Melalui Televisi (Kamaruddin)*
- *Suratkabar Lokal dan Totalitas Menumbuhkan Spirit Lokal; Analisis Kritis Harian Umum Lampung Post (Hendra Alfani)*
- *Analisis Terhadap Kinerja Pelayanan Dinas Perhubungan Kab. Lampung Utara dalam Pembuatan Izin Usaha Angkutan Tahun Anggaran 2005-2006 (Zulman)*
- *Pengaruh Iklan Perusahaan Terhadap Karyawan Perusahaan (Yeni Eka Widianti)*



Diterbitkan oleh:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Lampung

Perspektif
JISIP

Vol. 1

No. 1

Hal. 1 - 83

Bandar Lampung
Juli, 2008

ISSN 1979 – 1186 XX

Perspektif

Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Lampung

DAFTAR ISI

- » *Kebijakan Redaksi dalam Proses Penyuntingan Berita pada SKH Radar Lampung*
(Zahral Mutzaini; Hal. 1-11)
- » *Pelayanan Birokrasi Pemerintah Daerah Pasca Pemlukada Langsung*
(Dedy Hermawan; Hal. 12-19)
- » *Suratkabar Lokal dan Pendidikan Politik Bagi Calon Pemilih Pemula dalam Pemilukada*
(Emy Sri Purwani; Hal. 20-28)
- » *Faktor-Faktor Penghambat Peranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Pelaksanaan Program Kesehatan Masyarakat di Desa Natar Kec. Natar Kab. Lamsel*
(Yunidar Cut Mutia Yanti; Hal. 29-40)
- » *Imperialisme Budaya Melalui Televisi*
(Kamaruddin; Hal. 41-59)
- » *Suratkabar Lokal dan Totalitas Menumbuhkan Spirit Lokal; Analisis Kritis Harian Umum Lampung Post*
(Hendra Alfani; Hal. 60-65)
- » *Analisis Terhadap Kinerja Pelayanan Dinas Perhubungan Kab. Lampung Utara dalam Pembuatan Izin Usaha Angkutan Tahun Anggaran 2005-2006*
(Zulman; Hal. 65-77)
- » *Pengaruh Iklan Perusahaan Terhadap Karyawan Perusahaan*
(Yeni Eka Widianti; Hal. 78-83)

Imperialisme Budaya Melalui Televisi

Oleh: Kamaruddin *

Abstract

Violence, pornography, and mystic became popular on television in 2006. The shows appear in physic and psychological, actions and words wrapped in soap opera, newscast, movie and sport (Kompas, 24/12/2006). Violence, mystic and porn/sex shows dominate television shows become issue in discussion about worrying television program. Production and reproduction media/ television show that capitalism and post modernistic base will destroy social and culture system to the youth. Various research domestic and abroad acknowledge that negative television shows have strong influence to children and teenagers, especially in their social, culture and emotional development. LIPi research in Palembang and Semarang also acknowledge television influence children and teenagers.

Key words: Television, culture imperialism, show, pornography, mystic

Pendahuluan

Komisi Nasional Perlindungan Anak mencatat 700 kasus kekerasan terhadap anak telah terjadi selama 2005 juga tidak terlepas dari pengaruh media. Pada 2000, Sparks dan Sparks dalam Zillman menyatakan bahwa tayangan kekerasan pada televisi memiliki implikasi berupa peningkatan perilaku agresif penonton. Salah satu bentuk perilaku agresif tersebut adalah menyakiti orang lain atau dirinya sendiri secara fisik. Jauh sebelumnya, pada 1961 Schramm, Lyle dan Parker telah menyatakan bahwa hubungan antara peningkatan kasus kejahatan yang mengimitasi tayangan kekerasan pada televisi bukanlah suatu kebetulan belaka.

Sebuah *polling* yang dilakukan *TV Guide* menghasilkan kesimpulan yang mengejutkan, yakni, satu dari empat orang pemirsa menyatakan bahwa mereka begitu lekat pada televisi. Sehingga, daripada tidak bisa menonton, mereka tidak akan melepaskan televisinya walau ditawarkan 1 juta dolar (Milton Chen, 1994).

Hasil *polling* tersebut menggambarkan bahwa betapa televisi telah menjadi bagian hidup dan menyita sebagian waktu kita. Bak sebuah sihir, ia menyedot perhatian dan merampas pikiran. Menyajikan aktualisasi dan berbagai impian. Pengaruhnya sedemikian kuat. Hingga tak mengherankan bila apa yang disajikan dalam televisi bisa menjadi *trend* di tengah masyarakat.

Di titik ini, kalau kemudian kita ditanya sehubungan dengan berbagai tayangan di sejumlah stasiun televisi swasta akhir-akhir ini, apa yang telah kita dapatkan dari sajiannya tersebut? Tanpa menafikan adanya berjenis hiburan dan aneka informasi yang kita serap, namun tak dapat dipungkiri pula kalau kita pun mendapatkan keresahan.

* Dosen Komunikasi FISIP UNIMAI (NAI), Sedang Studi Magister Komunikasi UI

Simaklah berbagai tayangan yang kini sedang menuai reaksi keras dari banyak kalangan, baik dari ormas Islam, kalangan pendidik maupun kalangan masyarakat lainnya. Tayangan dengan berbagai kemasan tersebut antara lain berupa tayangan-tayangan yang bernuansa mistik, pornografi, kekerasan dan, tema remaja (terutama yang direpresentasikan dalam dunia sekolah). Hal ini bisa dimaklumi karena tayangan-tayangan tersebut memang sudah sangat mengkhawatirkan bahkan boleh dibilang keterlaluan.

Tayangan mistik misalnya, betapa telah mendistorsi pola pikir masyarakat tentang keberadaan dunia lain. Ihtwal dunia gaib dieksploitasi sedemikian rupa secara terus-menerus di semua stasiun televisi swasta. Sehingga istilah *penampakan* sudah sedemikian familier di benak pemirsa. Keadaan ini sudah barang tentu dikhawatirkan akan menyesatkan, bahkan lebih fatal lagi bisa mengarah kepada kemusyrikan. Sangat ironis bahwa di tengah upaya mengejar berbagai ketinggalan oleh bangsa-bangsa lain di dunia, secara sistematis masyarakat kita diracuni oleh hal-hal yang irasional, diajak melanglang ke batas antara ada dan tiada. Keadaan ini dalam banyak hal jelas bisa mengakibatkan kontraproduktif.

Akan halnya tayangan yang mengandung unsur pornografi, sudah sejak lama mengundang keresahan. Simaklah beberapa tayangan film/sinetron yang sering kali mengeksploitasi unsur seksualitas. Atau acara yang mengupas tentang dunia malam dengan gambar dan bahasa yang sangat gamblang. Ada juga acara yang menelusuri liku-liku wilayah seksualitas manusia yang dibahas tanpa tedeng aling-aling, bahkan terkadang vulgar.

Simak juga acara-acara musik dangdut yang mengeksploitasi tubuh yang penyanyi dengan goyangan-goyangannya yang aduhai. Bahkan ada stasiun televisi swasta yang menayangkan pentas goyang tersebut pada pukul 19.00 WIB (waktu di mana anak-anak pun pasti ikut menonton) dengan menampilkan penyanyi yang pakaian dan goyongannya sangat seronok. Di setiap awal acara, tiga penyanyi yang sekaligus bertindak sebagai pembawa acaranya senantiasa mengingatkan. "Bagi pemirsa yang berpenyakit jantung jangan menonton acara ini, karena kami akan menggoyang layar kaca Anda!" (Padahal pada saat yang sama kita pun sangat mafhum bahwa peringatan tersebut tak lebih dari tantangan belaka). Dan benar, berlangsunglah pesta goyang tersebut selama satu jam, menimbulkan perasaan *dag dig dug* di hati pemirsa.

Lalu alihkanlah perhatian kita pada tayangan yang lain. Film-film/sinetron yang bertema kekerasan maupun acara yang mengemas fakta-fakta perilaku kriminal yang merupakan hasil investigasi disajikan dengan detail dan sangat "telanjang". Sering kali dalam mengilustrasikan kasus pembunuhan misalnya, di samping diperagakan juga senjata tajam yang berlumuran darah pun kerap diperlihatkan dengan jelas. Atau tubuh korban yang rusak dan berdarah-darah disorot dengan sangat fokus, menimbulkan kengerian yang tak terkira. Demikian pula ketika mengilustrasikan kasus perkosaan, perdagangan wanita dan sebagainya. Bukankah untuk mengilustrasikan kasus-kasus serupa itu bisa ditampilkan dengan bahasa gambar yang lebih santun, lebih filmis, dan mengarah pada substansinya, bukan mengeksploitasi kekerasannya.

Kekerasan kita terasa makin sempurna ketika kemudian menonton sinetron tema remaja dengan *setting* dunia sekolah. Perilaku murid-murid di sekolah yang tergambar hanyalah konflik-konflik percintaan yang penuh intrik. Tidak ada tampilan mereka yang tengah serius beraktivitas dan berkreativitas dalam belajar umpamanya.

Bahkan gambaran murid-murid SLTP sekali pun yang notabene baru menginjak remaja awal, hanya dipenuhi dengan romantika dan konflik cinta yang kadang menggunakan bahasa yang kasar. Belum lagi perilaku-perilaku lain yang terasa keterlaluan. Contohnya dalam sebuah episode sinetron remaja ada adegan seorang murid yang meniup (maaf) kondom dalam

kelas. Atau digambarkan beberapa murid yang duduk-duduk santai di atas meja kelas dengan sekenaknya sambil *ngerumpi* dan cekikikan, menunggu sang guru datang.

Kemudian yang terasa lebih keterlaluan lagi adalah sering digambarkannya posisi guru yang menjadi bulan-bulanan para murid. Guru menjadi bahan tertawaan karena digambarkan berperilaku konyol, perilaku yang mengada-ada. Dalam adegan yang lain sering pula digambarkan ada murid yang *nyeletuk* dengan sangat tidak sopan kepada guru ketika pelajaran tengah berlangsung, lalu ditimpali dengan tawa riuh-rendah teman-teman sekelasnya. Perilaku para murid tidak sedikit pun mencerminkan perilaku yang terpelajar.

Akan halnya sang guru, menghadapi situasi seperti ini digambarkan hanya bengong melompong atau kebingungan, mati kutu. Tak ada wibawa, tak ada karisma, tak ada nuansa penghormatan sebagaimana mestinya. Maka suasana pembelajaran pun tak lebih dari suasana pasar yang kacau-balau. Tak lebih dari arena permainan. Bukankah semua itu merupakan bentuk pelecehan profesi dan dunia pendidikan pada umumnya? Dan kita sebagai pemirsa, menyaksikan adegan-adegan seperti itu hanya mampu mengurut dada, khawatir kalau-kalau perilaku buruk tersebut kemudian ditiru bahkan menjadi *trend* di kalangan para murid.

Tayangan lain yang juga perlu mendapat perhatian adalah acara-cara *infotainment*. Tayangan tersebut di samping menyampaikan informasi yang mungkin kita perlukan, tetapi di sisi lain sering kali membesar-besarkan konflik/persoalan hidup kalangan selebritis. Bahkan tak jarang kemudian hanya menjadi arena pamcr kemewahan para pesohor tersebut; mulai dari sepatu, baju, perhiasan, rumah dan gaya hidup lainnya. Bayangkan misalnya, bagaimana ketika hampir semua *infotainment* menggambarkan seorang artis yang baru memasuki rumah barunya yang sangat fantastis senilai Rp 7 miliar. Harga akuariumnya saja konon mencapai Rp 100 juta. Mungkin bagi pemirsa yang kebanyakan masih direpotkan dengan urusan makan sehari-hari, untuk memiliki rumah seharga akuariumnya saja sungguh merupakan sebuah mimpi. Apakah semua itu tidak akan menyulut api kecemburuan dengan segala implikasinya?

Mungkin terlalu ekstrem apabila kita mengatakan bahwa dunia televisi kita dengan berbagai tayangannya itu sedang berada dalam zaman imperialisme budaya barat yang bersifat negatif. Namun sulit pula untuk dibantah bahwa nyatanya tayangan-tayangan seperti itu setiap waktu terus mengepung kita. Maka tak mengherankan kalau berbagai pihak menyatakan bahwa melalui tayangan-tayangan seperti itu telah terjadi proses pembodohan bangsa. Padahal idealnya salah satu fungsi televisi adalah justru sebaliknya, yakni ikut serta mencerdaskan bangsa.

Landasan Teoritis

Budaya dan peran media dalam kehidupan sosial bukan sekadar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi – menurut istilah Peter Berger (1979:13) – realitas subyektif pelaku interaksi sosial. Atau dengan istilah lain, media massa mampu menanamkan *the pictures in our heads* (istilah Walter Lippmann, 1922) tentang realitas yang terjadi di dunia ini.

Gambaran tentang realitas yang “dibentuk” oleh isi media massa inilah yang nantinya mendasari *response* dan sikap khalayak terhadap berbagai obyek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula pada khalayak, sehingga akan memunculkan *response* dan sikap yang salah juga terhadap obyek sosial itu. Karenanya media

massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis, dan moral penyajian isi media.

Persoalannya dalam kehidupan empiris, sikap dan perilaku manusia atas suatu obyek lebih ditentukan oleh gambaran yang ada di kepalanya atas obyek itu, daripada keadaan yang sesungguhnya. Dengan demikian, jika misalnya isi media sebagai realitas simbolik, banyak menyajikan realitas kekerasan politik, dan ini tertanam pada gambaran yang ada di kepala khalayak, maka khalayak-pun akan beranggapan bahwa politik itu memang penuh kekerasan, dan pelakunya tidak bermoral. Dan respon mereka terhadap elite politik bisa negatif. Asumsi semacam inilah yang mendasari pemikiran *Cultivation Theory* (George Gerbner, 1972), *Spiral of Silence* (Noelle Neumann, 1974), ataupun juga *Agenda Setting* (McComb & Donald L. Shaw, 1969). Di sinilah pentingnya peran media massa sebagai realitas simbolik yang dianggap merepresentasikan realitas obyektif sosial, dan berpengaruh pada realitas subyektif yang ada pada benak para pelaku interaksi sosial.

Sebagaimana dikatakan McQuail, budaya media massa adalah sebuah terma yang digunakan untuk menggambarkan sarana komunikasi yang beroperasi dalam skala besar, yang berpotensi menjangkau dan melibatkan seluruh anggota masyarakat dalam derajat berbeda-beda. Media massa merujuk pada sarana terorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan berjarak pada banyak penerima dalam jangka waktu singkat.

Sebagai lembaga yang memiliki potensi sedemikian besar, media massa diteorikan memiliki sumbangan yang sangat menentukan bagi perkembangan masyarakat. Secara politik, misalnya, media massa merupakan lembaga yang senantiasa diperhitungkan dalam penilaian terhadap kualitas demokrasi sebuah negara, mengingat fungsi yang bisa dijalankannya sebagai arena dan saluran pertukaran informasi antar warga negara saat berpartisipasi dalam proses politik. Dalam wilayah budaya, media massa berfungsi sebagai sumber utama pendefinisian dan pembangunan citra realitas sosial, dan merupakan sarana utama ekspresi identitas bersama.

Namun demikian, hubungan antara media massa, masyarakat dan budaya bukanlah sesuatu yang bersifat linear dan statis dari waktu ke waktu. Media massa adalah sebuah sarana yang memang memiliki potensi kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat, dan karena itu dapat dipersepsikan dalam beragam-fungsi oleh beragam pihak yang hendak memanfaatkannya. Secara lebih mudah, media massa pada awalnya tumbuh dengan muatan politik dan budaya yang jauh lebih kental. Mereka yang memanfaatkannya di masa awal proses pertumbuhan media, lebih mengorientasikan produk mereka untuk misalnya penyebaran agama (misalnya Injil), kontrol politik dan '*publik sphere*' (suratkabar di masa pertumbuhan demokrasi di AS dan Eropa Barat, serta juga Indonesia), atau budaya (penyebaran sastra).

Namun industrialisasi media yang terutama berlangsung sejak awal abad 20 secara gradual mengubah karakter budaya media massa. Bahasan Denis McQuail dalam bagian "produksi budaya media" ini menekankan pada budaya organisasional perusahaan media massa. Bagaimana kebiasaan-kebiasaan yang belaku pada media dalam proses seleksi dan pengolahan bahan mentah berupa fakta atau peristiwa untuk diolah menjadi sebuah berita atau informasi yang mampu dijual. Apabila kita mengacu pada Shoemaker dan Reese (1991), maka isi media pada dasarnya bisa dipengaruhi oleh dua hal, yaitu aspek internal dan eksternal. Aspek internal berkaitan dengan rutinitas kegiatan media, profesionalisme pekerjanya, struktur organisasi media, dan ideologi media secara mikro (sikap). Sedang aspek eksternal berkaitan dengan pengaruh narasumber, pengiklan, organisasi media, perusahaan, negara, dan ideologi secara makro.

Model yang ditawarkan Ryan dan Peterson merupakan alternatif yang bisa dipilih oleh para pengelola media untuk menjalankan roda kehidupan medianya. Akan tetapi, satu hal harus disadari bahwa sebuah budaya media tidaklah steril dengan nilai-nilai yang hidup di lingkungannya. Artinya, dalam adopsi sebuah budaya sebaiknya memang disesuaikan dengan lingkungan budaya masyarakat atau sistem sosial dimana media itu berada dan berkembang. Tanpa penyesuaian ini, apa yang dianut oleh media itu akan menjadi sesuatu yang menyimpang dan sistem sosialnya. Alih-alih menjadi sarana produktif, bukannya tidak mungkin malah akan menjadi kontra produktif. Contoh, bagaimana media-media baru yang bermunculan kemudian tumbang satu persatu di Indonesia akhir-akhir ini, menurut hemat saya, tidak bisa dilepaskan dari bagaimana pemahaman para pengelolanya terhadap budaya media ini.

Postmodernisme Dekonstruktif Televisi

TV telah menjadi referensi mereka untuk berinteraksi, menjadi acuan bagaimana bersikap dan berperilaku dalam kelompok bermain, yang kadang bertentangan dengan hal-hal yang lebih bersifat tradisional, normatif dan religius yang berasal dari orangtua, sekolah, atau budaya tempat mereka tinggal. Pada kebanyakan anak dan remaja TV sudah menjadi pilihan hiburan yang utama. Menurut YKAI, di kawasan Asia-Pasifik, lebih dari 90% rumah tangga memiliki TV dan anak dan remaja menonton TV antara 2-5 jam sehari. Sementara, survei YKAI terhadap anak-anak di Jakarta dari golongan ekonomi menengah ke bawah menemukan angka jumlah jam menonton TV antara 30-35 jam dalam seminggu. Ini adalah sebuah angka yang tidak bisa dikatakan sehat untuk dikonsumsi anak dan remaja, terlebih, mengingat muatan sebagian besar acara TV, baik impor maupun produksi lokal, tidak mendidik dan tidak pantas dikonsumsi mereka. Sebuah realitas yang niscaya ketika TV-TV komersial (kapitalis) lebih mengutamakan bisnis.

Ketika fungsi komersial/kapital TV lebih menonjol, maka yang muncul adalah terjadinya pengabaian hak-hak publik untuk mendapatkan tayangan yang berkualitas demi rating yang tinggi. Tayangan beraroma kekerasan, mistik dan seks, yang lebih mengundang iklan. Fenomena popularitas tayangan televisi swasta seperti *ngobor Inul*, acara gossip dan *remeh temeh* dunia selebritis, acara bernuansa mistik-klenik, kriminalistik-sadistik, dan erotik/tanda-tanda seksualitas yang memabukkan, metafora-metafora iklan yang menggoda, Acara fenomena di *TranTV*, *tabir malam* di Lativi, *nah ini dia* di SCTV, *komedi tengah malam* di Lativi, *Hitam Putih* Indosiar, *om parhan* di antv, *berita yahya zaini*, *Video porno bandung*, *video porno yogyakarta*, diberitakan nyaris tanpa sensor. Tayangan mistik/klenik misalnya *gentayangan TPI*, *dunia lain* *Trantv*, *ekspedisi alam gaib TV7*, *pemburu hantu Lativi*, Bentuk sinetron, seperti *Maklampir*, *Rahasia ilahi*, *jaka tingkir*, *jaka tarub*, *kaya mendadak*, *sibuta dari gua hantu*, *pintu hidayah*, *misteri dua dunia*, *malam jum'at kliwon*, *ilmu pellet membuat gila* dll. Bentuk kekerasan seperti acara *TKP*, *Buser*, *sidik*, *brutal*, *smackedown*, *film-film*, *patroli*, *saksi mata*, *bidik* dan lain sebagainya, saya kira mewakili deretan panjang tayangan TV yang tidak konstruktif.

Dalam corak masyarakat yang teratomisasi dan berposisi rentan itu, media massa tumbuh sebagai sektor ekonomi tersendiri. Dalam konteks itu, media massa digambarkan sebagai semacam institusi pengontrol terhadap masyarakat yang terpecah, terisolasi dan tak memiliki integrasi grup dan kemasyarakatan.

Media massa adalah kekuatan yang ampuh untuk mengorganisasikan massa sebagai khalayak, konsumen, dan pasar. Media massa merupakan alat bagi pemegang otoritas, atau

pihak pembentuk opini (partai politik, pemilik modal atau pemerintah) yang memiliki kemampuan mengarahkan anggota masyarakat. Media menciptakan ketergantungan masyarakat awam, bukan cuma dalam hal pengetahuan dan pendapat, namun juga identitas diri dan bahkan kesadaran (*consciousness*). Dampak media bergerak satu arah. Media massa menjelma menjadi semacam kontrol 'non-demokratik' dari atas, yang berhadapan dengan masyarakat yang tak memiliki sarana untuk menjawab balik.

Dalam hal ini masyarakat massa dipersepsikan sebagai sebuah kumpulan individu yang tidak memiliki integrasi social yang sehat, yang cenderung pasif, sehingga tidak kritis dan mudah untuk dimobilisasi dan dimanipulasi oleh media. Mereka bukanlah warga negara yang didambakan dalam system politik demokratik yang mampu memandang dunia secara rasional dan kritis, dan mampu menentukan sendiri tujuan-tujuan mereka dalam aksi politik.

Dalam kaitan dengan hubungan media dan masyarakat massa tersebut, bisa dipahami pada awalnya studi komunikasi banyak dilakukan dengan asumsi adanya 'powerful effect' media. Gagasan tentang hypodermic model, misalnya, mengansumsikan dampak media yang kurang lebih linear terhadap masyarakat. Di Indonesia, misalnya, berbagai kampanye pembangunan yang dilakukan di era Orde Baru mencerminkan juga kepercayaan akan kekuatan media dalam membentuk cara berpikir masyarakat.

Akan tetapi satu hal yang juga harus dipahami, bahwa budaya organisasi bukanlah berada dalam suatu kevakuman sosial. Artinya, keberadaan budaya itu harusnya bersifat dinamis sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Budaya media ini bendaknya bukan merupakan sebuah sistem tertutup yang tabu dengan semua perubahan di lingkungannya. Sebaliknya, budaya media ini seharusnya merupakan sebuah sistem terbuka yang mampu menyesuaikan dirinya dengan perkembangan yang terjadi.

Fenomena dan tanda ini, tentu harus dilihat dengan kaca mata baru. Ini dapat dilihat pada akar budaya masyarakat kita sendiri dimana cara berpikir mitos, tradisi lisan/gossip masih mendominasi. Selain itu, tentu masalah system social budaya dan ekonomi serta hukum kita yang tidak mampu memilah terpaan budaya kapitalisme dan posmodernisme dekonstruktif tersebut. Masalahnya adalah kapitalisme dan posmodernisme dekonstruktif dengan iklim persaingan ekonomi system kapitalisme global di negara kita sudah menjadi trend. Prinsip ini telah menciptakan ruang terbuka luas bagi pembiakan budaya porno, budaya kekerasan, bahkan masyarakat mencari yang berbau mistik-klenik dan mitos, akhirnya terbentuk kondisi yang mengarah pada pembiasaan (*naturalization*) terhadap hal tersebut.

Lingkungan social budaya baru yang secara dramatis ditransformasikan oleh media televisi. Yang menciptakan suatu bentuk interelasi dan integrasi global yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya dalam sejarah manusia. Fenomena seksualitas, misalnya dalam budaya media merupakan penanda dari kreativitas dekonstruktif pekerja media untuk membentuk citra sosial. Bahwa seksualitas adalah energi tanpa batas dari media yang menutup rasa kebosanan. Dalam sejarah seksualitas manusia, pentabuan merupakan jalan terbaik untuk membungkam seks. Tapi sebagai komoditas, seksualitas adalah energi yang selalu mengalami transformasi terus-menerus dalam historisitas kemanusiaan.

Pilliang dalam *Postrealitas 2004*, mengungkapkan bahwa fenomena pornografi, mistik-klenik dan kekerasan dalam prisma kaca televisi kita, semakin meluas. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari bagaimana berbagai prinsip, konsep, pandangan dunia (*world view*), makna dan nilai-nilai yang berasal dari filsafat modernisme bahkan postmodernisme memberi bentuk pada media. Sehingga ia melampaui (*hyper*)- melampaui batas-batas moral, norma, etika, budaya, adat, tabu dan agama. Penggunaan tubuh wanita juga tidak bisa terlepas dari kapitalisme-sebagai sebuah ideology ekonomi, kearah apa yang disebut sebagai libidonomi,

yaitu sistem ekonomi yang didalamnya terjadi eksploitasi secara ekstrim segala potensi libido sebagai komunitas, dalam rangka mendapatkan keuntungan maksimal (*added value*). Ideologi libidonomi kapitalisme menjadikan tubuh dan segala potensi libido-nya- sebagai titik sentral dalam produksi dan reproduksi ekonomi serta pembiakan capital.

Bahwa ada sebuah efek sinergis yang kuat antara kapitalisme sebagai system ekonomi politik dan postmodernisme sebagai sebuah system pemikiran budaya menjadi sebuah elemen yang sentral dalam produksi benda-benda komoditi dalam media. Tubuh wanita khususnya tidak saja dijadikan komoditi, akan tetapi juga sebagai *metakomoditi* yaitu komoditi yang digunakan untuk menjual (mengkomunikasikan) komoditi lainnya. Dalam wacana kapitalisme tidak saja dieksploitasi nilai gunanya (*use value*)-pekerja, prostitusi, pelayan; akan tetapi juga nilai tukarnya (*exchange value*) seperti gadis model, gadis peraga, hostess, dan juga nilai tandanya (*sign value*) seperti *erotic magazine*, *erotic art*, *erotic video*, *erotic photografi*, *erotic film*, *erotic vcd*, *majalah porno*, *video porno*, *vcd porno*, *film porno*, *cyber-porno* dan lainnya. Eksploitasi tersebut berlangsung mengikuti model-model pembiakan atau pelipatgandaan secara cepat, baik dalam cara, bentuk, varian, teknik, maupun medianya.

Allan Bullock 1988, dalam *The Fontana Dictionary of modern Thought*, pornografi didefinisikan sebagai bentuk representasi yang tujuannya adalah untuk menghasilkan kepuasan seksual. Juga didefinisikan kembali oleh Mark Bracher, Lacan 1993 dalam *Discourse and social change*, lebih melihat pornografi dari kacamata feminisme. Penggunaan representasi perempuan dalam rangka memanipulasi hasrat (*desire*) orang yang melihat, yang didalamnya berlangsung proses degradasi perempuan dalam statusnya sebagai *objek seksual* laki-laki. Berdasarkan teori psikoanalisis yang dikembangkan oleh Freud dan Lacan, di dalam pornografi, citra (*image*) dan gambar mempunyai peran yang sangat besar dalam menimbulkan rangsangan maupun kepuasan seksual, dari cara ia ditampilkan – bentuk, pose, posisi, sikap, kata-kata/*vulgaritas bahasa*, ekspresi. Hal ini tentu disebabkan oleh rendahnya standar atau selera rendah (*bad-taste*)/*sampah artistik* media, yang berkiblat pada pendangkalan estetika dan informasi. Pornografi merupakan bagian dari selera rendah tersebut. Secara etimologis istilah *porno* dalam bahasa Yunani berarti *prostitusi* pada tingkatnya paling rendah.

Seringkali pihak media berdalih, bahwa gambar yang ditampilkannya bukanlah sebuah pornografi, melainkan sebuah seni. Padahal, seni mempunyai batasan dan kriteria yang jelas mencakup kualitas, standar atau mutu tertentu. Kelompok Frankfurt School, seperti TW. Adorno, Max Horkheimer dan WF. Haug menekankan bagaimana seksualitas dan sifat nafsu rendah menjadi bagian utama dari apa yang mereka sebut *industri budaya (culture industry)*, yaitu sebuah kebudayaan yang selalu memproduksi di dalam domain *seksualitas*. Haug menggunakan istilah *teknokrasi seksualitas*, untuk menjelaskan bagaimana nilai-nilai budaya – misalnya nilai estetika, norma – ditopengin oleh nilai-nilai seksualitas, glamour dan erotisme. Yang terjadi adalah erotisasi kebudayaan dan sensualitas otak, yaitu disaratinya otak dan kebudayaan oleh berbagai bentuk sensualitas/pornografi. Sepertinya media sulit melepaskan diri dari iklim pornografi dan sensualitas. Berbagai nilai yang dibawa oleh postmodernisasi telah membuka ruang lebar bagi perkembangan, pembiakan dan produksi siaran berbagai bentuk hasrat lewat pornografi.

Tidak hanya itu, proses dehumanisasi tampaknya sedang berlangsung secara besar-besaran. Drama kekerasan terus melanda bangsa ini. Dari bentuk dunia fiksi ke dunia nyata. Citra kekerasan televisi, video, video game, cyberspace, komik, majalah, Koran, mainan sarat dengan muatan kreativitas yang dekonstruktif. Kekerasan media telah mengonstruksi bentuk kekerasan lain dalam dunia anak dan remaja. Berbagai bentuk kekerasan, kecabulan,

kelicikan, keserakahan, mistik yang dikonstruksi oleh orang dewasa ke dalam dunia mereka, telah melenyapkan batas antara dunia mereka dengan dunia orang dewasa. Ada pemaksaan structural dunia dewasa melalui media, yang kini justru dianggap sesuatu yang normal.

Dieter Lenzen, dunia anak/remaja sesungguhnya telah mati – *the death of the children world*. Rich Fromm dalam *The Anatomy of Human Destructiveness*, menyebutnya sebuah tindakan ekstasi penghancuran. Heidegger di dalam *Discourse on Thinking*, menyebut manusia yang tidak mampu menggunakan akal sehat ini sebagai manusia yang terjatuh dalam ketidakterpikirkan (*thoughtlessness*). Bagi John Gunn dalam *Violence in human society*, mengatakan bahwa bencana krisis kemanusiaan dalam sebuah masyarakat terjadi bila ikatan positif atau perekat social, cultural, spiritual telah hancur. Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam *The social construction of reality*, mengatakan bahwa apa yang kita terima sebagai realitas, sebagai pengetahuan, semua dikonstruksikan secara social oleh media. Walter Truett Anderson, *reality isn't what it used to be*. Bahwa apa yang diproduksi oleh media sebagai tanda dapat menjadi tandingan terhadap realitas yang direpresentasikan – realitas media kini menjadi semacam realitas kedua.

Anthony Giddens menyebutnya sebagai system ahli, yang mengendalikan pikiran, selera, kesadaran, dan keyakinan mayoritas manusia. Bagi Daniel Miller di dalam *Material culture and mass consumption*, sebuah obyek social dan kebudayaan tidak merupakan objek yang berdiri sendiri, terlepas dari manusia. Ada proses dialektika objek/subjek atau objectification – manusia melakukan eksternalisasi – muncul kreasi-kreasi – proses internalisasi – penanaman makna objek ciptaan. Bila yang di internalisasikan itu makna-makna destruktif, maka makna tersebut menjadi dasar bagi kreasi-kreasi destruktif.

Saya lebih melihat iklim media kita kecenderungan pada posmodernisasi yang bersifat dekonstruksi – kapitalisme lewat budaya komoditinya – dibandingkan posmodernisme rekonstruktif yang bersifat positif. Yaitu lebih kepada penentangan akan segala bentuk otoritas, pengekangan, dan pembatasan seperti hukum, aturan, adat-istiadat, norma-norma agama) demi untuk memperoleh kebebasan berekspresi dan pembebasan hasrat secara total. Yang menghancurkan – menceraikan-beraikan otoritas/hegemoni dan power baik yang ada dalam keluarga, tabu, adat, norma, negara, agama.

Sistem ekonomi politik kapitalis seperti dikemukakan oleh J.F. Lyotard dalam *libidinal economic*, bahwa setiap orang harus dapat mengeksplorasi dan memamerkan setiap keinginan libido, untuk mendapatkan keuntungan ekonomi maksimal. Budaya harus bersifat afirmatif dan permisif. Tubuh perempuan akan bernilai ekonomis bila dapat diproduksi dan diprodusi sebagai nilai tukar lewat berbagai bahasa tanda (*bodily sign*), yang dapat menyertai tawaran sebuah komunitas – mobil, motor, lemari es, makanan, sepatu, baju dll. Semakin seksi dan berani *cover girl* dalam sebuah iklan misalnya, maka nilai tukarnya pun tinggi dalam pasar libido secara ekonomis dengan prinsip capital.

Yang terjadi adalah budaya ketelanjangan, tubuh menjadi obyektifitas ekstrem yang meninggalkan batasan moral, batasan social, batasan spiritual. Tidak ada lagi nilai obyektifitas, seperti privasi, rahasia, rasa malu, tabu, risih atau rasa berdosa. Batas-batas antara ruang privat dan ruang publik yang selama ini membatasi, kini telah didkonstruksi. Seseorang privat seperti aurat, kemaluan, organ, tubuh, seks kini dipertontonkan sebagai domain publik dan menjadi milik publik, jadilah kita sebagai masyarakat cabul – *society of the obscene*. Richard Harland menyebutnya antisocial yaitu tidak bertanggungjawab secara social.

Celakanya, budaya *posmodernisme dekonstruksi* mendapat respon yang antusias dari berbagai kalangan di Indonesia; anak muda (*youth culture*), dengan seks bebas, pesta seks, seks sekolahan, pelacuran diberbagai sudut kota, narkoba menjadi pelampiasan. Para

pengusaha (kapitalis) menggunakan untuk mengikat daya tarik komoditi; gadis iklan, foto model, gadis pajangan, prostitusi, gadis panggilan, pantipijat plus-plus dll. Media menggunakan untuk meningkatkan daya tarik dan rating. Bahwa sesungguhnya ada berbagai dimensi yang hilang dalam masyarakat kita; dimensi rahasia, rasa malu, tabu, norma, adat, rasa berdosa, dan dimensi spiritual. Digantikan dengan dimensi ketelanjangan, ketidakacuhan, sekularitas, materialistis, individualistis dll. Meminjam pendapat *Idi Subandi Ibrahim* dalam sebuah buku *Hegemoni Budaya* 1997, bahwa dari berbagai peristiwa yang kita saksikan lewat prisma berita global, ternyata dunia yang kita bayangkan bukanlah wajah dunia yang penuh kedamaian dan tanpa kegelisahan. Tapi, malah kejutan-kejutan yang kita dapatkan.

Lalu, bagaimana kita harus menghadapinya berbagai kekhawatiran dan ketidakpastian ini. Dilematis memang, antara kebebasan/moralitas, pertumbuhan/tradisi, kreativitas/norma. Namun segi filosofi media harus dirubah dari *dekonstruksi* yang antikeluarga, antiwahyu, antikonvensi social, yang melahirkan budaya materialisme, hedonisme dan konsumerisme, menjadi *konstruktif*. Menumbuhkan budaya *counter-violence*, perlu adanya *budaya dialogisme* ketimbang *potret persaingan kapitalistik*. Perlu dikembangkan *kreativitas konstruktif* menggantikan *kreativitas destruktif*. Juga, dikembangkan budaya tanding melalui komunitas-komunitas untuk menghambat arus tersebut. Perluasan sikap melek media dalam masyarakat/*the critical majorities*.

Seperti Komitmen KPI mulai Januari 2007 Televisi sudah tidak ada lagi tayangan Pornografi dan kekerasan mesti ditaati. Dikatakan Ade Armando dari KPI, isi siaran televisi tidak menggaung publik lewat tayangan ketelanjangan kekerasan dan pornografi, ini sesuai dengan UU 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Kalangan industri Media Televisi, tentu membutuhkan waktu yang cukup untuk sosialisasi aturan tersebut, baik secara internal seperti rumah produksi, biro iklan, artis, stasiun televisi dan asosiasi televisi. Juga secara eksternal pihak KPI, Kepolisian, akademisi dan elemen masyarakat sipil yang peduli mesti terlibat mensosialisasikan.

Ashadi Sirogar, menyarankan, media publik seharusnya mampu menjalankan fungsi cultural yang tidak lepas dari karakteristik ruang publik dan menjaga agar hak dan kepetingan publik terpenuhi. Kehadiran media publik secara ideal mampu mendidik publik dengan nilai-nilai budaya yang menggerakkan orientasi negative ke positif, Etika jurnalistik harus dipakai (kompas, 21/12/2006). Bagi Ibnu, Institusi media seharusnya menyadari bahwa ketika fakta hendak disampaikan kepada publik, strategi pengemasan berita harus dilakukan dengan berpegang pada etika, juga estetika. Tetapi, bukankah media/televisi juga mengemban tugas sosial, yaitu turut mendidik dan mencerdakan publik melalui tayangan-tayangannya? Bukan lantas mengumbar hasrat pasar/kapitalisme (dalam Kompas, 11/8/2003).

Kritik Terhadap Imperialisme Budaya

Intinya kritik pada imperialisme budaya merujuk pada dominasi budaya. Dalam hal ini imperialisme budaya di Negara Dunia Ketiga, pada hubungan antara dominasi yang ada sekarang dan kolonial yang lampau. Imperialisme budaya dianggap sebagai sebuah warisan sikap dan praktik kolonial atau sebagai praktik dan efek dari sistem relasi ekonomi yang ada dengan kapitalisme global. Masalah yang nyata bagi kita adalah pada ragam peran kekuasaan, dominasi atau kontrol yang tercakup dalam imperialisme budaya yang dijalankan oleh negara misalnya, atau oleh kapitalisme, atau beberapa proses pembangunan global atau konteks modernitas. Selanjutnya ada 4 cara membicarakan imperialisme budaya, berdasarkan atas pendekatan yang mempertahankan kerasionalan diskursus yang tetap memperlihatkan

kemungkinan cara bicara yang lain, suara yang tak terdengar dalam teks ini, atau pun dalam 'percakapan global'.

Imperialisme Budaya sebagai Imperialisme Media

Mayoritas terbesar diskusi imperialisme budaya berpusat pada media seperti televisi, film, radio, jurnalisme cetak, dan periklanan. Menurut Chin-Chun Lee, neo-Marxis memilih untuk mengembangkan wacana imperialisme budaya sebagai imperialisme media karena mereka mengadopsi secara lebih holistik peran media dan melihat imperialisme budaya sebagai sesuatu yang diimplikasikan ada dalam totalitas dominasi yang lebih besar. Selain itu, lebih banyak membahas imperialisme media daripada cakupan semuanya.

Sedangkan dari sudut pluralist (non-Marxis), imperialisme media lebih pada asumsi teoritis dan memposisikan dirinya secara terbuka mendekati sebagai dasar empirik perdebatan. Mereka mempertahankan fokus pada media sebagai upaya untuk membangun 'fakta' tanpa membuat asumsi teoritis umum mengenai imperialisme budaya. Lee berusaha untuk mendapatkan beberapa penyeimbang antara pendekatan Marxis dan pluralis. Menurutnya, apa pun hubungan antara media dan aspek budaya lainnya, atau koneksi yang sesungguhnya antara 'ekonomi, politik dan budaya' secara umum tidak diasumsikan dalam hal *grand theory* pada awalnya. Contohnya studi mengenai *America's Mass Media Merchants* (1976) yang dibuat oleh William Read, yang membicarakan imperialisme media tanpa dominasi.

Kritik pada imperialisme media biasanya merupakan konsern mereka pada aspek struktur dan institusi media global. Dengan fokus pada isu 'dumping' program tv murahan di Dunia Ketiga atau dominasi pasar agen berita Barat, mereka membuat kritik mengenai basis dominasi politikal-ekonomi. Manusia dalam masyarakat modern dapat menyaksikan banyak saluran tv, tapi mereka melakukan banyak hal di samping itu dan penekanan berlebihan pada aspek representasi aksi dan pengalaman budaya mungkin mengakhiri arah pada budaya.

Seperti Conrad Ladziak telah tunjukkan perbaikan pada tulisan-tulisan sosiologi media, teori-teori media yang bertendensi membesar-besarkan signifikansi sosial pada subjek studi mereka. Untuk memahami klaim tentang imperialisme budaya kita perlu menguji hubungan antara media dan aspek budaya lainnya tanpa asumsi sentralnya dari awal.

Imperialisme Budaya sebagai Diskursus Nasionalitas

Jika media biasanya dijadikan fokus dari kebanyakan diskusi imperialisme budaya, ide invasi pada budaya asli (pribumi) oleh negara lain (asing) mencakup proses. *Indigenous* bersinonim dengan *native*, berarti dimiliki oleh suatu wilayah tertentu secara geografis. Tapi bagaimana budaya dimiliki oleh suatu wilayah?

Penggantian *indigenous* dengan *belonging naturally* dengan cara ini mungkin menjawab bagaimana budaya dimiliki, hal ini penuh dengan masalah teoritis. Budaya adalah keseluruhan hasil kerja manusia. Budaya bukanlah suatu fenomena alam, seperti flora dan fauna yang secara alami dimiliki oleh suatu wilayah.

Mari kita coba gantikan 'lokal' untuk *indigenous*. Faktanya lokal lebih mendekati negara mengambil contoh dari UNESCO. Oleh karenanya argumen yang akan diuji secara cluster seperti identitas budaya nasional dan menempatkannya oleh imperialisme budaya. Hal lain yang sering membingungkan yaitu terjadinya dominasi budaya, apakah melalui invasi, peperangan, serangan, dan lain sebagainya. Cara lainnya, yaitu kita dapat memulai menguji

basis konsep kritikal imperialisme budaya. Yang dapat kita putuskan yaitu pertama, apa arti semua ini, dan kedua, kalau sesungguhnya hal ini menyediakan basis stabil untuk imperialisme budaya. Masalah dasar kritikal yaitu satu yang utama, yaitu untuk semua diskursus imperialisme budaya.

Imperialisme Budaya sebagai Kritik Kapitalisme Global

Inilah tipe dari neo-Marxis, yang biasanya melihat dunia sebagai sistem politikal-ekonomi kapitalisme global, daripada gagasan umum mengenai entitas politik yang disebut bangsa-negara. Pengikut tradisi Leninis mengubah term 'imperialisme' pada ekonomi daripada politik. Tapi kritik dengan cara ini mengalami kesulitan sendiri dalam hal teoritis dan mulai membicarakan aktivitas bangsa-negara (dan khususnya di Amerika Serikat) atau 'perusahaan multinasional'. Neo-Marxis menekankan besaran dan integrasi global dan kekuasaan integratif kapitalisme, tapi mereka menghadapi masalah dalam 'memetakan' sistem ini pada 'eksistensi politik' dunia sebagai bangsa-negara. Misalnya, teori-teori politikal-ekonomi neo-imperialisme.

Imperialisme budaya merupakan hal yang tidak menyenangkan dalam diskursus Marxis. Marxis mengalami kesulitan dengan budaya bangsa, sebagai bagian dari upaya untuk memefakan dominasi kapitalis pada relasi dominasi antara bangsa-negara. Hal ini biasanya muncul dengan sendirinya pada level permukaan yang disebut 'reduksionisme ekonomi' pada analisis Marxis. Proses imperialisme budaya dilihat sebagai fungsional peran yang main dalam penyebaran kapitalisme sebagai sebuah sistem ekonomi dan seperangkat relasi klas. Dalam hal ini argumen yang dibentuk dengan pra asumsi bahwa produk budaya berasal dari kapitalis Barat yang ditawarkan kepada Dunia Ketiga dalam pertukaran kekuasaan tenaga kerja mereka.

Kapitalisme sebagaimana Marx melihatnya lebih daripada 'model produksi', yang berimplikasi pada totalitas budaya teknis-ekonomik, politik, hubungan sosial, momen eksperiensial dan simbolik. Dua pendekatan dalam totalitas kapitalis budaya, yaitu: (1) umum bagi beberapa diskursus kritis imperialisme budaya bahwa kapitalis adalah sebuah homogenitas kekuatan budaya, dan (2) fokus pada klaim bahwa penyebaran kapitalisme adalah penyebaran budaya konsumerisme dimana budaya meliputi komodifikasi semua pengalaman. Isu di sini begitu kompleks, tapi kesimpulan umum yaitu bahwa kendala dalam memahami 'budaya kapitalis' dalam diskursus neo-Marxis berasal dari perluasan sosial-budaya pada konteks modernitas. Diskursus imperialisme budaya yang mengambil kapitalisme sebagai targetnya akan dikaitkan dengan muatan modernitasnya.

Imperialisme Budaya sebagai Kritik Modernitas

Cara terakhir menekankan efek imperialisme budaya tidak pada budaya individual, tapi pada dunia itu sendiri yang disebut dengan diskursus kritis pada modernitas. 'Modernitas' sebagaimana kita pahami merujuk pada budaya utama menuju pembangunan global, mengenai cara hidup modern yang mempunyai banyak determinan. Meliputi kapitalisme (dilihat sebagai praktik produktif dan konsumeris), tapi juga urbanisme, komunikasi massa, cara teknis mengorganisir ruang sosial dan pengalaman dan mode subjektive-eksistensial kesadaran diri individu.

Imperialisme budaya sebagai sebuah kritik modernitas berimplikasi pada kritik dominasi determinan budaya global. Kritiknya bisa jadi lebih atau kurang dalam terorisinya. Selanjutnya kedangkalan muncul sebagai komplain sederhana melawan homogenisasi dan

perjuangan keanekaragaman budaya, dan pada resiko mereduksi ide modernitas pada 'masyarakat kapitalis'. Tapi pada level teoritis lain kritik modernitas menjadi sebuah argumen melawan tren dominan pada pembangunan global, karena tujuan dari pembangunan bagi 'dunia yang sedang berkembang' terkandung 'modernitas'. Modernitas dan pembangunan merupakan konsep yang sering dikaitkan. Argumen menarik mengenai dominasi modernitas kemudian pada pertanyaan tujuan semua pembangunan budaya.

Bagi Foucault untuk memperoleh kekuasaan melalui peristiwa-peristiwa diskursus imperialisme budaya yang ada sukar dikendalikan. Elemen dominasi dalam representasi adalah tak terelakkan; inilah fungsi diskursus akademis. Tapi hal ini berguna untuk bertahan dalam pikiran, dalam teks yang intinya membicarakan dominasi. Foucault mengklaim bahwa semua diskursus adalah 'kekerasan yang kita perbuat'.

Proses meniru apa yang ada dan dilakukan Barat oleh Timur, tidak sepenuhnya dianggap sebagai progres menuju kemajuan. Bahkan di dalamnya terdapat benturan-benturan yang mengarah pada krisis nasional. Salah satu gejala yang timbul dari krisis modernisasi yaitu krisis identitas nasional di masa peralihan pembentukan negara modern dari masyarakat tradisional. Kecenderungan untuk merumuskan tendensi-tendensi universal dan prospek kelaziman yang hendak diberlakukan dalam proses pembangunan Dunia Ketiga, dan dengan sendirinya tidak memperhatikan faktor yang khas dan unik dari sejarah masing-masing negara Dunia Ketiga umumnya, dan khususnya yang pernah mengalami kolonialisme.

Pada proses pembangunan menuju masyarakat modern yang berorientasi ekonomi dengan instrumen kapitalisme menuju pencerahan (*enlightment*), ternyata juga berdampak pada perubahan budaya dalam masyarakat. Dalam hal ini media massa sering kali dijadikan tertuduh utama dalam menyebarkan sisi negatif dari modernitas. Media massa dianggap menyebabkan rusak kebudayaan asli suatu bangsa-negara, misalnya MTV kerap dikaitkan dengan melemahnya simbol atau ciri nasional, dimana generasi muda di belahan dunia yang berbeda terkesan sama menggunakan pakaian minim, celana robek-robek, rambut dicat, ber-HP, dan lain sebagainya. Ini merupakan salah satu dari sekian banyak yang dikritisi oleh para ahli ilmu-ilmu sosial, ilmu kemasyarakatan, dan ilmu komunikasi sebagai dampak dari menipisnya atau bahkan hilangnya batas ruang dan waktu bangsa-negara.

Kehadiran laten dan manifes kapitalisme dari industri Barat dalam industri media, dari contoh di atas ada kesan bahwa dominasi Barat umumnya ditiru, bahkan ada kecenderungan untuk mempertahankan dominasi imperialisme Barat melalui media. Padahal ada juga kajian ilmu sosial yang melihat kemampuan subjek dalam mengusahakan atau menolak kekuasaan imperial dikatakan sebagai 'agency'. Agency mengacu pada kemampuan untuk bertindak atau melakukan sebuah aksi. Dalam teori kontemporer, agency mengacu pada pertanyaan apakah individu secara otonom aktif bertindak atau apa yang dilakukannya berdasarkan cara bagaimana identitas mereka telah dikonstruksi. Istilah ini telah menjadi isu penting belakangan ini sebagai sebuah konsekuensi dari teori pascastrukturalis tentang 'subjektivitas' karena subjektivitas manusia dikonstruksi oleh ideologi (Althusser), oleh bahasa (Lacan), atau oleh diskursus (Foucault).

Bagi Althusser, subjek yang terbentuk dalam ideologi pada struktur pemaknaan atau pandangan dunia yang membangun relasi sosial dan melegitimasi kepentingan pihak yang berkuasa, merupakan subjek yang terpecah-belah dan terfragmentasi yang saling bertentangan dengan berbagai kepentingan. Menurut Lacan, manusia dapat memiliki sifat sosial melalui bahasa; dan bahasalah yang membentuk manusia menjadi subjek. Bagi Foucault, subjektivitas adalah produksi diskursif. Jadi diskursus (sebagai cara bertutur/praktik

yang teratur) memungkinkan posisi subjek yang berbicara memahami dunia, ketika 'mensubjek-kan' dirinya kepada diskursus tersebut.

Pada era globalisasi sekarang ini, regulasi makin berkembang dengan upaya harmonisasi persyaratan teknis di antaranya pengendalian dan pengawasan industri media yang diprakarsai oleh negara-negara industri, yang mengarah pada kecanggihan teknis yang perlu dicermati untuk kepentingan global. Produksi, perdagangan dan penjualan program media di dunia semakin didominasi oleh sejumlah kecil perusahaan transnasional. Bersamaan dengan itu, akses media antara negara maju dan negara miskin semakin jauh. Sementara volume produksi dan biaya produksi murah terjadi di negara Asia yang berpenduduk padat, yang tumbuh cepat dalam keadaan pasar domestik yang sangat kompetitif.

Penceritaan sebagai akibat penindasan pada masa kolonialisme ternyata belum berhenti sampai dengan ada kemerdekaan di negara koloni. Lebih dari itu penindasan tidak semata secara fisik, karena jiwa telah tertindas melalui bahasa. Inilah yang kemudian menjadi banyak perhatian ilmuwan pascakolonial. Kritik atas studi pascakolonial yaitu bahwa studi-studi ini tidak melakukan hal yang baru, bahkan inovasi-inovasinya tidak selalu membantu dalam memahami wilayah sejarah manusia yang kompleks ini. Namun demikian studi ini tetap diperlukan, seperti Loomba (2000), juga berusaha untuk menekankan perlunya mengikutsertakan kesadaran adanya perbedaan historis dan geografis di dalam upaya kita untuk berteori. Dengan demikian kita membangun teori dengan kesadaran bahwa terdapat diversitas sehingga dapat menjauhkan generalisasi gampang.

Bila ketimpangan dari pemerintah kolonial belum bisa dihapuskan, maka mengatakan bahwa kolonialisme sudah berakhir adalah 'prematur'. Dengan demikian, sebuah negara bisa saja pascakolonial (dalam arti merdeka secara formal) dan sekaligus neo-kolonial (dalam arti tetap tergantung secara ekonomis dan kultural). Ketergantungan yang diciptakan negara kolonial terhadap negara koloninya bukan tanpa kesengajaan. Hubungan di antara keduanya berakibat pada terbentuknya tata dunia global baru yang tidak bergantung pada pemerintahan langsung. Karenanya negara kolonial berubah menjadi negara 'pertama' dan negara koloninya menjadi negara 'ketiga'. Tata dunia baru ini memungkinkan terjadinya penetrasi ekonomis, politis, kultural dalam berbagai tingkat.

Teknologi komunikasi adalah hal yang sangat krusial dalam pembangunan ekonomi internasional ini, dimulai dengan penemuan kertas dan percetakan di China, diperdagangkan di Eropa, termasuk di dalamnya pencetakan buku dan pamflet untuk diedarkan di sekitar tempatnya diproduksi. Hal yang krusial lainnya dalam perluasan berikutnya adalah pembangunan sistem kabel bawah air di Eropa oleh para penguasa Eropa dan perusahaan besar seperti Cable and Wireless (yang masih menjadi pemain besar di bidang telekomunikasi), dan kemunculan jaringan kantor berita internasional (lihat Thompson 1997: 152-9). Hal ini menjadi menarik untuk dipelajari bahwa kabel bawah air itu menjadi begitu penting, padahal sebelum tahun 1850-an, sistem telegraf yang berbasis di daratan sangat berkuasa. Pada tahun 1870-an kabel bawah laut juga mulai dipasang di Asia Tenggara dan sepanjang pantai Afrika. Eropa juga segera terhubung dengan China, Australia, dan Amerika Selatan. Ini adalah sistem komunikasi global pertama yang bisa mengirimkan pesan-pesan tanpa perlu lagi mengirimkannya secara fisik yang tentu saja membutuhkan alat untuk membawanya.

Demikian juga dengan kantor-kantor berita yang mulai diperkenalkan dan mulai menyebarkan berita ke area yang lebih luas, dan pada akhirnya di tahun 1869, dalam operasinya disetujui untuk memisahkan dunia pada pembagian wilayah yang eksklusif. Hal ini

lebih kurangnya saling berhubungan, seperti apa yang dicapai oleh sistem kabel bawah air, untuk memperluas pengaruh dari kekuatan-kekuatan imperialis utama di Eropa.

Catatan tentang karakter globalisasi juga mulai mengalami proses homogenisasi, seperti yang dipimpin oleh 'McWorld' (lihat Herman dan McChesney). Tetapi ada beberapa pihak menyebut bahwa karakter lokal masih ada, misalnya dalam hal-hal yang berhubungan dengan agama, loyalitas etnis, dalam bentuk loyalitas pada bentuk-bentuk makanan lokal, pakaian, adat-istiadat, dan versi-versi sejarah mereka.

Di situ ada proses saling mempengaruhi antara lokal dan global, khususnya dalam hal kepentingan negara dan bangsa dan perundang-undangannya masing-masing yang juga dibutuhkan untuk mengatur kapitalisme global. Jelas bahwa mata uang AS begitu dominan, dan penggunaannya terus meluas, dan kini umumnya telah menjadi bagian dari kebutuhan lokal. Industri film adalah contoh yang baik dalam proses saling mempengaruhi dalam proses mengglobalkan media. Untuk mendapatkan penyokong pendanaan yang lebih besar, mereka biasanya melibatkan sebuah proses pra-produksi yang kompleks dengan pihak televisi, video, televisi kabel, dan lain-lain, penyandang dananya juga kadang-kadang berasal dari luar negara dan juga dipasarkan ke seluruh dunia agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar atau paling tidak menutup biaya produksinya.

Dengan demikian, apa yang dihasilkan oleh film itu mungkin adalah sesuatu yang tidak terduga sebelumnya, misalnya mengandung elemen-elemen lokal, meski mungkin lokal itu dalam pengertian lokal AS. Bagaimanapun, derajat perbedaan yang terbatas ini cenderung akan berjalan dengan kebutuhan pada paling tidak seorang bintang asal AS, meskipun pada awalnya tetap berasal dari luar AS, seperti Catherine Zeta Jones atau Sean Connery yang aslinya berasal dari luar AS, tapi lama-kelamaan dikenal sebagai orang AS. Kemudian dalam hal produksi, logika global-lokal dari penjualan film laris berbiaya besar cenderung diartikan bahwa film—meskipun disebut mengandung muatan lokal—tetap saja dibuat secara global melintas batas-batas negara. Tetapi hal ini jauh dari proses global yang seragam, yakni; bahwa lokasi 'global' pada beberapa film juga seringkali memakan korban berupa kerusakan lingkungan lokal, misalnya seperti lokasi film 'First World' di Times Square, New York (lihat Branston 2000, dan Miller 2001).

Perdebatan Imperialisme Budaya

Pada mulanya, perluasan perusahaan media biasanya sejalan dengan sejarah imperialismenya. Banyak contoh dari tingginya kebutuhan biaya, alur pemberitaan yang satu arah, informasi dan hiburan yang berasal dari negara-negara barat utama yang dipimpin oleh AS yang menyebar ke seluruh dunia. Dan yang paling penting adalah lebih banyak lagi 'daerah regional' baru yang juga mulai eksis, dan seringkali bergantung pada luasnya cakupan bahasa-bahasa kaum imperialis seperti bahasa Spanyol, Inggris, Prancis, dan bahkan Arab—lihat saja contohnya, yakni adanya produksi-produksi penting produk dari Meksiko dan Brasil yang menghasilkan telenovela atau opera sabun yang ternyata laku dijual di seluruh Amerika Latin dan juga di sebagian negara-negara Eropa, terutama yang mempunyai kesamaan bahasa yakni yang menggunakan bahasa Portugis dan Spanyol.

Untuk menjelaskan secara teoritis dengan menggunakan penjelasan politik ekonomi, beberapa teorisi seperti Arnaud dan Michele Mattelart, Janet Wasko, Toby Miller, dan khususnya Herbert Schiller menyatakan bahwa globalisasi komunikasi terus berkembang dengan pesat, terutama sejak berakhirnya perang dunia kedua, yang dimulai dari kepentingan komersial perusahaan-perusahaan besar yang berbasis di AS, khususnya yang bergerak di

bidang minyak dan persenjataan. Hal ini juga seringkali berhubungan dengan kepentingan politik dan militer AS sendiri yang sangat ingin mengambil alih peran Inggris, Prancis, Belanda, dan negara-negara imperialis lama lainnya. Jadi bukanlah sebuah lompatan besar (kejutan/sesuatu yang baru) untuk mengatakan bahwa kekuatan media AS adalah berbentuk imperialisme budaya dan media. Secara tradisional, budaya lokal bisa saja dihancurkan oleh proses ini, dan bentuk budaya baru dipertajam dengan ketergantungan dan bercermin dari bentuk-bentuk kekuatan hubungan imperialis tua yang telah ada sebelumnya.

Hebert Schiller adalah salah seorang yang paling dikenal yang memperkenalkan istilah imperialisme budaya. Dia berpendapat bahwa dominasi periklanan AS yang didorong oleh media-media komersial bukan hanya didorong oleh model penyiaran AS yang berbiaya tinggi termasuk pada media cetak, radio, dll, tetapi juga oleh karena penyebaran teknologinya ke seluruh dunia, termasuk daya tariknya, budaya non-komersialnya, tetapi juga dikendalikan oleh keinginan untuk menanamkan konsumerisme gaya Amerika pada masyarakat yang membuka pintu untuk itu. Banyak yang mengkritisi pendekatan yang dilakukan oleh Schiller ini.

Pertama, ia mengambil kasus pada ahun 1950-an dan 1960-an ketika ekonomi AS sangat mencominasi sistem global dan terlihat takkan bisa digantikan oleh siapapun, meskipun terjadi pertempuran brutal AS di Vietnam. Para teorisi terakhir beralasan hal itu tidak cukup memadai untuk menjelaskan perubahan setelah era tahun 1945-an, juga tidak mempertimbangkan pada signifikansi dan keberadaan sistem lain seperti kepercayaan dan sentuhan nasionalisme.

Kedua, yang lebih sulit untuk menerima pendapat Schiller adalah untuk menggunakan teorinya setelah tahun 1990-an dan setelahnya. Dunia berubah setelah adanya pengikisan kepemilikan perusahaan-perusahaan yang semula milik pengusaha AS, misalnya Sony dari Jepang yang membeli Columbia dan Tristar pada tahun 1989, Bertlesmann membeli RCA dan penerbit Random House, Rupert Murdoch dari Australia memberi 20th Century Fox pada 1986; perusahaan Prancis Vivendi membeli Universal Studio di tahun 2000 yang semula dimiliki oleh Canadian Seagram. Kita juga akan menemukan jumlah yang makin berkurang setelah serangan 11 September 2001 dan masa kepresidenan George W. Bush.

Ketiga, pendapat terakhir Schiller bahwa imperialisme budaya Amerika akan digantikan oleh bentuk dari 'dominasi budaya perusahaan transnasional (TNC)'. Para kritisi berpendapat meski bentuk ini tidaklah cukup untuk menggambarkan sebuah arus yang kompleks, jaringan dan penggunaan produk-produk media dalam dunia kontemporer.

Keempat, Miller dkk (2001) berpendapat bahwa tidak banyak hal yang dicapai oleh sistem distribusi imperialis yang telah dipancangkan, kecuali apa yang mereka sebut sebagai 'divisi internasional baru untuk budaya perburuhan' termasuk dalam praktik ketenagakerjaan di dalam produksi itu sendiri. Operasionalisasi di atas diawasi dengan ketat dalam hal pembiayaannya, yang artinya bahwa bidang pekerjaan (*job*) tidak terlalu krusial dibandingkan pada saat perusahaan bisa membayar pekerja mereka dengan gaji yang rendah. Pembuatan keputusan untuk pembayaran dan pascaproduksi yang lebih baik kebanyakan hanya berada di sekitar California dan Kanda, meskipun para pekerjanya masih merasa kurang puas dengan kebijakan ini (lihat buku Miller).

Kelima, anggapan bahwa imperialisme budaya hanyalah sebuah angan-angan, sebelum kedatangan media-media AS, negara-negara dunia ketiga masih menikmati masa-masa emas, dimana tradisi asli dan warisan budayanya belum termodai oleh pengaruh dari luar. Para pengkritik berpendapat bahwa hal ini bisa melemahkan perlindungan pada sebuah negara. Hal itu juga seringkali dijelaskan sebagai masa kejayaan kebudayaan itu yang tradisi dan warisan

budayanya belum dikotori oleh proses panjang dan brutal dari konflik budaya dengan adanya intervensi dari AS, termasuk ratusan tahun kolonialisme oleh bangsa-bangsa Eropa.

Terakhir, seperti halnya fokus AS untuk menguasai dan menikmati hibriditas kekayaan, bagian dari budaya lokal-global yang sudah terbentuk, seperti halnya AS, sebagai hasil yang menyakitkan dari sebuah proses modernisasi. Bagaimanapun, kita tidak perlu untuk mengadopsi sebuah penuh model imperialisme untuk menganggap bahwa konglomerasi seperti News Corporation atau AOL-Time Warner tidak benar-benar membantu perkembangan sebuah pasar bebas yang nyata dan bersifat global (MacArthur 2000). Konglomerasi media beroperasi secara oligopoli – sejumlah kecil organisasi bergabung untuk bersama-sama mendominasi pasar. Mereka seringkali bekerjasama (seperti sebuah kartel) untuk bersama-sama mengekalkan perjanjian perdagangan bebas sesuai dengan kepentingan mereka (Klein 2000).

Korporasi media yang mengontrol pasar sebagian besar dimiliki oleh orang-orang Amerika, Eropa, dan pemodal-pemodal Jepang, dan biasanya mereka menempatkan basis usahanya di AS, dan yang paling utama, menggunakan bintang-bintang AS, membayar orang-orang tertentu dengan harga tinggi. (bahkan Rupert Murdoch yang berasal dari Australia juga berusaha untuk menjadi warganegara AS untuk memperluas pengaruhnya di AS). Hal itu juga cukup untuk meyakinkan seolah-olah globalisasi adalah sebuah proses yang terlihat alami, berkembang ke seluruh planet ini. (Kategorisasi ini terutama didasarkan pada distribusi film dan acara televisi, dan juga indikator-indikator lain untuk semua pasar media. Mereka juga biasa menggunakan istilah 'pasar tenaga kerja' atau orang-orang yang berharap bisa bekerja di dalam industri itu (Miller, dkk, 2001).

Banyak juga produser media yang beroperasi di wilayah 2 dan 3 yang biasa juga beroperasi di pasar regional yang berbeda seperti di Amerika Latin, yang pada beberapa kasus terlihat cukup efektif. Bahkan mereka juga memiliki kesempatan untuk menembus pasar di Amerika Utara. Perusahaan-perusahaan yang berbasis di AS, dengan sangat jelas bisa menguasai berbagai jenis pasar, termasuk juga di daerah-daerah miskin. Kenapa bisa terjadi? Karena sosok media AS yang kuat seringkali dikatakan sebagai produk AS yang sederhana sehingga mudah untuk meraih simpati dan popularitas, dan biasanya memiliki daya tarik yang universal. Juga penting untuk dilihat adalah pengalaman panjang perusahaan-perusahaan hiburan raksasa AS dalam menghasilkan produk-produk yang berhasil. Dalam sinema misalnya, mulanya para pembuatnya pada mulanya adalah generasi pertama dan kedua dari para imigran di AS –sekitar tahun 1890-an-- yang membawa citarasa populer di Eropa dan mengembangkannya untuk kemudian dikirim lagi ke pasar Eropa.

Tetapi yang menjadi kunci utama untuk memahami penetrasi global mereka saat ini adalah aturan-aturan dan strategi-strategi mereka dalam hal pengelolaan tenaga kerja dan distribusi dengan melakukan pembedaan dalam hal penetapan harga dan penggajian pegawai. Pembedaan ini paling tidak memberikan penekanan pada beberapa strategi adaptasi pada judul, pemilihan peran, pemilihan alur, yang menjadi daya tarik yang lebih luas bagi pasar. Strategi penetapan harga berarti sebuah produk acara televisi – misalnya – yang diputar di AS juga ditawarkan dan didistribusikan ke seluruh Amerika Utara untuk menutupi biaya produksinya, dan biasanya juga ditawarkan ke lembaga-lembaga penyiaran di seluruh dunia, dengan harga yang berbeda-beda. Hal ini sangat menguntungkan. Di negara-negara yang sedang berkembang misalnya, penetapan harganya didasarkan pada seberapa besar jumlah audiensnya (dan biasanya juga dilihat seberapa besarnya pengaruh media itu di kota-kota besarnya). Tetapi khusus untuk Afrika, harganya bisa saja diturunkan secara besar-besaran

sehingga program itu seolah-olah diberikan secara gratis karena rendahnya harga yang ditetapkan.

Meskipun memberikan harga yang rendah, bukan berarti hal ini didasari oleh motif amal atau derma. Hal ini secara umum dilakukan untuk menanamkan kebiasaan menikmati gaya hiburan AS pada diri mereka. Hal ini juga terlihat seperti membantu pengembangan selera untuk menikmati produk-produk yang ditempatkan, dimana gaya hidup audiensnya perlahan-lahan dikendalikan untuk kemudian dibangun menjadi pasar baru program-program yang dibiayai oleh iklan-iklan mereka. Harga yang begitu rendah juga berdampak pada produksi lokal, sebagai contoh, para pelaku penyiaran di Afrika dan India Barat tidak bisa berharap produksi mereka yang meskipun secara teknis sama bermain dalam harga yang sama rendahnya, tetapi para manajer stasiun penyiaran mereka tentu saja lebih memilih produk luar (AS) yang tentu saja lebih unggul dalam soal kualitas.

Dalam hal jumlah, pada banyak negara Afrika misalnya, distribusi film hampir semuanya dikuasai oleh perusahaan-perusahaan luar negeri mereka yang tentu saja enggan untuk mendistribusikan film-film Afrika, meskipun para produser lokal tak lebih buruk dalam hal ide kreatif dan keahlian produksi. Sejumlah teorisi berpendapat bahwa ketidakberimbangan dalam hal distribusi ini sebetulnya bisa dihadang dengan adanya dukungan dari pemerintah untuk membangun kekebalan pada kesepakatan perdagangan internasional yang selalu menguntungkan AS, sebagai contoh, bersama-sama membangun satelit dan transmisi digital dan juga mengatur sistem distribusi. Hal lain yang penting adalah bahwa para pendidik barat, dalam kajian media misalnya, perlu mengajarkan hal mengenai sinema di luar bentuk-bentuk hiburan ala Hollywood, dan juga membantu membangun sebuah pemahaman dan keinginan untuk membuat film dengan mencoba untuk tidak meniru model itu (Hollywood), dan menciptakan modelnya sendiri yang berbeda.

Produser lokal menghadapi dua masalah utama yakni pelatihan dan perlengkapan. Pelatihan dibutuhkan untuk menciptakan pekerja yang siap pakai untuk menjadi bagian dari pengguna alat-alat penyiaran yang berkualitas. Kebanyakan pembaca dari buku ini seringkali mengabaikan begitu saja akses kepada kaset video, baterai, kabel, dll. Tetapi para broadcaster pada beberapa bagian dunia mungkin berada ribuan mil dari pusat listrik dan air, sehingga terasing dari peralatan. Dan kamera dst, seringkali hanya didesain hanya untuk konsumis Amerika Utara, Eropa Barat, dan Jepang yang kebanyakan tidak terlalu cocok untuk kondisi di daerah tropis, sehingga dibutuhkan pelatihan untuk menciptakan peralatan yang dibutuhkan oleh mereka sesuai dengan kebutuhan dan keadaannya.

Bagaimanapun, hal itu terlihat lebih dari sekedar langkah jauh untuk melompat dari argumen ini bahwa 'kita' sekarang hidup dalam sebuah 'desa global' (sebuah frase berpengaruh yang dikemukakan teorisi Kanada Marshal McLuhan), dimana kita semua saling berbagi setiap perumpamaan dan juga produk-produk, dan menghangatkan tangan kita di perapian dari pemandangan yang demokratis. Berbicara soal kebebasan dari internet dan broadband sekarang ini sudah lebih dari sebuah retorika, tetapi seringkali membutuhkan biaya untuk memahami kunci dari ketidakberimbangan dalam hal hubungan kekuatan media.

Penutup

Globalisasi Pada hakekatnya adalah proses makin menyatunya bagian-bagian dari dari berbagai bidang kehidupan dunia menjadi satu jaringan besar. Adanya Globalisasi ditandai dengan meningkatnya kebebasan pergerakan barang dan jasa antar Negara, kemudian perusahaan untuk berpindah-pindah pasar, berkurangnya peran pemerintah dalam

perekonomian dan lain sebagainya. Hal itu menyebabkan meningkatnya persaingan bebas yang mendorong perusahaan-perusahaan untuk beroperasi secara bebas dalam skala global tentu termasuk perusahaan media yang bersifat global.

Salah satu refleksi dari kegagalan bangsa Indonesia dalam menyikapi sejarah kehidupannya adalah ketika dihadapkan pada isu santer yang dikenal dengan *globalisasi*, yang di dalamnya terkandung sejumlah obsesi, tantangan, konsekuensi, dan harapan akan kehidupan di masa depan. Sepertinya, *globalisasi* hanya membuat makmur sebagian kecil orang (atau negara) di dunia ini, tetapi lebih banyak orang (bangsa/negara) yang dibuat susah, repot dan *capek*, bahkan melelahkan. Ada ketakutan bangsa kita dalam menghadapi *globalisasi*. Dan itu cukup beralasan, mengingat kesiapan bangsa Indonesia.

Menurut hemat saya, yang sangat berbahaya dalam *globalisasi* adalah tentang imperialisme budaya. Membahas imperialisme budaya memang bukan sesuatu hal yang mudah, karena istilah imperialisme budaya terkadang bias dengan dominasi budaya. Kata "imperialisme" maupun "dominasi" memiliki tingkat generalisasi yang cukup tinggi. Imperialisme merupakan bentuk spesifik dari dominasi yang sering dikaitkan dengan kata "empire atau kekaisaran". Dalam konteks imperialisme budaya di dunia ketiga, kata ini bisa mewakili hubungan antara dominasi masa kini dan kolonialisme di masa lalu. Kata ini bermakna ganda antara pengertian politis dan ekonomi.

Perbedaan makna ini selanjutnya berakibat terhadap cara memandang dunia ketiga saat ini. Istilah "imperialisme budaya" bisa diartikan sebagai sebagai pola mengadaptasi perilaku penjajah, sebagai akibat dari sistem ekonomi yang berlangsung dalam kapitalisme global. Imperialisme maupun dominasi dalam bentuknya yang paling umum mengandung arti negatif dari kata *power*, *dominion* atau kontrol.

Namun sulit untuk membedakannya karena terdapat beragam bentuk *power*, *dominion* atau *control* yang terlibat dalam imperialisme budaya, berdasarkan bangsa, kapitalisme, proses pembangunan global, atau dalam konteks modernitas. Permasalahannya kemudian adalah mencari padanan kata yang tepat untuk mewakili imperialisme budaya, tanpa mempersempit arti yang mungkin dimilikinya. Oleh karena itu., solusi terbaik untuk menghadapi masalah ini adalah berpikir dengan beragam cara untuk membahas tentang imperialisme budaya. Salah satunya adalah ruang bagi pendapat lain yang tidak terdapat dalam teks ataupun dalam pembahasan global.

Imperialisme budaya lebih dipandang sebagai bentuk dominasi negara barat terhadap negara dunia ketiga, karena dengan imperialisme melalui budaya barat berusaha menyebarkan penyeragaman budaya mereka secara global, atau dalam bentuknya yang ekstrim merupakan upaya Ameriknisasi/*westernisasi*.

Dalam prakteknya di dunia ketiga upaya tersebut berhadapan dengan budaya lokal. Konflik tak bisa dihindari. Namun tak selalu hasilnya buruk. Karena beberapa kasus di Jepang, Taiwan, dan Hongkong, bantuan barat dengan pengelolaan yang menjaga harmonisasi dengan budaya lokal, pembangunan dapat berkembang lebih pesat. Imperialisme budaya melalui *globalisasi* tak dapat dihindari, masalahnya tinggal bagaimana negara di dunia ketiga menjaga ketahanan budaya masing-masing dan memanfaatkan setiap *bantuan* untuk kemajuan dan kesejahteraan bangsa.

Daftar Pustaka

- Bullock, Allan. 1988. *The Fontana Dictionary of Modern Thought*. New York: Fontana Press.
- Gill Branston and Roy Stafford, 2003. *The Media Student's Book*
- Jean Baudrillard. 1990. *Mass Media Culture*. Pluto Press.
- Lyotard, J.F. 1993. *Libidinal economic*. Laondon: The Athlone Press.
- McQuail, Denis. 1993. *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar 2th Edition*, Jakarta: Erlangga.
- . 2005. *Mass Communication Theory (5th ed.)*. London: Sage Publications.
- Pilliang, Amir Yasraf. 2004. *Postrealitas*, Jakarta: Jalasutra.
- Rivers, L. William. 2004. *Media Massa dan Masyarakat Modern. Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media.
- Shoemaker, Pamela J dan Stephen D. Reese. 1991. *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. New York: Longman

Suratkabar

- Kompas, 11/8/2003
- Kompas, 21/12/2006.
- Kompas, 22/12/2006
- Kompas, 24/12/2006