

Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Ampel Surabaya

Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media

Moch. Choirul Arif, M.Fil.I



Supported by:
Government of Indonesia (GoI) and
Islamic Development Bank (IDB)

DASAR-DASAR KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA

Buku Perkuliahan Program S-1
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Penulis:
Moch. Choirul Arif, M.Fil.I

Supported by:
Government of Indonesia (Gol) and Islamic Development Bank (IDB)



DASAR-DASAR KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA

Penulis:
Moch. Choirul Arif, M.Fil.I

Editor:
Hj. Muzaiyana, M.Fil.I

Cet. 1- Surabaya: UIN SA Press,
November 2014

vi + 123 hlm : 17 x 24 cm

ISBN : 9778-602-1072-38-7

Cover :
Amir

Diterbitkan :
UIN Sunan Ampel Press
Anggota IKAPI
Gedung SAC.Lt.2 UIN Sunan Ampel
Jl. A. Yani No. 117 Surabaya
☎(031) 8410298-ext. 138
Email : sunanampelpress@yahoo.co.id

Dicetak :
CV. Cahaya Intan XII
Komplek ruko GRAHA ANGGREK MAS REGENCY No. A-01
Jl. Raya Pagerwojo-SIDOARJO
☎(031) 8070 603
Email : cahayaintanxii@yahoo.com

KATA PENGANTAR REKTOR UIN SUNAN AMPEL

Merujuk pada PP 55 tahun 2007 dan Keppmendiknas No 16 tahun 2007, Keppmendiknas No. 232/U/2000 tentang Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa; Keppmendiknas No. 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi; dan KMA No. 353 Tahun 2004 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi, UIN Sunan Ampel akan menerbitkan buku perkuliahan sebagai upaya pengembangan kurikulum dan peningkatan profesionalitas dosen.

Untuk mewujudkan penerbitan buku perkuliahan yang berkualitas, UIN Sunan Ampel bekerjasama dengan *Government of Indonesia* (GoI) dan *Islamic Development Bank* (IDB) telah menyelenggarakan *Workshop on Writing Textbooks for Specialization Courses* dan *Workshop on Writing Textbooks for vocational Courses* bagi dosen UIN Sunan Ampel, sehingga masing-masing dosen dapat mewujudkan karya ilmiah yang dibutuhkan oleh para mahasiswa-mahasiswinya.

Buku perkuliahan yang berjudul ‘Dasar-dasar Kajian Budaya dan Media” ini merupakan salah satu diantara buku-buku yang disusun oleh para dosen pengampu mata kuliah program S-1 program studi Bimbingan dan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel sebagai panduan pelaksanaan perkuliahan selama satu semester. Dengan terbitnya buku ini diharapkan perkuliahan dapat berjalan secara aktif, efektif, kontekstual dan menyenangkan, sehingga dapat meningkatkan kualitas lulusan UIN Sunan Ampel.

Kepada *Government of Indonesia* (GoI) dan *Islamic Development Bank* (IDB) yang telah memberi *support* atas terbitnya buku ini, tim fasilitator dan penulis yang telah berupaya keras dalam mewujudkan penerbitan buku ini, kami sampaikan terima kasih. Semoga buku perkuliahan ini bermanfaat bagi perkembangan kebudayaan akademik di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Rektor

Prof. Dr. H. Abd. A’la, M.Ag.

NIP. 19570905198803100

PRAKATA

Puji syukur *Alhamd li al-Allah Rabb al- Alamin* penulis haturkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Semesta Alam yang telah memberikan kekuatan, hidayah dan kesehatan, sehingga buku perkuliahan yang berjudul *Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media* ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik

Dengan terselesaikannya buku ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang teramat dalam kepada :

1. Prof. Dr. H.Abd A'la, M.Ag selaku Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Drs. Achmad Zaini, MA selaku penanggung jawab Government of Indonesia (GoI) and Islamic Development Bank (IDB) yang memberikan kesempatan bantuannya sehingga penulis mampu merampungkan buku ini.
3. Segenap kolega dan mahasiswa program studi ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel yang bersedia memberikan kritikan dan masukan guna kesempurnaan buku ini

Sebagai buku perkuliahan, harapan yang dapat penulis ajukan adalah semoga buku ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak. saran dan kritik dari semua pihak, sangat penulis harapkan demi perbaikan buku ini.

Penulis

DAFTAR ISI

PENDAHULUAN

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	iii
Prakata	iv
Daftar Isi	v
Satuan Acara Perkuliahan	vi

ISI PAKET

Paket 1	: Konsep Dasar Kajian Budaya dan Media	1
Paket 2	: Budaya dan Ideologi	16
Paket 3	: Bahasa dalam Kajian Budaya dan Media	39
Paket 4	: Globalisasi dan Gerakan Sosial Baru	54
Paket 5	: Etnisitas dan Identitas	72
Paket 6	: Gender, Representasi dan Media	94
Paket 7	: Politik dan Kebijakan Kultural	108
Paket 8	: Anak Muda dan Budaya Populer	118
Paket 9	: Media dan Audiens	131
Paket 10	: Ideologi dan Kuasa Media	154
Paket 11	: Industri Media	167
Paket 12	: Budaya Media Baru	186

PENUTUP

Sistem Evaluasi dan Penilaian	199
Daftar Pustaka	201
Curriculum Vitae	206

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

A. Identitas

Nama Mata Kuliah : Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bobot : 2 sks
Waktu : 2 X 50 menit
Kelompok Mata Kuliah :

B. Deskripsi

Mata kuliah Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memahami secara kritis berbagai persoalan budaya kontemporer dan menunjukkan hubungan antara budaya dan media, serta mengkritisi berbagai produk yang dihasilkannya. Melalui perkuliahan diharapkan dapat memberikan bekal mahasiswa menjadi komunikolog kritis yang tanggap terhadap perkembangan budaya dan media kontemporer

C. Urgensi

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan (a) memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memahami secara kritis berbagai produk budaya media (b) Sebagai calon komunikolog, mahasiswa prodi ilmu komunikasi dituntut memiliki pemikiran kritis terhadap perkembangan produk budaya kontemporer yang diperoleh melalui proses pembelajaran mata kuliah kajian budaya dan media (c) memiliki kemampuan kritis literasi media dalam menghadapi bentuk dan produk media dari praktek budaya dominan.

D. Kompetensi Dasar, Indikator dan Materi

No	Kompetensi Dasar	Indikator	Materi
1	Mahasiswa memahami konsep dasar dan kata kunci dalam kajian budaya dan media	<ul style="list-style-type: none">Menjelaskan konsep dasar kajian budaya mediaMenjelaskan kata kunci yang menjadi isu utama kajian budaya dan mediaMengidentifikasi aliran pemikiran yang berkembang dalam kajian budaya dan media	<ul style="list-style-type: none">Pengertian dan sejarah perkembangan kajian budaya dan mediaIsu-isu dalam kajian budaya dan mediaAliran Pemikiran Kajian Budaya dan Media
2	Mahasiswa memahami secara kritis konsepsi budaya, mengidentifikasi	<ul style="list-style-type: none">Menjelaskan pengertian budaya dan ideologyMengidentifikasi produk	<ul style="list-style-type: none">Pengertian budaya dan ideology perspektif kajian budaya dan media

	kasi dan menganalisis ideology budaya	budaya massa • Menganalisis ideology budaya yang berkembang	• Budaya dan ideology kapitalis
3	Mahasiswa memahami secara kritis bahasa dan implikasi pemaknaannya	• Menjelaskan pengertian, fungsi dan bagian-bagian bahasa • Mengidentifikasi pola Saussure dalam semiotika bahasa • Mengidentifikasi pola Barthes dalam pemaknaan bahasa • Mengidentifikasi pola Derida dalam pemaknaan bahasa • Mengidentifikasi pola Foucault dalam pemaknaan bahasa	• Pengertian, fungsi dan bagian bahasa • Saussure dan semiotika • Barthes dan Mitologi • Derida ; tekstualitas dan difference • Foucault ; diskursus, praktik dan kekuasaan
4	Mahasiswa memahami secara kritis globalisasi dengan segala konsekuensi konsekuensinya	• Menjelaskan pengertian dan fase perkembangan globalisasi • Menjelaskan karakteristik dan konsekuensi logis globalisasi • Menjelaskan pengertian gerakan sosial baru • Menjelaskan karakteristik gerakan sosial baru • Mengidentifikasi pola gerakan sosial baru	• Pengertian dan fase Globalisasi • Karakteristik dan Konsekuensi logis Globalisasi • Pengertian Gerakan Sosial baru • Karakteristik dan Pola Gerakan Sosial Baru
5	Mahasiswa memahami secara kritis konsep etnis dan etnisitas serta pembentuk identitas	• Menjelaskan pengertian etnisitas dan identitas • Menjelaskan relasi etnisitas dan kekuasaan • Mengidentifikasi proses pencarian identitas	• Pengertian etnisitas dan identitas • Etnisitas dan kekuasaan • Proyek identitas ; <i>becoming process</i>
6	Mahasiswa memahami secara kritis tentang diskursus gender, dan representasinya di media	• Menjelaskan pengertian gender dalam perspektif kajian budaya dan media • Menjelaskan proses konstruksi diskursif gender • Mengidentifikasi citra perempuan dalam media	• Pengertian gender dalam perspektif kajian budaya dan media • Gender sebagai konstruksi diskursif • Representasi perempuan dalam media
7	Mahasiswa memahami secara kritis konsep dan aplikasi politik kultural	• Menjelaskan pengertian politik kultural • Menjelaskan pola politik	• Pengertian Politik kultural • Pola politik Kultural • Pengertian kebijakan

	dan kebijakan kultural	<p>kultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian politik kultural • Menjelaskan formula kebijakan kultural 	<p>kultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulasi kebijakan kultural
8	Mahasiswa memahami secara kritis konsep anak muda yang menjadi konstruksi budaya populer	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian anak muda dalam perspektif kajian budaya dan media • Menjelaskan klasifikasi kultural anak muda • Menjelaskan budaya anak muda yang dimiliki 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian anak muda sebagai klasifikasi kultural • Pengertian budaya populer • Budaya anak muda
9	Mahasiswa memahami secara kritis media dan audiens dan konsekuensi relasi keduanya	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian, tujuan dan fungsi media • Menjelaskan pengertian audiens • Menjelaskan klasifikasi audiens 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian dasar media • Jenis dan karakteristik media • Pengertian audiens • Audiens aktif dan pasif media massa
10	Mahasiswa memahami secara kritis peta ideology dan kuasa media	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan konsep ideology media • Menjelaskan peta ideology yang memengaruhi produk media • Menjelaskan kuasa yang dimainkan media 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian ideolog dan ideology media • Peta ideology media • Kuasa media
11	Mahasiswa memahami secara kritis tentang industri media dan konsekuensi yang ditimbulkannya	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian dasar industri media • Menjelaskan dasar pijak industri media • Menjelaskan alur trend dan konvergensi media • Menjelaskan dampak konglomerasi media 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian industri media • Kerangka dasar ekonomi industri media • Trend dan konvergensi industri media • Konglomerasi media
12	Mahasiswa memahami secara kritis budaya media baru dan bentuk-bentuknya	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian dasar dan karakteristik budaya media baru • Menjelaskan pola komunikasi yang dilakukan pada era budaya media baru • Menjelaskan dan mengidentifikasi bentuk-bentuk budaya media baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian budaya media baru • Karakteristik budaya media baru • Pola komunikasi media baru • Bentuk-bentuk budaya media baru

Paket 1

KONSEP DASAR KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada konsep dasar kajian budaya. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian, karakteristik, isu dan kata kunci serta metode/pendekatan dalam kajian budaya. Paket ini sebagai pengantar awal mahasiswa dalam memahami kajian budaya. Sebagai pengantar maka paket ini lebih diarahkan pada upaya memperkenalkan konsep dasar yang pijakan dalam perkuliahan kajian budaya dan media.

Dalam paket 1 ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian kajian budaya dari berbagai konsep, mengidentifikasi berbagai konsep sehingga tergambar secara jelas focus dari kajian budaya, menganalisis pola perkembangan dan pertumbuhan kajian budaya sebagai disiplin ilmu “baru” dalam kancah perkembangan ilmu sosial. Dilanjutkan dengan memahami karakteristik, berbagai isu yang berkembang dan dimainkan pemilik kapital dalam budaya yang telah termediasikan. Dilanjutkan dengan pemahaman kata kunci dan pendekatan yang digunakan dalam kajian budaya. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan budaya yang telah termediasikan. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau e-book yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 1 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya melalui pembuatan peta konsep.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar dan kata kunci dalam kajian budaya

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan konsep dasar kajian budaya
2. Menjelaskan karakteristik kajian budaya
3. Menjelaskan isu dan kata kunci dalam kajian budaya
4. Mengidentifikasi metode dan pendekatan kajian budaya

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian kajian budaya
2. Karakteristik kajian budaya
3. Isu-isu dan kata kunci yang berkembang dalam kajian budaya
4. Metode dan pendekatan kajian budaya

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena budaya yang termediasi
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 1

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 4 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian kajian budaya
Kelompok 2 : Karakteristik kajian budaya
Kelompok 3 : Isu-isu dan kata kunci yang berkembang dalam kajian budaya
Kelompok 4 : metode dan pendekatan dalam kajian budaya
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasihat

3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Membuat peta konsep (*mind map*) konsep dasar kajian budaya. Pembuatan peta konsep dibantu dengan aplikasi program *mind manager* (minjet) sehingga mempermudah pekerjaan mahasiswa.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami secara mendasar konsep dasar kajian budaya dan media melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk *mind mapping*

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop

Langkah Kegiatan

1. Pilihlah seorang pemandu dari kelompok dan penulis konsep hasil kerja
2. Diskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk peta konsep
4. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
5. Pilihlah satu anggota kelompok untuk presentasi
6. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

KONSEP DASAR KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA

Pengertian Kajian Budaya.

Kajian budaya atau yang dikenal dengan istilah *cultural studies* lebih merupakan *counter reflection* para intelektual kontemporer dalam menyikapi dua hal, yaitu *pertama* ambiguitas konsep yang ditawarkan para pakar ilmu sosial konvensional dalam memahami

budaya yang hanya terbatas pada aras pola perilaku manusia dan bergantung pada wilayah makna yang ada dalam diri manusia atau abstraksi perilaku. *Kedua*. Budaya dalam realitasnya menunjukkan pemaknaan yang tidak sekedar merujuk pada perilaku manusia semata, tapi sangat terkait dengan kekuasaan dominan yang dimainkan dalam praktik keseharian manusia. Dengan dasar itu, maka kajian budaya hanya bertitik tolak pada sebuah gagasan tentang budaya yang sangat luas dan mencakup segala hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari beraneka ragam praktik keseharian manusia.

Mendefinisikan kajian budaya menurut Chris Barker¹ tidak mudah, apalagi menetapkan batas-batas kajian budaya sebagai suatu disiplin akademis yang utuh dan padu yang mampu membedakannya dari disiplin ilmu lain. Kajian budaya selalu merupakan bidang penelitian multi atau pascadisiplin yang mengaburkan batas-batas antara dirinya dengan subjek lain. Karena itu kajian budaya merambah hampir seluruh wilayah pengetahuan. Ia hanya bisa berfungsi dengan secara bebas meminjam berbagai disiplin ilmu sosial, humaniora dan seni. Ia mengambil teori dari antropologi, psikologi, linguistic, kritik sastra, teori media, studi komunikasi, ekonomi politik, sejarah dan lainnya yang merupakan fenomena dalam kajian budaya dari berbagai bentuk masyarakat. Jadi kajian budaya berupaya memahami bagaimana makna dialihkan, disebarkan, dan dihasilkan dari berbagai macam praktik-praktik budaya, kepercayaan, institusi, struktur ekonomi, politik dan sosial yang didalamnya ada aspek yang dikaji dari budaya.

Dengan menyandarkan pada pernyataan Barker tersebut, tampaknya mendefinisikan kajian budaya secara *sakelompok* tidak mudah, meski demikian kita bisa melacak berbagai pemikiran pakar yang mencoba mengidentifikasi apa sebenarnya kajian budaya itu. Misalnya pelacakan pemikiran Ziaudin Sardar² tentang kajian budaya yang menyatakan bahwa *Cultural studies is an exciting and "hot" field of study. It has become the rage amongst progressives of all sorts - not least because culture as a theme or topic of study has replaced society as the general subject of inquiry among progressives* atau dalam bahasa yang lain dinyatakan bahwa *Cultural studies has made its presence felt in academic work within the arts, the humanities, the social sciences and even science and technology. It appears to be everywhere and everyone seems to be talking about it.*

Pemikiran Stuart Hall lebih melihat kajian budaya sebagai suatu pembentukan wacana yaitu kluster gagasan-gagasan, citra-citra, dan praktik-praktik yang menyediakan cara-cara

¹ Chris Barker . *Cultural Studies ; Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2000 :6

² Ziaudin Sardar dan Borin Van Loon *Introducing Cultural studies*..New York : Totem Books 1998

untuk membicarakan topik, aktivitas sosial tertentu atau arena institusional dalam masyarakat dalam bentuk pengetahuan dan tindakan. Sementara Chris Barker melihatnya sebagai kajian yang mempelajari (a) hubungan antara kesadaran dan kuasa – budaya sebagai politik, (b) identitas --- formasi dalam modernitas – budaya sebagai kehidupan sehari-hari, (c) budaya hiburan populer yang dimediasi --- budaya sebagai teks, (d) ekspansi dari perbedaan --- budaya sebagai sesuatu hal yang plural.

Dengan identifikasi pemikiran tersebut menunjukkan bahwa definisi dasar tentang kajian budaya tidaklah ada. Kondisi dan posisi ini menurut Sardar menunjukkan bahwa kajian budaya bukanlah satu hal, tapi banyak hal. Kajian budaya menganggangi pandangan intelektual dan akademisi mulai dari disiplin lama yang mapan hingga gerakan politik baru, praktik-praktik intelektual, serta cara-cara penyelidikan seperti marxisme, pos kolonialisme, feminisme dan posstrukturalisme. Kajian budaya bergerak dari disiplin ke disiplin, metodologi ke metodologi.

Untuk menengahi kesulitan dalam mendefinisikan kajian budaya sebagai sebuah disiplin, Bennet sebagaimana dikutip Chris Barker³ menawarkan unsure-unsur yang dapat dilihat dan dipertimbangkan dalam mengenali kajian budaya, antara lain:

- a. Kajian budaya atau cultural studies adalah arena interdisipliner di mana perspektif dari disiplin yang berlainan secara selektif dapat digunakan untuk menguji hubungan kebudayaan dan kekuasaan.
- b. Kajian budaya atau cultural studies terkait dengan semua praktik, institusi dan system klasifikasi tempat tertanamnya nilai-nilai, kepercayaan-kepercayaan, kompetensi-kompetensi, rutinitas kehidupan dan bentuk-bentuk kebiasaan perilaku suatu masyarakat.
- c. Bentuk-bentuk kekuasaan yang dieksplorasi oleh kajian budaya beragam termasuk gender, ras, kelas, kolonialisme dan lain-lain. Kajian budaya berusaha mengembangkan cara berfikir tentang kebudayaan dan kekuasaan yang dapat dimanfaatkan oleh sejumlah agen dalam upayanya melakukan perubahan.
- d. Arena institusional utama bagi kajian budaya adalah perguruan tinggi, dan dengan demikian kajian budaya menjadi mirip dengan disiplin-disiplin akademis lain. Namun, dia mencoba membangun hubungan di luar akademi dengan gerakan sosial dan gerakan politik, para pekerja dalam institusi-institusi kultural dan manajemen kultural.

³ Chris Barker. *Cultural Studies ; Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Kreasi Wacana. 2000 : 8

Karakteristik Kajian Budaya

Meski terasa sulit untuk mendapatkan definisi yang jelas, namun menurut Ziaudin Sardar⁴ kajian budaya memiliki karakteristik yang dapat dikenali, yaitu

1. Hanya karena ia hampir mustahil didefinisikan, itu tidak berarti bahwa apapun dapat menjadi cultural studies atau ia bisa menjadi apapun. Sejarah cultural studies memberinya karakteristik tertentu yang biasanya dapat diidentifikasi dari segi tujuan yang harus dicapainya.
2. Ia bertujuan mengkaji pokok persoalannya dari sudut praktik kebudayaan dan hubungannya dengan kekuasaan. Tujuan tetapnya adalah mengungkapkan hubungan kekuasaan dan mengkaji bagaimana hubungan tersebut memengaruhi dan membentuk praktik kebudayaan.
3. Cultural studies tidak hanya studi tentang budaya, seakan akan ia merupakan entitas tersendiri yang terpisah dari konteks sosial dan politiknya. Tujuannya adalah memahami budaya dalam bentuknya yang kompleks dan menganalisis konteks sosial dan politik tempat budaya menjejatuhkan dirinya
4. Budaya dalam cultural studies selalu menampilkan dua fungsi. Ia sekaligus merupakan objek studi maupun lokasi tindakan dan kritisisme politik. Cultural studies bertujuan menjadi, baik usaha pragmatis maupun intelektual.
5. Cultural studies berupaya membongkar dan mendamaikan pengotakan pengetahuan, mengatasi perpecahan antara bentuk pengetahuan yang tak tersirat (pengetahuan intuitif berdasarkan budaya local) dan yang objektif (universal). Cultural studies mengasumsikan suatu identitas bersama dan kepentingan bersama antara yang mengetahui dan yang diketahui, antara pengamat dan yang diamati.
6. Cultural studies melibatkan dirinya dengan evaluasi moral masyarakat modern dan garis radikal tindakan politik. Tradisi yang dipegangnya bukanlah tradisi bebas nilai (value-free), melainkan secara tegas berkomitmen bagi rekonstruksi sosial dengan melibatkan diri dalam kritik politik. Jadi ia berusaha tidak hanya untuk memahami, tetapi juga punya maksud untuk mengubah struktur dominasi yang ada di mana-mana, terutama dalam masyarakat kapitalis.

Sementara itu Agger sebagaimana dikutip Chris Jenks⁵ memberikan sembilan karakteristik untuk sesuatu yang bisa disebut sebagai kajian budaya, yaitu :

⁴ Ziaudin Sardar dan Borin Van Loon. *Introducing Cultural studies*. New York : Totem Books 1998. 8-9

⁵ Chris Jenks. *Culture : Studi Kebudayaan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013 : 233-235

1. Kajian budaya beroperasi dengan sebuah konsep kebudayaan yang diperluas. Jenis kajian ini menolak asumsi-asumsi di balik “perdebatan budaya” dan karena itu mereka menolak juga pasangan biner budaya adiluhung/budaya rendah, atau bahkan semua upaya yang mencoba membangun kembali landasan-landasan bagi stratifikasi-stratifikasi budaya. Mereka lebih berpegang pada pandangan antropologis tentang kebudayaan yang menyatakan bahwa kebudayaan adalah “seluruh cara hidup yang dijalani manusia” meskipun ini tidak sejalan dengan pandangan kebudayaan sebagai sebuah totalitas.
2. Sesuai dengan penjelasan di atas, maka kajian budaya melegitimasi, membenarkan, memuji, dan mempolitisasikan seluruh aspek kebudayaan populer. Mereka menganggap kebudayaan populer bernilai dengan apa yang dibawanya dan bukan “sebuah fenomena bayangan” atau sekedar kendaraan bagi pengaburan ideology.
3. Para pendukung kajian budaya, sebagai perwakilan dari zaman mereka, mengakui sosialisasi identitas-identitas mereka sendiri melalui proses media massa dan komunikasi massa yang berusaha mereka pahami.
4. Kebudayaan tidak dipandang sebagai sesuatu yang stabil, yang tetap atau sebuah system tertutup. Kajian budaya memahami kebudayaan sebagai sesuatu yang sedang terbentuk, dinamis, dan terus memperbaharui diri. Kebudayaan bukan serangkaian artefak atau symbol-simbol mati, tetapi sebuah proses.
5. Kajian budaya lebih didasarkan pada konflik disbanding pada keteraturan. Mereka meneliti dan mengantisipasi konflik melalui interaksi langsung, dan juga yang lebih penting, melalui makna. Kebudayaan tidak bisa dianggap sebagai sebuah prinsip yang menyatukan, sebagai sumber pemahaman bersama atau sebagai mekanisme untuk melegitimasi ikatan sosial.
6. Kajian budaya bersifat menjajah secara “demokratis”, maka tidak ada bagian kehidupan sosial yang dikecualikan sebagai objek minat mereka --- opera, mode, kekerasan gang, pembicaraan-pembicaraan di lingkungan pub, belanja, film horror, dan seterusnya--- mereka tidak lagi dikolonikan, diistimewakan atau digolongkan berdasarkan sebuah system makna sentral.
7. Representasi-representasi budaya ditelaah oleh kajian budaya dalam segala tingkatan--- permulaan kemunculan, mediasi dan penermaan atau produksi, distribusi dan konsumsi.
8. Kajian budaya bersifat interdisipliner. Ranah ini tidak mengakui bahwa disiplin ilmu memiliki satu asal-usul. Ia mendorong penelitian yang melibatkan pertemuan antar pokok bahasan disipliner dan mengakui pemikiran yang terus berubah dan bergerak secara energik.

9. Kajian budaya menolak nilai-nilai mutlak---mereka melakukan apa yang mereka inginkan (dan kadang-kadang hal tersebut tampak!)

Isu dan Kata Kunci Dalam Kajian Budaya

Kemampuannya dalam menggabungkan berbagai disiplin keilmuan, menjadikan kajian budaya sebagai kajian yang holistic dan kritis dalam melihat realitas dan elemen-elemen yang mempengaruhinya, terutama dalam kaitannya dengan praktik kekuasaan yang melingkupi sebuah budaya. Kesemua itu dilakukan untuk mendapatkan pemahaman kritis terhadap makna yang dikonstruksikan dan ditransformasikan melalui berbagai praktik budaya masyarakat.

Ada beberapa isu utama yang menjadi perhatian utama kajian budaya antara lain ; budaya tinggi dan budaya rendah, budaya public, budaya populer, budaya massa, budaya kulit hitam, budaya kolonial, budaya global, budaya rock, budaya punk, budaya kawula muda, budaya gaya (*life style*) budaya cyber, budaya posmodernisme, budaya gay. Selain itu juga kajian budaya memperhatikan beragam bentuk praktik politik yang tercermin dalam karya seni, arsitektur, periklanan, sastra, music, film, televise, teater dan lain-lain⁶.

Berbagai isu yang diangkat dan dijadikan focus garapan dalam kajian budaya, meski secara redaksional hanya berkaitan dengan sebuah produk budaya atau hasil interaksi budaya di masyarakat. Namun sejatinya budaya-budaya itu lahir dari sebuah “pergulatan” system dan pelakunya yang terkait dengan praktik politik kekuasaan (dominan) yang telah termediasi. Artinya kajian budaya menetapkan isu itu bukan lantaran budaya-budaya dimaksud sekedar menjadi tren di masyarakat, tapi kondisi itu sengaja diciptakan oleh kelompok kepentingan (politik dominan) melalui serangkaian proses budaya yang termediasi (peran media menjadi faktor pendukung utama lahirnya budaya baru).

Untuk memahami bagaimana memahami budaya-budaya termediasi itu dikaji dan dalam konteks apa dan bagaimana budaya itu dicermati secara kritis, maka ada beberapa kata kunci yang dapat dijadikan patokan para pengkaji budaya, antara lain :

1. Kebudayaan dan Praktik Signifikasi

Kebudayaan menurut Hall sebagaimana dikutip Chris Barker⁷ dikatakan sebagai lingkungan actual untuk berbagai praktik, representasi, bahasa dan adat istiadat masyarakat tertentu. Kebudayaan terkait dengan pertanyaan tentang makna sosial yang dimiliki bersama, yaitu berbagai cara kita memahami dunia. Tetapi makna tidak semata-mata,

⁶ Sandi Suwardi Hasan. *Pengantar Cultural Studies ; Sejarah, Pendekatan Konseptual dan Isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2011 : 29-30

⁷ Chris Barker. *Cultural Studies ; Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2000 :8-9

mengawang-awang di luar sana, melainkan mereka dibangun melalui tanda, khususnya tanda-tanda bahasa. Bahasa bukanlah media netral bagi pembentukan makna dan pengetahuan tentang dunia objek independen yang “ada” di luar bahasa, tapi ia merupakan bagian utama dari makna dan pengetahuan tersebut. Jadi bahasa memberi makna pada objek material dan praktik sosial yang diberikan oleh bahasa kepada kita dan membuat kita bisa memikirkannya dalam konteks yang dibatasi oleh bahasa. Proses-proses produksi makna merupakan praktik signifikasi dan memahami kebudayaan berarti mengeksplorasi bagaimana makna dihasilkan secara simbolis dalam bahasa sebagai suatu system signifikasi.

2. Representasi

Bagian terbesar kajian budaya terpusat pada pertanyaan tentang representasi, yaitu bagaimana dunia ini dikonstruksi dan direpresentasikan secara sosial kepada dan oleh kita. Bahkan unsure utama kajian budaya dapat dipahami sebagai studi atas kebudayaan sebagai praktik signifikansi representasi. Ini mengharuskan kita mengeksplorasi pembentukan makna tekstual. Ia juga menghendaki penyelidikan tentang cara dihasilkannya makna pada beragam konteks. Representasi dan makna kultural memiliki materialitas tertentu. Mereka melekat pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan, digunakan dan dipahami dalam konteks sosial tertentu.

Kata “represent” memiliki tiga arti, yaitu (a) *to stand in for* ; melambangkan, (2) *to speak or action behalf of* ; berbicara atas nama orang, (3) *to re-present* ; menghadirkan kembali suatu peristiwa yang sudah terjadi. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang berarti tentang atau untuk mewakili, dunia penuh arti, untuk orang lain.....representasi merupakan bagian essensial dari proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan antara anggota suatu budaya. itu tidak melibatkan penggunaan bahasa, tanda-tanda dan gambar yang berdiri untuk atau mewakili sesuatu hal⁸. Unsur representasi ada tiga, yaitu (a) *signifier* (penanda, misal konsep kata m-e-j-a), (b) *signified* (petanda, misal bentuk fisik meja dengan segala sifat fisikalnya, tiga dimensi), (c) *mental concep / mental representation* (konsep kata “meja” yang ada di pikiran individu, dua dimensi)

⁸ Stuart Hall, *Representation : Cultural Representation and Signifying Practices*. London. Sage Publication, 1997.

3. Materialisme dan Nonreduksionisme

Kajian budaya memberi perhatian pada ekonomi modern yg terindustrialisasi dan budaya media yang terletak di sepanjang garis sistem kapitalis di mana representasi diproduksi oleh perusahaan yg didorong oleh motif mencari laba. Dalam konteks ini kajian media telah mengembangkan bentuk materialisme kultural berusaha mengeksplorasi bagaimana dan mengapa makna dibentuk dan ditentukan pada momen produksi, yang dihubungkan dengan ekonomi politik. Karena itu pembicaraan mengarah pada siapa yang memiliki dan mengontrol produksi kultural, distribusi dan mekanismenya dan akibat-akibat dari pola-pola kepemilikan dan kontrol tersebut. Prinsip utama yang dikembangkan kajian budaya adalah *non reduksionisme*. Prinsip ini menjelaskan bahwa kebudayaan dipandang memiliki makna, aturan dan praktiknya sendiri, ia tidak dapat direduksi menjadi atau hanya dapat dijelaskan di dalam, kategori atau level lain formasi sosial. Dengan demikian, posisi cultural and media studies menjelaskan makna teks kultural berdasarkan tempatnya dalam proses produksi tanpa perlu mereduksinya. Kalaupun ada proses ekonomi politik, maka makna teks dan pemahamannya tidak mempengaruhi. Satu hal yang pasti prinsip kerja dari non-reduksionisme adalah memberi penegasan bahwa masalah kelas, gender, seksualitas, ras, etnisitas, bangsa, dan usia memiliki kekhasan masing-masing yang tidak dapat direduksi menjadi soal ekonomi politik ataupun direduksi satu sama lain.

4. Artikulasi

Hall sebagaimana dikutip John Storey⁹ menyatakan bahwa artikulasi sebenarnya menghadirkan makna ganda yaitu mengekspresikan dan berpartisipasi. Teks dan praktik budaya tidak dibubuhkan bersama makna, tidak dijamin secara pasti oleh tujuan-tujuan produksi. Makna senantiasa merupakan akibat dari tindakan artikulasi, sebuah proses praktik produksi yang sifatnya aktif. Proses ini disebut artikulasi, sebab makna harus diekspresikan, namun ia senantiasa diekspresikan dalam konteks yang spesifik, dalam momen historis yang spesifik, di dalam sebuah wacana yang spesifik. Jadi, ekspresi selalu dikaitkan dan disesuaikan dengan konteks. Konsep artikulasi juga digunakan untuk mendiskusikan hubungan kebudayaan dengan ekonomi politik. Dengan demikian kebudayaan dikatakan “diartikulasikan” lewat moment-moment produksi tetapi tidak ditentukan secara pasti oleh moment tersebut. Oleh karena itu, kita bisa mengeksplorasi

⁹ John Storey. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Populer : Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta : Jalasutra, 2006 :5

bagaimana “yang ekonomis” juga sekaligus bersifat kultural, yaitu menjadi serangkaian praktek yang penuh makna.

5. Kekuasaan

Kekuasaan bukan hanya sekedar perekat yang menyatukan kehidupan sosial, atau kekuatan koersif yang menempatkan sekelompok orang dibawah orang lain. Kekuasaan merupakan proses yang membangun dan membuka jalan bagi adanya segala bentuk tindakan, hubungan atau tatanan sosial. Disamping itu, cultural studies menunjukkan perhatian khusus terhadap kelompok-kelompok pinggiran, pertama-tama karena soal kelas, dan kemudian baru soal ras, gender, kebangsaan, kelompok, umur, dan lain-lain.

6. Budaya Populer

Budaya pop menurut Ariel Heryanto¹⁰ merupakan produk masyarakat industrial, di mana kegiatan pemaknaan dan hasilnya (yakni kebudayaan) dihasilkan dan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi dan pengadaan missal, sehingga gampang dijangkau masyarakat luas. Budaya populer menurut cultural studies mendapat perhatian karena dijadikan landasan tempat di mana persetujuan dapat dimenangkan atau tidak. Sebagai sebuah cara untuk menjelaskan kesalingterkaitan antara kekuasaan dan persetujuan.

7. Teks dan Pembacanya

Konsep teks bukan hanya mengacu pada kata-kata tertulis meski ini adalah salah satu arti dari kata itu, melainkan semua praktik yang mengacu pada makna (*to signify*). Ini termasuk pembentukan makna melalui berbagai citra, bunyi, objek dan praktik merupakan system tanda yang mengacu suatu makna dengan mekanisme yang sama dengan bahasa, maka itu semua disebut sebagai teks kultural. Makna dalam teks kultural tidak akan sama dengan yang diproduksi oleh audiens aktif atau pembaca. Bahkan makna yang diperoleh pembaca yang satu tidak akan sama dengan pembaca lain. Ini disebabkan karena teks sebagai bentuk representasi yang bersifat polisemis. Cultural studies sangat menaruh minat terhadap teks ini karena makna yang diproduksi sebenarnya merupakan hasil interaksi antara teks dan pembacanya sehingga momen konsumsi juga merupakan momen produksi yang penuh makna.

8. Subjektivitas dan Identitas

Momen konsumsi menandai salah satu proses di mana diri dibentuk sebagai pribadi-pribadi. Apa artinya menjadi satu pribadi. Subjektivitas dan bagaimana kita

¹⁰ Ariel Heryanto (ed). Budaya Populer di Indonesia : Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru. Yogyakarta : Jalasutra. 2012 : 9

mendeskripsikan diri kita kepada orang lain. Identitas menjadi bidang perhatian utama cultural studies selama era 1990-an. Dengan kata lain cultural studies mengeksplorasi bagaimana kita menjadi sosok sebagaimana adanya kita sekarang, bagaimana kita diproduksi sebagai subjek dan bagaimana kita mengidentifikasi diri kita (atau secara emosional menanamkan diri kita) dengan deskripsi-deskripsi sebagai laki-laki atau perempuan, hitam atau putih, tua atau muda.

Metode dan Pendekatan Kajian Budaya

Melanie Budianta¹¹ menyebutkan bahwa ada sejumlah pembaharuan dalam membaca yang ditawarkan kajian budaya yang menolak cara membaca *new criticism* yang mengisolasi teks dari kaitannya dengan hal-hal di luar teks. Dalam "orientation of critical theories" Abrams membuat bagan untuk menunjukkan empat macam orientasi kritik, yakni yang menghubungkan karya dengan alam semesta dengan pengarang, pembaca dan akhirnya pendekatan "objektif" yang melihat karya sebagai sistem otonom. Orientasi kajian budaya meliputi keempat pendekatan dengan modifikasi. Dalam kajian budaya pengarang tidak lagi dilihat sebagai sumber segala makna teks, seperti dalam pendekatan ekspresif, walaupun ia dapat menjadi salah satu sumber makna. Bahkan dalam sejumlah kajian pengertian pengarang bergeser dari pengarang denotative (biologis/historis) ke pengarang sebagai penanda yang memiliki medan konotasi tertentu. Medan konotasi ini menurut Foucault menunjukkan bagaimana medan konotasi itu terbentuk dari asosiasi berbagai macam teks biografi, autobiografi, ulasan kritikus, laporan peristiwa yang menyangkut dirinya, reputasi yang beredar dalam masyarakat sezaman dan reputasinya dalam berbagai subjek yang memberikan makna pada teks.

Sementara itu metode kajian budaya seringkali disebut metode interdisipliner, lintas, trans-atau anti disiplin. Tetapi pada praktiknya untuk menyandingkan sejumlah bentuk dan proses budaya, kajian budaya harus memecahkan masalah metodologi antar disiplin. Dalam kaitan metode interdisipliner ini Chris Barker menambahkan bahwa dalam praktiknya kajian budaya sebenarnya berpusat pada tiga pendekatan, yaitu *pertama*, etnografi, yang sering dikaitkan dengan pendekatan-pendekatan kulturalis dan penekanan pada "pengalaman hidup sehari-hari." *Kedua*, pendekatan tekstual, yang cenderung mengambil dari semiotika, pasca strukturalisme, dan dekonstruksi derridean. Dan *ketiga* kajian resepsi, yang akar teoritisnya bersifat eklektik.

¹¹ Melanie Budianta. "Sastra dan Kajian Budaya" dalam Public Lecture and Workshop. "Asian Studying Asia : Cultural Studies fr Asia Context". Yogyakarta, 14 – 17 Mei 2002

Etnografi merupakan pendekatan empiris dan teoritis yang diwarisi dari antropologi yang berusaha membuat deskripsi terperinci dan analisis kebudayaan yang didasarkan atas kerja lapangan secara intensif. Cultural Studies etnografis terpusat pada eksploitasi kualitatif tentang nilai dan makna dalam konteks cara hidup, yaitu pertanyaan tentang kebudayaan, dunia-kehidupan, dan identitas. Sedangkan pendekatan tekstual, menggunakan tiga cara analisis dalam Cultural Studies, yaitu : semiotika, teori narasi, dekonstruksionisme. Semiotika mengeksplorasi bagaimana makna yang terbangun oleh teks didapat melalui penataan tanda dengan cara tertentu dan melalui penggunaan kode-kode budaya, analisis tersebut banyak mengambil ide dari ideologi, atau mitos teks. Narasi adalah penjelasan yang tertata urut yang mengklaim sebagai rekaman peristiwa. Narasi merupakan bentuk terstruktur dimana kisah mengungkapkan penjelasan tentang bagaimana dunia ini. Dekonstruksionisme diasosiasikan sebagai pelucutan yang dilakukan Derrida atas oposisi biner dalam filsafat barat, mendekonstruksi berarti ambil bagian, membongkar kembali, demi menemukan dan menampilkan asumsi suatu teks. Tujuan dekonstruksi bukan hanya membalik urutan oposisi biner tersebut, melainkan juga menunjukkan bahwa mereka saling berimplikasi, saling berhubungan satu sama lain. Dekonstruksi berusaha menampakkan titik-titik kosong teks, asumsi yang tak dikenal yang melandasi gerakan sistem kerja mereka. Kajian resepsi / kajian konsumsi, menyatakan bahwa apapun yang dilakukan analisis makna tekstual sebagai kritik masih jauh dari kepastian tentang makna yang teridentifikasi yang akan didapat oleh pembaca / audien / konsumen, dimana audien merupakan pencipta aktif makna dalam kaitannya dengan teks. Menurut Barker kajian budaya memberi perhatian khusus terhadap budaya, dimana budaya sangatlah erat kaitannya dengan makna-makna sosial yang dimunculkan lewat tanda yang disebut "bahasa". Bahasa berperan memberi makna pada objek-objek material dan praktik sosial yang menjadi tampak bisa dipahami karena adanya bahasa, dan proses produksi makna ini kemudian disebut dengan "praktik-praktik pemaknaan

Rangkuman

1. Kajian budaya adalah arena plural dari berbagai perspektif yang bersaing, lewat produksi teori ia berusaha mengintervensi politik budaya. Kajian budaya mengeksplorasi kebudayaan sebagai praktik pemaknaan dalam konteks kekuatan sosial. Dalam usaha ini, Kajian budaya tidak hanya berpusat dalam satu titik saja namun kajian budaya mengkomposisikan berbagai kajian teoritis disiplin ilmu lain yang dikembangkan secara lebih longgar sehingga mencakup potongan-potongan model dari teori yang sudah ada. berbagai teori, termasuk Marxisme, strukturalisme, pascastrukturalisme, dan feminisme.

2. Kajian budaya adalah bidang penelitian interdisipliner atau pasca disiplin yang mengeksplorasi produksi dan pemakaian peta makna. Dia dapat dideskripsikan sebagai permaian bahasa atau pemebentukan wacana yang terkait dengan isu kekuasaan dalam praktik signifikasi kehidupan manusia. Cultural studies adalah suatu proyek yang mengasikkan dan cair yang mengisahkan kepada kita cerita tentang dunia yang tengah berubah dengan harapan agar kita dapat memperbaikinya
3. Dengan metode yang eklektis, Kajian menyertakan posisionalitasnya pada semua pengetahuan , termasuk pengetahuannya sendiri yang menyatu disekitar ide- ide kunci kebudayaan, praktik signifikasi, representasi, diskursus, kekuasaan, artikulasi, teks, membaca, dan konsumsi.
4. kajian budaya seringkali disebut metode interdisipliner, lintas, trans-atau anti disiplin. Tetapi pada praktiknya untuk menyanggkan sejumlah bentuk dan proses budaya, kajian budaya harus memecahkan masalah metodologi antar disiplin. Dalam kaitan metode interdisipliner ini Chris Barker menambahkan bahwa dalam praktiknya kajian budaya sebenarnya berpusat pada tiga pendekatan, yaitu *pertama*, etnografi, yang sering dikaitkan dengan pendekatan-pendekatan kulturalis dan penekanan pada “pengalaman hidup sehari-hari.” *Kedua*, pendekatan tekstual, yang cenderung mengambil dari semiotika, pasca strukturalisme, dan dekonstruksi derridean. Dan *ketiga* kajian resepsi, yang akar teoritisnya bersifat eklektik

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini.

1. Beri penjelasan singkat tentang pengertian dan karakteristik kajian budaya!
2. Mengapa kajian budaya dalam melakukan operasinya menggunakan pola eklektif atau menyanggkan berbagai disiplin keilmuan?
3. Apa yang membedakan kajian budaya dengan studi kebudayaan, beri penjelasan singkat?

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. *Cultural Studies ; Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Krcasi Wacana, 2000
- Budianta, Melanie. “Sastra dan Kajian Budaya” dalam Public Lecture and Workshop, “Asian Studying Asia ; Cultural Studies fr Asia Context”. Yogyakarta, 14 – 17 Mei 2002
- Hall, Stuart. *Representation ; Cultural Representation and Signifying Practices*. London. Sage Publication, 1997.

- Jenks, Chris. *Culture ; Studi Kebudayaan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013
- Heryanto, Ariel (ed). *Budaya Populer di Indonesia ; Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru*. Yogyakarta : Jalasutra, 2012
- Hasan, Sandi Suwardi. *Pengantar Cultural Studies ; Sejarah, Pendekatan Konseptual dan Isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2011
- Storey, John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Populer ; Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta : Jalasutra, 2006
- Sardar, Ziauddin Sardar dan Borin Van Loon. *Introducing Cultural studies*. New York : Totem Books 1998.

Paket 2 BUDAYA DAN IDEOLOGI

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang budaya dan ideologi. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian budaya dalam perspektif kajian budaya, kebudayaan dan formasi sosial, pengertian ideology dan persoalan ideology. Paket ini berisi konsep budaya dan kaitannya dengan ideologi. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan budaya yang terkait dengan persoalan ideology.

Dalam paket 2 ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian budaya dari berbagai konsep, meneliti konsep budaya dalam perspektif kajian budaya hingga persoalan formasi sosial. Dilanjutkan dengan memahami karakteristik, berbagai isu yang berkembang dan dimainkan pemilik kapital dalam budaya yang telah termediasikan. Dilanjutkan dengan pemahaman konsep ideology dari berbagai konsep dan persoalan-persoalan dari ideology itu sendiri. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan berbagai persoalan budaya dan ideologi. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 2 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari materi selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kertas plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya melalui pembuatan peta konsep.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar budaya dan ideology serta persoalan ideology yang melingkupinya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan konsep dasar budaya
2. Menjelaskan perbedaan konsep budaya perspektif ilmu sosial dengan kajian budaya
3. Menjelaskan formasi sosial dalam kaitannya dengan budaya
4. Menjelaskan konsep dasar ideology dan persoalannya

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian budaya
2. Budaya dalam perspektif kajian budaya
3. Budaya dan formasi sosial
4. Pengertian ideology dan persoalannya

Kegiatan Perkuliahan**Kegiatan awal (15 menit)**

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena budaya dan ideology
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 2

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 3 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian budaya dalam berbagai perspektif
Kelompok 2 : Budaya dan formasi sosial
Kelompok 3 : Pengertian ideology dan persoalannya
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai pesentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasihat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis persoalan budaya kontemporer yang terkait dengan ideology. Analisis diawali dengan mengamati slide film secara bersama-sama. Kemudian mahasiswa diminta secara kritis mengamati dan menganalisis film tersebut, mulai dari alur cerita hingga ideology yang diusung film secara terang-terangan atau terselubung dengan membuat sebuah catatan kecil.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar budaya dan ideology serta persoalan-persoalan ideology yang terselib dalam sebuah budaya yang dikonstruksi.

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, film

Langkah Kegiatan

1. Pilihlah seorang pemandu dari kelompok dan penulis konsep hasil kerja
2. Diskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk uraian kecil
4. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
5. Pilihlah satu anggota kelompok untuk presentasi
6. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

BUDAYA DAN IDEOLOGI

Pengertian Budaya

Secara etimologi budaya atau kebudayaan berasal dari kata sansekerta, “Budhayah” yang merupakan bentuk jamak dari kata “budhi” (budi atau akal) yang diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal. Dalam bahasa Inggris kebudayaan disebut dengan

“culture” yang berasal dari kata latin “colere” yaitu mengolah atau mengerjakan. Kata culture sendiri seringkali diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai kultur.

Kebudayaan sangat erat dengan masyarakat. Karena itu Melville J Herkofits dan Bronislow Malinowski¹ mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki masyarakat itu sendiri. Karena itu pula Malinowski memandang kebudayaan sebagai suatu system yang turun temurun dari satu generasi ke generasi lain atau yang dikenal sebagai superorgani. Alo Liliweri² menyebut kebudayaan sebagai keseluruhan symbol pemaknaan, penggambaran (*image*), struktur aturan, konvensi pikiran, perkataan dan perbuatan atau tindakan yang dibagikan diantara para anggota suatu system sosial dan kelompok sosial dalam suatu masyarakat. Pandangan Alo Liliweri tersebut memberikan gambaran bahwa kebudayaan itu dihasilkan oleh perasaan komitmen yang dibangun oleh keseluruhan system sosial karena keintiman hubungan timbale balik, kesejawatan dan kesetiakawanan, keramahtamahan, kekeluargaan dari kelompok kecil, kelompok etnik, organisasi dan bahkan seluruh masyarakat.

Sementara itu Nursyam³ dengan mengutip Canadian Comission for Unesco menyatakan bahwa kebudayaan adalah *a dynamic value system of learned element with assumption, convention, belief and rules permitting members of a groups to relate to each other and to the world, to communicate and to develop their creative potential*. Bahwa kebudayaan adalah system nilai yang dinamis dari elemen-elemen pembelajaran yang berisi asumsi, kesepakatan, keyakinan dan aturan-aturan yang memperbolehkan anggota kelompok untuk berhubungan dengan yang lain. Pengertian kebudayaan ini termasuk di dalam pengertian kebudayaan sebagai system nilai, yaitu kebudayaan sebagai system normative yang mengatur kehidupan bermasyarakat.

Pemaknaan terhadap istilah kebudayaan juga dilakukan oleh Kluckhohn⁴ dengan cara melakukan pelacakan terhadap sekian banyak pengertian kebudayaan yang kemudian dirangkumnya menjadi sebelas pernyataan yang menyebutkan bahwa kebudayaan adalah (1) keseluruhan cara hidup suatu masyarakat, (2) warisan sosial yang diperoleh individu dari kelompoknya, (3) suatu cara berpikir, merasa dan percaya, (4) suatu abstraksi dari tingkah laku, (5) suatu teori pada pihak antropolog tentang cara suatu kelompok masyarakat dalam bertingkah laku, (6) suatu gudang untuk mengumpulkan hasil belajar, (7) seperangkat orientasi-orientasi standart pada masalah-masalah yang sedang berlangsung, (8) tingkah laku

¹ Wikipedia, Budaya (online) <http://www.id.wikipedia.org/wiki/budaya>. diakses

² Alo Liliweri. *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001 : 4

³ Nursyam. *Islam Pesisir*. Yogyakarta : LKiS, 2005 : 13

⁴ Clifford Geertz. *Tafir Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius, 1994 : 4-5

yang dipelajari, (9) mekanisme penataan tingkah laku yang bersifat normative, (10) seperangkat teknik menyesuaikan baik dengan lingkungan luar maupun orang-orang lain, (11) suatu endapan sejarah.

Alo liliweri juga melakukan hal yang sama dengan Kluckchon. Bagi Alo Liliweri⁵, kebudayaan itu dapat dimaknai sebagai (1) pandangan yang koheren tentang sesuatu yang dipelajari, yang dibagi atau yang dipertukarkan oleh sekelompok orang, (2) perilaku yang telah tertanam, dan ia merupakan totalitas dari sesuatu yang dipelajari manusia, akumulasi dari pengalaman yang dialihkan secara sosial, (3) pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai dan simbol-simbol yang mereka terima tanpa sadar dan diwariskan melalui proses komunikasi dan penirian dari satu generasi ke generasi berikutnya, (4) komunikasi simbolis, (5) terdiri dari pola-pola yang eksplisit maupun implisit dari dan untuk prestasi kelompok manusia, (6) jumlah keseluruhan perilaku yang dipelajari oleh sekelompok orang yang secara umum menerangkan sebuah tradisi kehidupan yang diwariskan oleh sebuah generasi ke generasi lain, (7) simpanan akumulatif dari pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarkhi, agama, pilihan waktu, peranan, relasi ruang, konsep yang luas, dan objek material atau kepemilikan yang dimiliki dan dipertahankan oleh kelompok orang atau suatu generasi, (8) *cultivation*, kegiatan untuk mengembangkan pilihan peningkatan pendidikan dan moral, (9) semua aspek kehidupan manusia setiap hari, terutama pandangan hidup baik itu mitos ataupun system nilai dalam masyarakat.

Parsudi Suparlan sebagaimana dikutip Nursyam⁶ menyatakan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan pengetahuan yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial yang isinya adalah perangkat-perangkat, model-model pengetahuan yang secara selektif dapat digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan lingkungan yang dihadapi dan untuk mendorong dan menciptakan tindakan-tindakan yang diperlukannya.

Berbagai definisi tersebut menunjukkan bahwa istilah budaya telah diterapkan secara lebih luas, yaitu masyarakat sebagai keseluruhan, dan dianggap merupakan padanan kata dari peradaban (*civilization*). Akan tetapi, seiring kebangkitan romantisme selama revolusi industry, budaya mulai dipakai untuk menggambarkan perkembangan kerohanian yang dikontraskan dengan perubahan material dan infrastruktur. Gerakan nasionalisme di akhir abad ke-19 juga ikut mempengaruhi pemaknaan atas budaya, di mana lahir istilah “budaya rakyat” (*folk culture*) dan budaya nasional (*national culture*).

⁵ Alo Liliweri. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : LKiS, 2003 : 9-10

⁶ Nursyam. *Islam Pesisir*. Yogyakarta : LKiS, 2005 : 14

Mengetahui hal itu Raymond William sebagaimana dikutip Mudji Sutrisno menyatakan bahwa telah terjadi perubahan-perubahan historis yang bisa direfleksikan ke dalam tiga arus penggunaan istilah budaya, yaitu :

1. Yang mengacu pada perkembangan intelektual, spiritual dan estetis dari seorang individu, sebuah kelompok atau masyarakat.
2. Yang mencoba memetakan khazanah kegiatan intelektual dan artistic sekaligus produk-produk yang dihasilkan (film, benda-benda seni dan teater). Dalam penggunaan ini budaya kerap diidentikkan dengan istilah “kesenian” (*the art*).
3. Yang menggambarkan keseluruhan cara hidup, berkegiatan, keyakinan-keyakinan dan adat kebiasaan sejumlah orang, kelompok atau masyarakat.

Gambaran perubahan-perubahan yang diisyaratkan Raymond William tersebut menunjukkan terjadinya pergeseran pemahaman tentang budaya yang berkisar pada tema-tema sebagai berikut :

1. Kebudayaan cenderung diperlawankan dengan yang material, teknologis, dan berstruktur sosial
2. Kebudayaan dilihat sebagai ranah yang ideal, yang spiritual dan nonmaterial
3. “otonomi kebudayaan” lebih mendapat penekanan
4. Sejumlah upaya dibuat untuk tetap berada pada zona netral nilai (artinya tidak berat sebelah, misalnya menyamakan kebudayaan dengan kesenian).

Kebudayaan dalam Perspektif Kajian Budaya

Berbeda dengan definisi yang diberikan ilmu sosial konvensional, kajian budaya yang muncul pada tahun 1960-a dengan paradigma kritisnya memandang budaya sebagai suatu hal yang tak terpisah dari masyarakat kontemporer dan tidak bisa dilepaskan dari aspek kekuasaan yang ada di dalamnya. Pandangan ini mengisyaratkan bahwa pengaruh teori marxisme ditafsirkan kembali sebagai teori kritis oleh madzhab Frankfurt dan bertahannya pandangan materialism terhadap budaya (*cultural Marxism*). Dari sinilah muncullah tokoh misalnya George Lukacs, Antonio Gramsci, Ernst Bloch, Walter Benyamin, T.W Adorno, Fredric Jameson, Terry Eagleton yang memberikan kontribusi bagi teori marxis dalam menganalisis bentuk budaya dalam hubungan dengan produksi, keterkaitannya dengan masyarakat dan sejarah serta pengaruhnya pada audiens dan kehidupan sosial.

Apa yang ingin disajikan kajian budaya dalam melihat budaya merupakan pengembangan pengertian baru yang berbeda dengan studi-studi budaya lainnya. Ciri yang menonjol dari pandangan ini adalah budaya dikaji sebagai bagian yang tak terpisahkan dari

kekuasaan dan hubungan dominative dalam masyarakat, terutama masyarakat kapitalis. Budaya dibentuk oleh praktik dan makna bagi semua orang ketika mereka menjalani hidupnya. Makna dan praktik tersebut muncul dari arena yang tidak dibuat sendiri. Kebudayaan tak mengembangkan kondisi material kehidupan, sebaliknya, apapun tujuan praktik budaya, sarana produksinya tak terbantahkan lagi selalu bersifat materi. Jadi makna kebudayaan yang hidup harus dieksplorasi di dalam konteks syarat produksi mereka sehingga menjadi bentuk budaya sebagai keseluruhan hidup.

“*Culture is ordinary*” merupakan ungkapan Raymond William salah seorang pendiri cultural studies yang ingin mengembalikan lagi kata budaya pada tempatnya yang paling penting dalam analisis masyarakat. Baginya penting membentuk suatu masyarakat untuk menemukan makna dan tujuan bersama. William memperkenalkan penggunaan budaya untuk memaknai keseluruhan cara hidup (*a whole way of life*)--- makna bersama ; untuk memaknai seni dan proses belajar --- proses-proses khusus penemuan dan upaya kreatif.⁷

“Kebudayaan itu terdiri dari dua aspek ; makna dan tujuan yang telah diketahui, di mana anggotanya terlatih untuk itu, pengamatan dan makna baru yang ditawarkan dan diuji. Semua itu merupakan proses biasa masyarakat manusia dan pikiran manusia, dan melalui mereka kita melihat sifat kebudayaan. Dia selalu bersifat tradisional dan kreatif; keduanya merupakan makna paling umum dan makna individual yang paling halus. Kita memakai kata kebudayaan berdasarkan dua logika ; sebagai keseluruhan cara hidup, yakni kebudayaan dengan makna umum ; sebagai seni dan pembelajaran, yakni kebudayaan sebagai proses penemuan dan usaha kreatif yang khusus. Beberapa penulis memaknai kata ini dalam pengertian ini atau yang lain. Saya meyakini keduanya, dan arti penting kombinasinya. Pertanyaan yang saya ajukan tentang kebudayaan kita adalah pertanyaan tentang makna mendalam dan personal. Kebudayaan itu adalah hal-hal biasa yang ditemukan dalam keseharian di semua masyarakat dan di setiap pikiran.”⁸

Berdasarkan pernyataan William tersebut, maka kebudayaan itu seni sekaligus nilai, norma dan benda simbolis kehidupan sehari-hari. Sementara kebudayaan terkait dengan tradisi dan reproduksi sosial, ia juga merupakan soal kreativitas dan perubahan. Konsep kebudayaan yang dibangun Raymond William adalah konsep antropologis, karena terpusat pada makna sehari-hari. Nilai (gagasan abstrak), norma (prinsip atau aturan terbatas) dan benda-benda material simbolis. Makna dibangun bukan secara individual namun secara kolektif, sehingga gagasan kebudayaan mengacu pada makna yang dimiliki bersama. Ini artinya menurut William, kebudayaan sebagai makna dan nilai sehari-hari adalah bagian dari

⁷ Sandi Suwardi Hasan, *Pengantar Cultural Studies.....* 24

⁸ Raymond William sebagaimana dikutip Chris Barker dalam *Cultural Studies.....*, 39

keseluruhan ekspresi relasi sosial. Jadi teori kebudayaan didefinisikan sebagai studi tentang hubungan antarelemen keseluruhan cara hidup.

Kita perlu membedakan tiga level kebudayaan, bahkan pada definisinya yang paling umum. Ada kebudayaan yang hidup pada ruang dan waktu tertentu, hanya dapat diakses sepenuhnya oleh mereka yang hidup pada ruang dan waktu tersebut. Ada kebudayaan yang terekam, dengan segala macamnya, dari seni sampai dengan fakta-fakta yang paling remeh dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan pada suatu periode. Juga ada, sebagai faktor yang mengaitkan kebudayaan yang dihidupi dengan suatu periode kebudayaan, kebudayaan tradisi selektif.⁹

Bagi William analisis kultural bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis kebudayaan yang terekam oada ruang dan waktu tertentu dalam rangka memadukan lagi “struktur perasaan”, atau nilai dan pandangan hidup yang dimiliki bersama oleh orang-orang yang hidup saat itu, sambil terus menyadari bahwa rekaman-rekaman tersebut merupakan bagian dari “tradisi” yang dijaga dan ditafsirkan secara selektif. Lebih jauh lagi, William berpendirian kebudayaan dapat dipahami melalui representasi dan praktik kehidupan sehari-hari. Ini disebut William dengan *materialisme kultural*, yang meliputi analisis atas semua bentuk signifikasi ... di dalam tujuan dan syarat produksi mereka. Untuk itu eksplorasi kebudayaan dapat dilakukan dari berbagai sudut, antara lain :

- Sudut institusi-institusi produksi artistic dan kultural, misalnya bentuk-bentuk kerajinan atau pasar.
- Bentuk atau madzhab, gerakan dan faksi produksi kultural.
- Cara produksi, termasuk hubungan antara sarana material produksi kultural dengan bentuk-bentuk kultural yang dihasilkan.
- Identifikasi dan bentuk kebudayaan, termasuk spesifitas produksi kultural, tujuan estetisnya dan bentuk-bentuk tertentu yang membentuk dan mengekspresikan makna.
- Reproduksi, dalam konteks ruang dan waktu, dari suatu tradisi selektif makna dan praktik yang melibatkan tatanan sosial dan perubahan sosial.
- Organisasi “tradisi selektif” berdasarkan “system signifikasi” yang disadari dan diakui.

Jika dicoba untuk disederhanakan bagaimana pakar kajian budaya membaca dan mendefinisi budaya dalam perspektif yang lain dapat dibaca sebagai berikut :

⁹ Raymond William sebagaimana dikutip Chris Barker dalam *Cultural Studies*....., 42

- Raymond William lebih melihat kebudayaan sebagai ‘keseluruhan cara hidup’ (*culture is ordinary*), dan sebagai proses penemuan dan usaha kreatif yang khusus. Kebudayaan adalah seni sekaligus nilai, norma dan benda simbolis kehidupan sehari-hari. Jika dikaitkan dengan tradisi dan reproduksi sosial maka kebudayaan adalah kreatifitas dan perubahan
- John Hartley mendefinisikan budaya sebagai produksi dan sirkulasi dari rasa, makna dan kesadaran. Ranah makna yang menyatukan ranah reproduksi (ekonomi) dan hubungan sosial (politik). Budaya adalah ranah reproduksi bukan atas benda-benda (material) tetapi atas hidup
- John Storey menyatakan bahwa kajian budaya melihat konsep budaya jangan didefinisikan secara sempit, yaitu sebagai objek keadiluhungan estetis (seni tinggi) atau sebuah proses perkembangan estetik, intelektual dan spiritual, melainkan budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari. Lebih lanjut Storey menyatakan bahwa budaya dalam perspektif *cultural studies* lebih bersifat politis dalam pengertian yang sangat spesifik, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan

Dari gagasan-gagasan tentang budaya tersebut, telah menghasilkan suatu kawasan untuk menguji definisi-definisi yang saling bersaing dan untuk membangun prioritas-prioritas suatu wacana tentang para individu dalam berhubungan antara satu dan yang lain dengan masyarakat. Jika dibandingkan dengan kajian budaya sebelumnya (antropologi dan sosiologi kebudayaan), maka karakter kajian budaya sebagaimana dikatakan Stuart Hall¹⁰ adalah mengembalikan pada perdebatan budaya sebagai seperangkat teoretisasi tentang problem klasik ideology karena karakter budaya dan ideology yang menentukan – kondisi-kondisi material, sosial dan historis dari eksistensi mereka. Dengan demikian, kajian budaya membicarakan budaya melalui dua cara atau dua definisi mengenai budaya, yaitu :

1. Budaya adalah gagasan bersama di mana masyarakat menyadari dirinya pada ideology yang mereka anut bersama, yaitu cara bersama yang digunakan untuk memahami pengalaman mereka
2. Budaya adalah praktik atau perbuatan yaitu keseluruhan cara hidup suatu kelompok yakni apa yang dilakukan individu secara nyata setiap harinya.¹¹

¹⁰ Sandi Suwardi Hasan, *Pengantar Cultural Studies.....*, 24

¹¹ Morrison, *Teori Komunikasi : Dari Individu hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013 : 539

Budaya dan Formasi Sosial

Chris Barker¹² menyatakan bahwa formasi sosial adalah kehidupan sosial yang dipahami sebagai suatu perpaduan yang kompleks yang diproduksi secara historis dan terdiri dari berbagai praktik yang berbeda (ideologis, politis, ekonomis). Level praktik, di mana masing-masing memiliki spesifitasnya sendiri yang diartikulasikan bersama dalam serentetan kejadian tertentu yang tidak memiliki hubungan atau korespondensi otomatis atau niscaya satu sama lain.

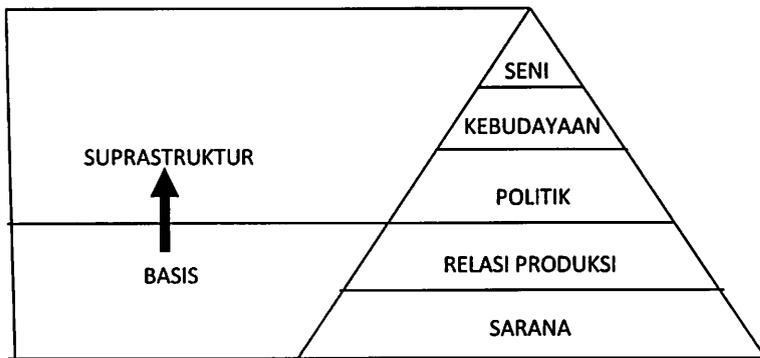
Pernyataan Barker tersebut mengisyaratkan bahwa kompleksitas terbentuknya formasi sosial tak bisa dilepaskan dari budaya, terutama terkait dengan “kekuatan-kekuatan” dominan yang mendeterminasi proses tersebut. Meski diakui bahwa pembahasan dan perdebatan formasi sosial merupakan warisan Marxisme, namun kajian budaya memberikan perhatian yang lebih untuk memberikan “sentuhan” lebih holistic dalam melihat dan memetakan penggerak dominan dari proses terbentuknya formasi sosial.

Kalangan Marxisme¹³ ketika mengkaji persoalan formasi sosial selalu mengaitkan dengan persoalan kebudayaan. Bagi mereka kebudayaan itu adalah kekuatan *corporeal* (jasmaniah) yang terikat kepada produksi sejumlah kondisi material eksistensi yang ditata secara sosial dan mengacu pada bentuk-bentuk yang dimiliki eksistensi sosial yang ada dibawah sejumlah kondisi historis yang pasti, dengan menyatakan sebagai berikut :

Dalam produksi sosial yang dijalankan manusia-manusia, mereka terlibat dalam hubungan yang vital dan terlepas dari kehendak mereka, hubungan-hubungan produksi ini terkait dengan suatu tahapan pasti perkembangan kekuatan produksi material mereka. Totalitas relasi produksi ini membentuk struktur ekonomi masyarakat---landas hakiki, tempat ke mana suprastruktur politis dan legal dilandaskan dan menjadi pengait berbagai bentuk kesadaran sosial. Cara produksi kehidupan material menentukan karakter umum proses sosial, politik dan spiritual kehidupan. Bukan kesadaran manusia yang menentukan kondisi mereka, tapi kondisi sosiallah yang menentukan kesadaran mereka.

¹² Chris Barker. *Cultural Studies*.... 408

¹³ Marxisme atau materialism historis merupakan suatu filsafat yang mencoba mengaitkan produksi dan reproduksi kebudayaan dengan tatanan kondisi kehidupan material. Marxisme sendiri merupakan suatu pemikiran yang berasal dari karya Karl Marx yang menekankan peran penting kondisi eksistensi material dan spesifitas historis kehidupan manusia. Marxisme yang berkuat pada perkembangan dan dinamika kapitalisme dan konflik kelas, menyatakan diri sebagai filsafat kesetaraan yang emansipatoris.



Gambar.1. Basis dan suprastruktur dalam teori marxis

Dengan memperhatikan gambar 1 tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa cara produksi oleh organisasi sarana produksi (pabrik, mesin dan lain-lain) dan relasi sosial reproduksi spesifik (misalnya , kelas) yang muncul dari organisasi kekuatan-kekuatan produksi tersebut. Patut dicatat bahwa cara produksi ini diyakini sebagai “landasan sebenarnya” dari suprastruktur legal dan suprastruktur politis dan ia “menentukan” kehidupan sosial, politik dan spiritual. Jadi cara produksi ekonomi membentuk suprastruktur kultural.

Kebudayaan sebagai konsekuensi cara produksi yang khas secara historis bukan suatu arena netral karena “hubungan-hubungan produksi yang niscaya ada antara individu-individu juga harus mengekspresikan diri mereka sebagai relasi politis dan relasi legal”. Kebudayaan bersifat politis karena ia menjadi ekspresi relasi kekuasaan sehingga “ide dari kelas berkuasa selalu merupakan ide yang berkuasa dan dominan. Artinya kelas yang menguasai kekuatan material di dalam masyarakat pada saat yang sama menguasai kekuatan intelektual dominan, dan dilakukan dengan cara menaturalisasi tatanan sosial sebagai “fakta” keniscayaan, sehingga mengaburkan relasi eksploitasi di dalamnya.

Sementara itu Poilantzas¹⁴, menyatakan bahwa formasi sosial itu terdiri dari berbagai corak dan bentuk-bentuk produksi dalam artikulasi yang khusus. Contohnya masyarakat kapitalis Eropa pada awal abad ke-20, formasi sosialnya terdiri dari (1) elemen-elemen dari corak produksi feodal, (2) bentuk sederhana dari produksi komoditi dan manufaktur (bentuk transisi dari feodalisme ke kapitalisme) dan (3) corak produksi kapitalisme dalam bentuk yang kompetitif maupun monopolistik. Artinya, masyarakat Eropa saat itu adalah masyarakat kapitalis, karena corak produksi yang dominan adalah corak produksi kapitalis. Karena corak produksi kapitalis ini eksis dalam formasi sosial tertentu (Eropa pada awal abad ke-20), yang

¹⁴ Coen Husain Pontoh. “Nico Poulantzas dan Teori Formasi Sosial” [http ://www.indoProgress.com](http://www.indoProgress.com). (online) diakses tanggal 12 Desember 2013

terdiri dari beragam corak dan bentuk-bentuk produksi, maka tampak bahwa ada lebih dari dua kelas yang eksis, karena itu sulit untuk mengatakan bahwa hanya ada dua kelas yang dominan, walaupun kelas fundamentalnya adalah proletariat dan borjuasi.

Formasi sosial ini bukanlah konkretisasi sederhana atau perluasan dari corak dan bentuk-bentuk produksi yang eksis dalam wujudnya yang 'murni.' Tidak juga formasi sosial merupakan hasil dari corak produksi yang 'ditumpuk bersama' dalam ruang. formasi sosial merupakan tempat perjuangan kelas berlangsung yang aktual bagi eksistensi dan reproduksi bentuk-bentuk dan corak produksi. Jika dihubungkan dengan perjuangan kelas, maka perjuangan kelas dalam formasi sosial inilah yang merupakan motor penggerak sejarah. Dengan kata lain, bukan kelas-kelas yang melekat dalam corak produksi itu sendiri yang menjadi motor penggerak sejarah, melainkan perjuangan kelas-kelas yang eksis dalam formasi sosial tertentu.

Apa yang dinyatakan oleh Poulantzas memberikan konsekuensi secara ideologis dan politis dari formasi sosial tersebut, yaitu (1) karena corak produksi hanya eksis dalam sebuah formasi sosial tertentu, maka kita tidak bisa mengatakan bahwa hanya ada dua kelas yang eksis dan kelas yang lain semakin melenyap. Di sinilah argumentasi memperoleh pendasaran teoritiknya. Teramat sulit untuk mengklaim bahwa hanya kelas proletariat dan kapitalis yang dominan, dimana bentrokan kepentingan kedua kelas ini yang akan menggerakkan sejarah. Sebaliknya, harus dilihat bahwa ada polarisasi dan fraksionalisasi kelas-kelas di seputaran kedua kelas fundamental tersebut. Polarisasi kelas itu, misalnya, kelas non-industrial urban proletariat (kaum miskin kota), petani, dan juga masyarakat adat yang memiliki kepentingan yang beragam. Sementara fraksionalisasi kelas, misalnya, antara fraksi borjuasi dagang vs borjuasi industrial atau vs borjuasi keuangan; sedangkan fraksionalisasi di kalangan kelas proletariat, misalnya antara buruh manual vs buruh intelektual, atau kemunculan apa yang disebut Lenin sebagai buruh bangsawan (*labor aristocracy*).

Beda dengan Poulantzas, Althusser menyatakan bahwa formasi sosial bukan sebagai suatu totalitas di mana kebudayaan menjadi ekspresi, namun sebagai suatu struktur kompleks dari berbagai hal (berbagai level atau praktik) yang dominasinya terstruktur. Jadi aspek-aspek politik, ekonomi dan ideology yang berbeda-beda diartikulasikan bersama-sama untuk membentuk suatu kesatuan yang bukan merupakan hasil dari determinasi basis suprastruktur yang tunggal dan searah, melainkan hasil dari determinasi yang berbeda, sehingga suatu formasi sosial adalah hasil dari over determinasi. Yang dimaksudkan adalah gagasan bahwa segala praktik atau momen tertentu merupakan hasil dari berbagai determinasi yang berbeda-beda. Determinasi yang berbeda ini adalah level atau jenis praktik yang bersandar pada logika

dan spesifitasnya sendiri yang tidak dapat direduksi atau dijelaskan oleh level atau praktik lain. Untuk memperjelas bagaimana formasi sosial ini terbentuk, Althusser memberikan contoh konteks masyarakat feodal, di mana aspek politik dan bukan aspek ekonomi yang menjadi aspek dominan dan determinan, namun politik itu sendiri pada akhirnya adalah hasil dari determinasi ekonomi. Artinya cara organisasi ekonomi masyarakat feodal, cara produksinya yang menentukan sehingga politik menjadi praktik dominan,

Konsep yang ditawarkan Althusser, begitu diapresiasi oleh Stuart Hall yang dinyatakan sebagai “kemajuan semifinal”, karena dia memungkinkan kita menelaah fenomena kultural sebagai suatu system signifikasi yang terpisah berikut efek dan determinasi yang tidak dapat direduksi menjadi ekonomi. Sesungguhnya fenomena kultural dan ideology dapat dilihat sebagai pembentuk pemahaman tentang apa itu sebenarnya ekonomi. Lebih Jauh Hall menyatakan bahwa apa yang dilakukan Althusser merupakan usaha untuk keluar dari reduksionisme ekonomi dengan memahami formasi sosial berdasarkan praktik yang relative otonom yang diartikulasikan bersama dalam cara-cara menentukan yang kompleks dan tak seimbang memiliki arti dalam jangka waktu yang lama. Contohnya, yang jadi landasan rumusan Hall adalah kita harus berpikir tentang masyarakat atau formasi sosial sebagai sesuatu yang selalu dan selamanya terbentuk oleh serangkaian praktik kompleks, masing-masing dengan spesifitasnya, dengan model artikulasinya ; tetap tegak dalam suatu perkembangan timpang yang mengarah pada praktik-praktik terkait. Artikulasi disini dimaknai sebagai kesatuan temporer dari elemen diskursif yang tidak harus berjalan beriringan. Artikulasi adalah suatu bentuk hubungan yang dapat menciptakan satu kesatuan dari dua unsure yang berbeda, pada kondisi-kondisi tertentu. Dengan demikian artikulasi dapat dinyatakan sebagai ekspresi/representasi dari suatu kebersamaan.¹⁵

Pengertian Ideologi dan Persoalannya

Istilah ideologi pertama kali digunakan oleh Antoine Destutt de Tracy (1754-1836) pada abad ke 18, meski akar-akar pengertiannya dapat ditarik jauh ke belakang, bahkan sampai kepada Plato. Ada juga yang mengkaitkannya dengan konsep idola dari Francis Bacon. Pada De Tracy pengertian ideologi sudah jauh bergeser baik dari makna idea maupun idola. Destutt de Tracy memandang ideologi sebagai ilmu pengetahuan tentang ide. Di sini ideologi adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang dianggap netral. Sebagai ilmu pengetahuan ideologi dituntut obyektif dalam mempelajari tiap ide dalam arti mengesampingkan prasangka-prasangka metafisika dan agama. Bidang kajiannya meliputi

¹⁵ Chris Barker. *Cultural Studies...*, 56

asal-usul ide, mengapa suatu ide muncul, bagaimana berkembangnya suatu ide, dan strategi-strategi apa yang dapat dilakukan untuk menyebarkan suatu ide.¹⁶

Ideologi menurut Chris Barker¹⁷ dikatakan sebagai usaha memaparkan makna dan pandangan dunia untuk mendukung pihak yang kuat. Peta makna yang kendati mereka mereka mengklaim dirinya sebagai kekuatan universal, namun secara historis merupakan pemahaman yang khas yang mengaburkan dan mempertahankan kekuasaan kelompok sosial (misalnya kelas, gender dan sebagainya).

John Hartley¹⁸ menyatakan ideology adalah pengetahuan ide dari atau dalam kepentingan kelas. Lebih jauh lagi, ideology dapat mengacu pada ide mengenai kelompok selain kelas—terentang mulai dari gender (ideology laki-laki) hingga pekerjaan (ideology pekerjaan). Ideologi dipandang sebagai pengetahuan yang diposisikan sebagai hal alami atau secara general dapat dipakai, khususnya ketika asal muasal sosialnya ditindas, tidak bernama atau dianggap menyimpang. Dalam kajian budaya dan komunikasi, ideology dilihat sebagai praktik reproduksi relasi sosial yang tidak setara di dalam ranah penandaan dan wacana.

Sementara itu John Storey merangkum lima definisi ideologi yang 'umum' digunakan dalam paradigma *Cultural Studies*. *Pertama*, ideologi merupakan sebuah sistem ide yang diartikulasikan oleh kelompok masyarakat tertentu. Sebagai contoh, pada saat kita mendengar perdebatan di masyarakat tentang "ideologi Partai Buruh", maka ideologi tersebut merupakan kumpulan ide politik, ekonomi dan sosial yang merupakan aspirasi pengikut partai tersebut. *Kedua* dari ideologi adalah bahwa ideologi merupakan sebuah 'kesadaran palsu'. Dalam praktiknya, ideologi dalam konteks tersebut dikatakan sebagai bentuk opresi kelompok dominan terhadap kelompok subordinat. *Ketiga* adalah bahwa ideologi mempresentasikan *worldview* tertentu. Definisi ini menggambarkan bagaimana kelangsungan masyarakat sangat penuh dengan konflik di mana di dalamnya terdapat pluralitas dimensi *worldview* tertentu. *Keempat* merupakan salah satu teori Louis Althusser (1918-1990) tentang ideologi. Althusser mengatakan bahwa ideologi bukan hanya merupakan sistem ide (yang abstrak), akan tetapi juga merupakan *material practice* (yang nyata dan kongkrit). Interaksi antar manusia atau antara manusia dengan sebuah teks di kehidupan sehari-hari merupakan aktivitas ideologis karena ketidaksetaraan status sosial dan *power* yang terjadi di masyarakat 'mengikat' mereka ke dalam suatu tatanan sosial yang disebut *social order*, di mana ideologi dominan maupun ideologi 'masyarakat' terus ber-reproduksi. *Kelima* adalah salah satu teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes, yaitu bahwa

¹⁶ Jorge Larain, *Konsep Ideologi* (terjemahan). Yogyakarta: LKPSM, 1996.

¹⁷ Chris Barker. *Cultural Studies*...., 410

¹⁸ John Hartley. *Communication, Cultural dan Media Studies*. Yogyakarta : Jalasutra, 2010 : 410

ideologi adalah 'mitos' yang bergerak di tingkat konotasi; makna kedua yang 'menjadi' dan/atau 'dijadikan' baku sehingga ideologi tersebut menjadi alami untuk dijalani.

Ideologi merupakan suatu kumpulan dari idea atau gagasan. Ideologi dapat juga dikatakan sebagai visi, sebagai cara memandang dunia (*weltanschauung*). Ideologipun merupakan sebuah system pemikiran abstrak yang diterapkan pada berbagai persoalan, sehingga membuat konsep abstrak ini menjadi inti dalam dunia sosial. Ideologi selalu diagungkan demi tujuan tertentu, yaitu menawarkan perubahan melalui proses pemikiran normative. Menurut Eka Wenats Wuryanta¹⁹ menyatakan bahwa ideology memiliki dua pengertian yang berbeda. *Pertama*, ideology dalam tataran positif dipersepsi sebagai realitas pandangan dunia (*world view, weltanschauung*) yaitu system nilai kelompok atau komunitas sosial tertentu untuk melegitimasi kepentingannya. *Kedua*, dalam tataran negative, ideology dipersepsi sebagai realitas kesadara palsu, dalam arti ideology merupakan sarana manipulative dan deceptive pemahaman manusia mengenai realitas sosial.

Dari aspek keragaman, ideology dapat dipahami dari tiga sisi. *Pertama*, ideology dipahami secara penuh yang bermakna bahwa ideology merupakan ajaran, pandangan dunia, filsafat sejarah yang memerlukan tujuan-tujuan dan norma sosial politik yang diklaim sebagai kebenaran sempurna. Ideologi dalam konteks ini memiliki status moral absolute yang menuntut ketaatan mutlak. Ideologi dalam konteks ini pula diambil dari konsederasi elit yang dipacu, dipropagandakan dan dipublikasikan. *Kedua*, ideology terbuka merupakan cita-cita etika politik terbuka pada pluralitas operasionalisasi tindakan kongkritnya yang menjamin kebebasan masyarakat melaksanakan cita-cita tersebut. Dalam konteks ideology ini, cita-cita dilaksanakan tanpa ada paksaan. *Ketiga*, ideology implisit yaitu keyakinan atau system nilai hakekat realitas dan cara bertindak masyarakat yang tidak dirumuskan secara eksplisit. Meskipun implisit, ideology tersebut diyakini dan diresapi dalam seluruh gaya hidup, merasa berpikir bahkan bermasyarakat

1. Marxisme dan Kesadaran Palsu

Seperti yang sudah disebutkan, dalam pandangan Marx ideologi memperoleh makna yang negatif. Marx menyatakan bahwa ideologi adalah kesadaran palsu (*false conciousness*). Dari manakah Marx mendapat pengertian ini? Pemikiran Marx tentang ideologi mengandung banyak reaksi terhadap pemikiran Hegel. Pada awalnya Marx banyak dipengaruhi oleh Hegel. Saat itu Hegel seakan-akan telah memikirkan segala-galanya. Namun sampai suatu saat, Marx menemukan bahwa realitas sosial-politik yang telah dipikirkan Hegel secara sempurna ternyata tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Realitas membuktikan pemikiran Hegel itu salah. Kritik Marx terhadap Hegel pada awalnya didasari oleh pemikiran Feurbach.

¹⁹Ag. Eka Wenats Wuryanta. *Wacana Media Massa: Pertarungan Ideologi*.

Bagi Marx, kerangka pikiran Feuerbach ini memberikan dua hal: 1) suatu pengertian baru tentang di mana letak kekurangan prinsipil Hegel; 2) suatu kerangka untuk memahami seluruh realitas masyarakat. Dengan penerangan dari Feuerbach, Marx memahami filsafat Hegel sebagai pemikiran dalam keterasingan atau dalam abstraksi. Pikiran Hegel mencapai kesempurnaan sebatas pikiran atau ide. Pada kenyataannya, sesuatu yang dipikirkan itu jauh dari kesempurnaan. Perbedaan antara yang dipikirkan dan kenyataan dalam filsafat Hegel ini merupakan tanda bahwa pikiran Hegel ideologis. Dengan memikirkan saja kesempurnaan masyarakat, Hegel membiarkan masyarakat nyata tetap dalam keadaan buruk. Disini dapat dikatakan pikirannya mendukung kepentingan pihak-pihak yang beruntung dari keadaan buruk masyarakat. Dalam hal ini, Feuerbach membantu Marx mendeteksi segi ideologis dalam filsafat Hegel. Marx juga mengambil kritik agama Feuerbach untuk dijadikan sarana teoritis dari pemikiran-pemikirannya, terutama untuk menganalisis realitas sosial-politik pada zamannya yang tidak beres. Feuerbach yang mengkritik agama sebagai sumber realisasi hakikat manusia secara tidak benar dan terasing, menggugah Marx untuk bertanya: "Mengapa manusia sampai merealisasikan diri secara terasing?" Menurut Marx pertanyaan ini belum terjawab oleh Feuerbach. Marx-lah yang memberikan jawabannya. Menurut Marx, manusia mau merealisasikan dirinya dalam keterasingan karena kenyataan tidak memungkinkannya untuk merealisasikan diri. Kenyataan sosial-politik tidak memungkinkannya merealisasikan diri sehingga manusia melarikan diri kepada agama. Agama hanya pelarian, bukan penyebab utama keterasingan manusia. Ada hal lain yang lebih utama yang menyebabkan manusia mengalinasikan dirinya, yaitu kondisi dalam masyarakat. Marx menegaskan bahwa realitas masyarakat harus dianalisis agar faktor-faktor penyebab keterasingan itu dapat diidentifikasi dan dihilangkan.

Pemikiran Marx yang terfokus pada kesadaran palsu menurut Chris Barker²⁰ didasari oleh dua hal, yaitu *pertama*, ide yang dominan dalam masyarakat adalah ide kelas yang berkuasa. *Kedua*, apa yang kita persepsi sebagai karakter sejati relasi sosial di dalam kapitalisme sebenarnya adalah mistifikasi pasar. Jadi kita menerima gagasan bahwa kita bebas menjual tenaga kita dan bahwa kita mendapatkan harga yang pantas untuk itu, karena inilah cara dunia sosial tampil di hadapan kita. Kapitalisme menurut Marx melibatkan eksploitasi pada level produksi melalui pemerasan (ekstraksi) nilai surplus dari kelas proletar. Permukaan relasi egaliter pasar menutupi struktur eksploitasi yang ada di dalam. Dengan demikian ada dua versi ideologi lebih yang berfungsi sebagai legitimasi kepentingan sepihak

²⁰ Chris Barker. *Cultural Studies*....58

kelas berkuasa yaitu (1) ide sebagai pernyataan koheren tentang dunia dan dominasinya ide-ide borjuis atau kapitalis, (2) pandangan dunia yang merupakan hasil sistematis dari struktur kapitalisme yang mengarahkan kepada pemahaman yang tidak tepat tentang dunia sosial.

Bagaimanakah sistem masyarakat kapitalistik dapat menghilangkan esensi manusia sebagai makhluk produksi? Sampai di sini Marx masuk ke dalam permasalahan ekonomi. Keterasingan primer ditemukan oleh Marx dalam bidang produksi. Karena keharusan pembagian kerja, terbentuk dua kelas sosial: para pemilik modal yang menguasai alat-alat kerja dan para pekerja yang menguasai tenaga kerja. Karena tanpa alat-alat kerja, para pekerja tidak mampu bekerja, maka para pemilik modal yang menguasai alat-alat produksi lebih berkuasa dan menjadi kelas yang berkuasa. Sedangkan para pekerja, kaum buruh kelas bawah, menjadi kelas yang dikuasai. Para buruh harus bekerja, selain untuk menghidupi dirinya, juga untuk menghidupi si pemilik modal. Di sini para buruh diatur oleh mekanisme kerja dan para penguasa mengambil jatah yang bukan haknya. Di sinilah keterasingan fundamental manusia: keterasingan dari dirinya sendiri dan orang lain. Keterasingan dari dirinya sendiri karena manusia harus menyangkal kekhasan individualnya dalam proses kerja. Keterasingan dari orang lain karena orang lain menjadi lawan kelas dan penindas atau kalau ia kawan sepekerjaan, menjadi saingannya di tempat kerja. Para buruh juga terasing dari produk-produk yang diciptakannya. Apa yang diciptakannya bukan menjadi miliknya melainkan menjadi milik pemodal. Untuk memperolehnya para buruh harus membelinya. Para buruh menjadi jauh dari barang yang diciptakannya.

Singkatnya sistem kapitalistik selalu menghasilkan dua kelas yang bertentangan dimana satu kelas sebagai penguasa dan kelas yang lain sebagai kelas yang dikuasai. Kelas penguasa adalah kelas pemilik modal (kapitalis) dan yang dikuasai adalah kelas buruh. Satu kelas menjadi tesis dan kelas lain yang berlawanan dengannya menjadi antitesis. Pertentangan kedua kelas itu lalu menghasilkan sintesis. Kelas yang berkuasa menindas kelas yang dikuasai dan menggunakan ideologi untuk mempertahankan kekuasaannya. Secara umum, ambisi Marx adalah membangun sebuah masyarakat tanpa kelas sebagai sintesis dari dua kelas yang bertentangan. Secara singkat, pemikiran Marx tentang ideologi menekankan pada usahanya untuk mengakhiri setiap dualisme yang memisahkan kesadaran (rasio) dari realita, tapi bersamaan dengan itu ingin mempertahankan kemandirian kesadaran dari keadaan luar..

Ideologi menurut Louis Althusser:

Pandangan Marx dan beberapa pengikutnya diadopsi oleh Gramsci namun dengan berbagai modifikasi. Gramsci juga melihat bahwa negara melakukan penindasan serta represi

terhadap rakyat. Namun menurutnya penindasan itu tidak melulu berbentuk tindak kekerasan. Negara menggunakan juga pendekatan-pendekatan persuasif melalui berbagai media dan aspek kehidupan rakyat. Negara berusaha menguasai rakyat lewat berbagai bidang seperti seni, ilmu pengetahuan, dan elemen-elemen budaya lainnya. Negara berusaha menguasai rakyat dengan cara mempengaruhi rakyat lewat segala sendi kehidupan termasuk pola pikiran. Usaha penguasaan rakyat oleh negara sampai ke dalam pola pikir dan nilai-nilai masing-masing individu dikenal dengan istilah hegemoni.

Pandangan Marx dan Gramsci mempengaruhi Louis Althusser. Namun pemikiran Marx dan Gramsci oleh Althusser dipadukan dengan pendekatan strukturalisme. Dengan strukturalisme, ia ingin membebaskan pemikiran Marx dari konsepsi ideologi sebagai "spekulasi murni" atau kesadaran yang palsu. Untuk menolak ideologi sebagai kesadaran palsu, strukturalisme harus memisahkan konsepsi ideologi dari pandangan yang menyatakan 'subyek ikut serta dalam asal mula pembentukan ideologi'. Sebaliknya, materilah yang membentuk kesadaran subyek sehingga mengadopsi suatu ideologi. Ideologi bukan representasi palsu dari realita karena sumbernya bukan subyek tetapi realitas materil. Penggunaan sudut pandang strukturalisme dalam pemikiran Althusser dapat dirujuk pada para pemikir strukturalisme awal Ferdinand de Saussure dan Claude Le'vi Strauss

Ideologi bagi Althusser dipandang sebagai satu dari tiga unsure atau level primer formasi sosial. Jadi, ideology relative otonom dari level lain (misalnya ekonomi), meskipun ditempatkan pada urutan terakhir, namun ideology, system, representasi (citra, mitos, gagasan atau konsep) dipahami sebagai praktik yang dijalani dan mentransformasikan dunia materi. Secara sederhana Althusser memandang ideology adalah (1) memiliki fungsi umum untuk membentuk subjek, (2) sebagai pengalaman yang dijalani tidaklah palsu, (3) ideology sebagai pemahaman yang keliru tentang kondisi nyata eksistensi adalah palsu, (4) terlibat dalam reproduksi formasi –formasi sosial dan relasi mereka terhadap kekuasaan.

Menurut Althusser ideologi tidak hanya terdapat dalam hubungan hubungan negara dan rakyat atau hubungan buruh dan majikan. Ideologi terdapat pada hubungan yang lain, bahkan dalam hubungan sehari-hari antar orang per orang. Baginya ideologi ada pada diri tiap orang hanya tidak disadari. Dalam pandangan Althusser, ideologi bukan lagi kesadaran palsu tapi lebih jauh dan dalam lagi merupakan bentuk-bentuk ketidaksadaran yang tertanam pada individu. Ia mendefinisikan ideologi sebagai ketidaksadaran yang begitu mendalam (*profoundly unconscious*). Karena ideologi adalah salah satu bentuk ketidaksadaran, maka prakteknya dalam diri manusia tidak disadari. Ideologi masuk lewat berbagai sumber yang

terkait dengan struktur masyarakat: keluarga, agama, pendidikan, media massa, dan lain-lain.

Pemikiran tentang efek persuasi yang dikemukakan Gramsci memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pemikiran Althusser. Althusser (1994) lalu membedakan 'ideologi' dari *ideological state apparatus* (piranti/aparat negara yang ideologis). Bentuk ideologi yang terakhir merupakan ideologi yang dipakai negara untuk memperkuat represi dan penindasan terhadap rakyat. Piranti yang ideologis ini dibedakan dari piranti negara yang bersifat fisik, seperti penculikan terhadap aktivis, penangkapan dan pemenjaraan, serta berbagai piranti lainnya yang mengandalkan aparat keamanan. *Ideological state apparatus* tampil dalam bentuk institusi pendidikan, penataran-penataran, film-film yang dibuat negara, acara-acara televisi, dan sebagainya. *Ideological state apparatus* bisa berkembang setelah ada piranti yang bersifat fisik dan sering digunakan untuk melanggengkan penindasan fisik.

Bagi Althusser, setiap orang punya peranan dalam menyebarkan ideologi dan menjadikan masyarakat ideologis. Ideologi-ideologi itu terbina lewat banyak hal seperti mitos, agama, hubungan orang tua-anak, serta hubungan guru dan murid. Penyebaran ideologi dan pemaksaan kehendak-kehendak negara terhadap rakyat hanya salah satu bentuk upaya pemekaran distorsi realitas dalam masyarakat. Althusser menegaskan bahwa kewaspadaan terhadap ideologi adalah kewaspadaan terhadap segala hal. Baginya tidak mungkin ada sebuah masyarakat yang terbebas dari ideologi. Ideologi merupakan semacam perekat bagi bersatunya anggota-anggota masyarakat. Inilah sisi positif dari ideologi. Althusser tidak berniat untuk membebaskan manusia dari ideologi. Baginya ideologi memiliki sisi baik. Ideologi merupakan reaksi terhadap satu dominasi. Setiap penindasan akan menghasilkan suatu usaha pada pihak tertindas untuk melepaskan diri. Salah satu alat penting dan perlu ada dalam upaya pembebasan ini adalah ideologi, suatu kepercayaan yang dibangun untuk menggerakkan kelompok si tertindas (semacam ideologi kelas dalam tradisi pemikiran Leninisme). Ketika pihak tertindas berhasil bebas dan berkuasa, ideologi mereka bisa saja digunakan untuk menindas pihak lain yang lebih lemah. Begitu terus-menerus. Di sini terlihat peran ideologi dalam jatuh banggunya suatu kelompok. Ideologi lahir dari sebuah hubungan kekuasaan sebagai salah satu reaksi dari pihak-pihak tertindas untuk membebaskan diri. Pemikiran Althusser tentang ideologi ini mempengaruhi Michel Foucault dalam analisisnya tentang kekuasaan dan pengetahuan.

Gramsci, ideology dan Hegemoni

Bagi Gramsci, hegemoni berarti situasi di mana dua blok historis faksi kelas berkuasa menjalankan otoritas sosial dan kepemimpinan atas kelas-kelas subordinat melalui

kombinasi antara kekuatan dengan persetujuan yang secara timbale balik saling mengisi tanpa adanya kekuatan yang secara berlebihan memaksakan persetujuan. Namun demikian, upaya dimaksud adalah memastikan bahwa kekuatan tersebut seakan akan hadir berdasarkan persetujuan mayoritas yang diungkapkan oleh apa yang disebut dengan organ opini public – koran dan asosiasi.

Sementara itu ideology oleh Gramsci dipahami sebagai ide, makna dan praktik yang kendati mengklaim sebagai kebenaran universal, merupakan peta makna yang sebenarnya menopang kekuasaan kelompok sosial tertentu. Diatas semua itu, ideology tidak dapat dipisahkan dari aktivitas praktis kehidupan, namun ia adalah fenomena material yang berakar pada kondisi sehari-hari. Ideologi menyediakan aturan perilaku praktis dan tuntunan moral yang sepadan dengan “agama yang secara secular dipahami sebagai kesatuan keyakinan antara konsepsi dunia dan norma tindakan terkait”.

Ideologi dalam Pandangan Michel Foucault

Pemikiran Althusser bahwa ideologi ada di mana-mana dan bukan semata-mata hanya persoalan yang muncul dalam hubungan super-struktur dan basic-struktur mempengaruhi pemikiran Michel Foucault. Filsuf Perancis yang dikenal sebagai salah satu tokoh pelopor postmodernisme ini memandang bahwa ideologi merupakan hasil hubungan kekuasaan di mana saja. Hubungan kuasa muncul tidak hanya pada tataran negara, namun juga dalam kehidupan sehari-hari. Setiap hubungan selalu merupakan usaha saling menguasai, usaha saling menekan. Setiap pihak selalu berusaha untuk menguasai yang lain, suami ingin menguasai istri, istri ingin menguasai suami, guru ingin menguasai murid, murid ingin menguasai guru, dan sebagainya. Hubungan kuasa ini menghasilkan cerita yang oleh Foucault disebut discourse (sering dipadankan dengan kata ‘wacana’)

Discourse ini merupakan upaya untuk melepaskan diri dari ketertindasan. Isi dari wacana adalah sesuatu yang tidak menggambarkan realitas apa adanya. Wacana ini seperti mitos yang merupakan upaya manusia untuk menetralsasi ketakutan dan ketertekannya oleh pihak-pihak yang dianggapnya memiliki kekuasaan lebih tinggi darinya. Discourse inilah yang digunakan oleh Foucault sebagai pengganti ideologi. Penggantian ini dilakukan untuk menghindari pengertian ideologi dalam arti sebelumnya. Pada pemikiran Foucault, penekanan yang utama adalah pada masalah bahasa. Hubungan kekuasaan menggunakan bahasa. Hasilnya juga merupakan bahasa. Penekanan pada bahasa ini membuat istilah discourse dianggap lebih tepat (Eagleton,1991).

Seperti Althusser, Foucault tidak menunjukkan ambisi melakukan pembebasan masyarakat dari pengaruh discourse. Ia melihat munculnya discourse hasil hubungan kuasa sebagai sesuatu yang tidak bisa tidak pasti terjadi dalam masyarakat. Yang harus dilakukan adalah menerima adanya berbagai discourse dan menyadari pengaruh masing-masing terhadap kesadaran manusia. Ia juga mengingatkan bahwa setiap discourse mengasumsikan kebenaran masing-masing yang tidak dapat diklaim sebagai yang paling benar. Munculnya berbagai discourse itu dianggap sebagai ciri dari heterogenitas pemikiran manusia yang layak dapat tempat dalam masyarakat dengan kebenaran dan kesalahannya sendiri.

Setiap discourse bukanlah kebenaran mutlak, melainkan reaksi manusia terhadap apa yang terjadi padanya, sebagai reaksi manusia terhadap kekuasaan yang mengekanginya. Hubungan kekuasaan dan ketertindasan manusia melahirkan berbagai pemikiran yang sejauh ini merupakan proses dinamika perkembangan peradaban manusia. Di sini Foucault juga menegaskan perlunya kesadaran untuk menghargai the other. Kesadaran tentang hal-hal yang tersisihkan (benda-beda, orang, suku, dan budaya) merupakan hal yang sangat membantu manusia untuk memahami hidupnya. Bahwa ada pihak lain dengan pikirannya sendiri selain kita merupakan sesuatu yang wajar dalam hidup ini. Kesadaran terhadap the other ini diharapkan akan melahirkan kesadaran tentang keragaman manusia yang satu sama lain saling menghargai. Dalam uraiannya pemikirannya, Foucault tidak mengasingkan subyektivitas dalam kerangka filosofis. Subyektivitas di sini dihubungkan dengan praktek-praktek pemilah oleh pengetahuan dan kekuasaan. Pengetahuan sendiri menurut Foucault (1981) ditentukan oleh kekuasaan. Kebenaran akan merujuk pada sebuah rezim kebenaran yang sedang bertahta. Kebenaran merupakan hasil dinamika dari fungsi kekuasaan. Penentuan sakit atau sehat, benar atau salah, baik atau buruk, ditentukan oleh pihak-pihak yang berkuasa, sebagai wacana yang 'dipaksakan' oleh penguasa. Di sini terlihat Foucault menempatkan pengetahuan sebagai sebuah hasil dominasi satu pihak terhadap pihak lainnya. Secara kasar dapat dikatakan bagi Foucault asal-usul pengetahuan dan wacana-wacana lainnya adalah hubungan kekuasaan.

Rangkuman

1. Pemahaman tentang budaya oleh kajian budaya dapat dilacak dari para pakar pendirinya, yaitu : (a) Raymond William lebih melihat kebudayaan sebagai 'keseluruhan cara hidup' (*culture is ordinary*), dan sebagai proses penemuan dan usaha kreatif yang khusus. Kebudayaan adalah seni sekaligus nilai, norma dan benda simbolis kehidupan sehari-hari. Jika dikaitkan dengan tradisi dan reproduksi sosial maka kebudayaan adalah kreatifias

dan perubahan (b) John Hartley mendefinisikan budaya sebagai produksi dan sirkulasi dari rasa, makna dan kesadaran. Ranah makna yang menyatukan ranah reproduksi (ekonomi) dan hubungan sosial (politik). Budaya adalah ranah reproduksi bukan atas benda-benda (material) tetapi atas hidup (c) John Storey menyatakan bahwa kajian budaya melihat konsep budaya jangan didefinisikan secara sempit, yaitu sebagai objek keadiluhungan estetis (seni tinggi) atau sebuah proses perkembangan estetis, intelektual dan spiritual, melainkan budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari. Lebih lanjut Storey menyatakan bahwa budaya dalam perspektif *cultural studies* lebih bersifat politis dalam pengertian yang sangat spesifik, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan

2. Ideologi adalah (a) sebagai ilmu pengetahuan tentang idea-idea yang bersifat positif, ilmiah, serta berusaha lepas dari pandangan metafisik dan keyakinan yang dikemukakan oleh Desttut de Tracy; (b) sebagai suatu kesadaran palsu yang memutarbalikkan pengetahuan manusia tentang realitas seperti yang dikemukakan oleh Marx; (c) dalam pandangan Althuser sebagai ketidaksadaran yang mendalam sebagai akibat pengaruh struktur yang tak terhindarkan oleh manusia; (d) ideologi yang diubah istilahnya menjadi discourse atau wacana oleh Foucault dengan pengertian discourse sebagai pengetahuan-pengetahuan yang dihasilkan dari hubungan kekuasaan.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang budaya dalam perspektif kajian budaya!
2. Mengapa pembahasan tentang budaya selalu dikaitkan dengan persoalan pertarungan ideology kepentingan?
3. Apa pengertian ideology!
4. Apa yang membedakan secara prinsip ideology menurut Karl Marx, Althusser, dan Foucault!

Daftar Pustaka

- Barker, Chris, *Cultural Studies; Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009
- Geertz , Clifford. *Tafir Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius, 1994
- Hasan, Sandi Suwardi *Pengantar Cultural Studies; Sejarah Pendekatan Konseptual dan isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*. Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2011
- Harley, John .*Communication, Cultural dan Media Studies*. Yogyakarta : Jalasutra, 2010
- Larain, Jorge *Konsep Ideologi* (terjemahan). Yogyakarta: LKPSM, 1996.

- Liliweri, Liliweri. *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001
- Liliweri , Alo. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : LKiS, 2003
- Morrison. *Teori Komunikasi ; Dari Individu hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013
- Nursyam. *Islam Pesisir*. Yogyakarta : LKiS, 2005 : 13
- Pontoh, Coen Husain. “Nico Poulantzas dan Teori Formasi Sosial” [http ://www.indoProgress.com](http://www.indoProgress.com). (online) diakses tanggal 12 Desember 2013
- Wikipedia, Budaya (online) [http ://www.id.wikipedia.org/wiki/budaya](http://www.id.wikipedia.org/wiki/budaya). diakses

Paket 3

BAHASA DALAM KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang bahasa dalam kajian budaya. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian, fungsi, dimensi dan serta pemaknaan bahasa dalam kajian budaya yang memandang bahasa sebagai praktik signifikansi. Paket ini berisi konsep bahasa dengan makna yang melingkupinya. Karena itu maka paket ini lebih diarahkan pada upaya memahamkan berbagai persoalan bahasa dan makna yang terkait dengan persoalan praktik signifikansi.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian bahasa dari berbagai konsep, mencermati dimensi dan makna bahasa dalam perspektif kajian budaya hingga persoalan analisis yang digunakan kajian bahasa dalam mencermati bahasa. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan *slide* film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan bahasa dan makna. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 3 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya melalui pembuatan peta konsep.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar bahasa dan makna yang membentuk serta persoalan analisis yang dapat dilakukannya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar bahasa

2. Menjelaskan fungsi dan dimensi bahasa
3. Menjelaskan bahasa dalam budaya
4. Menjelaskan pemaknaan bahasa dalam kajian budaya

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian bahasa
2. Fungsi dan dimensi bahasa
3. Bahasa dalam kajian budaya
4. Pemaknaan bahasa dalam kajian budaya

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. *Brainstorming* dengan mengamati *slide* fenomena bahasa yang terjadi sehari-hari
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 3

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 4 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian bahasa
Kelompok 2 : fungsi dan dimensi bahasa
Kelompok 3 : bahasa dalam kajian budaya
Kelompok 4 : pemaknaan bahasa dalam kajian budaya
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Mendiskusikan secara kelompok fenomena bahasa kontemporer yang berkembang saat ini, setelah itu setiap kelompok membuat analisis yang menghasilkan sebuah temuan yang akan dipresentasikan dalam diskusi panel. Untuk melengkapi diskusi kelompok tersebut, dosen menampilkan slide atau film yang terkait dengan bahasa yang sering digunakan masyarakat dalam keseharian.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar bahasa dan pemaknaannya melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk uraian analitis

Bahan dan alat

Kertas plano, kertas HVS, spidol, LCD dan Laptop, film

Langkah Kegiatan

1. Pilihlah seorang pemandu dari kelompok dan penulis konsep hasil kerja
2. Diskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk uraian singkat
4. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
5. Pilihlah satu anggota kelompok untuk presentasi
6. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

BAHASA DALAM KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA

Pengertian Bahasa.

Siapapun menyadari bahasa merupakan instrument utama manusia dalam menyampaikan pikiran dan perasaannya. Tanpa bahasa dalam artian yang luas, sulit rasanya bagi manusia berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesamanya. Bahasa adalah medium

untuk menyatakan kesadaran, tidak sekedar mengalihkan informasi. Bahasa menyatakan kesadaran dalam konteks inilah media paling baik bagi kita untuk menyatakan struktur kesadaran, kepercayaan, maupun peta kesadaran. Oleh karena itu, banyak orang yang menyatakan bahwa bahasa menyatakan pikiran bahkan prosedur pengujian struktur berpikir tentang sesuatu.

Bahasa dalam konteks tuturan seringkali merujuk pada keseluruhan kerangka kata-kata (kosa kata) dan cara mengkombinasikannya tata bahasa yang digunakan suatu bangsa atau orang. Karena itu Menurut Hartley¹, bahasa dalam penggunaan sehari-hari diasumsikan sebagai ; (a) bahasa yang spesifik, seperti bahasa Inggris, bahasa Jawa dan lainnya, (b) nomenklatur—instrumen untuk menamai objek yang ada di luar sana, di dunia, (c) instrument untuk mengekspresikan pikiran yang ada di dalam kepala.

Bahasa dalam pandangan Dani Vardiansyah² diartikan sebagai serangkaian lambang dalam aturan system tertentu sehingga mengandung makna bagi masyarakat penggunanya. Dikatakan masyarakat tertentu, karena bahasa melekat pada budaya setempat. Lambang bersifat sembarang, dan manusialah yang memberi makna pada lambang yang digunakan. Karena itulah bahasa merupakan sesuatu yang unik, suatu aktivitas yang pada dasarnya bersifat simbolik dan berpusat pada makna, yang berkembang bersama dengan perkembangan yang cepat dalam cuping-cuping depan otak manusia.

Dengan memperhatikan beberapa definisi bahasa tersebut, dapat dikatakan bahwa bahasa sebenarnya merupakan (a) kemampuan mental yang membuat manusia dapat menggunakan perilaku linguistik: untuk belajar bahasa dan menghasilkan dan memahami penyebutan, (b) sistem formal dari isyarat-isyarat yang diatur oleh aturan-aturan kombinasi tata-bahasa untuk mengkomunikasikan suatu makna (c) kumpulan kalimat yang dapat dihasilkan dari sekumpulan aturan tertentu, (d) sebuah sistem komunikasi yang membuat manusia dapat bekerja sama.

Fungsi dan Dimensi Bahasa

Fungsi bahasa menurut John Hartleey adalah tujuan yang dapat dibuat bahasa untuk dipakai dalam situasi yang berbeda. Meskipun mungkin melihat bahwa fungsi bahasa secara primer adalah sebagai alat untuk membuat pernyataan benar atau salah (*fungsi referensial*) atau sebagai instrument untuk komunikasi ide (*fungsi ideasional*), hal ini hanyalah bagian dari gambaran keseluruhan. Sementara fungsi referensial dan ideasional mungkin dilihat

¹ John Hartley, *Communication, Cultural, and Media Studies* (Yogyakarta : Jalasutra, 2010 : 10)

² Dani Vardiansyah. *Pengantar Ilmu Komunikasi ; Pendekatan Taksonomi Konseptual*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004 : 63-64)

sebagai hal menonjol dalam berita, tulisan ilmiah, pengadilan dan beberapa fungsi lainnya diidentifikasi sebagai hal penting dalam penggunaan bahasa sehari-hari. Fungsi lain menurut Hartley disumbangkan oleh Jakobson (1960) yang mengidentifikasi adanya fungsi *fatik*, *pengaturan* (atau “konatif” demikian dia mengistilahkannya), *emotif estetis* (atau “puitik”) dan *metabahasa* yang juga layak mendapatkan perhatian.

Gorys Keraf (2001:3-8) menyatakan bahwa pembicaraan tentang bahasa tak dapat dilepaskan dari 4 (empat) fungsi yang melekat didalamnya, yaitu :

- a. Berfungsi sebagai alat untuk menyatakan ekspresi diri. Dalam konteks ini bahasa merupakan instrument yang dapat digunakan untuk menyatakan segala sesuatu secara terbuka, atau mengungkapkan segala yang ada dalam pikiran dan benak atau sekurang-kurangnya digunakan untuk memaklumkan keberadaan seseorang.
- b. Berfungsi sebagai alat komunikasi. Artinya bahasa merupakan saluran perumusan maksud yang melahirkan perasaan dan memungkinkan adanya kerjasama antarindividu. Bahasa yang dikatakan komunikatif karena bersifat umum. Selaku makhluk sosial yang memerlukan orang lain sebagai mitra berkomunikasi, manusia memakai dua cara berkomunikasi, yaitu verbal dan non verbal. Berkomunikasi secara verbal dilakukan menggunakan alat/media bahasa (lisan dan tulis), sedangkan berkomunikasi secara non verbal dilakukan menggunakan media berupa aneka symbol, isyarat, kode, dan bunyi seperti tanda lalu lintas, sirene setelah itu diterjemahkan kedalam bahasa manusia.
- c. Berfungsi sebagai alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial. Artinya bahasa merupakan salah satu unsure kebudayaan yang memungkinkan manusia memanfaatkan pengalaman-pengalaman mereka, mempelajari dan mengambil bagian dalam pengalaman tersebut, serta belajar berkenalan dengan orang-orang lain.
- d. Berfungsi sebagai alat control sosial. Artinya bahasa dipergunakan dalam usaha mempengaruhi tingkah laku dan tindak tanduk orang lain. Bahasa juga mempunyai relasi dengan proses-proses sosialisasi suatu masyarakat.

Terkait dengan fungsi bahasa, Ashadi Siregar menyatakan bahwa dalam kajian sosio kultural, bahasa memiliki fungsi yaitu. (a) *pathic function* ; memasuki dunia pihak lain. Pada fungsi ini biasanya bahasa berupa percakapan basa-basi yang digunakan untuk memelihara hubungan atau menciptakan hubungan dengan orang yang belum dikenal (b) *regulatory function* ; sebagai dasar pengaturan hubungan. Fungsi ini bahasa digunakan dalam hubungan sosial dengan tujuan yang telah ditentukan bersama, seperti dalam kegiatan profesional atau manajemen (c) *emotive function* ; untuk pelepasan perasaan. Bahasa dalam konteks fungsi ini digunakan untuk mengekspresikan perasaan, seperti anak-anak yang menciptakan sendiri

bunyi. Contoh lain dikalangan kaum muda kota pada masa era Suharto memunculkan istilah bahasa plesetan. (d) *aesthetic function* ; untuk tujuan estetis. Secara umum fungsi ini hampir sama dengan fungsi emotive yang diekspresikan dengan kaidah tertentu untuk mendapat efek keindahan (e) *metalinguistic function* ; untuk menampung makna dibalik yang diekspresikan. Bahasa memberikan pemaknaan atas kenyataan yang mendasari suatu bahasa diekspresikan.

Sementara itu Ohoiwutun sebagaimana dikutip Alo Liliweri³ menyatakan bahwa selain fungsi, ada aspek lain bahasa yang perlu diperhatikan yaitu dimensi bahasa yang terdiri dari dua, yaitu dimensi penggunaan dan dimensi struktur. Pada dimensi penggunaan, yaitu dimesi pemakaian menjadi kepedulian dalam pelbagai bidang studi antara lain kesusastraan,, komunikasi, retorika, sosiologi, ilmu politik dan psikologi. Yang dipelajari dalam kajian pemakaian bahasa adalah apa yang dikatakan manusia, apa yang dikatakan tentang pikiran mereka, dan apa yang dimaksudkan dengan penuturan atau tulisan mereka.

Dimensi pertama memiliki lingkup kajian dan kritik sastra, sejarah dan perubahan makna kata, dan deskripsi faktor-faktor sosial yang mempengaruhi tingkat tutur. Dengan demikian bahasa dalam dimensi pertama ini juga dipahami sebagai cara khusus dalam penyeleksian dan penggabungan kata-kata yang menjadi ciri khas seseorang, satu kelompok atau masyarakat tertentu.

Dimensi struktur merupakan dimensi yang menjadi perhatian para linguis. Di bidang linguistic bahasa diberi definisi yang bergantung pada pendekatan yang ditempuh seorang linguis. Ketertarikan di bidang komunikasi tertulis mendorong seorang linguis lebih menekuni struktur teks, bagaimana kalimat dan bagian-bagiannya diorganisasikan menjadi satu kesatuan yang koheren, dan bagaimana satu bahasa dapat diterjemahkan secara tepat ke dalam bahasa lainnya. Para ahli linguistic komparatif berambisi mengidentifikasi rumun-rumpun bahasa yang berasal dari satu moyang bahasa yang sama.

Para ahli linguistic struktur dan deskriptif memandang bahwa bahasa lisan memiliki struktur hirarkhis yang terdiri dari tiga tingkat, yaitu bunyi, kombinasi bunyi (seperti kata) dan kombinasi kata (kalimat). Pada tingkat fonemik bunyi-bunyi dianalisis, pada tingkat morfemik dikaji kombinasi bunyi ke dalam unit-unit ujaran yang bermakna dan pada tingkat sintaktis yang dipelajari adalah kombinasi kata dalam kalimat dan anak kalimat. Para ahli bahasa transformasi generative mendefinisikan bahasa sebagai pengetahuan. Mereka menekuni kemampuan manusia yang mengakuisisi bahasa, serta proses pemerolehan bahasa.

³ Alo Liliweri. *Makna Bahasa dalam Komunikasi Antarbudaya*. (Yogyakarta : LKiS, 2002), 139-140

Bahasa dalam Kajian budaya

Berbeda dengan studi bahasa lainnya, kajian budaya melihat bahasa bukanlah media netral bagi pembentukan makna dan pengetahuan tentang dunia objek independen yang "ada" di luar bahasa. Sebaliknya, bahasa merupakan bagian utama dari makna dan pengetahuan tersebut. Bahasa memberikan makna pada objek material dan praktik sosial yang dibebankan oleh bahasa kepada kita. Proses-proses produksi makna merupakan praktik pemaknaan, dan memahami kebudayaan berarti mengeksplorasi cara makna dihasilkan secara simbolis dalam bahasa sebagai suatu "sistem pemaknaan". Dengan proses seperti itu, maka bahasa dalam pandangan kajian budaya dipandang sebagai pemberi makna kepada objek material dan praktik sosial yang ditampilkan dan digambarkan ke hadapan kita dalam konteks yang dibatasi bahasa. Bahasa mengonstruksi makna, menstrukturkan makna mana yang dapat dan tidak dapat digunakan pada situasi tertentu oleh subjek yang bertutur. Karena itulah mengkaji budaya berarti mengeksplorasi bagaimana makna dihasilkan secara simbolis dalam bahasa sebagai sistem signifikasi, melalui perbedaan, relasi satu penanda dengan penanda lain daripada mengacu pada entitas tetap dalam suatu dunia objek independen.

Dalam konteks inilah Anang Santoso⁴ menyatakan bahwa ada beberapa "keinginan" dari pihak kajian budaya, ketika bahasa dijadikan objek kajian ataupun juga menjadikan bahasa sebagai "sosok" ilmu yang mampu mendukung kajian budaya. Keinginan tersebut, tercermin dari beberapa konsekuensi yang harus ditanggung oleh studi bahasa, antara lain :

a. Ilmu bahasa haruslah bersifat kritis.

Mengingat kajian budaya begitu gandrung pada relasi antara kebudayaan dan kekuasaan, maka ilmu bahasa yang dimaksud adalah ilmu bahasa yang dapat menjangkau dimensi kekuasaan itu. Harapan ini--paling tidak--dapat ditemukan dalam linguistik kritis (critical linguistics). Linguistik kritis merupakan kajian ilmu bahasa yang bertujuan mengungkap relasi kuasa tersembunyi (hidden power) dan proses-proses ideologis yang muncul dalam teks-teks lisan atau tulis. Analisis linguistik belaka diyakini tidak dapat mengungkapkan signifikansi kritis. Menurut Fowler⁵ hanya analisis kritis yang merealisasikan "teks sebagai modus wacana" serta memperlakukan teks sebagai wacana yang akan dapat melakukannya. Linguistik kritis mengajak membicarakan arah teori bahasa dalam fungsi yang penuh dan dinamik dalam konteks-konteks historis, sosial, dan retorik.

b. Ilmu bahasa harus bersifat "instrumental"

⁴ Anang Santoso. "Ilmu Bahasa Dalam Perspektif Kajian Budaya" dalam *Jurnal Bahasa dan Seni*, Tahun 35, nomor 1 Februari 2007

⁵ Fowler, R. 1996. On Critical Linguistics. Dalam Caldas-Coulthard, C.R. & Coulthard, M. (Eds.), *Texts and Practices: Reading in Critical Discourse Analysis* (hlm. 3-14). London: Routledge.

Karena kajian budaya begitu concern terhadap seluruh praktik, institusi, dan system klasifikasi yang tertanam dalam nilai-nilai partikular, kepercayaan, kompetensi, kebiasaan hidup, dan bentuk-bentuk perilaku yang biasa dari sebuah populasi, ilmu bahasa tentu haruslah yang bersifat instrumental. Ini dapat ditemukan-paling tidak-dalam linguistik instrumental. Linguistik instrumental dimunculkan sebagai penjabaran pandangan Halliday tentang konsep "instrumental" dalam linguistik fungsional-sistemik. Dalam pandangan Fowler (1996), istilah fungsional dalam linguistik fungsional memiliki dua pengertian. *Pertama*, linguistik fungsional berangkat dari premis bahwa bentuk bahasa merespon fungsi-fungsi penggunaan bahasa. *Kedua*, linguistik fungsional berangkat dari asumsi bahwa linguistik-seperti juga bahasa-memiliki fungsi-fungsi berbeda, tugas-tugas berbeda, dan sebagainya.

c. Ilmu Bahasa Haruslah Bersifat Pemberdayaan terhadap Subordinat

Karena kajian budaya mengurus pelbagai kaitan wacana di luar akademis dengan gerakan-gerakan sosial dan politik, ilmu bahasa sudah semestinya mengambil posisi pemberdayaan, khususnya kepada kelompok, komunitas, atau masyarakat yang secara fisik, politis, dan ideologis tertindas. Sesuai dengan rumusan linguistik kritis yang bertujuan mengungkap relasi kuasa tersembunyi dan proses-proses ideologis, maka linguistik kritis amat cocok untuk menganalisis fenomena komunikasi yang penuh kesenjangan, yakni komunikasi yang hubungan antarpartisipannya tidak setara atau tidak simetris. Asumsinya adalah bahwa para pelaku dalam komunikasi selalu akan berorientasi memperjuangkan ideologi yang diyakininya. Partisipan yang lebih tinggi akan menggunakan ideologi untuk "menindas" atau "memeras", sebaliknya yang lebih rendah akan menggunakan ideologi untuk "menyembunyikan realitas subordinasi mereka".

d. Ilmu Bahasa dan Kesadaran Kendala Nonlingual dalam Pilihan Bahasa

Kajian budaya begitu memperhatikan peran kekuasaan dan hegemoni pada setiap tataran sosial, ilmu bahasa harusnya menyadari keberadaan kendala-kendala nonlingual dalam pilihan bahasa. Bentuk-bentuk bahasa digunakan individu tentu saja tidak secara bebas dapat dipilih Menurut Birch pilihan bahasa dibuat menurut seperangkat kendala (*constraints*) politis, sosial, kultural, dan ideologi. Ada kekuatan di luar individu yang ikut menentukan bentuk bahasa tertentu yang akan digunakan. Hal ini sering terjadi secara bawah sadar. Implikasinya adalah bahwa masyarakat dapat dimanipulasi, dikehendaki dalam aturan yang baik (*good order*), dan dinilai peran dan status bawahan serta atasan (*inferior-superior*) melalui sistem strategi-strategi sosial yang melibatkan aspek-aspek:

kuasa, aturan, subordinasi, solidaritas, kohesi, antagonisme, kesenangan, dan sebagainya yang semuanya merupakan bagian integral dari kontrol terhadap masyarakat.

e. Ilmu Bahasa yang Memandang Teks sebagai Realisasi Modus Wacana

Karena kajian budaya memberikan perhatian pada ekonomi industri modern dan budaya media yang diproduksi pada sistem kapitalis, ilmu bahasa harus memandang teks sebagai realisasi modus wacana. Fowler⁶ (1986), misalnya, selalu mempertahankan tesisnya bahwa teks merupakan realisasi sebuah modus wacana, biasanya lebih dari satu modus. Sebuah teks bukan hanya karya individual. Teks yang dihasilkan oleh penghasil teks sebagai individu bukanlah hasil dari keseluruhan individu itu. Teks yang dihasilkan mungkin saja berasal dari wacana praada (baca: sebelumnya) yang itu semua berakar pada kondisi-kondisi sosial, ekonomi, politis, dan ideologis yang terletak jauh di balik kesadaran dan kontrol penghasil teksnya. Sebuah teks yang lahir mungkin saja berasal dari suatu perjuangan di antara banyak tangan penghasil wacana itu.

f. Ilmu Bahasa Harus Memandang Bahasa sebagai Pengklasifikasi Pengalaman

Karena kajian budaya memfokuskan perhatiannya pada bahasa sehari-hari yang menghasilkan makna sosial, ilmu bahasa seharusnya memfokuskan pada makna-makna sosial yang bersifat situasional. Untuk itu, haruslah ditanamkan pada diri sendiri bahwa bahasa adalah pengklasifikasi pengalaman manusia tentang dunia. Dunia tempat hidup manusia bersifat kompleks dan secara potensial membingungkan. Kompleksitas hidup ditingkatkan melalui organisasi sosial dan aktivitas teknologis. Menghadapi dunianya yang kompleks, manusia melakukan "proses kategorisasi" sebagai bagian dari strategi umum untuk menyederhanakan dan mengatur dunianya itu. Manusia tidak menggunakan secara langsung dunia objektif, tetapi menghubungkannya melalui "sistem klasifikasi" dengan menyederhanakan fenomena objektif dan membuatnya menjadi sesuatu yang dapat dikelola.

g. Ilmu Bahasa dan Kesadaran Kritis terhadap Konvensi Sosial

Karena kajian budaya begitu memperhatikan peran ideologi dalam setiap aktivitas kehidupan, ilmu bahasa harus berangkat dari asumsi bahwa tanda-tanda bahasa tidak bersifat netral, misalnya, merumuskan bahwa kode lingual tidak merefleksikan realitas secara netral. Kode lingual itu menafsirkan, mengorganisasikan, dan mengklasifikasikan subjek-subjek wacana. Wacana tertentu selalu membentuk "teori" tentang bagaimana dunia itu disusun. Inilah yang disebut "pandangan dunia" atau "ideologi". Bahasa tidak

⁶ R. Fowler, *Linguistic Criticism*. Oxford: Oxford University Press. 1986

hanya sebagai pengetahuan yang internal dan pasif. Sebaliknya, bahasa adalah aktivitas yang dibawa dalam berbicara, menyimak, menulis, dan membaca yang aktual dan intensif setiap hari. Untuk keperluan komunikasi, konvensi tentang bentuk dan makna bahasa memang diperlukan. Keputusan ini diambil agar antarpelaku komunikasi bisa saling berhubungan satu dengan lainnya. Kebutuhan akan stabilitas makna merupakan sesuatu yang vital dalam relasi konseptual individu dengan dunianya itu. Pada tahap selanjutnya, kode-kode konvensi itu yakni bahasa yang menyandikan pandangan dunia tertentu akan diterima sebagai akal sehat oleh penggunanya. Dalam konteks ini, peringatan Fowler perlu dicamkan, yakni "akal sehat itu bukan sesuatu yang alamiah, tetapi produk dari konvensi sosial". Oleh karena itu, akal sehat itu perlu dikritisi.

h. Ilmu Bahasa Harus Menempatkan Teks dalam Konteks

Karena kajian budaya selalu mempersoalkan posisionalitas, kekinian-kenantian, kedisisian-kedisanaan, persoalan tempat seseorang berbicara, kepada siapa, dan untuk tujuan apa, ilmu bahasa baru menonjolkan peran konteks dalam tafsir teks. Terkait dengan ini, ada dua hal penting berkaitan dengan penyusunan teks yakni "kalimat" dan "teks". Teks berisi kalimat-kalimat yang dihubungkan secara bersama-sama melalui cara-cara tertentu. Sebuah kalimat berisi satu proposisi atau lebih. Banyak kalimat mengekspresikan lebih dari satu proposisi. Menurut Fowler⁷ sebuah proposisi adalah sebuah unit makna abstrak. Untuk sampai kepada kalimat terdapat "realisasi" atau "ekspresi" antara ide abstrak dan bentuk kalimat yang konkret. Proposisi harus diekspresikan secara sintaksis sebagai urutan kata atau frasa yang diatur secara tetap. Proses-proses kombinasi, pengaturan kembali, penghilangan, dan sebagainya yang mencampuri antara makna proposisi dan bentuk sintaktik dikenal dengan "transformasi". Fowler menegaskan bahwa secara transformasional susunan seperangkat proposisi yang sama dapat menimbulkan pengaruh makna yang berbeda atau "perspektif makna" yang berbeda.

Pemaknaan Bahasa Dalam Kajian Budaya

Dari beberapa persoalan bahasa yang menjadi focus utama kajian budaya adalah makna bahasa. Makna bukanlah sekedar arti kata, atau interpretasi terhadap kata yang terangkai dalam sebuah kalimat, namun makna memiliki serentetan maksud, tujuan serta kepentingan yang ingin disampaikan oleh si pembuat makna. Kajian budaya sangat tertarik pada persoalan makna bahasa, karena sejatinya makna kata atau bahasa tidak akan pernah

⁷ R. Fowler. *Linguistic Criticism*. (Oxford: Oxford University Press. 1986 :56)

terkandung dalam sebuah objek, tapi makna selalu lahir dan dikonstruksikan oleh pemakna berdasarkan perspektif, kepentingan dan ideologynya.

Sebenarnya makna bukan sesuatu yang berdiri sendiri dan terlepas dari bahasa. memahami makna, sebenarnya memahami bahasa secara utuh. Karena makna merupakan bagian dari komponen bahasa, yaitu isyarat dan kode. Hal ini memberikan gambaran bahwa pemaknaan yang dilakukan juga tidak lepas dari isyarat dan kode bahasa, sehingga sangat mustahil melakukan proses pemaknaan tanpa mengikutsertakan isyarat dan kode suatu bahasa. Jadi pemaknaan bukanlah proses sederhana mengartikan kata-kata semata sebagaimana dipahami banyak kalangan.

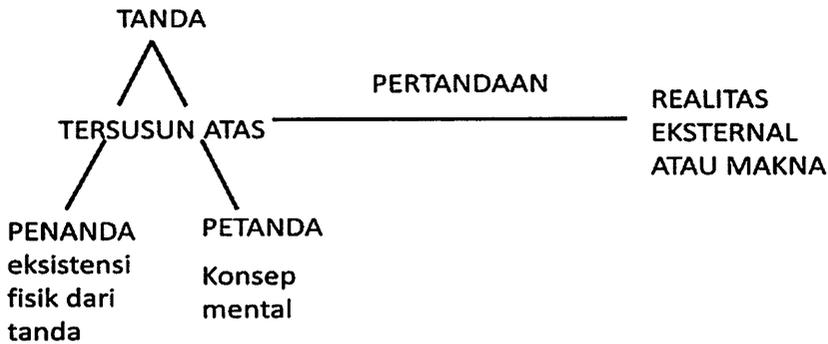
Begitu pentingnya persoalan makna ini, maka kajian budaya “menghadirkan” berbagai instrumen linguistik untuk membongkar kepentingan ideology dibalik isyarat, kode dan makna bahasa yang tercipta. Tercatat beberapa pakar antara lain Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Jacques Derrida dan Michael Foucault.

Ferdinand de Saussure dan Strukturalisem Bahasa

Sebagai Pendiri aliran strukturalisme, Saussure yang menjelaskan bahwa pembentukan makna mengacu pada system perbedaan struktur dalam bahasa yang terfokus pada pada aturan dan konvensi yang mengatur bahasa (*langue*) daripada pemakaian dan ujaran spesifik yang dipakai individu dalam keseharian (*parole*). Bagi Saussure, bahasa tidak mencerminkan *realitas pre existent* (telah ada sebelumnya) dan realitas eksterenal objek-objek independent, namun ia mengonstruksi makna dari dalam dirinya melalui serangkaian perbedaan konseptual dan suara.

Untuk mengonstruksi makna tersebut, maka sistem signifikasi dibentuk oleh serangkaian tanda yang dianalisis dari bagian-bagian konsituennya, penanda dan petanda. Penanda adalah bentuk atau media tanda yang membentuk suatu kata dalam halaman Petanda dipahami berdasarkan konsep dan makna. Karakter arbitrer hubungan penanda-petanda mengandung arti bahwa makna bersifat cair, spesifik secara historis dan kultural daripada tetap dan universal.

Untuk lebih jelasnya bagaimana pemaknaan model Saussure itu beroperasi, dapat dilihat dari gambar berikut ini.



Gambar 1 ; unsure pemaknaan model Saussure

Roland Barthes dan Post Strukturalisme

Sebagai pelanjut dari Ferdinand de Saussure, Roland Barthes sangat baik mengembangkan konsep Saussure dalam melakukan pemaknaan terhadap teks. Langkah yang dilakukannya ini mengantarkan Barthes sebagai salah seorang pengembang pemikiran strukturalisme yang untuk kemudian disebut sebagai aliran post strukturalisme.

Melalui pemikiran post strukturalisme, Barthes menawarkan konsep pemaknaan dalam system signifikasi yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah level makna deskriptif dan literal yg secara virtual dimiliki semua anggota suatu kebudayaan. Konotasi merupakan makna level kedua yang terbentuk dengan mengaitkan penanda dengan aspek-aspek kultural yang lebih luas ; keyakinan, sikap, kerangka kerja dan ideologi suatu formasi sosial. Makna berkaitan dengan persoalan asosiasi tanda dengan kode makna kultural lain. Ketika konotasi dinaturalkan sbg sesuatu yg hegemonik, atau diterima sebagai sesuatu yang “normal” dan “alami”, maka ia bertindak sebagai peta makna konseptual yang dengannya seseorang memahami dunianya. Konsep inilah yang kemudian oleh Roland Barthes disebut sebagai Mitos.

Mitos adalah konstruksi kultural, tapi ia bisa tampak sebagai kebenaran universal yang telah ada sebelumnya dan melekat pada nalar awam. Karena itu, mitos menjadikan dunia tertentu tampak tak terbantahkan karena alamiah dan ditakdirkan Tuhan. Mitos hampir mirip dengan ideologi yang bekerja pada level konotasi karena itulah menurut Barthes tanda bersifat selalu bersifat polisemik, yaitu mengandung banyak makna potensial

Bahasa
MITOS

1. Penanda	2. Patanda	
3. Tanda I.PENANDA		II. PETANDA
III. TANDA		

Gambar 2.
Skema denotasi dan konotasi Roland Barthes

Derrida dan Dekonstruksi

Jacques Derrida merupakan salah seorang pakar yang mencetuskan teori dekonstruksi. Bagi Derrida, sejak ada makna, maka yang ada hanyalah tanda. Kita hanya berpikir di dalam tanda. Tidak ada makna asli di luar tanda, yg merupakan bentuk representasi grafis, sehingga tulisan menjadi asal muasal makna. Tulisan adalah jejak permanen yang sudah selalu ada sebelum tahu atau sadar akan dirinya sendiri.

Konsep kunci Derrida adalah DIFFERENCE yang berisi dua hal yaitu (1) *difference* ; perbedaan (2) *differal* ; ketertundaan. Artinya: produksi makna dalam proses signifikasi terus-menerus ditunda dan dilengkapi dalam permainan yang melibatkan dari seorang pemain.

Melalui dua konsep itulah lahirlah sebuah proses yang disebut dengan dekonstruksi yaitu memisahkan, melepaskan dalam rangka mencari dan membeberkan asumsi suatu teks. Scr khusus melibatkan pelucutan OPOSISI BINER (waras/gila, cantik/jelek, pandai/bodoh dan lain lain). Untuk mendukung proses dekonstruksi tersebut, maka perlu menggunakan konsep *Under Erasure* (di bawah tanda silang) yang dilakukan dengan cara menuliskan kata itu dan memberinya tanda silang, membiarkan kata itu tetap tampak (terbaca) meski sudah disilang. Konsep Derrida yang dipakai kajian budaya dan media adalah intertekstualitas, tak dapat dipegang, dekonstruksi, difference, jejak dan suplemen.

Michael Foucault dan Wacana Kekuasaan

Pemikiran Michael Foucault secara khusus memberikan teknik mengeksplorasi bagaimana melalui operasi kekuasaan dalam praktik sosial, makna temporer distabilkan atau diatur ke dalam diskursus. Diskursus menyatukan bahasa dan praktik dan mengacu pada produksi pengetahuan melalui bahasa yang memberikan makna pada objek material dan praktik sosial. Wacana dalam perspektif Foucault bukanlah sebarang rangkaian kata atau

proposisi dalam teks, melainkan sesuatu yang memproduksi sesuatu yang lain. Oleh karena itu, dalam analisis wacana hendaknya mempertimbangkan peristiwa bahasa dengan melihat bahasa dari dua segi, yaitu segi arti dan referensi.

Dalam sebuah wacana terdapat pernyataan atau preposisi yang bertujuan menyatakan sesuatu (arti atau makna), akan tetapi juga mengatakan sesuatu tentang (referensi). Referensi inilah yang memperluas dimensi makna bahasa dan mempengaruhi sistem sosial budaya manusia sampai pikiran manusia. Oleh sebab itu, wacana harus dilihat dalam satu kesatuan yang utuh, dan wacana menurut Foucault ini dikonstruksi oleh bentuk diskursif atau epistema. Epistema ialah prasyarat munculnya pengetahuan dan teori. Jadi, ia adalah latar tersembunyi dibelakang pengetahuan; epistema adalah struktur dasar yang berada diluar sejarah.

Dalam discourse, bahasa adalah mediator. Wacana adalah ucapan yang dengannya pembicara menyampaikan segala sesuatu kepada pendengar. Unsur terkecil dari wacana adalah kalimat. Wacana yang diperkuat dengan tulisan disebut teks. Wacana merupakan kumpulan pernyataan-pernyataan (*statement*) yang berbeda dengan ungkapan (*utterance*) maupun proposisi (*proposition*). Tentunya wacana tersebut bukan sekedar perbincangan sehari-hari, tapi perbincangan yang serius (*serious speech-act*). Serius tidaknya suatu perbincangan diukur berdasar intensitas keterlibatan unsur relasi kuasa dengan pengetahuan yang melahirkan wacana tersebut. bahasa bagi Foucault tidak bisa dikurung dalam "apa yang ditulis" dan "apa yang menjadi tafsirnya", keduanya saling terjalin tanpa pemisahan. Hal ini adalah salah satu dari pemikirannya tentang subjek dan objek, bahwa bahasa yang ditulis dan menjadi tafsirnya tidak bisa dipisahkan dalam subjek dan objek. Keduanya terserak tanpa teratur, tanpa terstruktur secara baku

Rangkuman

1. Bahasa merupakan serangkaian lambang dalam aturan system tertentu sehingga mengandung makna bagi masyarakat penggunanya.
2. Ada beberapa fungsi yang dimiliki bahasa, yaitu fungsi *fatik*, *pengaturan* (atau "konatif" demikian dia mengistilahkannya), *emotif estetis* (atau "puitik") dan *metabahasa* yang juga layak mendapatkan perhatian.
3. Bahasa menjadi perhatian utama kajian budaya, karena bahasa merupakan sarana dan media pembentukan arti atau makna. Konsep makna berada di pusat uraian tentang kebudayaan. Karena itu meneliti kebudayaan berarti mengeksplorasi bagaimana makna dihasilkan secara simbolis dalam bahasa sebagai signifikasi, di sini makna

terbentuk melalui perbedaan, relasi satu penanda dengan penanda lain, daripada mengacu kepada entitas tetap dalam suatu dunia objek independen.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang pengertian bahasa!
2. Beri penjelasan secukupnya tentang fungsi dan dimensi bahasa!
3. Mengapa bahasa menjadi perhtian utama kajian budaya, beri analisis secukupnya?
4. Bagaimana pola pemaknaan bahasa yang dilakukan kajian budaya?

Daftar Pustaka

- Hartley, John .*Communication, Cultural, and Media Studies* Yogyakarta : Jalasutra, 2010
- Lilweri. Alo. *Makna Bahasa dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : LKiS, 2002
- Fowler, R. 1996. On Critical Linguistics. Dalam Caldas-Coulthard, C.R. & Coulthard, M. (Eds.), *Texts and Practices: Reading in Critical Discourse Analysis* (hlm. 3-14). London: Routledge.
- Santoso, Anang. “Ilmu Bahasa Dalam Perspektif Kajian Budaya” dalam *Jurnal Bahasa dan Seni*, Tahun 35, nomor 1 Februari 2007
- Vardiansyah. Dani .*Pengantar Ilmu Komunikasi ; Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004
- Fowler, R. *Linguistic Criticism*. Oxford: Oxford University Press. 1986

Paket 4

GLOBALISASI DAN GERAKAN SOSIAL BARU

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang globalisasi dan gerakan sosial baru. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian, karakteristik dan konsekuensi logis dari globalisasi dan serta pengertian dan indikasi serta karakter gerakan sosial baru. Paket ini berisi konsep globalisasi dan persoalan yang melingkupinya serta karakter gerakan sosial baru. Karena itu maka paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan globalisasi dan gerakan sosial baru

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian globalisasi dari berbagai konsep, mencermati karakteristik dan konsekuensi yang ditimbulkannya serta konsep dan pola gerakan sosial baru. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan globalisasi dan gerakan sosial baru. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 4 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya melalui pembuatan peta konsep.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar, konsekuensi logis gobalisasi dan pola gerakan sosial baru.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar globalisasi
2. Menjelaskan karakteristik globalisasi

3. Menjelaskan konsekuensi logis globalisasi
4. Menjelaskan pengertian gerakan sosial baru
5. Menjelaskan Indikasi dan karakter gerakan sosial baru

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian globalisasi
2. Karakteristik globalisasi
3. Konsekuensi logis globalisasi
4. Pengertian gerakan sosial baru
5. Indikasi dan karakter gerakan sosial baru.

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. *Brainstorming* dengan mengamati *slide* fenomena globalisasi
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 4

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian globalisasi
Kelompok 2 : karakteristik globalisasi
Kelompok 3 : konsekuensi logis globalisasi
Kelompok 4 : Pengertian gerakan sosial baru
Kelompok 5 : Indikasi dan karakter gerakan sosial baru
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan

2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis berbagai peristiwa dunia yang merupakan fenomena globalisasi, dengan cara membaca naskah-naskah jurnal yang membicarakan globalisasi dan konsekuensinya.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar globalisasi, karakteristik dan konsekuensi logis dari globalisasi serta pola gerakan sosial baru melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam uraian singkat

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop

Langkah Kegiatan

1. Membagi mahasiswa dalam beberapa kelompok kecil berdasarkan tema yang telah disepakati.
2. Setiap kelompok akan diberi satu dua jurnal ilmiah yang berbicara tentang globalisasi dan konsekuensinya.
3. Setiap kelompok menganalisis jurnal tersebut, kemudian mendiskusikan, hasilnya dicatat dalam sebuah uraian singkat.
4. Uraian singkat tersebut ditulis dalam sebuah kertas plano, kemudia ditempel di papan tulis / dinding kelas.
5. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
6. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

GLOBALISASI DAN GERAKAN SOSIAL BARU

Pengertian globalisasi

Secara etimologi kata globalisasi berasal dari kata *global* yang artinya universal. Globalisasi secara terminology dapat dimaknai sebagai suatu proses menjadikan sesuatu (benda atau perilaku) sebagai ciri dari setiap individu di dunia ini tanpa dibatasi oleh wilayah. Wikipedia¹ menyatakan bahwa globalisasi adalah keterkaitan dan ketergantungan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit., atau suatu proses di mana antar individu, antar kelompok, dan antar negara saling berinteraksi, bergantung, terkait, dan memengaruhi satu sama lain yang melintasi batas negara.

Globalisasi oleh Chris Barker² dikatakan sebagai suatu koneksi global ekonomi, sosial, kultural dan politik yang semakin mengarah ke berbagai arah di seluruh penjuru dunia dan merasuk ke dalam kesadaran kita atas mereka. Produksi global atas produk local dan lokalisasi produk global, diasosiasikan dengan institusi modernias dan penyempitan ruang dan waktu atas tenggelamnya dunia ini. Untuk lebih mengetahui definisi globalisasi yang dilakukan para pakar, dapat dilihat tabel berikut :

Tabel.1
Definisi Globalisasi

Definisi	Keterangan
Internasionalisasi	Globalisasi dipakai untuk menjelaskan hubungan lintas batas antarnegara, di mana globalisasi diartikan sebagai aliran perdagangan dari investasi modal besar yang memengaruhi pertumbuhan dan saling ketergantungan internasional (Paul Hirst dan Graham Thomson, 1996)
Liberalisasi	Globalisasi dipakai untuk menjelaskan terjadinya proses integrasi ekonomi internasional yang didasari adanya keterbukaan tanpa batas (Sander, 1996)
Universalisasi	Globalisasi adalah proses penyebaran berbagai macam objek dan pengalaman kepada orang di seluruh penjuru dunia (Oliver Reiser dan B Davis, 1996)
Westernisasi / modernisasi	Globalisasi dianggap identik dengan amerikanisasi, imperialism atau kolonisasi yang menghancurkan budaya local (Spybey, 1996, Taylor, 2000, Schilller, 1991. Martin Khor, 1995 dan Ling, 2000)

¹ www.wikipedia.com

² Chris Barker. *Cultural studies : Teori dan Praktek*. (Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009), 409

Deteritorialisasi	Globalisasi sebagai proses yang mewujudkan perubahan ke dalam spasial organisasi hubungan sosial dan transaksi (David Held dan Tony McGrew, 1999)
-------------------	---

Dengan mengacu definisi-definisi tersebut, maka globalisasi tiada lain adalah kebebasan dan keleluasaan lalu lintas barang, jasa, modal kekuatan kapitalis yang menerobos batas-batas negara, wilayah serta adat istiadat dan budaya. Dalam kehidupan seperti maka masyarakat menjadi semakin mengglobal yang mengalami perubahan dalam pola interaksi sosial dan perilaku ekonomi, termasuk perubahan sosial budaya, psikologi politik, hukum bahkan keyakinan. Dalam konteks ini, seakan-akan menjadi semakin menyatu, atau dalam bahasa Yasraf Piliang dikatakan sebagai dunia yang terlipat.

Terlipatnya dunia saat ini dengan label globalisasi informasi, miniaturisasi dunia, cyberspace dan seterusnya merupakan bukti bahwa ruang dan waktu yang selama ini dikeluhkan sebagai penghambat interaksi penduduk dunia menjadi teratasi. Ruang dan waktupun seakan menjadi dekat dan tak ada jarak, sehingga banyak orang menyatakan bahwa meskipun secara fisik manusia dibatasi oleh geografis namun secara non fisik (virtual ?) manusia menjadi tidak terbatas oleh ruang dan waktu untuk melakukan gerak interaksi satu sama lain. Desa global, itulah menjadi “icon” utama abad ini, dimana setiap individu, kelompok, organisasi dan negara saling berinteraksi, bergantung, terkait dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Menurut Kenichi Ohmay³ dalam tulisannya ‘*The End of The Nation State*’ bahwa globalisasi tersebut ditandai dengan “*four I’s*” atau “4 huruf I”, yaitu *Investment, Industry, Information Technology, dan Individual Cosumer*. Dalam era negara tanpa batas ini seseorang tidak lagi mempertimbangkan ini negara saya atau bukan, tidak peduli negara tersebut jauh dari tanah airnya, sebab mereka sudah menjadi penduduk desa global (*Global Village*), yang ditunjang oleh “*Information and Communication Technology*” (ICT). Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi orang tidak akan merasakan jauh dari manapun walaupun ia berada di seberang dunia sana⁴. Teknologi satelit, telepon seluler dan perkembangan internet dengan keunggulan e-mailnya hubungan menjadi mudah antara penduduk di berbagai negara tanpa hambatan, kapan saja bisa dihubungi bahkan bisa menerapkan *teleworking* (bekerja secara jarak jauh, bisa di rumah atau di negara lain), *telemeeting* (rapat jarak jauh), dan tele-edukasi atau pelatihan dan pendidikan jarak jauh,

³ Burhan Bungin, M. *Konstruksi Sosial Media Massa, Kencana*, (Jakarta : Prenada, 2004) 48.

⁴ Biagy, Shirly, *Media Impact n Introduction to Mass Media*, (Wadsworth Publishing Compny, Belmont, California, 1995)

bahkan akhir-akhir ini telah berkembang jejaring social seperti Facebook dan Twitter yang sangat fenomenal.

Karakteristik Globalisasi

Ada beberapa karakter yang digunakan untuk mencandra, apakah sebuah proses atau gerakan itu merupakan bagian fenomena globalisasi. Pengenalan ini penting, agar tidak terjadi klaim yang tidak tepat dengan menyatakan bahwa sesuatu yang bersifat mendunia dikatakan globalisasi. Artinya, pemahaman karakter fenomena globalisasi menjadi perlu diketengahkan, antara lain :

- a. Perubahan dalam Konstantin ruang dan waktu. Perkembangan barang-barang seperti telepon genggam, televisi satelit, dan internet menunjukkan bahwa komunikasi global terjadi demikian cepatnya, sementara melalui pergerakan massa semacam turisme memungkinkan kita merasakan banyak hal dari budaya yang berbeda.
- b. Pasar dan produksi ekonomi di negara-negara yang berbeda menjadi saling bergantung sebagai akibat dari pertumbuhan perdagangan internasional, peningkatan pengaruh perusahaan multinasional, dan dominasi organisasi semacam world Trade Organization (WTO).
- c. Peningkatan interaksi kultural melalui perkembangan media massa (terutama televisi, film, musik, dan transmisi berita dan olah raga internasional). saat ini, kita dapat mengonsumsi dan mengalami gagasan dan pengalaman baru mengenai hal-hal yang melintasi beraneka ragam budaya, misalnya dalam bidang *fashion*, literatur, dan makanan.
- d. Meningkatnya masalah bersama, misalnya pada bidang lingkungan hidup, krisis multinasional, inflasi regional dan lain-lain.

Kennedy dan Cohen menyimpulkan bahwa transformasi ini telah membawa kita pada globalisme, sebuah kesadaran dan pemahaman baru bahwa dunia adalah satu. Giddens menegaskan bahwa kebanyakan dari kita sadar bahwa sebenarnya diri kita turut ambil bagian dalam sebuah *dunia yang harus berubah tanpa terkendali* yang ditandai dengan selera dan rasa ketertarikan akan hal sama, perubahan dan ketidakpastian, serta kenyataan yang mungkin terjadi. Sejalan dengan itu, Peter Drucker menyebutkan globalisasi sebagai *zaman transformasi sosial*.

Ciri globalisasi juga dapat dilacak pada aspek ekonomi (globalisasi ekonomi) yang dapat dimaknai sebagai sebuah proses kegiatan ekonomi dan perdagangan, dimana negara-negara di seluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi dengan tanpa

rintangan batas teritorial negara. Globalisasi ekonomi ini ditandai dengan beberapa hal yaitu (a) *Globalisasi produksi*, di mana perusahaan berproduksi di berbagai negara, dengan sasaran agar biaya produksi menjadi lebih rendah (b) *Globalisasi tenaga kerja*. Perusahaan global akan mampu memanfaatkan tenaga kerja dari seluruh dunia sesuai kelasnya (c) *Globalisasi jaringan informasi*. Masyarakat suatu negara dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi dari negara-negara di dunia karena kemajuan teknologi (d) *Globalisasi Perdagangan*. Hal ini terwujud dalam bentuk penurunan dan penyeragaman tarif serta penghapusan berbagai hambatan *nontarif*

Pada aspek budaya juga tak luput dari “singgungan globalisasi”. Singgungan yang disebut sebagai globalisasi budaya merupakan gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu keseluruh dunia (sehingga menjadi budaya dunia atau *world culture*) telah terlihat semenjak lama. Ciri globalisasi budaya adalah (1) berkembangnya pertukaran kebudayaan internasional. (2) penyebaran prinsip multi kebudayaan (*multiculturalism*), dan kemudahan akses suatu individu terhadap kebudayaan lain di luar kebudayaannya. (3) Berkembangnya turisme dan pariwisata. (4) semakin banyaknya imigrasi dari suatu negara ke negara lain. (5) Berkembangnya mode yang berskala global, seperti pakaian, film dan lain lain. (6) Bertambah banyaknya event-event berskala global, (7) persaingan bebas dalam bidang ekonomi (8) meningkatkan interaksi budaya antar negara melalui perkembangan media massa

Dampak Globalisasi

Wajah globalisasi adalah wajah paradox. Paradoks globalisasi tercipta sebagai akibat hadirnya secara bersamaan--- dan di dalam ruang dan waktu yang sama--- dua sifat yang saling bertentangan satu sama lainnya secara kontradiktif. Globalitas / lokalitas, homogenisasi / heterogenisasi, penyeragaman / keberanekaragaman. Di satu sisi ada kecenderungan terbentuknya unifikasi, aliansi dan kesalingbergantungan, terjadinya homogenisasi, standarisasi dan generalisasi, terciptanya dunia tanpa batas, masyarakat terbuka dan pasar bebas, sementara di sisi lain berkembangnya separatisme, otonomi dan desentralisasi, terjadinya penganekaragaman, pengkayaan dan pluralitas, berkembangnya tribalisme, kedacrahan dan sektarianisme. Kecenderungan seperti tersebut menurut Zdravko sebagaimana dikutip Yasraf Amir Piliang⁵ sebagai kecenderungan *unity of opposite*--- berkembangnya individualisasi (diversifikasi) bersamaan dengan perkembangan globalisasi (homogenisasi) sehingga menciptakan berbagai kontradiksi.

⁵ Yasraf Amir Piliang. Dunia yang Terlipat ; Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan. (Bandung : Matahari, 2011), 207

Globalisasi merupakan kondisi yang tidak bisa dihindari, bahkan menjadi sebuah keniscayaan yang harus diterima siapapun. Menjadi global, dan menyatu dalam sebuah masyarakat dunia adalah hal yang biasa saat ini. Posisinya apapun yang menjadi penduduk dunia saat ini dapat dengan mudah saling menyapa, saling memperkenalkan diri, saling membuka tangan dalam menerima dan berbagai informasi. Persoalannya dunia yang terlipat dengan “icon” desa global, *cyberspace* dan semacamnya tidak selamanya mendatangkan kebaikan, karena ternyata interaksi yang dilakukan antar individu, kelompok, organisasi, dan negara tidak dalam posisi setara. Akibatnya yang muncul adalah proses dominasi antara satu dengan yang lainnya⁶. Dunia yang terlipat adalah gambaran sebuah dunia yang didalamnya berlangsung berbagai bentuk pemaksaan, pemadatan, pemampatan, penekanan, perusakan, pengkerdilan dan miniaturisasi berbagai dunia. Di dalam dunia yang terlipat inilah ada relasi kekuasaan tertentu yang beroperasi⁷, yaitu kapitalisme global. Dengan demikian, terlipatnya dunia dengan berbagai icon yang dimunculkan bukanlah proses alami, namun sebuah proses yang dibuat, direkayasa dengan sebuah *grand design* yang luar biasa sistemiknya.

Keterlipatan dunia yang ditawarkan kapitalisme global memang menghadirkan sekian banyak gemerlap kenikmatan (*sparkling of pleasure*) yang dapat diraih oleh siapapun yang ingin menggapainya, tak terkecuali komunikasi Islam. Saat ini diakui atau tidak, gemerlap kenikmatan yang ditawarkan telah menjadi arus utama (*mainstream*) yang membentuk pola pikir (*mindset*), pola merasa (*mentalset*) bahkan pola spiritualisasi (*spiritualset*) masyarakat dunia yang terlipat. Oleh karena itu tidak mudah menentukan dan mengambil sikap, apalagi menempatkan diri dalam sebuah pusaran arus besar yang bergerak begitu luar biasa. Kalaupun meninggalkan dan tidak mengikuti pusaran arus, maka bisa-bisa klaim “primordial” bahkan “primitive” di tengah desa global menjadi tidak terhindarkan.

⁶ Chris Barker. *Cultural Studies ; Theory and Practice*. London : Sage Publications, 2000

⁷ Berbagai model pelipatan dunia menurut Yasraf Amir Piliang terdiri dari (1) pelipatan ruang dan waktu, artinya melipat waktu adalah memperpendek jarak (*chromos*), dengan meningkatkan kecepatan (*velocity*) atau memperpendek durasi. Melipat ruang artinya memperkecil jarak ruang (*spatial*), dengan cara memperpendek waktu tempuh di dalam ruang out, (2) pemadatan waktu-tindakan (*time-action condensation*), artinya kita meringkas sebuah proses di dalam ruang dalam pengertian menggandakan (atau melipatgandakan) tindakan dalam ruang dan waktu yang sama (*multiplicity of action*). (3) miniaturisasi ruang waktu (*time space miniaturization*), artinya baik ruang atau waktu atau keduanya dapat dikerdikan dalam pengertian direduksi ke dalam berbagai dimensi, aspek, sifat dan bentuk-bentuk asalnya, dengan cara pemindahwujudannya ke dalam wujud lain yang lebih ringkas, (4) pemadatan ruang waktu simbolik (*symbolic time space compression*), artinya dalam fenomena pelipatan dunia semacam ini, bukan lagi dunia yang diringkas ke dalam wujud symbol---seperti pada fenomena pengambilan dunia realitas oleh media--- akan tetapi peringkasan di dalam dunia symbol itu sendiri. (5) peringkasan ruang waktu psikis (*psychical time space condensation*), artinya pelipatan ruang waktu, pemadatan tindakan, miniaturisasi dunia dan pemadatan symbol mempunyai pengaruh yang langsung maupun tak langsung terhadap dunia psikis. Peningkatan jarak ruang lewat teknologi transportasi, telekomunikasi dan informasi telah mengubah persepsi dan pandangan manusia terhadap ruang dan waktu sendiri. Lihat Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang terlipat Dunia yang terlipat; Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. (Bandung : Matahari, 2011), 49-51

Apa yang terjadi dalam globalisasi bukanlah sekedar “menyatunya” ruang dan waktu sehingga menjadikan batas antarwilayah, antarnegara menjadi tidak ada. Globalisasi sejatinya merupakan serangkaian kondisi tumpang tindih, rumit, kompleks bahkan sangat kacau balau yang menyatu di sekitar “titik simpul”. Begitu rumitnya terkadang susah untuk mencari titik awalnya. Sebagai contoh kasus, satu persoalan tidak bisa secara sederhana diidentifikasi hanya karena sesuatu yang menjadi penyebabnya, tapi akan selalu berkait dengan penyebab dan persoalan yang lain. Sayangnya banyak orang bahkan negara tidak menyadari bahwa ada keterkaitan antara satu sebab dengan sebab yang lain, antara satu persoalan dengan persoalan yang lain bahkan ada penyebab dan persoalan yang terkait dengan geo politik, geo sosial geo ekonomi internasional. Ketika kesadaran ranah global tidak ada, maka penyelesaian yang dilakukan selalu bersifat parsial, akibatnya persoalan tidak pernah terselesaikan secara tuntas. Kesemua ini memberikan gambaran bahwa dalam globalisasi terjadi *over determinisme* yang mengarah pada keanekaragaman titik konflik, antagonism dan kontradiksi.

Over determinisme yang mengarah pada kondisi antagonis bahkan kontradiksi dapat dilihat dari berbagai persoalan yang menimpa masyarakat, lembaga dan negara di dunia ini, yaitu

a. Terjadinya homogenisasi kultural yang menghilangkan keragaman kultural, akibat dominasi suatu kebudayaan atas kebudayaan lain

Tesis ini menurut Chris Barker⁸ menekankan pertumbuhan “kesamaan: dan dugaan akan hilangnya otonomi kultural yang dianggap sebagai bentuk imperialism kultural. Dengan kata lain argument yang disajikan berkisar pada dominasi suatu kebudayaan atas kebudayaan lain yang biasanya dipahami berdasarkan konteks kebangsaan. Nah, yang dianggap sebagai agen utama sinkronisasi kebudayaan adalah perusahaan transnasional. Konsekuensinya imperialism kultural menjadi hasil dari serangkaian proses kultural dan ekonomi yang disebabkan oleh reproduksi kapitalisme global. Dalam konteks ini, Robbin sebagaimana dikutip Chris Barker menyatakan bahwa “karena memproyeksikan dirinya sebagai transhistoris dan transnasional, sebagai kekuatan modernisasi dan modernitas yang transenden dan bersifat universal, maka kapitalisme global pada kenyataannya terkait dengan pembaratan--ekspor komoditas, nilai, prioritas, cara hidup barat.”

Meski demikian, konsep homogenisasi yang diidentikan dengan imperialism barat tidak sepenuhnya “disetujui”, karena ternyata argument yang diajukan mengalami tiga kesulitan utama, yakni (a) arus global diskursus kultural tidak bisa lagi, walaupun dulu pernah bisa

⁸ Chris Barker. *Cultural Studies*.....121-122

dijelaskan sebagai lalui lintas satu arah, (b) meski arus utama diskursus kultural tetap berassal dari Barat ke Timur dan Utara ke Selatan, itu tidak bisa langsung dianggap sebagai bentuk dominasi, (c) Tidak jelas apakah globalisasi merupakan suatu proses homogenisasi sederhana karena proses fragmentasi dan hibriditas sama-sama kuat. Dengan tiga alasan itu, maka konsep imperialism kultural sepeuhnya tergantung pada soal penghapusan dan pemaksaan, namun jika suatu bangsa mendengarkan music Barat, menonton televise Barat dan membeli barang konsumsi yang diproduksi di Barat yang mereka nikmati, bagaimana bisa disebut sebagai dominasi tanpa pernah berlingung di balik argument yang hanya berkuat pada soal kesadaran “palsu” ?. Arus kultural global rhizomorphic dan disjungtif kurang bisa dijelaskan dalam konteks dominasi dan lebih baik bila dijelaskan sebagai bentuk hibriditas kultural.

b. Sentralisasi arus informasi akibat dominasi industri informasi pada satu titik (amerika)

Apa yang terjadi dengan globalisasi informasi, menurut Schiller (1985) sebagaimana dikutip Chris Barker menyatakan bahwa sebenarnya sentralisasi informasi itu merupakan bagian proses imperialism kultural, dan industry komunikasi global didominasi oleh perusahaan yang dikendalikan Amerika Serikat. Schiller menunjuk kepada jaringan saling terkait yang menghubungkan televise Amerika, subkontraktor pertahanan dan pemerintah federal. Media massa menyesuaikan diri dengan system kapitalis dengan cara menyediakan dukungan ideologis bagi kapitalisme dan perusahaan transnasional secara khusus, mereka bertindak sebagai kendaraan bagi pemasaran perusahaan dengan “efek ideologis” umum yang secara sengaja memproduksi dan memaksakan masuknya budaya local ke dalam kapitalisme Amerika.

c. Munculnya hibridisasi dan kreolisasi bahasa, sastra dan identitas kultural

Konsep globalisasi dan hubriditas lebih tepat jika dibandingkan dengan imperialism kultural, hal ini disebabkan keduanya mengandaikan adanya suatu proses yang kurang koheren, terpadu dan langusng, ini tidak harus menggiring kita untuk mengabaikan eksplorasi kekuasaan dan ketimpangan. Fakta bahwa kekuasaan menyebar atau bahwa komoditas secara subversive digunakan untuk menghasilkan suatu identitas hibrida baru, tidak menghalangi kebutuhan untuk melakukan pengujian atasnya. Sebagaimana dinyatakan Pieterse yang dikutip oleh Chris Barker⁹. “ Relasi kekuasaan dan hegemoni diukir dan direproduksi di dalam hibriditas karena kemanapun kita melihat dengan seksama menemukan jejak-jejak yang asimetris dalam kebudayaan, tempat, keturunan.

⁹ Chris Barker. *Cultural Studies*.... 126

Dengan demikian hibriditas menimbulkan pertanyaan soal istilah campuran, syarat percampuran dan *mélange*. Pada saat yang sama penting untuk mencatat cara di mana hegemoni tidak hanya sekedar direproduksi melainkan dibentuk silang dalam proses hibridisasi.” Sebagai contoh yang bisa disampaikan adalah hibriditas kultural yang ditimbulkan oleh diaspora kulit hitam tidak mengaburkan kekuasaan yang dulu berlangsung pada masa perbudakan ataupun pada masa migrasi ekonomi *dorong tarik*. Identitas diaspora dikonstruksi di dalam dan oleh kekuasaan kultural. Kekuasaan inilah yang telah menjadi suatu elemen konstitutif dalam identitas kita sendiri yang pada akhirnya akan membentuk identitas kultural¹⁰.

Hibriditas dalam konteks ini berarti percampuran elemen-elemen kultural yang berbeda untuk menciptakan makna dan identitas baru. Hibrida menggoyahkan dan mengeluarkan batas-batas kultural yang telah mapan dalam suatu proses fusi atau kreolisasi. Proses hibriditas juga bisa disebabkan oleh kebudayaan dan bahasa terjajah maupun kebudayaan dan bahasa bangsa terajah yang tidak dapat ditampilkan secara “murni” atau dipisahkan satu sama lain. Dengan kata lain proses ini tidak hanya menentang sentralitas kebudayaan penjajah dan peminggiran terjajah melainkan juga menentang ide tentang “pusat” dan “pinggir”.

Sementara itu kreolisasi¹¹ lebih menitikberatkan bahasa sebagai suatu praktik kultural daripada sebagai abstraksi tata bahasa atau ide tentang pemakaian bahasa yang baik dan benar. Kreolisasi mengandung pengertian bahwa klaim homogenisasi kultural bukanlah

¹⁰ *Identitas kultural* adalah suatu gambaran makna yang terungkap dan terkait dengan nominasi diri atau pemberian orang lain. Identitas kultural terkait dengan titik simpul dalam makna kultural, khususnya kelas, gender, ras, etnisitas, bangsa dan umur. *Identitas* bermakna suatu stabilisasi makna secara temporer, suatu proses menjadi daripada entitas yang bersifat tetap. Penyatuan atau perangkaian diskursus di luar dengan proses internal subjektivitas. Titik pelekatan temporer pada posisi subjek yang dikonstruksi oleh praktik diskursif untuk kita. *Identitas diri* adalah cara kita berpikir tentang diri kita dan mengonstruksi narasi diri yang padu. *Identitas nasional* adalah suatu bentuk identifikasi imajinatif dengan negara bangsa sebagai suatu yang diekspresikan melalui symbol dan diskursus. Jad bangsa bukan hanya formasi politis melainkan juga system representative kultural, sehingga identitas nasional secara terus-menerus direproduksi melalui aksi diskursif. *Identitas sosial* adalah harapan sosial, hak dan kewajiban normative yang diberikan kepada individu. Pandangan tentang bagaimana menjadi individu memiliki karakter sosial dan identitas dibentuk dari sumber-sumber sosial dan kultural, khususnya bahasa. *Identitas beragam* adalah asumsi tentang adanya identitas yang berbeda dan berpotensi saling kontradiktif pada waktu dan tempat berbeda yang tidak membentuk diri yang koheren dan menyatu.

¹¹ *Bahasa kreol* adalah keturunan dari bahasa pijin yang menjadi bahasa ibu bagi sekelompok orang yang berasal dari latar belakang berbeda-beda. Kajian umum menunjukkan (khususnya yang dilakukan oleh Derek Bickerton bahwa bahasa-bahasa kreol yang ada di dunia menunjukkan adalah kesamaan, khususnya dari segi tata bahasa yang mengarah pada teori tata bahasa universal. Bahasa kreol ini juga dipengaruhi oleh kosakata-kosakata yang dibawa oleh para penuturnya. Pada mulanya bahasa inilah yang disebut *Pidgin*, dengan kosakata yang sangat sederhana. Namun, ketika mengalami proses kreolisasi, tata bahasanya mengalami perkembangan sehingga menjadi bahasa yang stabil dan terpisah dari bahasa induknya. Sebagian besar bahasa kreol ini berakar dari bahasa-bahasa *Indo Eropa* sebagai bahasa dasarnya.

landasan yang cukup kuat bagi argument imperialism kultural. Yang dimaksud sebagai imperialism kultural lebih dipahami sebagai penciptaan lapis modernitas kapitalis barat yang melapisi, namun tidak serta merta mengapus bentuk-bentuk kultural yang telah ada sebelumnya. Kreolisasi bahasa ini secara sosiologis terjadi ketika ada berbagai orang dari latar belakang yang berbeda yang berkumpul, maksudnya: di suatu daerah, terjadi kontak antara penduduk asli dan pendatang yang satu sama lain berbeda bahasa. Dari sini kemudian digunakan sarana komunikasi yang terdiri dari bahasa dominan, namun terpengaruh oleh kosakata-kosakata bawaan dari orang-orang tersebut.

d. Melemahnya kompetensi dan otonomi negara

Globalisasi satu sisi memberikan dampak positif bagi masyarakat dunia, namun di sisi lain juga memberikan dampak negative, salah satunya persoalan legitimasi negara akibat dari melemahnya kompetensi dan otonomi negara. Kondisi inilah yang diamati beberapa pakar seperti Crook, Hertz yang menyatakan bahwa ada sejumlah fungsi negara yang semakin mengalami kemunduran. Semakin sulitnya melegitimasi sumber daya yang begitu besar untuk tujuan militer ketika perang nuklir menjadikan strategi militer sebagai pilihan beresiko tinggi. Negara semakin tidak relevan, kecuali hanya sebagai perlindungan akhir, bagi pemecahan masalah-masalah penting dalam ekonomi, politik dan diplomatic. Melemahnya fungsi negara yang mengakibatkan krisis legitimasi disebabkan oleh beberapa faktor, yakni (1) redistribusi kekuasaan secara horisontal dan bertanggung jawab kepada badan-badan usaha otonom, (2) redistribusi kekuasaan secara vertikal dan bertanggung jawab kepada dewan lokal, inisiatif sipil dan perusahaan swasta, (3) eksternalisasi tanggung jawab dengan mengalihkan kepada lembaga-lembaga supra negara. Di luar itu semua, negara bangsa yang menceburkan diri dalam proses globalisasi yang multi sisi yang dapat dipandang mengalami proses pembusukan sejumlah fungsi utama negara bangsa modern, yaitu kompetensinya, bentuknya, otonominya dan otoritas atau legitimasinya.

Dalam kondisi yang demikian itu dapat dikatakan bahwa negara tidak mampu lagi mengatur dan mengendalikan kebijakan ekonomi mereka atau melindungi warga negaranya dari peristiwa global, seperti bencana lingkungan. Dengan demikian kompetensi negara melemah, yang pada gilirannya mengarah kepada tumbuhnya agensi inter government atau supra government yang mengubah bentuk dan daya jangkau negara. Organisasi internasional yang terlibat dalam praktik ekonomi dan politik mereduksi kompetensi negara dan mengubah bentuknya, diantaranya adalah Dana Moneter Internasional (*international monetary fund*), Uni Eropa (*European Union*), Pengadilan

eropa Untuk Hak Asasi Manusia (*European Court of Human Rights*), Pertemuan G 8 (*G8 Summits*) yang terdiri dari kekuatan ekonomi besar, Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations*), Agensi Energi Internasional (*International Energy Agency*), Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) dan lain-lain.

Pengertian Gerakan Sosial Baru

Meski gerakan sosial baru bukan akibat langsung dari globalisasi, namun karena imbas globalisasi dirasa memberikan investasi bagi tumbuhnya persoalan sosial, politik, ekonomi dan budaya di masyarakat bahkan negara. Maka tak ayal, gerakan sosial baru “seakan” menjadi sebuah gerakan penyeimbang dari persoalan-persoalan tersebut. Secara definitive, kalangan ilmuwan merasa kekuarangan dalam mencandra secara teoretis gerakan sosial baru ini, dari mana ia berasal dan dampak structural yang ditimbulkannya, menjadi Habermas sebagaimana dikutip Ben Agger¹² memberikan tawaran pandangan baru. Dengan mengambil teori Marxis tentang perjuangan kelas dan perspektif non (atau pasca) marxis tentang gerakan sosial. Habermas mempertahankan pandangan Marxis atas aksi sosiopolitis transformasional sambil secara berarti mengubah ortodoksi sayap kiri yang terkait dengan irrelevansi gerakan Marxis tradisional, khususnya dengan gerakan masyarakat kulit berwarna, femenis, gay dan lesbian, antikolonial, antinuklir, lingkungan dan aktivis perdamaian.

Senada dengan Haberman, tampaknya Chris Barker melihat bahwa gerakan sosial baru sebenarnya bisa dilacak dari realitas masyarakat barat pada pertengahan abad ke-20. Di mana pada tahun 1960-an gerakan sosial baru itu diasosiasikan dengan gerakan mahasiswa yang melakukan protes antiperang Vietnam, perjuangan hak-hak sipil dan gerakan perempuan. Gerakan sosial baru umumnya mencakup feminisme, politik ekologi, gerakan perdamaian, gerakan pemuda dan politik identitas kultural, dan mereka itu dalam gerakannya sangat terpisah dari politik kelas tradisional buruh. Sementara Tourine (1981) dan Melucci (1989) sebagaimana dikutip Chris Barker menyatakan bahwa gerakan sosial baru merupakan kolektivitas politik dan kolektivitas sosial yang berbasis di luar tempat kerja, yang semakin lantang suaranya. Pembentukan identitas kolektif gerakan ini mencakup tercapainya kebersamaan, kohesi dan kontinuitas yang dirasakan bersama. Kesemuanya itu diraih melalui penciptaan batas-batas sosial sebagai suatu aspek aksi kolektif, yang sebagai suatu bentuk identifikasi yang bersifat provisional dan terus berlangsung, harus terus menerus diproduksi dan direproduksi di sepanjang waktu dan di berbagai tempat.

¹² Ben Agger, *Teori sosial Kritis ; Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. (Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009), 356-357

Sementara itu Anthony Giddens¹³ menyatakan bahwa gerakan sosial baru itu adalah suatu upaya kolektif untuk mengejar suatu kepentingan bersama, atau mencapai tujuan bersama melalui tindakan kolektif (*collective action*) di luar lembaga-lembaga yang mapan. Sidney Tarrow¹⁴ menyatakan bahwa gerakan sosial baru merupakan tantangan-tantangan kolektif yang didasarkan pada tujuan-tujuan bersama dan solidaritas sosial, dalam interaksi yang berkelanjutan dengan para elit penentang dan pemegang wewenang. Definisi Tarrow ini menempatkan gerakan sosial baru di dalam kategori yang lebih umum tentang politik perlawanan (*contentious politics*). Politik perlawanan itu bisa mencakup gerakan sosial baru, siklus penentangan dan revolusi. Politik perlawanan ini terjadi ketika rakyat biasa sering bergabung bersama warga yang berpengaruh, menggalang kekuatan untuk menentang para elit, pemegang otoritas dan pihak-pihak lawan lainnya.

Terkait dengan hal itu, sebenarnya keberadaan gerakan sosial baru telah diamati cukup lama oleh ilmuwan sosial, dan gerakan sosial baru itu bermula dari negara-negara maju sebagai bagian dari konteks perkembangan peradaban mereka. Ini artinya gerakan sosial baru itu dapat dipahami dua aspek yaitu, *Pertama*, suatu tipe gerakan sosial yang memiliki tampilan karakter yang baru bahkan mungkin unik. *Kedua*, merupakan akumulasi pengetahuan yang dihasilkan dari riset tentang gerakan sosial baru telah membawanya kepada status sebagai paradigma (cara pandang terhadap suatu subjek permasalahan) dalam memahami kenyataan sosial itu sendiri. Status sebagai paradigma itu sendiri telah memicu perdebatan intelektual yang bersemangat di kalangan para ahli ilmu sosial.¹⁵

Indikasi dan Karakter Gerakan Sosial Baru

Begitu tidak mudahnya mendefinisikan gerakan sosial baru, menjadikan pakar ilmuwan sosial memberikan “batasan” tentang sesuatu yang dapat disebut sebagai gerakan sosial. Batasan ini menjadi penting disampaikan, karena tidak semua gerakan yang ada dan terjadi di masyarakat dapat diklaim sebagai sebuah gerakan sosial baru. Untuk itu Tarrow¹⁶ memberikan beberapa indikator yang dapat disebut gerakan sosial baru, yaitu

a. Tantangan kolektif (*collective challenge*)

Gerakan sosial baru dalam aktivitasnya selalu ditandai dengan tantangan-tantangan untuk melawan melalui aksi langsung yang mengganggu terhadap para elit, pemegang otoritas,

¹³ Anthony Giddens, *Sociology* (Oxford : Polity express, 1993), 642

¹⁴ Sidney Tarrow, *Power in Movement, Social Movement and Contentious Politics* (Cambridge : Cambridge Press, 1998), 4

¹⁵ Suharko. “Gerakan Sosial Baru di Indonesia ; Reportoar Gerakan Petani”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Volume 10 nomer 1 tahun 2006

¹⁶ Sidney Tarrow, *Power in Movement*,.....4-7

kelompok-kelompok lain atau aturan kultural tertentu. Dalam system yang represif tantangan kolektif biasanya disimbolisasikan lewat slogan, corak pakaian dan music, penamaan baru objek0objek yang familiar dengan symbol yang berbeda atau baru.

b. Memiliki tujuan bersama (*common purpose*)

Tujuan bersama merupakan alasan utama seseorang mau bergabung dalam sebuah kelompok, dan alasan tujuan yang sama pula digunakan untuk menyusun klaim bersama menentang pihak lawan, pemegang otoritas, atau para elit. Tidak semua konflik muncul dari kepentingan kelas, tetapi nilai dan kepentingan bersama dan tumpang tindih merupakan basis dari tindakan-tindakan bersama.

c. Solidaritas dan identitas kolektif

Sesuatu yang menggerakkan bersama-sama dari gerakan sosial baru adalah pertimbangan partisipan tentang kepentingan bersama yang kemudian mengantarai perubahan dari sekedar potensi gerakan menjadi aksi nyata. Dengan cara menggerakkan consensus, perancang gerakan memainkan peran penting dalam merangsang munculnya consensus semacam itu.

d. Memelihara politik perlawanan

Hanya dengan cara memelihara aksi kolektif melawan pihak musuh, suatu episode perlawanan bisa menjadi gerakan sosial. Tujuan kolektif, identitas bersama dan tantangan yang dapat diidentifikasi membantu gerakan untuk memelihara politik perlawanan.

Melalui keempat indikasi tersebut, sebenarnya mengisyaratkan perlunya property yang harus dipenuhi jika sebuah gerakan dikatakan gerakan sosial baru. Ketika empat property itu telah ada, maka aktivitasnya semakin memberikan karakter sebenarnya gerakan sosial baru itu. Dan karakter-karakter dimaksud adalah :

- a. Gerakan sosial baru lebih memusatkan pada tujuan-tujuan non material, menekankan pada perubahan-perubahan gaya hidup dan kebudayaan daripada mendorong perubahan-perubahan spesifik dalam kebijakan public atau perubahan ekonomi sebagaimana tercermin dalam gerakan lingkungan, anti perang, perdamaian, feminisme dan sejenisnya.
- b. Gerakan sosial baru meninggalkan orientasi ideologis yang kuat melekat pada gerakan sosial lama, sebagaimana sering terungkap dalam ungkapan-ungkapan anti kapitalisme, revolusi kelas dan perjuangan kelas. Gerakan sosial baru tidak lagi tertarik pada isu-isu kenaikan upah buruh dalam industry, perjuangan terhadap ketimpangan ekonomi, dan eksploitasi kelas yang diakibatkan oleh bekerjanya system kapitalis. Gerakan sosial baru tampil sebagai pejuang lintas kelas.

- c. Gerakan sosial baru membangkitkan isu pertahanan diri komunitas dan masyarakat untuk melawan ekspansi aparat negara dan pasar yang makin meningkat. Ekspresi terjalannya mewujud dalam lahirnya agen-agen yang memperjuangkan pengawasan dan control sosial, kaum urban marginal, aktivis lingkungan, kelompok anti otoritarian, kaum anti rasisme, dan juga feminisme.
- d. Gerakan sosial baru lebih memilih saluran di luar politik normal, menerapkan taktik yang mengganggu, dan memobilisasi opini public untuk mendapatkan daya tawar politik. Demonstrasi yang dilakukan selalu disetting dramatis dan direncanakan secara matang lengkap dengan kostum dan representasi simboliknya.
- e. Gerakan sosial baru lebih membidik isu-isu yang bersumber dari *civil society* daripada perkeonomian dan negara. Dalam sasaran perjuangan, gerakan sosial baru lebih membidik empat hal, yaitu (a) tidak berjuang untuk kembalinya komunitas-komunitas utopia yang tidak terjangkau di masa lalu, (b) berjuang untuk otonomi, pluralitas dan keberbedaan, (c) melakukan upaya sadar untuk belajar dari masa lalu untuk merelatifkan nilai-nilai mereka melalui proses penalaran (d) mempertimbangkan keberaaan forma negara dan ekonomi pasar.
- f. Tujuan gerakan sosial baru adalah menata kembali hubungan negara, masyarakat dan perekonomian, dan untuk menciptakan ruang public yang didalamnya wacana demokratis tentang otonomi dan kebebasan intelektual, kolektivitas serta identitas dan orientasi mereka bisa didiskusikan dan selalu diperiksa.
- g. Gerakan sosial baru berusaha membangun struktur yang merefleksikan bentuk pemerintah representative yang mereka inginkan. Gerakan sosial baru menggunakan gaya yang mengalir dan tidak kaku untuk menghadapi oligarkisasi. Singkatnya gerakan sosial baru menyerukan dan menciptakan struktur yang lebih responsive kepada kebutuhan-kebutuhan individu, yakni struktur yang terbuka, terdesentralisasi dan non hirarkhis.
- h. Gerakan sosial baru partisipannya berasal dari berbagai basis sosial yang melintasi kategori-kategori sosial seperti gender, pendidikan, okupasi dan kelas, dan tidak terkotak-kotak berdasarkan golongan. Ada kesan partisipan dari gerakan sosial baru adalah kalangan kelas menengah baru yang tidak terikat oleh motif-motif keuntungan korporasi dan tidak bergantung pada dunia korporasi untuk kelangsungan hidup mereka.

Rangkuman

- 1. Perubahan-perubahan yang terjadi di altar dunia ini bukanlah perubahan yang terjadi secara “alamiah”, melainkan perubahan yang telah mengalami rekayasa (*by design*).

Artinya tidak ada netralitas dalam perubahan yang telah dihembuskan secara global itu. Bergantung bagaimana seseorang, lembaga dan negara menyikapi arus utama itu secara bijak dan cerdas

2. George Ritzer menyatakan bahwa globalisasi atau tepatnya globalisasi kehampaan--- merupakan bentuk penindasan model baru di era global, yaitu penindasan oleh komoditas-komoditas yang dikontrol, didistribusikan dan dimaknai secara terpusat oleh kekuatan modal yang lintas negara atau perusahaan transnasional.
3. Gerakan sosial baru merupakan kolektivitas politik dan kolektivitas sosial yang berbasis di luar tempat kerja yang semakin lantang, dengan tujuan tercapainya kebersamaan, kohesi dan kontinuitas yang dirasakan bersama
4. Gerakan sosial baru lebih memilih demokrasi langsung dan partisipasi anggota daripada demokrasi representatif. Politik simbolis gerakan sosial baru siap disebarkanluaskan media. Karena itu, mereka lebih mementingkan citra yang dibentuk, dengan mengaburkan batas-batas isi dan bentuknya. Aktivitas gerakan sosial baru adalah event media yang didesain agar memberikan daya tarik populer kepada mereka.
5. Bahasa yang digunakan gerakan ini bersifat polisemik dan cukup luas untuk menyesuaikan ketidaktepatan tujuan sambil pada saat yang sama membentuk basis aliansi atau komunitas imajiner.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang globalisasi!
2. Mengapa globalisasi diidentikan dengan proses yang rumit dan kompleks, beri penjelasan secukupnya?
3. Mengapa terjadi gerakan sosial baru, apa yang menjadi pencetus?
4. Beri analisis secukupnya karakter prinsip dari gerakan sosial baru!

Daftar Pustaka

- Agger, Ben. *Teori sosial Kritis ; Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009
- Barker,Chris. *Cultural studies ; Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Kreasi Wacana 2009
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa, Kencana*, Jakata : Prenada, 2004.
- Biagy, Shirly, *Media Impact n Introduction to Mass Media* Wadsworth Publishing Compny, Belmont, California, 1995

Giddens, Anthony, *Sociology* Oxford : Polity express, 1993

Piliang, Yasraf Amir. *Dunia yang terlipat; Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*.
Bandung : Matahari, 2011

Suharko. "Gerakan Sosial Baru di Indonesia ; Reportoar Gerakan Petani". *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Volume 10 nomer 1 tahun 2006

Tarrow, Sidney.. *Power in Movemnet, Social Movement anda Contentius Politics* Cambridge :
Cambridge Press, 1998

www.wikipedia.com

Paket 5

ETNISITAS DAN IDENTITAS

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang etnisitas dan identitas. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian, relasi etnisitas dengan kekuasaan, pengertian identitas, beragam dan terbentuknya identitas. Karena itu maka paket ini lebih diarahkan pada upaya memahamkan berbagai persoalan etnisitas dan identitas

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian etnisitas dari berbagai konsep, mencermati karakteristik dan konsekuensi yang ditimbulkannya serta konsep dan terbentuknya identitas. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan etnisitas dan identitas. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 5 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kertas plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar etnisitas dan identitas serta konsekuensi logis dari relasi yang ditimbulkannya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar etnisitas
2. Menjelaskan etnisitas dan kekuasaan
3. Menjelaskan pengertian dasar identitas
4. Menjelaskan Identitas yang beragam

5. Menjelaskan proyek identitas

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar etnisitas
2. Etnisitas dan kekuasaan
3. Pengertian dasar identitas
4. Identitas yang beragam
5. Proyek identitas

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. *Brainstorming* dengan mengamati *slide* fenomena budaya dan ideologi
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 5

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar etnisitas
Kelompok 2 : Etnisitas dan Kekuasaan
Kelompok 3 : Pengertian dasar Identitas
Kelompok 4 : Identitas yang beragam
Kelompok 5 : Proyek identitas
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai pesentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/naschat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis kasus-kasus yang berbau etnis

maupun sara. Untuk melengkapi analisis, mahasiswa diminta mengamati film yang diputar di dalam kelas. Selama menonton film mahasiswa mencatat segala hal yang dipersepsikan berbau persoalan etnis. Kemudian mendiskusikannya dalam kelompok kecil, dan terakhir hasil temuan dipanelkan secara bersama.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar etnisitas dan identitas dan konsekuensi dari relasi keduanya.

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, film pendek

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa diminta memperhatikan film pendek yang sedang diputar
2. Mahasiswa mencatat hal-hal penting dari film tersebut
3. Mendiskusikan film tersebut dalam sebuah kelompok kecil
4. Masing-masing kelompok membuat uraian temuan dari slide film tersebut yang ada kaitannya dengan etnisitas dan identitas
5. Masing-masing kelompok menempelkan hasil temuan yang ditulis di kertas plano pada dinding kelas
6. Presentasi hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Memberi tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

ETNISITAS DAN IDENTITAS

Pengertian Dasar Etnis dan Etnisitas

Secara etimologi Alo Liliweri¹ menyatakan kata etnisitas atau etnis mengacu pada kata *ethnos* yang berarti bangsa atau orang, ataupun juga sebagai kelompok sosial yang ditentukan oleh ras, adat istiadat, bahasa, nilai dan norma budaya. Dalam Ensiklopedia Indonesia disebutkan istilah etnik berarti kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, bahasa, dan sebagainya. Anggota-anggota suatu kelompok etnik memiliki kesamaan dalam hal sejarah (keturunan), bahasa (baik yang digunakan ataupun tidak), sistem nilai, serta adat-istiadat dan tradisi.

Fredrik Barth (1988) menyatakan bahwa etnik merupakan himpunan manusia, karena kesamaan ras, agama, asal usul bangsa ataupun kombinasi dari kategori tersebut yang terikat pada system nilai budayanya. *Ethnie* (komunitas etnik) juga dapat didefinisikan sebagai sekumpulan orang dengan dongeng mitologi, sejarah dan budaya, yang memiliki kelompok dengan wilayah spesifik dan rasa solidaritas. Konsep ini memberikan gambaran bahwa kelompok etnik adalah kelompok orang-orang sebagai suatu populasi yang : (a) dalam populasi kelompok mereka mampu melestarikan kelangsungan kelompok dengan berkembang biak. (b) Mempunyai nilai-nilai budaya yang sama, dan sadar akan rasa kebersamaannya dalam suatu bentuk budaya. (c) Membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri. (d) Menentukan ciri kelompoknya sendiri yang diterima oleh kelompok lain dan dapat dibedakan dari kelompok populasi lain.

Wikipedia² menyatakan bahwa kelompok etnik atau suku bangsa adalah suatu golongan manusia yang anggota-anggotanya mengidentifikasi dirinya dengan sesamanya, biasanya berdasarkan garis keturunan yang dianggap sama. Identitas sukupun ditandai oleh pengakuan dari orang lain akan ciri khas kelompok tersebut dan oleh kesamaan budaya, bahasa, agama, perilaku atau ciri-ciri biologis. Pertemuan internasional tentang tantangan-tantangan dalam mengukur dunia etnisitas pada tahun 1992 menyatakan bahwa etnisitas merupakan sebuah faktor fundamental dalam kehidupan manusia. Ini adalah sebuah gejala

¹ Alo Liliweri. *Prasangka dan Konflik ; Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. (Yogyakarta : LKiS, 2005), 8

² <http://wikipedia.com> (online) diakses tanggal 12 desember 2013

yang terkandung dalam pengalaman manusia, meskipun definisi ini seringkali mudah diubah-ubah.

Martin Blumer (2001) sebagaimana dikutip Alo Liliweri³ mengemukakan bahwa etnik atau yang selalu disebut kelompok etnik adalah satu kelompok kolektif manusia dalam penduduk yang luas, yang memiliki kenyataan atau cerita asal usul yang sama, mempunyai kenangan terhadap masa lalu, yang terfokus pada satu unsur simbolik atau lebih yang mendefinisikan identitas kelompok, seperti kekerabatan, agama, bahasa, pembagian wilayah, tampilan nasionalitas dan fisik (suku bangsa dan fisik), yang anggotanya sadar bahwa mereka merupakan anggota dari kelompok itu. Sementara itu Anthony D Smith⁴ menyatakan bahwa *ethnie* (komunitas etnik) dapat didefinisikan sebagai sekelompok manusia yang berbagi mitos leluhur, sejarah dan budaya, memiliki asosiasi / kelompok dengan territorial spesifik dan perasaan solidaritas.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diberikan catatan bahwa etnik atau kelompok etnik adalah (1) suatu kelompok sosial yang mempunyai tradisi kebudayaan dan sejarah yang sama, dan arena kesamaan inilah mereka memiliki suatu identitas sebagai suatu subkelompok dalam suatu masyarakat yang luas. Para anggota dari kelompok itu berbeda dengan kebudayaan kelompok masyarakat kebanyakan, hanya karena mereka memiliki karakteristik kebudayaan tertentu dari anggota masyarakat yang lain. (2) suatu kelompok individu yang memiliki kebudayaan yang berbeda, namun diantara para anggotanya merasa memiliki semacam subkultur yang sama. Gagasan tentang kelompok etnik itu berbeda dengan ras, sebab etnik lebih menggambarkan nilai, norma, perilaku dan bahasa, yang acapkali juga terlihat dari tampilan fisik mereka. Seringkali kelompok etnik dipikirkan sebagai kelompok minoritas dari kebudayaan orang lain. (3) etnik merupakan suatu kelompok yang memiliki domain tertentu, yang kita sebut dengan *ethnic domain*. Kerap kali kelompok etnik itu mempunyai peranan dari bentuk simbol yang sama, memiliki bentuk kesenian yang sama, yang diciptakan dalam ruang, dan waktu mereka. Jadi ada imajinasi yang sama atau arsitektur yang sama mereka ciptakan secara virtual.

Jika dipahami lebih jelas, sebenarnya kelompok etnik pertama kali diidentifikasi melalui hubungan darah. Apakah seseorang tergabung dalam suatu kelompok etnik tertentu atau tidak tergantung apakah orang itu memiliki hubungan darah dengan kelompok etnik itu atau tidak. Meskipun seseorang mengadopsi semua nilai-nilai dan tradisi suatu etnik

³ Alo Liliweri. *Prasangka dan Konflik ; Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. (Yogyakarta : LKiS, 2005), 10

⁴Anthony D Smith. "Structure and Persistence of ethnic" dalam Montserrat Guibernal and John Rex. *The Ethnicity ; Nationalism, Multiculturalism and Migration*.(Polity Press, 1997), 27

tertentu tetapi jika ia tidak memiliki hubungan darah dengan anggota kelompok etnik itu, maka ia tidak bisa digolongkan anggota kelompok etnik tersebut. Seorang batak akan tetap menjadi anggota etnik batak meskipun dalam kesehariannya sangat 'jawa'. Orang Jawa memiliki perbendaharaan kata untuk hal ini, yakni 'durung jawa' (belum menjadi orang jawa yang semestinya) untuk orang-orang yang tidak menerapkan nilai-nilai jawa dalam keseharian mereka. Dan menganggap orang dari etnik lain yang menerapkan nilai-nilai jawa sebagai 'njawani' (berlaku seperti orang jawa). Meskipun demikian orang itu tetap tidak dianggap sebagai orang Jawa.

Selain aspek hubungan darah (*blood relationship*) aspek lain yang menjadi dasar dikaitkannya sesuatu dengan persoalan etnis adalah agama, Agama kadangkala menjadi ciri identitas yang penting bagi suatu etnis, tapi kadangkala tidak berarti apa-apa, hanya sebagai kepercayaan yang dianut anggota etnik. Di Jawa, agama yang dianut tidak menjadi penanda identitas etnik jawa (kejawaan) seseorang. Selain Islam, orang Jawa yang menganut kristen, Hindu, Budha, ataupun Kejawen juga cukup besar. Demikian juga pada etnis Betawi ataupun Sunda. Namun berbeda dengan etnik Minang. Agama dalam masyarakat Minangkabau justru dikukuhkan sebagai identitas kultur mereka sejak animisme ditinggalkan. Islam menjadi tolak ukur ke'minang'an seseorang secara legalitas adat. Karena itu, orang Minangkabau yang tidak lagi Islam dipandang sebagai orang yang tidak mempunyai hak dan kewajiban lagi terhadap adat Minangkabau, sebagaimana ditafsirkan dari 'adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah', kendatipun secara genealogis ia tetap beretnis Minang, yang tentu saja tidak bisa menjadi etnis lain.

"Penanda-penanda" itu akan mengalami "kekaburan" manakalah pada suatu saat ketika anggota kelompok etnik melakukan migrasi. Artinya sering terjadi keadaan dimana mereka tercerabut dari akar budaya etniknya karena mengadopsi nilai-nilai baru. Mulai dari kebiasaan baru, kultur baru, pola pikir baru serta bahasa baru. Banyak anak-anak dari anggota kelompok etnik tertentu yang merantau tidak bisa lagi berbahasa sesuai etniknya. Akan tetapi mereka tetap menganggap diri sebagai anggota etnik yang sama dengan orangtuanya dan juga tetap diakui oleh kelompok etniknya. Jadi, keanggotaan seseorang pada suatu etnik terjadi begitu saja apa adanya, dan tidak bisa diubah. Tidak bisa seorang etnis Sunda meminta diubah menjadi etnis Bugis, atau sebaliknya. Meskipun orang bisa saja memilih untuk mengadopsi nilai-nilai, entah dari etniknya sendiri, dari etnik lain, ataupun dari gabungan keduanya.

Satu hal yang diperhatikan dari hubungan antaretnik adalah terkadang terdapat kemiripan bahasa. Kesamaan bahasa itu dimungkinkan karena etnik-etnik tersebut memiliki

kesamaan sejarah tradisi kuno yang satu, yang mewariskan tradisi yang mirip dan juga bahasa yang mirip pula, misalnya bahasa Jawa memiliki banyak kemiripan dengan bahasa Bali, lalu bahasa Minang mirip dengan bahasa Banjar, dan lainnya.

Sementara itu dalam realitas lapangan konsep etnis tidak bisa dilepaskan dengan konsep etnisitas. Kedua konsep ini merupakan proses berkelanjutan, dalam arti persoalan etnis juga tidak bisa dilepaskan dari persoalan etnisitas. Etnisitas merupakan konstruksi performatif diskursif, ciptaan kultural yang sementara dan tidak stabil di mana kita mengidentifikasi diri kita. Ia juga bukan benda yang universal ataupun secara mutlak eksis, bahkan sebagai cara bertutur teratur tentang diri, identitas tersebut tidak bersifat arbitrer⁵ karena mereka distabilkan secara temporer oleh praktik-praktik sosial. Menurut Thomas Hylland Eriksen⁶, etnisitas merujuk pada hubungan antara kelompok-kelompok yang anggotanya menganggap diri mereka berbeda, dan kelompok-kelompok ini memiliki hirarki dalam masyarakat.

Etnisitas menurut Alo Liliweri⁷ merupakan konsep yang menjelaskan ; (1) status sekelompok orang berdasarkan kebudayaan yang dia warisi dari generasi sebelumnya. (2) nilai budaya dan norma yang membedakan anggota suatu kelompok dengan kelompok lain. Para anggota kelompok etnik umumnya mempunyai kesadaran atas nilai dan norma budaya yang sama, bahkan menjadikannya sebagai identitas budaya untuk membedakan atau memisahkan diri dengan kelompok lain di sekeliling mereka. (3) penggolongan etnik berdasarkan afiliasi, artinya atas dasar apa sekelompok yang berafiliasi satu sama lain. Bahkan itu dijadikan sebagai identitas sekaligus identifikasi dari individu bahwa mereka merupakan bagian dari anggota kelompok etnik. (4) perbedaan dengan ras, bahwa etnisitas merupakan proses pertukaran kebiasaan berperilaku dan kebudayaan secara turun temurun. (5) identitas kelompok yang didasarkan pada kesamaan karakteristik bahasa, kebudayaan, sejarah dan asal-usul geografis. (6) pembagian atau pertukaran kebudayaan yang berbasis pada bahasa, agama, dan kebangsaan (nasionalisme), atas pertimbangan ini, etnisitas selalu dihubungkan dengan keyakinan yang berlebihan pada bahasa, agama dan kebangsaan lain.

⁵ Kata arbitrer mengandung arti manasuka. Tetapi istilah arbitrer disini adalah tidak adanya hubungan wajib antara lambang bahasa (yang berwujud bunyi) dengan konsep atau pengertian yang dimaksud oleh lambang tersebut. Yang dimaksud dengan arbitrer adalah tidak adanya hubungan langsung yang bersifat wajib antara lambang dengan yang dilambangkannya. Dengan kata lain, hubungan antara bahasa dan wujud bendanya hanya didasarkan pada kesepakatan antara penutur bahasa di dalam masyarakat bahasa yang bersangkutan. Misalnya, lambang bahasa yang berwujud bunyi kuda dengan rujukannya yaitu seekor binatang berkaki empat yang biasa dikendarai, tidak ada hubungannya sama sekali, tidak ada ciri alamiahnya sedikit pun.

⁶ Thomas Hylland Eriksen. "Ethnicity, race and nation" dalam Montserrat Guibernau and John Rex. *The Ethnicity: Nationalism, Multiculturalism and Migration*. (Polity Press, 1997), 35-36

⁷ Alo Liliweri. *Prasangka*....14

Dengan mempertimbangkan konsep etnisitas tersebut, maka dapat dikatakan bahwa etnisitas merupakan konsep kultural yang terpusat pada kesamaan norma, nilai, kepercayaan, simbol dan praktek kultural yang terbentuk melalui praktik diskursif dengan cara berbicara tentang identitas kelompok dan mengidentifikasi diri dengan tanda dan simbol yang membentuk etnisitas. Etnisitas juga merupakan konsep relasional yg berhubungan dengan kategori identifikasi diri dan askrripsi sosial. Apa yang kita pikir sebagai identitas kita tergantung pada apa yang kita pikir bukan bagian dari kita. Karena itu etnisitas lebih baik dipahami sebagai proses pembentukan sekat yang dikonstruksi dan diperlihara pada kondisi sosio historis tertentu.

Etnisitas dan Kekuasaan.

Tak dapat dipungkiri bahwa proses terbentuknya etnisitas tak bisa lepas dari relasi kekuasaan antar berbagai kelompok. Proses ini secara langsung maupun tidak telah menandai relasi marginalitas, pusat dan pinggiran, dalam konteks perubahan bentuk dan situasi sejarah. Pusat dan pinggiran dalam konteks ini dapat dipahami melalui politik representasi. Melalui konsep tersebut memberikan sinyal bahwa proses itu menghasilkan keterpinggiran, seperti argumen Brah (1996), "Adalah penting untuk menjadikan sebuah aksioma bahwa apa yang direpresentasikan sebagai 'pinggiran' tidaklah sepenuhnya pinggiran tetapi merupakan efek dari representasi itu sendiri. 'Pusat' tidaklah lebih pusat daripada pinggiran."

Secara konsep kulturalis, etnisitas merupakan sebuah usaha yang berani untuk melepaskan diri dari implikasi rasis yang inheren dalam sejarah konsep ras. Seperti ditulis Stuart Hall (1996), "Jika subjek kulit hitam dan pengalama kulit hitam tidak distabilkan oleh alam atau esensi lainnya, maka pastilah ia terkonstruksi secara historis, cultural, dan politis... Term etnisitas mengakui kedudukan sejarah, bahasa, dan kebudayaan dalam konstruksi subjektivitas dan identitas, seperti halnya fakta bahwa semua wacana selalu punya tempat, posisi, situasi, dan semua pengetahuan selalu kontekstual." Konsekuensi dari konsep sini adalah menjadi dibaikkannya pertanyaan-pertanyaan tentang kekuasaan dan ras. Karena itu etnisitas dapat dikembangkan ke dalam diskusi tentang multikulturalisme, guna menunjukkan formasi sosial yang beroperasi dalam kelompok yang plural dan sejajar, daripada kelompok yang terealisasi secara hirarkis. Karena itu Hooks (1990) dan Gilroy (1987) lebih suka memakai konsep "ras", bukan karena ia berhubungan dengan keabsolutan biologis atau kultural, tetapi karena ia berhubungan dengan isu kekuasaan. Sebaliknya, Hall (1996) mencoba membangun kembali konsep etnisitas dengan memusatkan perhatian pada dimana kita semua terlokasikan secara etnis.

Dalam antropologi ada tiga perspektif teori utama yang digunakan dalam mencandra etnisitas, selain teori primordial, dua lainnya adalah teori situasional, dan teori relasional. Teori situasional berseberangan dengan teori primordial. Teori situasional memandang bahwa kelompok etnis adalah entitas yang dibangun atas dasar kesamaan para warganya, bagi mereka yang lebih penting bukan wujud kesamaan itu sendiri melainkan perihal penentuan dan pemeliharaan batas-batas etnis yang diyakini bersifat selektif dan merupakan jawaban atas kondisi sosial historis tertentu. Teori ini menekankan bahwa kesamaan kultural merupakan faktor yang lebih besar dibanding kesamaan darah dalam penggolongan orang-orang kedalam kelompok etnik.

Menurut perspektif teori situasional, etnik merupakan hasil dari adanya pengaruh yang berasal dari luar kelompok. Salah satu faktor luar yang sangat berpengaruh terhadap etnisitas adalah kolonialisme, yang demi kepentingan administratif pemerintah kolonial telah mengkotak-kotakkan warga jajahan ke dalam kelompok-kelompok etnik dan ras. Untuk seterusnya sisa warisan kolonial itu terus dipakai sampai sekarang. Contoh yang paling jelas adalah pembentukan identitas etnik Dayak. Istilah Dayak diberikan oleh kolonial Belanda untuk menyebut seluruh penduduk asli pulau Kalimantan. Padahal sesungguhnya etnik Dayak terdiri dari banyak subetnik (yang sebenarnya sebagai etnik sendiri yang sangat berbeda satu sama lain, seperti Benuaq dan Ngaju).

Teori relasional mendasarkan pada pandangan bahwa kelompok etnik merupakan penggabungan dua entitas atau lebih yang memiliki persamaan maupun perbedaan yang telah dibandingkan dalam menentukan pembentukan etnik dan pemeliharaan batas-batasnya. Kesamaan-kesamaan yang ada pada dua atau lebih entitas yang disatukan akan menjadi identitas etnik. Menurut perspektif relasional ini, etnik ada karena adanya hubungan antara entitas yang berbeda-beda, karena itu etnik tergantung pada pengakuan entitas lain di luar kelompok.

Saat ini sepertinya tidak relevan lagi membicarakan mengenai etnik mengingat batas-batas etnik telah semakin kabur. Batas-batas budaya antar etnik telah semakin tidak jelas. Saat ini segala manusia dari berbagai etnik telah semakin melebur dalam kehidupan sosial yang satu. Apalagi globalisasi yang begitu deras dan nyaris tak tertahankan bertendensi memunculkan keseragaman budaya, baik dalam pola pikir, sikap, tingkah laku, seni, dan sebagainya. Saat ini, menemukan kekhasan perilaku dari etnik tertentu bukan hal yang mudah. Semua etnis pada dasarnya memiliki perilaku yang sama. Misalnya hampir tak dapat dibedakan lagi seorang Minang dengan seorang Jawa, seorang Bugis dengan seorang Batak di Jakarta dalam hal tata pergaulan, dan seterusnya. Kategori untuk membedakan 'perilaku'

orang-orang merupakan sesuatu yang telah usang. 'Model untuk' yang digunakan dengan mengelompokkan perilaku dan budaya tertentu diasosiasikan dengan etnik tertentu sudah tidak dapat lagi dipergunakan. Sekarang ini, etnik sebagai identitas tidak berarti harus menunjukkan adanya perbedaan budaya. Mengaku berbeda etnik bukan lantas harus menunjukkan perbedaan dalam perilaku. Namun meski demikian, masyarakat umumnya tetap menganut adanya model-model perilaku dan sifat tertentu yang khas etnik tertentu, dan model tersebut digunakan untuk menjelaskan keberadaan etnik bersangkutan.

Persoalannya kemudian beranjak kepada masalah identitas. Etnik tetap ada karena berkaitan dengan kebutuhan akan identitas-identitas. Meskipun terdapat kesamaan-kesamaan yang besar dengan etnik lain, hal itu tidak menghalangi untuk tetap merasa berbeda. Identitas etnik yang diperkuat, dimana identitas etnik semakin kerap ditonjolkan dalam kehidupan sosial seperti yang terjadi belakangan ini, kontradiktif dengan ramalan para pemuja globalisasi. Justru, perkuatan identitas etnik lahir sebagai perlawanan atas globalisasi. Etnik dijadikan alat politik untuk mendapatkan posisi tawar yang lebih tinggi dalam meraih sumber daya tertentu. Beberapa manifestasi politik identitas etnik diantaranya, munculnya negara-negara etnik (seperti yang terjadi di bekas negara Soviet), tuntutan kemerdekaan atas suatu wilayah karena diklaim milik etnik tertentu (seperti di Aceh), tuntutan akan pengembalian tanah adat yang dipergunakan untuk perkebunan dan lainnya (terjadi hampir diseluruh Indonesia, terutama di luar Jawa), tuntutan pengembalian kekuasaan adat, dan berkembangnya isu putera daerah dalam era otonomi daerah (terjadi hampir diseluruh daerah).

Jadi, agaknya berbicara mengenai etnisitas tetap tidak kehilangan momentum. Hanya saja, pemahaman mengenai etnisitas perlu ditambahkan. Tidak saja etnik sebagai kategori orang-orang karena budaya dan darah, tetapi lebih penting lagi telah menjadi kategori identitas politis, dimana identitas etnis tetap dipertahankan karena memang bermanfaat. Meminjam istilah Edward Said, guru orientalisme, identitas etnikpun bisa dipilah sebagai identitas murni dan identitas politis. Identitas etnik menjadi identitas politis manakala identitas itu dipergunakan demi tujuan tertentu untuk memperoleh kemanfaatan tertentu.

Pengertian Dasar Identitas

Pembahasan tentang identitas selalu dimulai dengan sebuah pertanyaan mendasar yaitu bagaimana kita melihat diri kita dan bagaimana orang lain melihat kita, atau bagaimana kita mendefinisikan diri kita dan bagaimana pula orang lain mendefinisikan kita. Ini artinya identitas tidak bisa mengandalkan konstruksi diri semata yang mengabaikan konstruksi orang

lain. Betapapun kuat konstruksi diri kita bangun tanpa menyertakan konstruksi orang lain, maka sebenarnya identitas itu belum pernah terwujud. Identitas dalam perspektif kajian budaya merupakan sebuah narasi yang setiap saat harus dikonstruksi. Berhasil tidaknya narasi itu, bergantung kemampuan seseorang dalam membaca realitas sosiokultural yang ada disekitarnya.

Identitas menurut Alo Liliweri⁸ berasal dari kata *identity* yang berarti (1) kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain, (2) kondisi atau fakta tentang sesuatu yang sama diantara dua orang atau dua benda, (3) kondisi atau fakta yang menggambarkan sesuatu yang sama diantara dua orang (*individualitas*) atau dua kelompok atau benda, (4) pada tataran teknis, kata identitas hanya menunjuk tentang suatu kebiasaan untuk memahami dengan kata identitik.

Pemahaman identitas dalam pembahasan ini lebih diarahkan pada tataran hubungan antarmanusia. Mengapa?, karena pemahaman identitas dalam tataran hubungan manusia lebih kompleks dan lebih manusiawi, dalam arti identitas lebih dipahami menjadi bagian proses manusia dalam memahami diri dan lingkungannya. Karena itu pembahasan identitas dalam tataran hubungan manusia akan lebih terlihat dalam arti (1) membuat sesuatu menjadi identik atau sama, misalnya mempertimbangkan sesuatu sama artinya dengan melihat peluang (mengidentifikasi satu minat dibandingkan minat yang lain), (2) mengakui keberadaan sesuatu yang dilihat, diketahui, digambarkan atau yang kita klaim, apakah dia manusia atau benda (mengidentifikasi sebuah specimen biologis), (3) menghubungkan atau membuat sesuatu menjadi lebih dekat (mengidentifikasi pikiran seseorang dengan madzhab yang mempengaruhi dia), (4) kaum psikoanalisis menggunakan istilah *identify* untuk menerangkan rincian aspek-aspek psikologis yang dimiliki seseorang dan membandingkannya dengan aspek-aspek psikologis yang dimiliki orang lain, (5) meletakkan atau mempertukarkan pikiran, perasaan, masalah dan rasa simpatik (empatik).⁹

Pengertian identitas pada tataran hubungan antarmanusia akan mengantarkan pada upaya memahami sesuatu yang lebih konseptual, yaitu bagaimana meletakkan seseorang ke dalam tempat orang lain (komunikasi yang empatik), atau sekurang-kurangnya meletakkan atau berbagi (*to share*) pikiran, perasaan, masalah dan rasa simpatik (empatik) dalam sebuah proses komunikasi. Pada tataran inilah, identitas harus dipahami sebagai cara mengidentifikasi (melalui pemahaman terhadap identitas) atau merinci sesuatu yang dilihat, didengar, diketahui atau yang digambarkan, termasuk mengidentifikasi sebuah specimen

⁸ Alo Liliweri, Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya (Yogyakarta : LKiS, 2002), 69

⁹ Webster New World Dictionary

biologis (merinci ciri atau karakteristik fisik), bahkan mengidentifikasi pikiran seseorang dengan madzhab yang mempengaruhi, merinci aspek-aspek psikologis.

Sementara itu H.A.R Tilar¹⁰ menyatakan bahwa identitas itu erat kaitannya dengan relasi antara individu, etnik bahkan identitas bangsa. Namun demikian, membincang masalah identitas, paling tidak ada empat konsep yang dapat digunakan, yaitu (1) identitas berarti identik dengan yang lain. Mengarah pada adanya kesamaan antara individu dengan individu lainnya; (2) identitas berarti menjadi diri sendiri, dilahirkan sebagai suatu individu yang memiliki jiwa sendiri yang terhubung dengan proses kemerdekaan; (3) identitas berarti menjadi identik dengan suatu ide. Ide yang melepaskan kekuasaan individu, dan ide dalam konteks ini adalah suatu yang transendental; (4) identitas berarti individu yang realistis yang hidup bersama individu lainnya. Identitas dalam pengertian ini lebih dari hanya menjadi diri sendiri yang tidak terlepas dari lingkungan budaya maupun lingkungan alamiah. Melalui pandangan ini dinyatakan bahwa identitas hubungannya dengan identitas individu sebagai ciri dasar identitas setiap manusia berhubungan dengan identitas individu lainnya yang membentuk identitas etnis menjadi identitas bangsa. Menunjukkan bahwa hirarki identitas dapat dirunut dari sifatnya sangat sederhana hingga menjadi cukup kompleks. Dimulai dari identitas individu berkembang menjadi identitas etnis dan lebih besar lagi menjadi identitas nasional atau bangsa.

Apa yang dinyatakan Tilar menunjukkan bahwa persoalan identitas tidaklah sederhana, karena itu Kaplan¹¹ menegaskan bahwa identitas memang bukan persoalan sederhana, apalagi jika konsep bahkan proses identitas itu dikaitkan dan dilekatkan dengan konsep dan persoalan etnisitas, maka banyak persoalan ketika sekelompok etnis (etnisitas) mengartikan dirinya dalam konteks yang berbeda-beda yang biasanya diasosiasikan dengan perilaku kebudayaan, contohnya, pada bahasa, adat istiadat, keyakinan, sejarah, pakaian dan budaya materi. Kompleksitas identitas juga dinyatakan oleh Watson¹², identitas merupakan suatu konsep yang kompleks, di dalamnya terdapat identitas individu yang terhubung dengan identitas kelompok sebagai bagian dari karakteristik-karakteristik umum seperti nasionalitas, gender, sosial-ekonomi, keluarga, agama, etnis dan budaya. Kompleksitas identitas bergantung pada tujuan apa konsep identitas digunakan. Identitas yang dilekatkan pada ideologi terhubung

¹⁰ H.A.R. Tilar, *Mengindonesia ; Etnisitas dan Identitas Bangsa* (Jakarta Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), 118-120

¹¹ Kaplan, Flora Edouwaye S. "Making and Remaking National Identities", dalam *A Companion to Museum Studies*. Sharon Macdonald (ed.). (Australia: Blackwell Publishing, 2006), 153

¹² Watson, Sheila. "History Museum, Community Identities and A Sense Of Place: Rewriting Histories", *Museum Revolutions: How Museums Change and Are Changed*. Simon J. Knell, Susanne Macleod, and Sheila Watson (ed.), (London and New York: Routledge, 2007), 269

dengan faham yang biasanya di bawah kontrol suatu negara untuk menjalankan hubungan diplomasi dengan bangsa-bangsa lain. Identitas dalam konteks ini sering digolongkan sebagai identitas bangsa, hasil konstruksi dari berbagai kelompok identitas etnis.

Dalam perspektif kajian budaya dan media, identitas tidak hanya dipahami sebagai proses interaksi manusia dalam “mendefinisikan dirinya” saja, namun identitas dikatakan sebagai produk kultural yang spesifik dan tidak abadi. Identitas dipandang sebagai ekspresi yang dilakukan melalui berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain dan diri sendiri. Identitas merupakan suatu esensi yang dapat dimaknai melalui tanda-tanda selera, kepercayaan, sikap dan hidup, karena itu identitas dianggap lebih bersifat personal sekaligus sosial dan menandai bahwa kita sama atau berbeda dengan orang lain, namun yang terpenting dari pernyataan ini adalah identitas harus dipahami sebagai sesuatu yang kita miliki atau sesuatu yang tetap dan harus dicari. Perspektif kajian budaya dan media ini menurut Chris Barker¹³ memberikan gambaran bahwa identitas merupakan suatu stabilisasi makna secara temporer, suatu proses menjadi ketimbang entitas yang bersifat tetap. Penyatuan atau perangkaian diskursus “di luar” dengan proses “internal” subjektivitas. Titik pelekatan temporer pada posisi subjek yang dikonstruksi oleh praktik diskursif untuk kita. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa identitas lebih baik dipahami bukan sebagai entitas tetap melainkan sebagai deskripsi tentang diri kita yang diisi secara emosional.

Identitas yang Beragam

Identitas tidak satu, identitas tidak tetap abadi, tapi identitas harus selalu dicari dan dinarasikan sehingga seseorang menjadi dikenal dan memiliki sesuatu yang disebut sebagai identitas (diri, sosial dan kultural). Terkait dengan beragamnya konsep identitas itu, pada bagian ini akan dikemukakan konsep-konsep tersebut sebagai berikut :

a. Identitas Diri

Menurut Fearon sebagaimana dikutip Afthnur Afif,¹⁴ menyatakan bahwa identitas diri atau identitas personal merupakan seperangkat cirri-ciri, kepercayaan, hasrat atau prinsip-prinsip tindakan yang membuat seseorang berpikir bahwa dirinya secara sosial itu berbeda dari orang lain dalam sejumlah cara yakni (1) dia bisa memperoleh kebanggaan dirinya, (b) walaupun dia tidak mendapat kebanggaan itu, dia akan tetap menggunakan identitas tersebut untuk mengarahkan tindakan-tindakannya. Sebab tanpa hal itu, dia tidak akan tahu

¹³ Chris Barker. *Cultural Studies*..... 410

¹⁴ Afthnur Afif. *Identitas Tionghoa Muslim Indonesia : Pergulatan Mencari Jati Diri*, (Depok : Kepik,2012), 23

tentang bagaimana cara bertindak dan apa yang mesti dilakukan, (3) dia merasa tidak dapat mengubahnya sekalipun dia menghendaknya.

Munculnya identitas personal ini menurut James Fearo disusun oleh dua aspek, yaitu *Pertama*, identitas personal merupakan kategori yang terdiri dari seperangkat aspek atau atribut-atribut yang melekat pada diri seseorang yang membedakan dirinya dengan orang lain, misalnya aspek fisik rambut, kulit dan sebagainya, keyakinan personal yang spesifik, hasrat, tujuan-tujuan personal, prinsip-prinsip moral, maupun hal-hal yang secara umum mencirikan ekspresi personal individu. *Kedua*, identitas personal merupakan aspek-aspek atau atribut seseorang dalam artian dia tidak bisa tidak selalu menyadarinya sebagai bagian dari dirinya. Bagi Anthony Giddens¹⁵ identitas diri itu sebagaimana yang dipahami secara reflektif oleh orang dalam konteks biografinya. Ini artinya identitas diri adalah apa yang kita pikirkan tentang diri kita sebagai pribadi, selain itu juga identitas itu bukanlah kumpulan sifat-sifat yang kita miliki, identitas bukanlah sesuatu yang kita miliki, ataupun entitas atau benda yang bisa kita tunjuk. Dengan demikian identitas adalah cara berpikir tentang diri, yang selalu berubah dari satu situasi ke situasi yang lain menurut ruang dan waktunya, yang diciptakan dan berada selalu dalam proses gerak berangkat daripada kedatangan.

b. Identitas Sosial

Identitas sosial oleh Giddens¹⁶ diasosiasikan dengan hak-hak normatif, kewajiban dan sanksi yang pada kolektivitas tertentu, membentuk peran. Pemakaian tanda-tanda yang terstandarisasi, khususnya yang terkait dengan atribut badaniah umur dan gender merupakan hal yang fundamental di semua masyarakat, sekalipun ada begitu banyak variasi lintas kultural yang dapat dicatat. Dengan gambaran pernyataan Giddens ini maka sebenarnya identitas sepenuhnya bersifat sosial dan kultural dengan alasan sebagai berikut : (a) pandangan tentang bagaimana seharusnya menjadi seseorang adalah pertanyaan kultural, sebagai contoh individualisme adalah ciri khas masyarakat modern, (b) sumber daya yang membentuk materi bagi proyek identitas, yaitu bahasa dan praktik kultural, berkarakter sosial. Walhasil apa yang dimaksud dengan perempuan, anak, orang asia atau orang tua dibentuk secara berbeda oleh konteks-konteks kultural yang berbeda.

Identitas sosial terbentuk dari keterlibatan, rasa peduli dan rasa bangga individu sebagai bagian dari kelompok sosial yang dinaunginya. Ia merupakan bagian dari konsep diri individu yang bersumber dari pengetahuan tentang keanggotaannya dalam suatu kelompok

¹⁵ Chris Barker. *Cultural Studies*.... 175

¹⁶ Chris Barker. *Cultural Studies*.... 178

sosial yang menganut nilai, norma dan ikatan emosional tertentu yang mampu menyatukan anggota-anggotanya. Ada tiga asumsi yang dimiliki teori identitas sosial, yaitu (a) setiap individu akan berusaha mempertahankan konsep dirinya yang positif, (b) konsep diri tersebut lahir dari identifikasi terhadap kelompok sosial yang lebih besar (c) upaya individu dalam mempertahankan konsep dirinya yang positif itu cenderung dilakukan melalui cara membanding-bandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Proses perbandingan sosial ini umumnya didorong oleh motif persaingan antar kelompok, yang tidak jarang akan berujung pada konflik sosial ketika simbol-simbol struktural seperti distribusi kekuasaan yang tidak adil, hirarki sosial yang terlalu timpang, persaingan memperebutkan sumber daya dan pengaruh dan upaya mempertahankan harga diri kelompok itu tereskalasi dalam hubungan antar kelompok.¹⁷

Dari ketiga teori tersebut, maka dapat dikatakan secara sederhana bahwa identitas sosial seringkali diakibatkan oleh keanggotaan seseorang dalam sebuah kelompok kebudayaan tertentu, yang diperoleh melalui proses pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu yang lama. Dengan pola ini dapat dibedakan sekelompok orang dengan kelompok lain melalui kelompok umur, lalu ditetapkan ciri perilakunya misalnya usia tua diidentikkan dengan kesabaran, bijak bahkan lambat. Orang muda identik dengan bernaafsu, cepat, kurang sabar dan cepat marah. Pemberian identitas sosial ini juga dilakukan berdasarkan perilaku yang mereka tampilkan berdasarkan gender, pekerjaan dan lain sebagainya.

c. Identitas Kultural

Identitas budaya atau identitas kultural secara sederhana adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang diketahui batas-batasnya taklah dibandingkan dengan karakteristik atau ciri-ciri kebudayaan orang lain. Hal ini berarti bahwa ketika ingin mengetahui dan menetapkan identitas kultural, maka tidak sekedar menentukan karakteristik atau ciri-ciri fisik/biologis semata-mata, tetapi mengkaji identitas kultural sekelompok manusia melalui tatanan berpikir (cara berpikir, orientasi berpikir), perasaan (cara merasa dan orientasi perasaan) dan cara bertindak (motivasi tindakan dan orientasi tindakan).

Kenneth Burke sebagaimana dikutip Alo Liliweri¹⁸ menyatakan bahwa untuk menentukan identitas kultural itu sangat bergantung pada "bahasa" (bahasa sebagai unsure kebudayaan non material), bagaimana representasi bahasa menjelaskan sebuah kenyataan atas semua identitas yang dirinci kemudian dibandingkan (perhatikan pemahaman kita tentang

¹⁷ Afthonul Afif. *Identitas Tionghoa...* 18-19

¹⁸ Alo Liliweri. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* (Yogyakarta : LKiS, 2002), 72

identity, identical dan identify). Penamaan identitas seseorang atau sesuatu itu selalu meliputi konsep penggunaan bahasa, terutama untuk mengerti suatu kata secara denotative dan konotatif. Atau dalam konteks yang lebih sederhana dikatakan bahwa identitas kultural itu merupakan ciri yang muncul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu, yang meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama dan keturunan dari suatu kebudayaan. Kita selalu mengidentifikasi orang Flores sebagai orang Katholik, orang Madura sebagai muslim dan sebagainya. Kita juga mengidentifikasi orang keturunan Papua sebagai sekelompok orang yang memiliki kebudayaan tersendiri. Mereka identik dengan kebiasaan suka minum, susah diatur dan seterusnya. Kita juga mengidentifikasi seseorang berdasarkan bahasa yang mereka gunakan, sekurang-kurangnya melalui aksen ketika mereka bicara baik ketika berbahasa daerah maupun bahasa Indonesia. Pendek kata, identifikasi yang dilakukan lebih banyak memanfaatkan “instrument” budaya yang mereka miliki.

Sementara itu Stuart Hall sebagaimana Chris Barker¹⁹ menyatakan bahwa identitas kultural dapat dipahami secara esensialis maupun antiesensialis. Secara esensialis identitas seringkali dipandang sebagai nama dari “satu diri sejati” kolektif dan dipandang terbentuk di luar sejarah, keturunan dan serangkaian sumber simbolis umum. Asumsi yang dikembangkan dari pandangan ini adalah identitas kolektif memang ada, dan bahwa ia adalah “satu keseluruhan” yang diekspresikan melalui representasi simbolis. Berdasarkan asumsi ini maka ada esensi, misalnya kulit hitam yang didasarkan atas kemiripan pengalaman. Dengan menyandingkan “Inggris” dan “kulit hitam”, asumsi argument esensialis tiba-tiba menjadi problematic karena bisa saja diasumsikan bahwa identitas Inggris adalah Anglo Saxon berkulit putih. Kehadiran warga kulit hitam pada jumlah yang cukup banyak (dan warga Asia, Yahudi, Cina, Polandia dan lain-lain) di Inggris menjadikan asumsi semacam itu tidak mungkin lagi dipertahankan. Memang ia mendefinisikan apa arti dari menjadi seorang Inggris. Menjadi seorang Inggris bisa jadi menjadi seorang berkulit hitam yang mampu melacak nenek moyangnya sampai ke Afrika. Namun Karena konsep identitas Inggris adalah satu hal yang problematic, maka identitas kulit hitam pun demikian. Ada kemungkinan untuk tidak sekedar menyatakan tentang identifikasi kultural yang mengaitkan penduduk kulit hitam di Afrika, Amerika dan seterusnya, namun juga melacak garis perbedaan. Menjadi seorang Inggris berkulit hitam tidak sama menjadi seorang Afrika berkulit hitam atau seorang Amerika berkulit hitam.

¹⁹ Chris Barker. *Cultural Studies*.... 185

Sementara itu pandangan antiesensialis menekankan bahwa sebagaimana halnya dengan soal kemiripan, identitas diatur di sekitar sejumlah perbedaan. Identitas kultural dilihat bukan sebagai refleksi atas kondisi suatu hal yang tetap dan alamiah, melainkan sebagai proses *menjadi*. Tidak ada esensi bagi identitas yang perlu dicari, namun identitas kultural terus menerus diproduksi di dalam vector kemiripan dan perbedaan. Identitas kultural bukanlah esensi melainkan posisi yang terus menerus berubah, dan titik perbedaan di sekitar identitas kultural bisa menyebabkannya jadi beragam dan berkembang. Titik perbedaan itu antara lain, identifikasi kelas, gender, seksualitas, umur, etnisitas, kebangsaan, posisi politik (pada berbagai isu), moralitas, agama dan lain-lain, dan masing-masing posisi diskursif tersebut dengan sendirinya tidak stabil. Makna ke-Amerika-an, Ke-Indonesia-an terikat pada perubahan yang terus berlanjut karena makna tidak pernah berhenti atau selesai. Identitas kemudian menjadi “potongan” atau kilatan makna yang terungkap ; penempatan yang strategislah yang memungkinkan adanya makna. Pendapat antiesensialis ini tidak berarti bahwa kita tidak dapat berbicara tentang identitas, namun, ini menunjukkan pada kita sifat dasar politis dari identitas sebagai “produksi” dan kepada kemungkinan bagi identitas yang beragam, berubah dan terfragmentasi yang dapat diartikulasikan bersama dengan berbagai cara.

Proyek Identitas

Beragamnya konsep identitas yang diusung pakar ilmu sosial konvensional dan kajian budaya mengisyaratkan adanya perbedaan perspektif dalam mencermati konsep dan fenomena identitas, termasuk dalam hal ini proses terbentuknya identitas (personal, sosial dan kultural). Dalam perspektif komunikasi antarbudaya, terbentuknya identitas budaya menurut Alo Liliweri²⁰ dapat dikembangkan melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

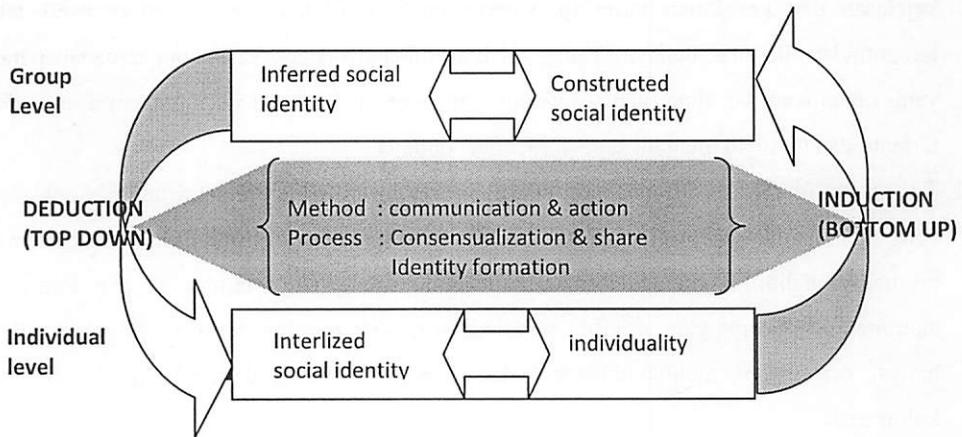
- a. **Tahap yang tak disangka**, dalam tahap ini pembentukan identitas dilakukan secara tidak disengaja atau tidak disadari. Seseorang terpengaruh oleh tampilan budaya dominan karena merasa budaya yang dimiliki kurang akomodatif. Lalu seseorang ikut-ikutan membentuk identitas baru.
- b. **Tahap pencarian identitas budaya**, merupakan proses penjajakan, bertanya dan ujicoba sebuah identitas lain. Seseorang merasa perlu mencari dan belajar tentang budaya. Dengan kata lain tahap ini memerlukan proses pencarian identitas budaya, pelacakan dan pembelajaran budaya.

²⁰ Alo Liliweri. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* ... 83-86

- c. **Tahap budaya yang diperoleh**, merupakan sebuah bentuk identitas yang dicirikan oleh kejelasan dan keyakinan terhadap penerimaan diri. Melalui proses internalisasi lalu terbentuklah identitas budaya. Tahap ini juga dikenal dengan kesadaran terhadap peran yang dimainkan dan diperoleh seseorang, yang kemudian peran itu membentuk perilaku tertentu dan berubah menjadi sebuah identitas budaya.
- d. **Tahap konformitas ; internasionalisasi**, proses ini diperoleh melalui internasionalisasi yang membentuk konformitas. Jadi proses internalisasi berfungsi untuk membuat norma-norma yang dimiliki menjadi sama (konformitas) dengan norma-norma yang dominan, atau membuat norma yang dimiliki berasimilasi ke dalam kultur dominan. Di tahap inilah banyak orang yang melihat dirinya melalui lensa dari kultur dominan dan bukan dari kultur asal.
- e. **Tahap resistensi dan separatism**, merupakan proses pembentukan identitas sebuah kultur dari sebuah komunitas tertentu (yang kadang-kadang merupakan komunitas minoritas dari sebuah suku bangsa, etnik bahkan agama) sebagai suatu komunitas yang berperilaku eksklusif untuk menolak norma-norma kultur dominan.
- f. **Tahap Integrasi**, proses ini dapat dilakukan melalui proses integrasi budaya, di mana seseorang atau sekelompok orang mengembangkan identitas baru yang merupakan hasil dari integrasi pelbagai budaya dari komunitas atau masyarakat asal.

Melalui penjelasan tersebut, ternyata identitas bukan sesuatu yang sifatnya *taken for granted* saja, atau yang melekat begitu saja, namun sebenarnya ada sebuah tahapan yang meskipun tidak disadari, akan selalu dilalui. Proses terbentuknya identitas sosial dalam perspektif interaksional juga terlihat tahapan. Perspektif ini merupakan hasil pengembangan yang dilakukan oleh Postmes dan kawan-kawan.²¹ Lebih jelasnya dapat dilihat gambar sebagai berikut;

²¹ T.S.A Postmes and Swaab, R.I "Social Influence in Small Groups ; an Interaction Model of Social Identity Formation", in *European Review of Social Psychology*. Vol.16 P.1-42

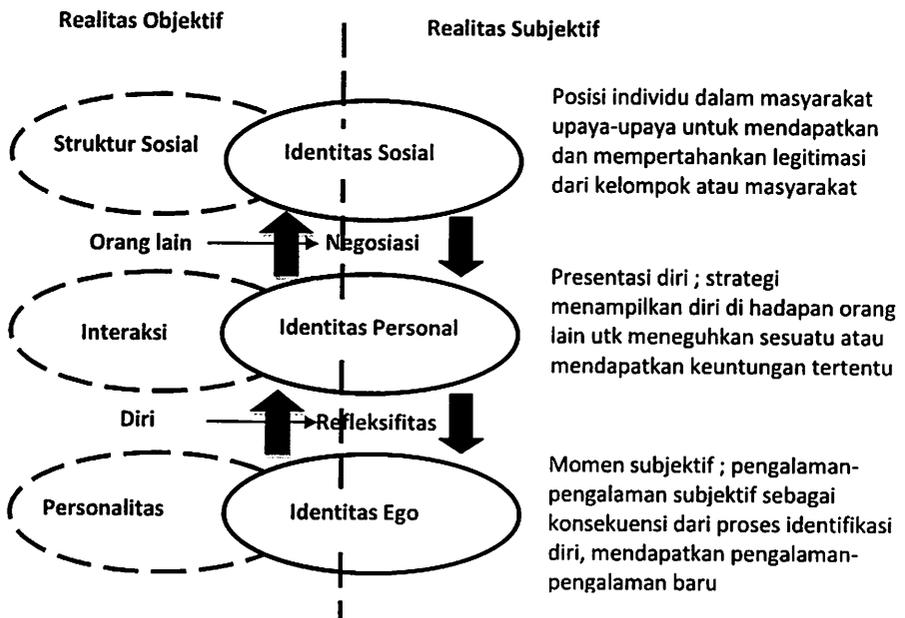


Dari gambar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut ; *pertama*, model induction (*bottom up*) menggambarkan proses pembentukan identitas sosial dari sudut pandang individu. Pertama-pertama individu merasa dirinya merupakan bagian dari kelompok tertentu, namun dia belum sepenuhnya menyadari tentang pentingnya identitas kolektif yang bisa menyatukan anggota-anggota kelompok tersebut. Setelah menyadari bahwa dalam relasi sosial ternyata menuntut kelompoknya untuk mengambil posisi tertentu di hadapan kelompok-kelompok lain, tidak jarang berkembang dalam pola hubungan yang kompetitif, maka sebagai bagian dari kelompok individu merasakan betapa penting identitas sosial yang mampu mengikat dan merepresentasikan anggota-anggotanya. Melalui proses consensus, saling berbagai gagasan, menentukan nilai-nilai yang berfungsi sebagai fondasi bagi identitas mereka, maka identitas sosial akan terbentuk, dengan catatan anggota-anggota kelompok mampu mengatasi perbedaan-perbedaan tersebut dan berhasil mencapai kesepakatan bersama.

Kedua, model deduksi (*top down*), model ini lebih menekankan fungsi kelompok sebagai sumber identitas sosial individu. Model ini mengasumsikan bahwa setiap kelompok pada dasarnya telah memiliki dan mempraktekkan atribut dan nilai-nilai tertentu yang mengikat anggota-anggotanya menjadi kesatuan kolektif. Model ini menjelaskan juga bahwa pembentukan identitas sosial terjadi dari atas ke bawah, diturunkan dari kelompok ke individu, yang ditandai dengan adanya internalisasi nilai-nilai dan atribut kelompok ke dalam konsep diri individu. Dengan demikian, terjadinya identitas model ini sebagai konsekuensi logis interaksi (negosiasi) antara individu sebagai agen yang membawa harapan-harapan

tertentu dengan system nilai yang berkembang dalam kelompok, hingga pada tahapan tertentu akhirnya kesadaran pada individu bahwa dirinya merupakan bagian dari kelompok tersebut.

Proses terbentuknya identitas secara multidimensional sebagai pengembangan dari model *cote and Levin* dapat dilihat dari gambar sebagai berikut :



Gambar 2.
Model Pembentukan Identitas Multidimensional

Penjelasan yang dapat disampaikan dalam gambar diatas merupakan proses *arbitrary*, sehingga tidak bisa ditentukan dengan pasti dari titik mana dulu pembentukan identitas seseorang itu, yang terpenting bergantung pada konteksnya. Gambar diatas juga menunjukkan posisi seseorang ketika berada diantara dua orientasi pembentukan identitas, yaitu identitas sosial dan identitas personal. Ketika individu sedang berada dalam sebuah kelompok atau masyarakat, maka kecendrungan pertama akan lebih mengemuka. Sebaliknya jika dibutuhkan untuk menampilkan keunikan individual yang lebih mengemuka, maka menampilkan identitas personal merupakan pilihan yang lebih relevan.

Sementara itu terkait dengan pembentukan identitas, stuart Hall mengidentifikasi dengan tiga cara yaitu melalui (a) subjek pencerahan. Konsep ini didasarkan pada suatu pemahaman tentang pribadi manusia sebagai individu yang sepenuhnya terpusat dan terpadu, yang didukung oleh kapasitas rasio, kesadaran dan tindakan yang "pusatnya" terdiri dari

inti... dalam Pusat esensial dari adalah identitas pribadi. Pandangan ini dikenal juga dengan sebutan subjek Cartesian, di mana kapasitas rasional dalam diri yang memungkinkan seseorang memiliki pengalaman tentang dunia dan memahaminya menurut bagian actual dunia itu. (b) subjek sosiologis ; bahwa identitas tidak membangun dirinya sendiri atau berada di dalam diri melainkan aspek yang seluruhnya kultural, karena terbangun melalui proses akulturasi. Diri yang disosialisasikan inilah yang disebut sebagai subjek sosiologis. (c) subjek pascamodern ; subjek dipandang memiliki “diri inti” yang mampu secara reflektif mengordinasikan dirinya menjadi satu kesatuan. Diri yang tersentralisasi atau diri pascamodern melibatkan subjek dalam perubahan identitas yang terfragmentasi dan beragam. Orang bukan hanya tersusun atas satu tetapi banyak identitas, yang kadang-kadang kontradiktif.

Rangkuman

1. Etnisitas merupakan konstruksi performatif diskursif yang tidak mengacu pada hal yang telah ada sejak lama. Jadi mereka lebih merupakan kategori kultural yang relative ketimbang sebagai “fakta” biologis dan universal. Etnisitas sebagai suatu konsep mengacu pada pembentukan dan pemeliharaan sekat-sekat kultural dan memiliki keuntungan berupa penekanan kepada sejarah, kebudayaan dan bahasa.
2. Identitas terkait dengan identitas diri dan identitas sosial. Identitas terkait dengan yang pribadi dan yang sosial, tentang diri kita dan tentang relasi kita dengan orang lain.
3. Identitas sepenuhnya berkarakter kultural dan tidak ada di luar representasinya dalam diskursus kultural. Identitas bukan suatu hal yang paten yang kita miliki melainkan suatu proses menjadi. Ini adalah suatu pemutusan strategis atau stabilisasi temporer dalam bahasa. Kita bisa memahami identitas sebagai diskursus regulatoris tempat kita terikat melalui proses identifikasi atau investasi emosional.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang etnis dan etnisitas!
2. Apa yang menjadi dasar pertimbangan kajian budaya dan media memberikan perhatian pada persoalan etnisitas?
3. Beri penjelasan tentang identitas dan ragamnya!
4. Bagaimana identitas itu terbentuk, beri penjelasan secukupnya?

Daftar Pustaka.

- Afif, Afthonur. *Identitas Tionghoa Muslim Indonesia ; Pergulatan Mencari Jati Diri*, Depok : Kepik, 2012
- Barker, Chris Barker. *Cultural Studies ; Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2000
- Eriksen, Thomas Hylland. "Ethnicity, race and nation" dalam dalam Montserrat Guibernal and
- Kaplan, Flora Edouwaye S. "Making and Remaking National Identities", dalam *A Companion to Museum Studies*. Sharon Macdonald (ed.). (Australia: Blackwell Publishing, 2006
- Liliweri, Alo., *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* Yogyakarta : LKiS, 2002
- Liliweri. Alo. *Prasangka dan Konflik ; Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta : LKiS, 2005
- Postmes, T.S.A and Swaab, R.I "Social Influence in Small Groups ; an Interaction Model of Social Identity Formation", in *European Review of Social Psychology*. Vol.16 P.1-42
- Rex, John. *The Ethnicity ; Nationalism, Multiculturalism and Migration*. Polity Press, 1997
- Smith, Anthony D. "Structure and Persistence of ethnic" dalam Montserrat Guibernal and John Rex. *The Ethnicity ; Nationalism, Multiculturalism and Migration*. Polity Press, 1997
- Tilar, H.A.R *Mengindonesia ; Etnisitas dan Identitas Bangsa* Jakarta Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007
- Webster New World Dictionary
- Wikipedia (online) <http://wikipedia.com> diakses tanggal 12 desember 2013
- Watson, Sheila. "History Museum, Community Identities and A Sense Of Place: Rewriting Histories", *Museum Revolutions: How Museums Change and Are Changed*. Simon J. Knell, Susanne Macleod, and Sheila watson (ed.), London and New York: Roulledge, 2007

Paket 6

GENDER, REPRESENTASI DAN MEDIA

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang gender, representasi dan media. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian, peran gender dan , representasi perempuan dalam media. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan gender dan representasinya

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian gender dari berbagai konsep, mencermati karakteristik dan konsekuensi yang ditimbulkannya serta representasinya di media. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan gender dan media. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau e-book yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 6 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar gender, representasinya di media serta konsekuensi logis dari relasi yang ditimbulkannya

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar gender
2. Menjelaskan peran gender
3. Menjelaskan representasi perempuan dalam media

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar gender
2. Peran gender; warisan biologis atau budaya
3. Representasi perempuan dalam media

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena gender di masyarakat
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 6

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 3 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar gender
Kelompok 2 : peran gender
Kelompok 3 : representasi perempuan dalam media
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasihat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis pemberitaan di media massa yang terkait persoalan dengan gender, dan representasi perempuan. Untuk menunjang itu, mahasiswa diminta mengamati beberapa produk media tercetak maupun elektronik, kemudian menganalisisnya secara kritis.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar gender dan karakteristiknya, peran gender dan representasi perempuan dalam media melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk uraian singkat

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, majalah, koran

Langkah Kegiatan

1. Masing-masing mahasiswa diberi koran, majalah
2. Masing-masing mahasiswa diminta mengamati secara kritis produk media tersebut, kemudian mencatatnya hal-hal yang dipersepsi penting
3. Hasil catatan masing-masing mahasiswa dibawa ke kelompoknya untuk didiskusikan dan dianalisis secara bersama
4. Hasil analisis dalam bentuk temuan, dicatat dan ditulis pada kertas plano
5. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk uraian singkat
6. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
7. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
8. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

GENDER, REPRESENTASI DAN MEDIA

Pengertian Gender

Seringkali dalam budaya tradisional, perempuan selalu dilihat sebagai kelas ke dua setelah laki-laki. Konsep *kanca ing wingking* atau 3M (*masak, manak lan macak*) menjadi satu konsep yang terus terpelihara di altar budaya masyarakat, bahkan di era cyber ini konsep itu masih saja dipakai dan terpakai, akibatnya dalam posisi apapun perempuan akan selalu dipersepsi *miring*. Fungsi dan peran yang diemban perempuan dalam masyarakat tersebut secara tidak sadar biasanya dikonstruksikan oleh budaya setempat sebagai warga negara kelas dua. Pada posisi inilah terjadi bias *gender* dalam masyarakat. Meski disadari bahwa ada perbedaan-perbedaan kodrati makhluk perempuan dan laki-laki secara jenis kelamin dan konstruksi tubuh, namun dalam konteks budaya peran yang diembannya haruslah memiliki

kesetaraan. Hingga saat ini masih ditengarai terjadi ketidaksejajaran peran antara laki-laki dan perempuan, yang sebenarnya lebih didasarkan pada kelaziman budaya setempat. Terkait dalam kehidupan keseharian, konstruksi budaya memiliki kontribusi yang kuat dalam memposisikan peran laki-laki - perempuan. Banyaknya ketidaksetaraan ini pada akhirnya memunculkan gerakan feminis yang menggugat dominasi laki-laki atas perempuan.

Gerakan yang menentang dominasi laki-laki atas perempuan ini menurut Sitá Van Bemmelen sebagaimana dikutip Idi Subandi¹ didasari oleh dua hal yaitu *pertama*, ketidakpuasan dengan gagasan statis tentang jenis kelamin. Perbedaan antara pria dan wanita hanya menunjuk pada sosok biologisnya dan karenanya tidak memadai untuk melukiskan keragaman arti pria dan wanita dalam pelabagi kebudayaan. *Kedua*, *gender* menyiratkan bahwa kategori pria dan wanita merupakan konstruksi sosial yang membentuk pria dan wanita. Ironisnya, di tengah gegap gempitanya upaya kaum feminis memperjuangkan keadilan dan kesetaraan *gender* itu, masih banyak pandangan sinis, cibiran dan perlawanan yang datang tidak hanya dari kaum laki-laki, tetapi juga dari kaum perempuan sendiri. Masalah tersebut mungkin muncul dari ketakutan kaum laki-laki yang merasa terancam oleh kebangkitan perempuan atau mungkin juga muncul dari ketidaktauhan mereka, kaum laki-laki dan perempuan akan istilah *gender* itu sendiri dan apa hakekat dari perjuangan *gender* tersebut.

Lalu apa sebenarnya *gender* itu? *Gender* berasal dari bahasa Inggris *gender* yang berarti jenis kelamin. Dalam *Webster New Dictionary*, *gender* diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dari segi nilai dan tindakan. Oakley dalam Fakih² menyatakan bahwa *gender* adalah perbedaan perilaku antara laki-laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial, yakni perbedaan yang bukan kodrat dan bukan ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia melalui proses sosial dan kultural. Lebih lanjut dikemukakan oleh Haspels dan Suriyasarn (2005), *gender* adalah sebuah variabel sosial untuk menganalisa perbedaan laki-laki dan perempuan yang berkaitan dengan peran, tanggung jawab dan kebutuhan serta peluang dan hambatan. Vitayala³ menyatakan bahwa *gender* adalah suatu konsep yang menunjuk pada suatu sistem peranan dan hubungannya antara perempuan dan lelaki yang tidak ditentukan oleh perbedaan biologi, akan tetapi ditentukan

¹ Idi Subandy dan Hanif Suranto, (ed). *Wanita dan Media*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998),xxvi

² Fakih, Mansour, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar Offset, 1999)

³ Aida Vitalaya S. Hubeis. *Pemberdayaan Perempuan dari Masa ke Masa*. (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2010)

oleh lingkungan sosial, politik, dan ekonomi. WHO⁴ mendefinisikan *gender* sebagai seperangkat peran, perilaku, kegiatan dan atribut yang dianggap layak bagi laki-laki dan perempuan, yang dikonstruksikan secara sosial dalam suatu masyarakat.

Gender bagi Chris Barker⁵ merupakan asumsi dan praktik kultural yang mengatur konstruksi sosial laki-laki, perempuan dan relasi sosial mereka. Feminitas dan maskulinitas adalah bentuk perilaku yang diatur secara kultural yang dipandang sesuai secara sosial bagi jenis kelamin tertentu. *Gender* selalu merupakan masalah bagaimana laki-laki dan perempuan dihadirkan. Sementara itu Mufidah⁶ mengungkapkan bahwa pembentukan *gender* sebenarnya ditentukan oleh sejumlah faktor yang ikut membentuk, kemudian disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksi melalui sosial dan kultural, dilanggengkan oleh interpretasi agama dan mitos-mitos seolah-olah telah menjadi kodrat laki-laki dan perempuan. *Gender* merupakan analisis yang digunakan dalam menempatkan posisi setara antara laki-laki dan perempuan untuk mewujudkan tatanan masyarakat sosial yang egaliter. Jadi *gender* bisa dikategorikan sebagai perangkat operasional dalam melakukan *measure* (pengukuran) terhadap persoalan laki-laki dan perempuan terutama terkait dengan pembagian peran dalam masyarakat yang dikonstruksi oleh masyarakat itu sendiri. *Gender* bukan hanya ditujukan kepada perempuan semata, tetapi juga pada laki-laki. Hanya saja yang dianggap mengalami posisi termarginalkan sekarang adalah pihak perempuan, maka perempuanlah yang lebih ditonjolkan dalam meraih kesetaraan *gender* sebagaimana laki-laki.

Oleh karena dibentuk secara sosial budaya, maka *gender* bukan kodrat atau ketentuan Tuhan, bersifat tetap, sehingga dapat diubah dari masa ke masa, berbeda untuk setiap kelas dan ras. Jika dicermati, sebenarnya selama ini masyarakat yang menciptakan sikap dan perilaku berdasarkan *gender*, yang menentukan apa yang seharusnya membedakan perempuan dan lakilaki. Keyakinan akan pembagian tersebut diwariskan secara turun temurun, melalui proses belajar di dalam keluarga dan masyarakat, melalui proses kesepakatan sosial, bahkan tidak jarang melalui proses dominasi. Artinya, proses sosialisasi konsep *gender* kadang dilakukan dengan cara halus maupun dalam bentuk indoktrinasi. Proses itu menuntut setiap orang (laki-laki dan perempuan) berpikir, bersikap, bertindak sesuai dengan ketentuan sosial budaya di mana mereka tinggal. Sejarah perbedaan *gender* antara laki-laki dan perempuan terjadi melalui proses yang sangat panjang, melalui proses

⁴ WHO] *World Health Organization* 2012, *What Do We Mean By "Sex" and "Gender"?*. [Artikel]. (<http://www.who.int/gender/whatisgender/en/index.html>) [diakses 20 Desember 2013]

⁵ Chris Barker. *Cultural Studies : Teori dan Praktik* (Yogyakarta ; Kreasi Wacana, 2000), 408

⁶ Mufidah Ch, *Paradigma Gender*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2003), 4-6

sosialisasi, diperkuat, bahkan dikonstruksikan secara sosial, kultural, melalui ajaran agama maupun negara.

Konsep *gender* juga menyebabkan terbentuknya stereotipe yang ditetapkan secara budaya atau hal yang umum tentang karakteristik gender yang spesifik, berupa karakteristik yang berpasangan yang dapat menggambarkan perbedaan *gender*. Dapat dilihat bahwa hal itu dibentuk saling bertentangan, tetapi karakteristiknya saling berkaitan. Sebagai contoh, laki-laki adalah makhluk yang rasional, maka perempuan mempunyai karakteristik yang berlawanan yaitu tidak rasional atau emosional.

Tabel 1.
Karakteristik Laki-laki dan Perempuan

Karakteristik Laki-Laki	Karakteristik Perempuan
Maskulin	Feminin
Rasional	Emosional
Tegas	Fleksibel/plinplan
Persaingan	Kerjasama
Sombong	Selalu mengalah
Orientasi dominasi	Orientasi menjalin hubungan
Penuh perhitungan	Menggunakan insting
Agresif	Pasif
Objektif	Mengasuh
Fisik	Cerewet

Memperhatikan tabel karakteristik laki-laki dan perempuan tersebut, menunjukkan bahwa secara sosial dan kultural, laki-laki selalu dalam posisi diunggulkan dibandingkan perempuan. Tabel itu juga menunjukkan bagaimana laki-laki melalui konstruksi sosial budaya menunjukkan posisi yang dominan. Melalui posisi inilah kemudian ada upaya dilanggengkan melalui praktik kultural.

Melalui tabel tersebut juga dapat dikatakan bahwa persoalan gender, bukan sekedar mempersoalkan jenis kelamin manusia, atau hanya sekedar membicarakan karakteristik biologis manusia yang jelas-jelas secara fisik berbeda. Persoalan gender itu lebih mengarah pada praktik kultural bagaimana relasi perempuan dan laki-laki itu “dimainkan” . Gender bukanlah ketetapan mutlak dan abadi, tapi sebuah pemosisian yang bisa suatu saat berubah berdasarkan konteksnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel sebagai berikut :

Tabel.2
Perbedaan Seks dan Gender

Seks (Jenis Kelamin)	Gender
1. Tidak bisa berubah	1. Bisa berubah
2. Tidak bisa dipertukarkan	2. Bisa dipertukarkan
3. Berlaku sepanjang masa	3. Bergantung masa
4. Berlaku di mana saja	4. Bergantung budaya masing-masing
5. Berlaku bagi kelas dan warna kulit apa saja	5. Berbeda antara satu kelas dengan kelas lainnya
6. Ditentukan oleh Tuhan atau kodrat	6. Bukan kodrat Tuhan tapi buatan manusia

Peran Gender : Warisan Biologis atau Budaya

Pemahaman terhadap konsepsi *gender* selama ini dipahami secara keliru dan disamakan dengan jenis kelamin seseorang serta dianggap sebagai kodrat yang berarti ketentuan Tuhan. Akibatnya konsep gender menjadi dibatasi dan terbatas atau bahkan disempitkan, sehingga jika terjadi persoalan yang menyangkut relasi perempuan dan laki-laki dianggap sebagai persoalan yang lumrah, *sudah dari sononya*, sudah takdirnya dan seterusnya. Contoh lain yang dapat ditampilkan bagaimana persoalan gender dipersepsi salah, ketika masyarakat mendidik anak dalam hal tanggung jawab rumah, maka selalu saja orang tua memosisikan anak perempuan lah yang bertanggung jawab atau bahasa sederhanya adalah anak perempuanlah yang selayaknya “memikul beban” itu, mulai menjaga kebersihan rumah hingga keindahannya, sementara anak laki-laki diposisikan “lumrah” jika ia tidak melakukan tugas membersihkan dan menjaga keindahan rumah. Posisi seperti itu bukanlah kodrat, bukanlah ketentuan Tuhan yang tidak bisa diubah, tapi posisi itu adalah konstruksi sosial dan kultural dalam masyarakat tertentu.

Gambaran sedikit realitas sosial itu bukanlah kodrat, tapi sekedar peran yang dimainkan yang dapat juga dipertukarkan antara laki-laki dengan perempuan. Peran tidak pernah melekat secara abadi, tidak permanen, dan tidak mutlak, selama laki-laki dan perempuan dapat berbagai peran, maka tidak ada persoalan. Yang menjadi masalah ketika masyarakat yang mindsetnya masih didominasi oleh budaya patriarki, di mana peran jenis kelamin dianggap sebagai ketentuan yang pasti, maka persoalan gender pasti akan muncul ke permukaan. Dengan demikian, kata kunci dari semua itu adalah dekonstruksi mindset dominan.

Mengapa persoalan gender di masyarakat tertentu masih berlangsung ?, salah satunya adalah kuatnya mindset kultur masyarakat yang mempersepsi bahwa persoalan gender adalah persoalan “pemosisian” laki-laki dan perempuan. Laki-laki yang mencari

nafkah, dan perempuan yang bagian rumah. Bila laki-laki membangun kehidupan dengan perempuan yang diberi makanan dan kesempatan hidup lainnya, maka laki-laki dapat mengharapkan hubungan seksual. Implikasi lebih lanjut dari peran gender antara laki-laki dan perempuan membawa pada pengembangan trait tertentu yang didistribusikan secara berbeda. Jika perempuan tinggal di rumah dan merawat anak-anak, mereka mengembangkan trait 'pengasuhan' (*nurturance*). Selanjutnya, perempuan yang masih lemah setelah melahirkan membutuhkan bantuan untuk merawat anak-anak lainnya. Konsekuensinya, perempuan mengembangkan hubungan positif dengan perempuan lain seperti saudara perempuannya, saudara ipar, sepupunya untuk merawat anak-anaknya. Keadaan ini membawa trait pada 'kepekaan hubungan' (*relatedness*). Demikian halnya, laki-laki yang pergi mencari nafkah/makanan, juga mengembangkan trait tertentu yaitu agresivitas dan ketrampilan dalam hal kepemimpinan dan tanggungjawab (diperlukan untuk melindungi keluarga) serta status dalam komunitasnya. Kombinasi hal-hal tersebut, membuat laki-laki akan nyaman dalam suatu hubungan dengan perempuan yang melibatkan dominasi daripada kesetaraan. Kondisi-kondisi tersebut pada akhirnya memunculkan satu tuntutan universal yang mendapat dukungan dalam proses sosialisasi yaitu bahwa laki-laki harus kuat, percaya diri, dominan, independen, sedangkan di lain sisi perempuan mempunyai sifat pengasuhan, orientasinya pada suatu hubungan.

Melihat kenyataan seperti, maka muncul beberapa perilaku yang dilazimkan harus dimiliki oleh jenis kelamin tertentu, seperti:

1. Agresivitas milik laki-laki. Dalam beberapa budaya, laki-laki disosialisasikan berperilaku lebih agresif daripada perempuan. Bobby Low (1989) meneliti tentang agresivitas laki-laki yang dihubungkan dengan kompetisi untuk menarik perhatian perempuan. Agresivitas memiliki keuntungan karena untuk mendapatkan sumber-sumber dalam masyarakat seperti kekayaan, status dan barang-barang. Menurut Murdock (1981) sebagian besar masyarakat di dunia menganut sistem perkawinan poligini. Dalam system ini agresivitas sangat dihargai dan anak laki-laki disosialisasikan untuk bereperilaku agresif. Meski demikian hasil penelitian Idrus (2000) menemukan temuan menarik yang mengindikasikan bahwa perempuan memiliki tingkat agresivitas yang lebih tinggi dibanding laki-laki.
2. Pengasuhan (*Nurturance*) dan kepatuhan didominasi perempuan. Bila laki-laki agresif, maka sifat pengasuhan dan patuh yang disosialisasikan bagi perempuan. Dalam banyak budaya, perempuan dituntut memiliki sifat kepatuhan yang tinggi --terutama kepatuhan terhadap suaminya dan orang tua mereka--. Secara eksplisit dalam budaya muncul idion

swargo nunut, neroko katut (ke surga ikut, ke neraga turut). Idiom ini secara tidak langsung mengkonstruksi fenomena masyarakat tersebut betapa isteri (perempuan) harus mengikuti gerak yang dilakukan suami, bahkan untuk persoalan yang sakral-pun harus merelakan dengan tingkat kepatuhan yang dalam. Pada sisi lain, untuk banyak budaya kepatuhan penting bagi laki-laki karena perempuan yang memiliki sifat ini akan mengikuti aturan-aturan umum sehingga menguatkan dominasi laki-laki. Pada sisi ini, terlepas dari jenis kelaminnya, tampaknya secara psikologis orang yang berposisi di atas, menghendaki tingkat kepatuhan yang tinggi daripada bawahannya, demi menjaga kekuasaan yang dimilikinya.

3. Tingkat aktivitas tinggi milik laki-laki. Laki-laki mempunyai tingkat aktivitas yang tinggi daripada perempuan, sejak kecil disosialisasikan dalam bentuk-bentuk permainannya, Mereka banyak melakukan kegiatan di luar rumah, macam permainannya seperti sepak bola, basket dan banyak aktivitas lainnya yang menuntut banyak gerak dan berada di luar rumah. Sementara itu perempuan dicirikan dengan permainan-permainan yang sedikit sekali memerlukan tenaga, seperti bermain pasar-pasaran. Pada akhirnya jika ada anak perempuan yang melakukan aktivitas seperti anak laki-laki, lingkungan sekitarnya akan "mencibirkannya", dan kita biasa memberinya julukan sebagai *tomboy*.
4. Perempuan ditengarai memiliki tingkat perhatian yang tinggi atas relasi (hubungan) dibanding dengan laki-laki. Sifat tersebut berkaitan dengan kondisi perempuan yang lemah setelah proses kelahiran anaknya dan adanya tuntutan untuk mengasuh, merawat anak-anaknya, yang pada akhirnya perempuan mengembangkan dan memelihara hubungan baik. Hal ini sangat dibutuhkan perempuan untuk 'menjaga' (secure) bila perempuan mendapatkan kesulitan dalam memenuhi tuntutan pengasuhan anak

Meski dipahami bahwa tidak semua aktivitas dapat bertukar peran antara laki-laki dan perempuan, namun menyempang aktivitas tersebut tidak terkait dengan kondisi biologis jenis kelamin, maka sebenarnya dapat terjadi tukar peran antara jenis kelamin yang berbeda. Kondisi inilah yang tampak belum secara arif dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat kita, dan budaya pada akhirnya menguatkannya dan menjadikan sesuatu yang sakral. Hingga pada akhirnya, akan terlihat canggung tatkala ada seorang bapak yang menggendong anaknya, sementara sang ibu berjalan lenggang, atau sulit terjadi dalam teks-teks buku bahasa Indonesia dicontohkan perilaku seperti, ibu membaca koran, ayah memasak di dapur. Padahal kondisi itu telah secara empirik ada dalam masyarakat kita, meski persentasenya belum banyak. Pada akhirnya disadari bahwa budaya memainkan peran penting dalam konstruksi gender seseorang.

Dalam budaya, peran yang diberikan (*roles ascribed*) bagi laki-laki dan perempuan berlaku secara relatif fleksibel, sebagaimana anggota suatu budaya membentuk variasi tugas-tugas yang berkaitan dengan kelangsungan hidup kelompok. Merujuk pada budaya yang di di sekita kita, tampak ada perbedaan peran gender antara suku bangsa yang satu dengan suku bangsa yang lain. Secara umum sistem patrilineal lebih dominan dibanding matrilineal, yang secara tidak langsung memposisikan jenis kelamin tertentu memiliki konstruksi sosial yang lebih tinggi dibanding jenis kelamin lainnya. Pada giliran selanjutnya, posisi tersebut menentukan peran jenis yang akhirnya terbentuklah konstruksi gender sebagaimana saat ini ada. Dengan demikian *gender* bukanlah warisan yang kekal, tapi ia merupakan konstruksi budaya. Jika budaya “menghendaki” kekekalan mindset, maka sebenarnya budaya tersebut sedang melanggengkan dominasi system dengan cara melakukan hegemoni kultur.

Kondisi ini masih berlangsung dan semakin “parah”, ketika alat analisis sosial yang telah ada seperti analisis kelas, analisis diskursus dan analisis kebudayaan yang selama ini digunakan untuk memahami realitas sosial tidak dapat menangkap realitas relasi kekuasaan yang didasarkan pada relasi *gender* dan sangat berpotensi menumbuhkan penindasan. Dengan begitu analisis gender sebenarnya menggenapi sekaligus mengoreksi alat analisis sosial yang ada yang dapat digunakan untuk meneropong realitas relasi sosial lelaki dan perempuan serta akibat-akibat yang ditimbulkannya. Perbedaan konsep gender secara sosial telah melahirkan perbedaan peran perempuan dan laki-laki dalam masyarakatnya. Secara umum adanya gender telah melahirkan perbedaan peran, tanggung jawab, fungsi dan bahkan ruang dan tempat di mana manusia beraktivitas. Sedemikian rupanya perbedaan gender ini melekat pada cara pandang kita, sehingga kita sering lupa seakan-akan hal itu merupakan sesuatu yang permanen dan abadinya ciri biologis yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki.

Representasi Perempuan Dalam Media

Evans (1997) sebagaimana dikutip Chris Barker⁷ menyatakan bahwa terdapat dorongan untuk menunjukkan bahwa perempuan telah memainkan suatu peran dalam kebudayaan, dan khususnya dalam dunia sastra, di hadapan penghapusan mereka dari stadart karya yang baik. Ia memiliki batas-batas yang sama dengan perhatian terhadap berbagai jenis representasi perempuan yang telah dibentuk, yaitu bahwa politik gender memainkan posisi sentral dalam proyek representasi.

Dalam kajian feminis disebutkan bahwa representasi merupakan suatu ekspresi langsung realitas sosial dan atau suatu distorsi potensial dan distorsi actual atas realitas

⁷ Chris Barker. *Cultural Studies*..... 263

tersebut. jadi representasi perempuan mencerminkan sikap laki-laki dan merupakan misrepresentasi perempuan sejati. Posisi ini dikenal dengan istilah “citra perempuan” yang dalam perkembangannya dipandang sebagai konstruksi kultural dan bukan sebagai suatu refleksi atas dunia nyata. Walhasil perhatian terpusat pada bagaimana representasi bermakna dalam konteks kekuasaan sosial dengan konsekuensi yang ditimbulkannya bagi relasi gender.

Terkait dengan representasi⁸ itu Stuart Hall menganggap bahwa “ada yang salah” dengan representasi kelompok minoritas bahkan perempuan dalam media, ia meyakini bahwa imaji-imaji yang dimunculkan oleh media semakin memburuk, semakin tidak jelas yang sedang dikonstruksi media tersebut, karena itu wajar jika muncul sebuah kritis terhadap apa yang selama ini tersaji di media, yaitu (1) Apakah gambaran di media membantu kita untuk memahami atau mengerti bagaimana dunia bekerja?, (2) Gambaran sesuatu seperti apa yang direpresentasikan dalam media?

Pertanyaan Stuart Hall seakan diamini oleh Ziauddin Sardar⁹, yang menyatakan bahwa memang ada yang salah dengan media ketika merepresentasikan perempuan. Perempuan dalam media selalu digambarkan sebagai obyek tatapan pria. Para model yang nyaris telanjang pada sampul majalah pria adalah pemandangan biasa. Perempuan telanjang dada menghiasi kebanyakan surat kabar dan majalah. Para presenter program televisi populer dipilih berdasarkan wajah mereka dan bukannya bakat yang lebih substansial. Salah satu stereotip perempuan yang paling umum adalah istilah “bimbo” dimana seorang perempuan digambarkan memiliki rambut pirang, tata rias menor, dada besar, rok mini, sepatu berhak tinggi. Meskipun istilah ini memiliki sejarah panjang yang bisa dilacak sampai tahun 1920an, dalam kultur posmodern istilah ini mengandung konotasi buruk tertentu. Apa yang sangat ironis, meskipun tidak mengejutkan, adalah bagaimana perempuan tidak berhati-hati dan bersekongkol dalam pembuatan dan konstruksi stereotip gender semacam itu. Lihatlah

⁸ Representasi, biasanya, dipahami *pertama* sebagai gambaran sesuatu yang akurat atau realita yang terdistorsi. Representasi tidak hanya berarti “to present”, “to image”, atau “to depict”. *Kedua*, gambaran politis hadir untuk merepresentasikan kepada kita. Kedua ide ini berdiri bersama untuk menjelaskan gagasan mengenai representasi. “representasi” adalah sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan. Konsep lama mengenai representasi ini didasarkan pada premis bahwa ada sebuah gap representasi yang menjelaskan perbedaan antara makna yang diberikan oleh representasi dan arti benda yang sebenarnya digambarkan. Hal ini terjadi antara representasi dan benda yang digambarkan. Berlawanan dengan pemahaman standar itu, Stuart Hall berargumentasi bahwa representasi harus dipahami dari peran aktif dan kreatif orang memaknai dunia “so the representation is the way in which meaning is somehow given to the things which are depicted through the images or whatever it is, on screens or the words on a page which stand for what we’re talking about” Hall menunjukkan bahwa sebuah imaji akan mempunyai makna yang berbeda dan tidak ada garansi bahwa imaji akan berfungsi atau bekerja sebagaimana mereka dikreasi atau dicipta. Hall menyebutkan “Representasi sebagai konstitutif”. Representasi tidak hadir sampai setelah selesai direpresentasikan, representasi tidak terjadi setelah sebuah kejadian. Representasi adalah konstitutif dari sebuah kejadian. Representasi adalah bagian dari objek itu sendiri, ia adalah konstitutif darinya.

⁹ Ziauddin Sardar. *Membongkar Kuasa Media*. (Magelang : Resist Book, 2008)

“majalah wanita” sebagian besar, majalah-majalah ini ditulis untuk perempuan, oleh perempuan. Tetapi pesan apa yang berusaha disampaikan oleh majalah wanita ini kepada pembacanya? Majalah perempuan cenderung terbagi menjadi dua kategori yaitu, majalah yang berhubungan dengan menata rumah dan perawatan anak-anak, dan majalah yang bertujuan untuk menawarkan diri mencari jodoh “laki-laki”. Pembagian kategori ini merepresentasikan dualisme klasik pemikiran Barat dimana perempuan dikategorikan sebagai Madonna “perempuan yang suci, keibuan, bersih dan rendah hati” dan perempuan sebagai pelacur yang “gampangan, tak bermoral, seksual penuh dosa.

Bukan hanya itu saja, dalam produk iklan media apapun, perempuan juga direpresentasikan sebagai sosok yang tersubordinasikan, tubuh perempuan masih dijadikan objek penarik hasrat. Perempuan yang baik adalah perempuan yang berada di wilayah domestik. Jika ada citra perempuan bekerja maka dia digambarkan tetap bertanggung jawab sepenuhnya dalam hal kerumah tangga. Padahal rumah tangga adalah tanggung jawab suami dan isteri. Tamrin Amalgola sebagaimana dikutip Ade Tanesia¹⁰ mengkategorikan citra perempuan pada iklan di media massa sebagai berikut:

1. Citra Pigura : Perempuan sebagai sosok yang sempurna dengan bentuk tubuh ideal
2. Citra Pilar : Perempuan sebagai penyangga keutuhan dan penata rumah tangga
3. Citra Peraduan: Perempuan sebagai objek seksual
4. Citra Pinggan : Perempuan sebagai sosok yang identik dengan dunia dapur
5. Citra pergaulan: perempuan sebagai sosok yang kurang percaya diri dalam pergaulan

Dengan gambaran seperti semakin jelas bahwa realitas media masih menunjukkan bias gender dalam merepresentasi perempuan. Berbagai ketidakadilan gender, mulai dari marginalisasi, subordinasi, stereotype atau label negative, beban kerja, kekerasan dan kekerasan. Sebagai contoh, media secara langsung telah memberi label negatif pada perempuan hitam, pendek dan berambut keriting. Perempuan seperti itu “layak” disebut sebagai perempuan jelek. Perempuan cantik adalah perempuan berkulit putih, tinggi, langsing, berambut lurus. Demi mendapatkan label cantik, perempuan berlomba-lomba menggunakan berbagai macam produk kecantikan agar kulitnya putih. Perempuan juga diwajibkan mengonsumsi pil/tablet agar senantiasa langsing. Jika setelah melahirkan dan bertubuh gembrot, buru-burulah mengikuti terapi di rumah kecantikan agar tubuh yang melar kembali seperti semula. Atau, perempuan agar terlihat selalu rapi, harus menggunakan shampo dan kondisioner, merawat rambut dengan masker rambut, toning dan sebagainya.

¹⁰ Ade Tanesia, “Representasi Perempuan dalam Media” dalam Website: <http://adetanesia.wordpress.com>

Rangkuman

1. Di dalam kajian budaya dan media, jenis kelamin dan gender diyakini sebagai konstruksi sosial yang secara intrinsik terkandung dalam soal-soal representasi. Itu semua terkait dengan soal kebudayaan (*culture*) daripada soal alam (*nature*).
2. Identitas seksual bukanlah sebagai suatu esensi biologis universal, melainkan soal bagaimana gender dituturkan yang kaitannya dengan kajian budaya dan media pada persoalan kelamin dan representasi.
3. Perempuan selalu diposisikan sebagai jenis kelamin kedua (*second sex*) yang ter subordinasi oleh laki-laki.
4. Perempuan yang menempati posisi subjek dikonstruksikan dalam kerja patriarkis domestisifitas dan kecantikan, sebagai ibu dan berkarier serta mampu menggali individualitas seseorang agar terlihat menarik.
5. Perempuan dalam masyarakat pascakolonial memikul beban ganda, yaitu ter subordinasi oleh kolonialisme laki-laki pribumi serta mendestabilkan representasi tubuh berjenis kelamin.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang pengertian gender yang anda pahami!
2. Mengapa terjadi kesalahpahaman masyarakat dalam memaknai gender?
3. Bagaimana representasi perempuan di media, beri analisis secukupnya?
4. Mengapa budaya dominan memperlakukan perempuan dan laki-laki secara berbeda?

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. *Cultural Studies ; Teori dan Praktik* Yogyakarta ; Kreasi Wacana, 2000
- Fakih, Mansour, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar Offset, 1999
- Mufidah Ch, *Paradigma Gender*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2003),
- Subandi, Idi dan Suranto, Hanif (ed). *Wanita dan Media*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998
- Sardar. Ziauddin *Membongkar Kuasa Media*. (Magelang : Resist Book, 2008
- Vitalya, Aida S. Hubeis. *Pemberdayaan Perempuan dari Masa ke Masa*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2010

WHO] *World Health Organization 2012, What Do We Mean By "Sex" and "Gender"?*.
[Artikel]. (<http://www.who.int/gender/whatisgender/en/index.html>) [diakses 20
Desember 2013]

PAKET 7

POLITIK KULTURAL DAN KEBIJAKAN KULTURAL

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan beberapa isu tentang politik kultural dan kebijakan kultural yang saling terkait. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian politik kultural, pola politik kultural dan kebijakan kultural. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan politik kultural dan kebijakan kultural.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian politik kultural dari berbagai konsep, pola dan kebijakan politik kultural. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan politik kultural dan kebijakan kultural. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 7 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paket selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar politik kultural, pola politik kultural dan kebijakan kultural.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar politik kultural
2. Menjelaskan pola politik kultural
3. Menjelaskan kebijakan kultural

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar politik kultural
2. Pola politik kultural
3. Kebijakan kultural

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena politik kultural di masyarakat
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 7

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 3 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar politik kultural
Kelompok 2 : pola politik kultural
Kelompok 3 : kebijakan kultural
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Membaca naskah ilmiah atau artikel di jurnal terkait dengan politik kultural dan kebijakan kultural. Mahasiswa mendiskusikan hasil bacanya secara kelompok, kemudian mempresentasikan temuannya secara panel.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar politik kultural dan polanya, dan kebijakan kultural melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam uraian singkat berdasar hasil baca artikel.

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, artikel jurnal

Langkah Kegiatan

1. Masing-masing kelompok diberi satu sampai dua artikel jurnal yang terkait dengan persoalan politik kultural dan kebijakan kultural
2. Kelompok mendiskusikan, hasil diskusi dituangkan dalam bentuk pointer pikiran dan gagasan.
3. Ditulis di kertas plano dan ditempel pada dinding kelas
4. Pilihlah satu anggota kelompok untuk presentasi
5. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
6. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

POLITIK KULTURAL DAN KEBIJAKAN KULTURAL

Pengertian politik kultural

Dalam realitas dinamika kehidupan, politik adalah bagian dari sebuah kultur yang dikonstruksi bersama masyarakat berdasarkan kesepakatan. Meski bagian dari kultur, tak jarang politik juga mempengaruhi kultur. Ini artinya keduanya terlibat dalam komunikasi dua arah yang saling mempengaruhi. Terkadang politik dipengaruhi oleh kultur di satu sisi, di sisi lain kultur dipengaruhi oleh politik.

Politik kultural sangat berbeda dengan kultur politik. Kultur politik lebih sering dimaknai sebagai perilaku dan mekanisme pengelolaan kekuasaan, bagaimana mendapatkan

legitimasi yang kuat dari masyarakat, namun juga masyarakat yang memberi legitimasi menjadi taat terhadap aturan dan kebijakan yang diproduksi penguasa. Dalam konteks kultur politik inilah pemimpin dan *cultural background* yang dianut masyarakat cukup memberikan kontribusi dalam mempengaruhi roda dan pengelolaan kekuasaan. Masyarakat patrimonial ataupun juga patembayan lebih memilih sosok personal daripada rasionalitas berpolitik. Karena itu sosok personal dianggap sebagai kata kunci berjalannya roda dan pengelolaan kekuasaan. Akibat lebih jauh system kekuasaan dalam sebuah negara lebih mencerminkan produk kultur masyarakat, daripada kerja politik rasional.

Sementara itu politik kultural menurut Chris Barker¹ adalah terkait dengan isu kekuasaan dalam penamaan dan representasi yang menjelaskan peta makna kultural kita. Persaingan untuk mendapatkan makna dan sumber daya kebudayaan. Tulisan bahasa baru yang digunakan untuk mendeskripsikan diri kita dengan keyakinan bahwa mereka akan memiliki konsekuensi sosial yang dikehendaki. Pernyataan Chris Barker tersebut memberikan gambaran bahwa politik kultural merupakan sebuah upaya yang kuat dalam (a) persaingan untuk mendapatkan makna dan sumber daya kebudayaan dengan memanfaatkan isu kekuasaan dalam penamaan dan representasi yang menjelaskan peta makna kultural (b) serangkaian perjuangan sosial kolektif yang diorganisasi di dalam kelas, gender, ras, seksualitas, umur dll yang berusaha mendeskripsikan ulang kehidupan sosial dalam hal nilai dan harapan yang ingin diraih yang bersifat spesifik.(c) perjuangan untuk menamai dan kekuasaan untuk mendeskripsikan kembali diri kita sendiri (bahasa baru)

Pola politik kultural

Melalui pemaknaan politik kultural yang dinyatakan Chris Barker tersebut, maka sebenarnya politik kultural sangat terkait dengan beberapa hal yaitu (a) kekuasaan untuk menamai, (b) kekuasaan untuk merepresentasikan pendapat umum (*common sense*), (c) kekuasaan untuk menciptakan versi resmi, dan (d) kekuasaan untuk merepresentasikan dunia sosial yang legitim. Kaitan ini lebih disebabkan karena kebudayaan (*culture*) menjadi sebuah arena atau zona perebutan di mana makna dan versi dunia yang saling bersaing harus bertarung agar dianut dan memperoleh klaim pragmatis atas kebenaran. Secara khusus, makna dan kebenaran dalam domain kebudayaan dibentuk dalam pola-pola kebudayaan, dalam hal ini kekuasaan untuk menamai dan membakukan deskripsi-deskripsi tertentu adalah satu bentuk politik kultural.

¹ Chris Barker. *Cultural Studies ; Teori dan Praktek* (Yogyakarta ; Kreasi Wacana, 2000), 416

Konsekuensi lain dari penggunaan konsep tersebut, maka politik kultural secara operasional dapat dimaknai sebagai penggunaan atau menjadikan politik sebagai instrument perubahan sosial bahkan rekayasa sosial. Melalui kekuatan budaya, kepribadian maupun filosofi, maka kekuatan sosial dikonstruksi berdasarkan dialektika beragam kultur atau system nilai yang ada di dalam masyarakat yang pada akhirnya membentuk system politik. Sekali lagi kebudayaan termasuk nilai-nilai yang dimilikinya merupakan zona “vital” bagi perubahan. Nah, politik kultural lebih diarahkan pada proses penguatan nilai yang menjadi dasar sebuah gerakan perubahan, sehingga melahirkan “pengakuan” yang pada hakekatnya merupakan proses perebutan. Dengan kondisi seperti itu, maka isu representasi kultural dalam sebuah masyarakat menjadi semakin bersifat politis, karena isu tersebut erat kaitannya dengan kekuasaan. Kekuasaan yang diposisikan sebagai media regulasi sosial yang memproduksi dirinya sendiri, memungkinkan beberapa pengetahuan dan identitas tetap eksis sambil mengabaikannya demi yang lain²

Begitu berhimpitnya persoalan kebudayaan dengan kekuasaan, maka menurut yasraf Amir Piliang³ memunculkan kecenderungan-kecenderungan baru beroperasinya kekuasaan dalam kebudayaan melalui :

Pertama, politik konsumsi ; bagaimanapun politik kultural tidak dapat dilepaskan dari ekonomi politik kapitalisme yang didalamnya berkembang apa yang disebut masyarakat consumer. Masyarakat consumer adalah masyarakat yang menjadikan konsumsi sebagai ideology, yaitu bagaimana nilai dan makna kehidupan, aktualisasi diri dan eksistensi diperoleh lewat tindak ekonomi. Objek konsumsi sendiri tidak lagi bersandar pada logika fungsi dan kebutuhan melainkan pada logika tanda, di mana tanda inilah yang menentukan tindak konsumsi dan mendefinisikan relasi-relasi sosial dibaliknya.

Kedua, politik tontonan, masyarakat saat ini adalah masyarakat tontonan yang di dalamnya tontonan (berupa televise, hiburan, music, iklan) menjadi titik pusat kehidupan budaya. Tontonan (dan citra di dalamnya) menjadi penentu relasi antara kelompok-kelompok sosial, apakah itu relasi kelas, status, gaya hidup. Tontonan adalah momen ketika komoditi mencapai tingkat penguasaan total terhadap kehidupan sosial (makna, nilai, norma, kepercayaan). Tontonan adalah cara manusia memaknai hidup yang menjadi acuan nilai dan moral masyarakat. Padahal tontonan adalah ilusi yang ditanamkan pada objek tontonan, tetapi ilusi itu mengendalikan persepsi dan kesadaran masyarakat yang melihatnya.

² Chris Barker. Cultural Studies....., 372

³ Yasraf Amir Piliang. *Dunia yang Dilipat : Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. (Bandung : Matahari, 2011), 382-383

Ketiga, politik tanda, Budaya saat ini adalah budaya tanda dalam bentuknya yang baru yang dapat dijelaskan lewat lima karakter, yaitu

- (a) sifatnya yang ironis, absurd, paradoksal, dekonstruktif dan kontradiktif, yang di dalamnya tana digunakan bukan untuk menyampaikan pesan, tetapi menampakkan kelucuan, kegilaan, paranoia,
- (b) merayakan ekses, disebabkan oleh motif penggunaan tanda di dalamnya bukanlah motif pengiriman pesan, melainkan sesuatu yang berada di luar relasi komunikasi ; noise, gangguan, turbulensi, disorder, chaos, disinformasi, simulasi atau ironi,
- (c) merayakan permainan tanda, lewat penolakan terhadap strukturalisme dalam bahasa, yang dianggap telah menutup berbagai kemungkinan tafsiran kreatif dalam bahasa, yang hanya dapat dicari jalan keluarnya bila dibuka pintu bagi permainan bebas tanda
- (d) merayakan permainan medium, sehingga kini medium itu sendiriyang menjadi pesan, dari motif komunikasi telah beralih dari pencarian pesan ke arah keterpesonaan yang ditimbulkan oleh permainan, teknik dan kecanggihan teknologi media itu sendiri.
- (e) turbulensi tanda dengan mentolerir kegagalan dalam system pertandaan, yang menciptakan model semiotika skizofrenia, berupa keterputusan rantai pertandaan (antara penanda dan petanda, atau antara penanda dengan penanda lainnya.)

Keempat. Politik Citra. Citra dan pencitraan (imagologi) merupakan strategi utama dalam system produksi dan konsumsi yang di dalamnya konsep, gagasan, tema atau ide-ide dikemas dan ditanamkan pada objek konsumsi, untuk dijadikan sebagai memori politik, dalam rangka mengendalikan diri mereka. Citra digunakan sebagai alat pengendalian massa consumer, yaitu pengendalian selera, gaya hidup, tingkah laku, serta imajinasi-imajinasi kolektif mereka oleh sekelompok elit (kapitalis), lewat berbagai ilusi-ilusi yang diciptakan. Citra merupakan instrument untuk menguasai kehidupan jiwa, serta untuk membentuk dan mengatur tingkah laku eksternal setiap orang yang dipengaruhinya. Karena itu wujud budaya yang muncul adalah budaya yang dijajah oleh hiring-iringan citra yang menjadi landasan rasional dalam memilih, menentukan baik/buruk, benar/salah, berguna/tidak berguna yang tidak perlu menjadi perlu, yang banal menjadi esensial.

Dengan mencuatnya kecenderungan-kecenderungan tersebut menurut Rorty⁴ perlu dilakukan upaya yang kuat dengan cara “menampilkan bahasa baru” dalam arti perubahan sosial menjadi mungkin dilakukan hanya melalui pemikiran ulang dan deskripsi ulang tatanan sosial dan kemungkinan yang tersedia di masa depan. Tidak ada bahasa pribadi, maka

⁴ Rorty R. *Contingensi, irony and Solidarity*. (Cambridge : Cambridge University Press, 1989)

deskripsi ulang adalah aktivitas sosial dan aktivitas politik. Memikirkan ulang diri kita, yang muncul melalui praktik sosial dan seringkali melibatkan kontradiksi dan konflik, akan memunculkan subjek politik baru.

Melalui pola yang dijalankan Rorty tersebut akan muncul sebuah pola politik perbedaan kultural baru yang lebih terbuka dalam menerima perubahan-perubahan. Dalam konteks inilah West⁵ menyodorkan langkah atau jalan yang dilakukan oleh politik perbedaan kultural

- *Dekonstruksi*, suatu pembacaan atas teks yang menentang kiasan, metafora dan operasi tekstual retorik biner → pola ini membantu melihat asumsi-asumsi politis yang terdapat dalam teks
- *Demitologisasi*, mengungkap konstruksi sosial metafora yg mengatur deskripsi dunia dan konsekuensi yang mungkin ditimbulkan dalam klasifikasi kehidupan sosial → berbicara sejarah tidak tunggal, rasio bergantung konteks historis
- *Demistifikasi*, mendeskripsikan dan menganalisis kompleksitas struktur institusional dan struktur kekuasaan lain untuk mengungkap pilihan yang tersedia bg praksis transformatif

Sementara itu hampir senada dengan West, Yasraf Amir Piliang menyatakan ada beberapa strategi yang dapat dijalankan ketika menghendaki perubahan secara kultural, yaitu dengan melakukan hal-hal sebagai berikut :

Pertama, dekonstruksi kultural adalah strategi budaya berupa pencairan atau pembongkaran kode, tanda atau konvensi kultural, khususnya kode-kode oposisi biner yang membentuk sebuah kebudayaan, dan membiarkannya dalam ketidakadaan putusan dan penanguhan makna (*difference*). Dekonstruksi kultural merupakan kritik terhadap kebudayaan yang dibangun berdasarkan prinsip structural, khususnya semiotika structural yang dikembangkan Saussure, yang dianggap bersifat terlalu statis, metafisis, dogmatic dan transcendental, yang anti perubahan dan menutup pintu bagi perubahan budaya.

Kedua, simulasi kultural adalah konsep yang sangat sentral dalam pembicaraan mengenai kebudayaan pascamodern, khususnya kebudayaan hiper-modern. Simulakrum adalah sesuatu yang tampak atau dibuat tampak seperti sesuatu yang lain “semacam salinan, replica, imitasi dan reproduksi dari sesuatu yang lain sebagai modelnya”. Akan tetapi, ia adalah salinan dalam pengertian khusus, yang dibangun justru bukan oleh kesamaan.

⁵ West C. *Keeping Faith*. (London and New York : Routledge, 1993)

melainkan oleh ketidaksamaan dalam pengertian penyimpangan atau perverse dari bentuk yang asli.

Ketiga, nostalgia budaya. Postmodernisme adalah kondisi ketika kebudayaan memalingkan mukanya ke masa lalu, lewat kecenderungan pastiche, yaitu kecenderungan peminjaman dari unsure-unsur budaya masa lalu.

Keempat, intertekstualitas kultural merupakan salah satu konsep kunci dalam budaya postmodernisme sebagai reaksi terhadap cara berfikir strukturalisme dalam kebudayaan, yang sarat dengan simplifikasi kebudayaan, yaitu dengan melihat kebudayaan sebagai relasi structural antara bentuk dan makna atau penanda dan petanda, yang dianggap bersifat tetap, statis dan tidak pernah berubah. Intertekstualitas adalah melihat pentingnya dimensi ruang waktu dalam kebudayaan, khususnya dimensi perubahannya.

Kebijakan kultural

Semakin menghimpitnya persoalan politik dan budaya menjadikan persoalan hidup dan dinamika kehidupan tidak sederhana dan mudah. Dominasi politik yang berlebihan menjadikan budaya menjadi terhegemoni, sehingga menjadikan budaya dan kebudayaan tidak netral tapi terkontaminasi kepentingan politik sekelompok elit pemilik kepentingan. Kenyataan itulah menjadikan gerakan politik kultural dikerahkan untuk mengangkat nilai-nilai budaya yang dapat mengantarkan politik menjadi semakin cerdas.

Meski disadari realitas saat ini menunjukkan kondisi “porak poranda” budaya dan kebudayaan masyarakat akibat dari serbuan kapitalisme yang menjadikan masyarakat berada dalam kesadaran palsu, namun politik kultural perlu dilakukan. Langkah politik kultural menurut Bennet⁶ menjadi tepat menyikapi kondisi dimaksud, apalagi sebenarnya politik kultural itu terpusat pada pembuatan dan pelaksanaan kebijakan di dalam institusi yang menghasilkan dan menata bentuk dan isi produk kultural, atau lebih tepatnya kebijakan kultural merupakan strategi dan taktik yang berusaha mengatur dan menata produksi dan distribusi produk dan praktik kultural.

Melalui konsep yang diajukan Bennet tersebut, sebenarnya kebijakan kultural bisa “diproduksi” oleh pemerintah, organisasi kemasyarakatan, institusi pendidikan dan lainnya, mengingat perannya yang sentral dalam mendorong lahirnya sebuah produk kultural yang benar-benar mencerdaskan dan mencerahkan masyarakat. Pergerakan kebijakan kultural lebih merupakan penguatan dan dorongan terhadap jalannya politik kultural yang mengedepankan peningkatan kesadaran kultural masyarakat terhadap persoalan yang dihadapi tanpa terjebak

⁶ Chris Barker. *Cultural Studies*.....389

pada politik structural. Kalaupun lahir sebuah kebijakan atau strategi politik, maka kebijakan strategi politik itu didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan kultural (local wisdom). Dengan demikian kebijakan kultural adalah kebijakan yang langsung berkaitan dengan komponen penunjang produksi kultural, mulai dari penggunaan teknologi hingga pemberdayaan sumber daya manusia pendukungnya.

Rangkuman

1. Politik kultural didefinisikan sebagai kekuasaan untuk menamai dan mengarahkan tindakan. Politik kultural dapat dikonsepsikan sebagai serangkaian perjuangan sosial kolektif yang diorganisasi di dalam kelas, gender, ras, seksualitas, umur dan lain-lain yang berusaha mendeskripsikan ulang kehidupan sosial dalam hal nilai dan harapan yang ingin diraih yang bersifat spesifik.
2. Konseptualisasi politik kultural yang beroperasi di dalam kerangka perjuangan yang lebih luas diarahkan untuk mencapai makna dan perjuangan di dalam makna itu sendiri.
3. Politik kultural sangat memperhatikan kecenderungan-kecenderungan baru warga dunia akibat dari semakin berhimpitnya sisi budaya dengan politik (kekuasaan), yang dalam realitasnya telah memunculkan (a) politik konsumsi, (b) politik tontonan, (c) politik tanda, dan (d) politik citra, yang kesemuanya menjadikan manusia kehilangan kesadarannya dan terjebak pada ilusi gemerlap kapitalisme.
4. Melalui serangkaian langkah yang dapat dijadikan alternatif dalam menyadarkan atau menata ulang kehidupan warga dunia lebih baik, maka politik kultural dapat menjalankan (a) dekonstruksi, (b) demitologisasi dan (c) demistifikasi.
5. Kebijakan kultural merupakan wujud dari beroperasinya politik kultural, yang targetnya adalah mengatur, menata ulang berbagai produk kultural, yang notabene sangat terkait dengan politik kekuasaan.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang pengertian politik kultural!
2. Beri penjelasan secukupnya tentang latar belakang dan maksud gerakan politik kultural!
3. Bagaimana pola politik kultural beroperasi ditengah hiruk pikuk *sparkling of pleasure* yang ditawarkan kapitalisme global?
4. Apa yang melandasi lahirnya kebijakan kultural, beri penjelasan secukupnya?

Daftar Pustaka

- Barker. Chris. *Cultural Studies ; Teori dan Praktek* Yogyakarta ; Kreasi Wacana, 2000
- Pliang, Yasraf Amir. *Dunia yang Dilipat ; Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan.*
Bandung : Matahari, 2011
- Rorty R. *Contingensi, irony and Solidarity.* Cambridge : Cambridge University Press, 1989
- West C. *Keeping Faith.* London and New York : Routledge, 1993

Paket 8

ANAK MUDA DAN BUDAYA POPULER

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang anak muda dan budaya populer. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian anak muda, budaya populer dan budaya anak muda. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan anak muda dan budaya populer.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian anak muda dan budaya populer dari berbagai konsep, kemudian mencermati budaya anak muda. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan *slide* film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan berbagai persoalan anak muda dan budaya populer. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 8 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paket selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar anak muda dan budaya populer serta mencermati budaya anak muda yang muncul.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar anak muda
2. Menjelaskan pengertian budaya populer
3. Menjelaskan budaya anak muda

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar anak muda
2. Pengertian dasar budaya populer
3. Budaya anak muda

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena budaya anak muda
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 8

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 3 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar anak muda
Kelompok 2 : pengertian dasar budaya populer
Kelompok 3 : Budaya anak muda
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai pesentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis perkembangan budaya populer anak muda melalui slide film pendek. Hasil analisis diharapkan menghasilkan temuan dan identifikasi model-model budaya anak muda.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar anak muda dan budaya populer, serta bentuk-bentuk budaya anak muda melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk uraian singkat

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, slie film pendek

Langkah Kegiatan

1. Putar film pendek tentang budaya populer dan perilaku anak muda
2. Masing-masing mahasiswa diminta menganalisis dan mencatatnya
3. Hasil analisis individual didiskusikan ditingkat kelompok untuk menghasilkan temuan-temuan spesifik
4. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
5. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

ANAK MUDA DAN BUDAYA POPULER

Pengertian Anak Muda

Siapapun orangnya selalu mengalami fase menjadi anak muda. Sebuah fase yang secara psikologis cukup berat untuk dilalui. Di fase inilah anak muda selalu berupaya ingin menunjukkan identitasnya, siapa dirinya yang pada akhirnya menginginkan eksistensinya diakui oleh siapapun. Ada yang berhasil melalui, ada banyak yang juga belum mampu melalui bahkan gagal melalui. Kondisi ini dalam dinamika kehidupan warga masyarakat dapat dikatakan sebagai fenomena yang “biasa” terjadi di berbagai belahan dunia.

Dalam konteks yang lebih luas, anak muda adalah salah satu aktor kunci dari perubahan-perubahan sosial, ekonomi dan politik yang terjadi di sebuah negara. Melalui serangkaian gagasan-gagasan dan gerakan-gerakan kultural dan structural, anak muda selalu memainkan perannya yang cukup signifikan. Namun demikian tidak bisa dipungkiri, dibalik perubahan dan gerakan tersebut, ada juga tindak kekerasan bahkan kriminalitas juga dilakukan oleh anak muda. Semua itu dalam kaca mata psikologi dianggap bagian dari upaya mengartikulasi diri dalam realitas sosial.

Pemuda, atau anak muda menurut PBB dikatakan sebagai anak muda yang tumbuh dan berkembang serta berusia antara 15 – 24 tahun. Undang_undang No. 40 tahun 2009 menyatakan bahwa anak muda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia antara 16 sampai 30 tahun. Sementara menurut Yulia dan Singgih D Gunarsa sebagaimana dikutip Agoes Dariyo¹ menyatakan bahwa anak muda atau remaja atau yang dikenal dengan istilah *adolescencia* adalah sebuah masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan aspek fisik, psikis dan psikososial, dan secara kronologi berusia antara 12 – 21 tahun. Thonburg² mendefinisikan anak muda lebih diarahkan pada jenjang usia yang dimiliki dengan membaginya dalam 3 tahap, yaitu fase remaja awal (usia 13-14 tahun), remaja tengah (15 – 17 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun).

Anak muda sebenarnya merupakan petunjuk alamiah dan niscaya dari usia yang ditentukan secara biologis, suatu pengklasifikasian secara organis terhadap orang-orang yang menempati posisi sosial tertentu akibat perkembangan usia. Namun jika disimak lebih jauh, bahwa anak muda sebagaimana dikatakan Talcott Parson,³ adalah kategori sosial yang muncul bersamaan dengan perubahan peran keluarga yang tumbuh dari perkembangan kapitalisme. Pada masyarakat pra kapitalis, keluarga memenuhi semua fungsi biologis, ekonomis dan kultural dari reproduksi sosial. Transisi dari masa kanak-kanak ke usia dewasa ditandai dengan ritus peralihan dan usia dewasa bukanlah kelanjutan dari periode anak muda atau remaja. Seiring dengan kemuculan peran orang tua dalam masyarakat kapitalis yang terspesialisasi, universal dan rasional menurut pekerjaan masing-masing, ada satu diskontinuitas antara keluarga dengan masyarakat yang lebih luas yang perlu diisi oleh suatu masa transisi bagi orang-orang berusia muda.

Dengan gambaran seperti maka Cohen⁴ mencoba memberikan penjelasan tentang siapa anak muda itu. Anak muda adalah:

- (a) Kategori yang padu, dengan karakter psikologis dan kebutuhan sosial yang sama pada kelompok umur tertentu,
- (b) Satu tahap perkembangan yang secara khusus bersifat formatif, di mana sikap dan nilai bersandar pada ideology dan tetap melekat pada karakter hidup ini.

¹ Agoes Dariyo. *Psikologi Perkembangan Remaja*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004), 13-14

² HD Thornburg. *Development in Adolescence* (Monterey California : Brooks/Cole Publishing Company, 1982)

³ Dalam Chris Barker. *Cultural Studies : Teori dan Praktek*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), 338

⁴ P Cohen. *Rethinking The Youth Question ; Education, Labour and Cultural Studies*. (London : Macmillan, 1997), 182

- (c) Transisi dari ketergantungan kanak-kanak menuju otonomi dewasa biasanya melibatkan satu fase pemberontakan, yang dengan sendirinya menjadi bagian dari tradisi kultural yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya,
- (d) Orang-orang muda yang dalam masyarakat modern mengalami kesulitan dalam menciptakan transisi dengan mulus, dan mereka memerlukan bantuan kaum profesional, nasihat dan dukungan untuk melakukan hal tersebut.

Berbagai konsep atau definisi yang dilontarkan para pakar tentang anak muda, memberikan kecenderungan bahwa pendefinisannya menggunakan tiga cara sebagaimana dikatakan Fornas yang dikutip oleh Graeme Burton⁵, yaitu

- (a) Anak muda didefinisikan sebagai fase perkembangan fisiologis,
- (b) Sebagai kategori sosial yang dibentuk oleh institusi-institusi seperti sekolah, dan untuk sebagian didefinisikan melalui ritual-ritual sebagai konfirmasi, dan
- (c) Sebagai fenomena kebudayaan yang berpusat pada pengungkapan identitas.

Meski Fornas mampu mengidentifikasi pola pendefinisian anak muda yang dilakukan para ahli, namun sekali lagi anak muda bukan kategori biologis yang dibalut oleh berbagai konsekuensi sosial sebagai serangkaian perubahan klasifikasi kultural yang ditandai oleh perbedaan dan keragaman. Sebagai konstruk kultural, makna anak muda bergeser menurut ruang dan waktu berdasarkan siapa disebut oleh siapa. Anak muda adalah satu konstruk diskursif yang dibentuk oleh cara-cara berbicara kita yang terorganisasi dan terstruktur tentang anak muda sebagai kategori orang. Dengan demikian bisa jadi pendefinisian tentang anak muda adalah pendefinisian yang ambigu, karena yang menjadi dasar “penetapannya” juga berubah-ubah berdasarkan ruang dan waktu bahkan tidak sama antara satu kebudayaan dengan kebudayaan lainnya, sebagaimana dinyatakan Sibley yang dikutip Chris Barker⁶.

“Batas kategori anak berbeda-beda di berbagai kebudayaan dan telah mengalami perubahan berarti melalui perjalanan sejarah di dalam masyarakat Barat kapitalis. Batas-batas yang memisahkan anak-anak dan orang dewasa tetap merupakan sesuatu yang membingungkan. Remaja adalah suatu zona ambivalen di mana batas anak-anak/dewasa bisa secara beragam ditempatkan menurut siapa yang melakukan kategorisasi. Jadi, remaja tidak mendapatkan akses ke dalam dunia orang dewasa, namun mereka mencoba mengambil jarak antara dirinya dengan dunia anak-anak. Pada saat yang sama mereka mempertahankan sejumlah hubungan dengan kanak-kanak. Remaja bisa terlihat mengancam di mata orang dewasa karena mereka menerobos batas-batas dewasa/anak-anak dan tampak berbeda di ruang “orang dewasa”....Tindakan menentukan garis batas dalam konstruksi kategori-kategori yang terpisah menyela hal-hal yang secara alamiah berkelanjutan. Dilihat dari definisinya, tindakan ini bersifat arbitrer.

⁵ Graeme Burton. *Media dan Budaya Populer*. (Yogyakarta : Jalasutra, 2008),149

⁶ Chris Barker. *Cultural Studies*..... 340

Berangkat dari pernyataan Sibley, maka yang menjadi persoalan sebenarnya adalah bagaimana kategori anak muda yang mendua ini diartikulasikan dengan diskursus lain, sehingga menjadi jelas persoalannya, tidak sekedar mematok konsepsi anak muda dalam bingkai biologis, padahal konsep tersebut merupakan konstruksi kultural.

Pengertian Budaya Populer

Istilah Pop atau populer seringkali dipahami secara sederhana sebagai sesuat yang terkenal, sesuatu yang lazim dan menjadi trend atau kecenderungan banyak orang, telah jamak dilakukan semua orang. Pemahaman sederhana ini bukanlah salah, bahkan dalam realitas komunikasi warga masyarakat, istilah ini dianggap sebagai sinonim dengan kata “bagus”, padahal kata ini merupakan pembalikan atas konotasi penjoratif sebelumnya. Menurut John Hartley⁷, istilah populer dalam bentuk aslinya digunakan untuk membedakan orang banyak/kebanyakan (bukan ‘orang pada umumnya’) dari kelas terdidik, makmur, dan memiliki gelar. Tidaklah mengherankan, karena banyak penulis merupakan anggota atau klien dari tiga kelas tersebut, sehingga istilah populer lebih memiliki sinonim; besar, dasar, buruk, tidak diinginkan, umum, rendah, vulgar, hina dan murah.

Sementara itu Raymond William⁸ menyatakan bahwa istilah populer secara sederhana mengacu pada hal-hal yang disukai oleh warga masyarakat dan itu sangat dikenal cukup luas. Karena itu istilah ini dapat didefinisikan sebagai berikut ; (1) sebagai sesuatu yang banyak disukai banyak orang (2) merupakan jenis kerja rendahan, (3) sebuah karya yang dilakukan dan dihasilkan untuk menyenangkan banyak orang, (4) budaya yang memang dibuat oleh untuk dirinya sendiri. Mencermati istilah “populer” ini sebenarnya tidak bebas dari sentuhan politik, di mana faktanya mengikuti penggunaannya dalam ranah analisis budaya. Popularitas (ada di mana-mana) media massa secara khusus menimbulkan ambiguitas, yaitu produk bagus karena populer, atau produk buruk karena populer. Ambiguitas inilah yang disorot oleh John Hartley⁹ sebagai konsekuensi dari penggunaan istilah populer, di mana ada dua aspek ambiguitas yaitu (a) ambiguitas mengenai perluasan di mana budaya populer ditentukan pada orang pada umumnya (oleh korporasi media atau agen negara) atau berasal dari pengalaman, selera, kebiasaan dan sebagainya. (b) ambiguitas tentang perluasan di mana budaya populer hanya merupakan ekspresi posisi kelas subordinat yang tidak mempunyai kuasa, atau sumber cara alternative dalam melihat dan melakukan sesuatu yang otonom dan berpotensi membebaskan, yang dapat dioposisikan dengan budaya resmi atau dominan.

⁷ John Hartley. *Communication, Cultural, Media Studies* (terj). (Yogyakarta : Jalasutra, 2010), 35

⁸ Raymond Williams *Keyword*, (London: Fontan, 1983), 237

⁹ John Harley,..... 35-36

Berpijak dari konsep populer tersebut, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendefinisikan budaya populer, yaitu *pertama*, bahwa budaya pop itu memang budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. *Kedua*, untuk mendefinisikan budaya pop adalah dengan mempertimbangkan budaya tertinggal (*rendah*) Budaya pop menurut definisi ini merupakan kategori residual untuk mengakomodasi praktik budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi. Dengan kata lain budaya pop didefinisikan sebagai budaya "substandar". *Ketiga*, mendefinisikan budaya pop sebagai "budaya massa". Definisi tersebut sangat tergantung pada definisi sebelumnya. Mereka menyatakan budaya pop adalah "budaya massa" dengan tujuan menegaskan bahwa budaya massa secara komersial tidak bisa diharapkan. Ia diproduksi massa untuk konsumsi massa. Audiensnya adalah sosok-sosok konsumen yang tidak memilih. Budaya itu sendiri dianggap hanya sekedar rumusan, manipulatif (misalnya, politik kanan/kiri yang tergantung pada siapa yang menganalisisnya). Budaya ini dikonsumsi oleh tanpa dipikirkan panjang. *Keempat*, menyatakan bahwa budaya pop adalah budaya yang berasal dari "rakyat". Ia mengangkat masalah ini melalui pendekatan yang beranggapan bahwa budaya pop adalah sesuatu yang diterapkan pada "rakyat" dari atas. Budaya pop adalah budaya otentik "rakyat". Budaya pop seperti halnya budaya daerah merupakan dari rakyat untuk rakyat. Definisi pop dalam hal ini seringkali dikait-kaitkan dengan konsep romantisme budaya kelas buruh yang kemudian ditafsirkan sebagai sumber utama protes simbolik dalam kapitalisme kontemporer. Namun ada satu persoalan dengan pendekatan ini yakni pertanyaan tentang siapa yang termasuk dalam kategori "rakyat". Persoalan lainnya adalah hakikat wacana dari mana asal-usul budaya itu terbentuk. Tidak peduli berapa banyak kita memakai definisi ini, fakta membuktikan bahwa rakyat tidak secara spontan mampu menghasilkan budaya dari bahan-bahan material yang mereka buat sendiri. Apapun budaya pop itu, yang pasti bahan mentahnya disediakan selalu secara komersial. Pendekatan ini cenderung menghindari dari kesimpulan ini. *kelima* budaya pop berasal dari analisis politik tokoh Marxis Italia, Antonio Gramsci, khususnya tentang pengembangan konsep hegemoninya. Gramsci menggunakan istilah "hegemoni" untuk mengacu pada cara di mana kelompok dominan dalam suatu masyarakat mendapatkan dukungan dari kelompok subordinasi melalui proses "kepemimpinan" intelektual dan moral

Terlepas dari beberapa pertimbangan tersebut, Chris Barker ¹⁰ menyatakan bahwa budaya populer adalah teks public yang bersifat umum dan tersebar luas. Makna dan praktik yang diproduksi oleh audien pop. Sebagai satu kategori politis, budaya pop merupakan arena

¹⁰ Chris Barker..... 406

kekuasaan dan perjuangan untuk mencapai makna. Budaya pop menyeberangi batas kekuasaan kultural dan mengedepankan karakter arbitrer dari klasifikasi kultural dengan cara menantang istilah rendah/tinggi. Apa yang dinyatakan Barker tersebut memberikan gambaran ada perasaan “inferioritas” pada budaya pop. Penyebabnya adalah adanya anggapan bahwa kebudayaan yang berbasis komoditas sebagai sesuatu yang tidak autentik, manipulative dan tidak memuaskan. Kebudayaan massa/pop yang terkomodifikasi tidak autentik karena tidak dihasilkan oleh “masyarakat”, manipulative karena tujuan utamanya adalah agar dibeli, dan tidak memuaskan karena selain mudah dikonsumsi, ia pun tidak mensyaratkan terlalu banyak kerja dan gagasan yang memperkaya batin konsumennya.

Kebudayaan populer terutama kebudayaan yang diproduksi secara komersial dan tidak ada alasan untuk berpikir bahwa tampaknya ia akan berubah di masa yang akan datang. Namun audien populer menciptakan makna mereka sendiri melalui kebudayaan pop dan melahirkan kompetensi kultural dan sumber daya diskursif mereka sendiri. Kebudayaan pop dipandang sebagai makna dan praktik yang dihasilkan oleh audien pop pada saat konsumsi dan studi tentang kebudayaan pop terpusat pada bagaimana dia digunakan. Argumen-argumen ini menunjukkan adanya pengulangan pertanyaan tradisional tentang bagaimana industri kebudayaan memalingkan orang kepada komoditas yang mengabdikan pada kepentingannya dan lebih suka mengeksplorasi bagaimana orang mengalihkan produk industri menjadi kebudayaan pop yang mengabdikan pada kepentingannya.

Budaya Anak Muda

Dalam *dictionary of sociology*¹¹ dikatakan bahwa budaya anak muda adalah (a) budaya bersenang-senang, (b) hubungan yang selalu menekankan pada hubungan teman sebaya daripada keluarga, (c) sekelompok anak muda yang tertarik pada gaya, seperti pemilihan pakaian yang berbeda, music, bahasa pergaulan, dan penampilan diri. Pengertian budaya anak muda tersebut menyiratkan bahwa anak muda tidak dapat dilepaskan dari konstruksi *trend setter*. *Trend setter* akan selalu muncul dan dikonstruksi oleh pemilik modal dan media, manakala anak muda selalu mengagungkan sisi penampilan dan gaya. Terlebih *trendsetter* memanfaatkan sosok public figure seperti artis, model bahkan idola, maka *trendsetter* akan tetap menghegemoni hati anak muda untuk selalu mengadopsi segala yang ditampilkannya.

Fenomena *trend setter*, adalah fenomena yang benar-benar dimanfaatkan media dan pemilik modal. Ada kesan, mereka memanfaatkan “sisi keluguan” anak muda yang sedang

¹¹ *Dictionary of Sociology*. (Penguin Book, 2000)

mencari dan mengekspresikan identitas dirinya. Karena itu “tercipta” kaum muda yang alay, kaum muda yang rempong, kaum muda yang sok jago, dan seterusnya. Nongkrong di kafe, nonton bareng, *clubbing* hingga berkomunikasi secara virtual merupakan contoh riil budaya baru yang “digeluti” anak muda. Bangun tidur hingga akan tidur lagi, gadget atau smartphone selalu ada disampingnya, seakan-akan menjadi gantungan hidup yang tak dapat dilepaskan¹².

Apa yang terjadi pada anak muda ini satu sisi dapat dikatakan positif dalam membangun kesadaran hidup elektronis yang dapat membantu dinamika kehidupannya. di sisi lain, kesadaran hidup elektronis yang mereka miliki bukanlah kesadaran hakiki, tapi kesadaran palsu yang menjadikan anak muda semakin bergantung dengan teknologi tersebut, dan mengurung dirinya dan terjerat dalam dunia maya tanpa batas dan makna (*the black hole realism*)

Dengan kondisi seperti itu, sejatinya anak muda cenderung mudah dikendalikan dan ditundukkan oleh ikon yang semua itu berada dalam tanda modernitas dan posmodernitas. Menentang yang mapan adalah sebagai sesuatu yang wajib. Keluar malam dalam konstruk budaya kita adalah identik dengan perilaku menyimpang—kecuali acara yang benar-benar positif. Namun keluar malam kini cenderung mengarah pada penghambaan keduniaan atau hedonisme, misalnya, dulu ke diskotik, dugem, sekarang *clubbing* dan yang terkini nongkrong di café dengan menentang *notebook* atau *laptop* untuk berkomunikasi social secara virtual. Nah jika kita tidak menentang budaya mapan, maka kita akan tertendang dengan sendirinya. Dan anak muda kita dalam hal ini akan mewajibkan dirinya untuk menentang yang mapan agar ia tidak tertendang.

Budaya anak muda (*youth culture*) dalam realitas masyarakat selalu mengundang kecemasan, bahkan ada kecenderungan dicurigai, dituding sebagai biang kerok kericuhan dan

¹² Menurut Amelia Virginia sebagaimana mengutip pendapat Marc Prensky, generasi seperti ini dikenal dengan istilah *digital native* yaitu generasi yang tumbuh pada saat pada saat teknologi digital menguasai peradaban manusia, sehingga generasi ini begitu fasih dalam mengoperasikan teknologi terbaru. Lihat Amelia Virginia, “Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru ; Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh Digital Natives” *Jurnal Komunikasi Indonesia*.(Vol.1 nomor 2.Oktober 2012). Generasi ini memiliki ciri sebagai berikut , (a) generasi ini berbeda, karena mereka belajar, bekerja, menulis dan berinteraksi dengan orang lain melalui cara yang berbeda dengan generasi sebelumnya, (b) mereka lebih memilih membaca blog dibandingkan dengan surat kabar, (c) mereka lebih memilih bertemu orang lain secara online sebelum bertemu secara langsung, (d) mereka mungkin tidak mengetahui bentuk kartu perpustakaan—meskipun mereka memilikinya, namun mungkin mereka tidak menggunakannya, (e) mereka mendapatkan music secara online—seringkali secara gratis dan illegal—daripada membelinya di toko music, (f) mereka lebih suka mengirimkan *instant message* daripada mengangkat telepon dari teman untuk mengatur waktu pertemuan di siang hari, (g) mereka mengadopsi dan bermain dengan binatang peliharaan melalui they virtual ncpets online daripada bermain dengan hewan peliharaan sesungguhnya, (h) mayoritas aspek kehidupan mereka --- interaksi sosial, pertemanan, aktivitas kemasyarakatan--- dimediasi oleh teknologi digital. Mereka tidak pernah tahu kehidupan yang sesungguhnya. Untul lebih jelasnya lihat John Palfrey and Urs Gasser. *Born Digital ; Understanding the First Generation of Digital Natives*. (New York : Basic Book, 2008),2

ketidakjelasan masa depan bangsa, meski sejatinya mereka tidaklah demikian. Anak muda, memang “mahkluk rentan”, tapi kerentanan mereka merupakan hasil reproduksi pasar dan sistem kapitalisme yang merepresi mereka tanpa sadar (*desublimasi represif*). Perlakuan ini menjadikan anak muda diundang untuk mengonsumsi, dan mereka menjadi terpuaskan oleh konsumsi. Kondisi itu semakin menjadi parah menurut Daren Garratt sebagaimana dikutip Graeme Burton¹³, manakala media melakukan *negative representation* yang mengundang anak muda untuk menjadi masalah. Selalu dipersalahkan khalayak dan “mendorong” anak muda untuk melakukan kesalahan. Bahkan menurut Burton¹⁴, citra-citra media menyiratkan bahwa fakta tentang publisitas media itu sendiri yang mengadopsi gaya anak muda oleh industri-industri mode, benar-benar menjadikan anak muda kurang atraktif, yaitu subkultur tersebut meninggalkan apa yang menjadi kelaziman. Gambaran ini menunjukkan bahwa media sedang ingin atau sekedar membentuk identitas anak muda menurut tujuan-tujuan kapitalisme.

Anak muda yang begitu lekat dengan budaya populer sangat dipahami sebagai bagian dari dialektika yang saling melengkapi, dalam arti budaya populer dengan segala pernak perniknya “dianggap” sebagai sesuatu yang menawarkan ekspresivitas anak muda dalam mengartikulasikan diri, meski sejatinya ini bagian dari setting kapitalisme. Relasi tersebut menurut John Storey¹⁵, membantu bagaimana memahami anak muda

“Budaya yang disediakan oleh pasar hiburan komersial (populer, red)... Memainkan peran penting. Ia mencerminkan sikap dan sentiment yang telah ada di sana, dan pada saat bersamaan menyediakan wilayah yang penuh ekspresi serta sederet symbol, yang melalui symbol itu sikap tersebut dapat diproyeksikan... Budaya anak muda merupakan sebuah paduan kontradiktif antara yang autentik dan yang dimanufaktur. Ia adalah area ekspresi diri bagi anak muda dan padang rumput yang subur bagi provider komersial.”

Lebih jauh Storey¹⁶ menyatakan, bahwa ekspresivitas anak muda pada budaya populer terutama pada konsumsi lagu-lagu pop memberikan gambaran keinginan anak muda untuk merasakan “keamanan” ranah emosionalnya’

“Sebenarnya budaya populer atau lagu-lagu pop merefleksikan kesulitan remaja dalam menghadapi kekusutan persoalan emosional dan seksual. Budaya populer atau lagu-lagu pop menyerukan kebutuhan untuk menjalani kehidupan secara langsung dan intens. Budaya populer atau lagu-lagu pop itu mengepresikan dorongan akan keamanan di dunia emosional yang tidak pasti dan berubah-ubah. Fakta bahwa budaya populer atau lagu-lagu pop itu diproduksi bagi pasar komersial berarti bahwa

¹³ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*...152

¹⁴ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*...152

¹⁵ John Storey. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop : Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. (Yogyakarta : Jalasutra, 2006), 126

¹⁶ John Storey. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*....126

budaya populer atau lagu pop dan setting itu kekurangan autentisitas. Budaya populer atau lagu-lagu pop itu mengepresikan dilemma emosional anak muda dengan gamblang”

Sementara itu Paul Willis sebagaimana dikutip Chris Barker¹⁷ menyatakan bahwa sebenarnya anak-anak muda memiliki satu relasi yang aktif, kreatif dan produktif secara simbolis dengan komoditas yang membentuk budaya anak muda. Makna katanya, tidak melekat dalam komoditas melainkan dihasilkan melalui pemakaian komoditas itu secara aktual. Kondisi ini disebut dengan estetika mendasar (*grounded aesthetics*). Namun ironisnya lanjut Willis, kapitalisme dan ekspansi konsumerismelah yang menyediakan pertambahan suplai sumber daya simbolis bagi karya kreatif anak-anak muda. Dalam kondisi yang demikian itu, kapitalisme bisa jadi menjadi tempat pelarian, namun ia juga menyediakan sarana dan media (dalam domain konsumsi) yang mereka gunakan untuk menjalankan itu.

Begitu sederhananya mencandra sosok anak muda, Hebdige menawar tiga proposisi yang terkait dengan budaya anak muda, yaitu:

- a. Anak muda hanya hadir ketika kehadirannya dipandang sebagai masalah. Ketika orang-orang muda melintasi wilayah-wilayah terlarang, mereka lalu diperhatikan dan mudah diamati. Ini memungkinkan mereka “bermain dengan satu-satunya kekuasaan yang masih tersisa pada mereka—kekuasaan untuk membuat jengah, menebar...ancaman”
- b. Bentuk baru kekuasaan menghasilkan bentuk baru ketidakberdayaan dan tipe perlawanan baru. Walhasil, politik anak muda dan politik mikro hiburan tidak dapat musnah menjadi aktivitas politis terorganisasi yang telah tua/ada.
- c. Politik budaya anak muda adalah politik gerak tubuh, symbol dan metafora yang terkait dengan arus tanda. Dengan demikian, ia bersifat mendua dan tidak mungkin ada interpretasi otoritatif atasnya karena ia berada jauh di bawah diskursus yang sah.

Rangkuman

1. Anak muda adalah klasifikasi kultural dan usia elastic yang telah dikodekan secara mendua oleh orang tua dalam bentuk indikasi “pembawa masalah” dan “senang-senang”. Anak muda membawa harapan bagi orang dewasa di masa depan, namun juga memunculkan rasa takut dan keprihatinan.
2. Dalam kajian budaya (*cultural studies*) anak muda merupakan bagian dari subkultur yang penuh hura-hura sebagai manifestasi dari perlawanan simbolis atas tatanan

¹⁷ Chris Barker. *Cultural Studies...* 362

hegemonic kelas, dengan menyajikan tiga perangkat analisis, yaitu (a) konsep homologi, di mana objek simbolis subkultur diyakini sebagai ekspresi keprihatinan yang ada di dalamnya dan posisi structural kelompok anak muda, (b) *bricolege*, di mana symbol-simbol sebelumnya tidak saling berkaitan dihadapkan untuk menciptakan makna baru, dan (c) gaya, suatu *bricolege* symbol yang terdiri dari ekspresi koheren dan bermakna dari nilai-nilai subkultur.

3. Budaya anak muda saat ini semakin terfragmentasi dan tidak koheren dengan pandangan subkultur autentik yang tidak lagi layak dipertahankan. Namun demikian, pengelompokan khas gaya, tarian dari manifestasi lain dari gaya budaya anak muda tidak bisa ditemukan. Mereka berada di dalam tidak di luar kapitalisme konsumen yang dimedia-massakan. Mereka dipahami sebagai sesuatu yang ditandai dengan perbedaan internal selera (dan klaim atas autentisitas) daripada sebagai ekspresi koheren dari perlawanan atau oposisi.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang pengertian anak muda dan karakteristiknya!
2. Beri Penjelasan secukupnya tentang pengertian budaya populer dan karakteristiknya!
3. Beri Penjelasan tentang budaya anak muda dan bentuk-bentuknya!

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. *Cultural Studies ; Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008
- Burton, Graeme. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : Jalasutra, 2008
- Cohen, P. *Rethinking The Youth Question ; Education, Labour and Cultural Studies*. London : Macmillan, 1997
- Dariyo, Agoes. *Psikologi Perkembangan Remaja*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004
- Dictionary of Sosiology*. Pinguin Book, 2000
- Hartley, John. *Communication, Cultural, Media Studies* (terj). Yogyakarta : Jalasutra, 2010
- Palfrey, John and Gasser ,Urs. *Born Digital : Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York : Basic Book, 2008
- Thornburg, HD. *Development in Adolescence* Monterey California : Brooks/Cole Publishing Company, 1982
- Virginia, Amelia, "Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru ; Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh Digital Natives" *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Vol.1 nomor 2.Oktober 2012

Williams, Raymond *Keyword*, London: Fontan, 1983

Storey, John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop ; Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta : Jalasutra, 2006

Paket 9

MEDIA DAN AUDIENS

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang media dan karakteristik audiens. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian media, jenis dan karakteristik media, khalayak media, audiens aktif dan pasif dalam media. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan media dan audiens.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian media dari berbagai konsep, mencermati karakteristiknya dan konsekuensi yang ditimbulkannya serta konsep audiens dan karakteristiknya. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan media dan audiens. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 9 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paket selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar media, jenisnya, audiens dan karakteristiknya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar media massa
2. Menjelaskan jenis media massa
3. Menjelaskan pengertian audiens
4. Menjelaskan audiens aktif dan pasif media massa

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar media massa
2. Jenis dan karakteristik media massa
3. Pengertian dasar Audiens
4. Audiens aktif dan pasif media massa

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena media massa dan audiens
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 9

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 4 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar media massa
Kelompok 2 : Jenis dan karakteristik media massa
Kelompok 3 : Pengertian audiens
Kelompok 4 ; Audien aktif dan pasif media massa
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasihat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Membuat peta konsep (*mind map*) konsep media massa dan karakteristiknya serta persoalan yang melingkupinya jika dikaitkan audiens media. Pembuatan peta konsep dibantu dengan aplikasi program *mind manager* (minjet) sehingga mempermudah pekerjaan mahasiswa.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar media massa dan karakteristiknya, audiens serta karakteristik audiens melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk *mind mapping*

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, media koran, majalah, dan *slide* film pendek.

Langkah Kegiatan

1. Pilihlah seorang pemandu dari kelompok dan penulis konsep hasil kerja
2. Diskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk peta konsep
4. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
5. Pilihlah satu anggota kelompok untuk presentasi
6. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

MEDIA DAN AUDIENS

Pengertian Media Massa

Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, siapapun memahami bahwa media massa begitu beragam, mulai dari yang konvensional hingga yang saat ini berkembang yaitu digital. Namun, dengan beragamnya jenis media massa tersebut, jika tidak diketahui konsepsi dasarnya menjadikan siapapun penggunaanya tak akan maksimal dalam mengelola maupun memanfaatkannya.

Jika ditilik dari konsepsi dasar, sebenarnya media massa berasal dari dua kata yaitu media dan massa. Media atau medium merujuk pada sarana teknis atau fisik yang berfungsi

mengubah pesan menjadi sinyal yang dapat ditransmisikan melalui saluran yang tersedia.¹ Mengingat media lebih merujuk pada sarana dan instrument komunikasi secara teknis, maka media oleh Dani Vardiansyah² lebih disebut sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya kepada khalayak.

Sementara itu istilah massa lebih merujuk pada khalayak atau audiencesnya, bukan dalam konteks sosiologis yang lebih menitikberatkan pada sekumpulan orang yang berada dalam situasi tertentu. Massa dalam konteks komunikasi massa menurut Herbert Blumer sebagaimana dikutip oleh Nuruddin³ lebih merujuk pada mass audiences atau penerima pesan dalam komunikasi massa, yang memiliki ciri sebagai berikut (1) heterogenitas susunan anggotanya yang berasal dari berbagai kelompok lapisan masyarakat, (2) berisi individu-individu yang tidak saling kenal dan terpisah satu sama lain (tidak mengumpul) serta tidak berinteraksi satu sama lain, (3) tidak mempunyai pemimpin atau organisasi formal.

Berpijak dari dua konsep dasar tersebut, maka media massa dapat dipahami sebagai perangkat atau instrument yang sifatnya mekanis yang penggunaannya memerlukan kemampuan teknis dalam rangka menyampaikan informasi (pesan) kepada khalayak luas. Dengan sifatnya tersebut maka, informasi yang tersaji di media massa menjadi lebih cepat dan serentak ketika dinikmati khalayak luas, atau dalam pandangan Dani Vardiansyah⁴, penggunaan dan pemilihan media dalam menyampaikan informasi kepada khalayak lebih didasari oleh beberapa pertimbangan antara lain :

(1) Kebutuhan luas jangkauan dan kecepatan penetrasi

Apabila pesan (informasi) ditujukan kepada masyarakat luas, maka keberadaan media seperti surat kabar, radio, televisi dan lainnya cukup tepat untuk dipilih, karena selain kemampuan jangkauan yang luas, kecepatan penetrasinya tinggi.

(2) Kebutuhan pemeliharaan memori

¹ John Fiske, *Cultural and Communication studies : sebuah pengantar paling komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra, 2004 : 29-30 Lebih jauh Fiske menjelaskan bahwa melihat konsep dasarnya tersebut, maka media dapat dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain (1) **Media presentasional**. Media ini lebih memerlukan kehadiran komunikator untuk melakukan proses komunikasi, karena itu media ini lebih bersifat alami dan melekat dalam diri komunikator. Misalnya suara atau kata – kata yang terucapkan, ekspresi dan gesture. Sifatnya saat ini dan untuk disini menjadikan media ini menghasilkan tindakan komunikasi, (2) **Media representasional**. Media ini bersifat representasional dan kreatif yang mampu membuat suatu teks yang dapat merekam media kategori 1 dan dapat eksis secara independent dari komunikator. Media ini menghasilkan karya komunikasi. Contoh media jenis ini adalah buku, lukisan, tulisan, arsitektur dan lainnya yang merupakan karya kreatif manusia, (3) **Media mekanis**. Media ini diciptakan manusia untuk menyampaikan pesan melalui saluran-saluran mekanis dan membutuhkan keahlian teknis dalam menggunakannya. Contoh media jenis ini adalah radio, televisi, telepon dan lain sebagainya.

² Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi ; Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004 : 104

³ Nurudin, *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur, 2003 : 9

⁴ Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi.....* 105-107

Apabila pesan (informasi) ditujukan agar tetap diingat dalam kurun waktu yang relative lama, maka media massa seperti majalah lebih cocok. Media ini memiliki “*life span*” relative lebih panjang. Majalah lazimnya disimpan sampai berbulan-bulan, sementara surat kabar hanya beberapa hari.

(3) Kebutuhan jangkauan khalayak yang selektif

Apabila pesan (informasi) yang disampaikan dimaksudkan untuk kelompok masyarakat segmen tertentu, maka majalah khusus mungkin lebih tepat, misalnya majalah wanita untuk produk-produk kosmetika, majalah pria untuk motor dan sebagainya.

(4) Kebutuhan jangkauan khalayak local

Apabila khalayak sasaran yang ingin dijangkau bersifat local (misalnya pada satu kabupaten atau wilayah tertentu), maka penggunaan media seperti stasiun radio local atau bioskop (film) lebih tepat

(5) Kebutuhan frekuensi tinggi

Apabila pesan (informasi) yang disampaikan membutuhkan frekuensi penyampaian yang tinggi, maka penggunaan media seperti radio lebih cocok.

(6) Kebutuhan gerak

Apabila pesan (informasi) yang disampaikan menuntut unsure gerak yang utama, maka media audio visual seperti televisi dan film merupakan medium yang tepat

(7) Kebutuhan warna

Apabila warna merupakan faktor yang ingin ditonjolkan dari suatu pesan (informasi), maka televisi film dan juga majalah layak dipertimbangkan

(8) Kebutuhan deskripsi

Apabila pesan (informasi) yang disampaikan memerlukan uraian yang eksplisit, komprehensif, sistematis dan rinci, maka media cetak seperti surat kabar, majalah, brosur atau leaflet lebih cocok.

Dengan dasar pertimbangan tersebut, sebenarnya penggunaan media massa dalam sebuah proses komunikasi hanyalah sebuah pelengkap. Namun dengan perkembangan teknologi dan tuntutan kebutuhan informasi yang tinggi dari khalayak, maka penggunaan media massa seakan menjadi sesuatu harus ada, apalagi di era yang serba digital ini, keinginan khalayak untuk lebih cepat terhubung dengan peristiwa manapun dibelahan dunia lain, menjadikan peran media massa menjadi tak terbantahkan. Bahkan perkembangan komunikasi massa tidak lagi mendikotomi antara pribadi dan massa audiens, sehingga menjadi kajian baru yang disebut *mass self communication* atau komunikasi diri yang memassa.

Jenis dan Karakter Media Massa

Melihat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, menjadikan institusi media memiliki banyak alternative dalam menyampaikan informasi kepada khalayak berdasarkan media yang digunakan. Perhatian tingkat kecepatan dan keakuratan menjadi alasan tersendiri dalam menentukan media. Berdasarkan jenis dan karakteristiknya media terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain :

1. Media Massa Cetak

Media cetak, boleh dikatakan media yang paling tua, atau yang kali pertama muncul. Meski model awalnya belum berbentuk media surat kabar atau majalah seperti sekarang ini, namun keberadaan "media tercetak" *Acta Diurna* yang digagas Julius Caesar boleh dikatakan sebagai tonggak awal lahirnya jurnalistik media cetak, yang kemudian disusul dengan "media tercetak" lainnya, seperti *Avisa Realtion Oder Zeitung*, *Weekly News* pada abad ke-16.

Hadirnya media cetak di hadapan khalayak luas secara sederhana diarahkan untuk membuka "mata pembaca" dalam mengenali dan memahami berbagai perubahan yang terjadi di permukaan bumi ini. Karena itulah fungsi dari media massa cetak dapat dirinci sebagai berikut :

1. *To inform* yaitu menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, Negara dan dunia.
2. *To comment* yaitu mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam focus berita.
3. *To provide*, yaitu menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media cetak.
4. Untuk mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi-kondisi tertentu
5. Memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita bergambar atau cerita-cerita khusus.
6. Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

Untuk menuju pada "jalan benar" yang diinginkan, maka pemahaman terhadap karakter dasar media cetak menjadi penting untuk diperhatikan. Dalam hal ini gambaran yang diberikan JB Wahyudi⁵ begitu gamblang dengan merinci sebagai berikut :

⁵ JB Wahyudi .*Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1996

1. Informasi yang akan disajikan dan dapat dinikmati khalayak selalu melalui proses tercetak.
2. Isi pesan tercetak, karena itu dapat dibaca di mana dan kapan saja (terdokumentasi)
3. Isi pesan dapat dibaca berulang-ulang. Karena itu, ketika khalayak menginginkan isi pesan tersebut, maka khalayak dapat membacanya kembali, dengan catatan isi pesan tersebut masih terdokumentasi dengan baik.
4. Hanya menyajikan peristiwa atau pendapat yang telah terjadi. Kondisi ini lebih disebabkan sifat fisik media cetak yang membutuhkan proses panjang dalam menampilkan isi pesan, akibatnya isi pesan yang ada merupakan isi pesan yang tertunda.
5. Tidak dapat menyajikan pendapat narasumber secara langsung (audio). Dalam konteks ini, posisi wartawan hanya mampu mengutip pendapat narasumber yang untuk kemudian disalin kembali dalam bentuk tulisan.
6. Penulisan dibatasi oleh kolom dan halaman.
7. Makna berkala dibatasi oleh hari, minggu, dan bulan.
8. Distribusi melalui transportasi darat/laut/udara.
9. Bahasa yang digunakan bahasa formal, dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektifitas, serta menjauhi makna ganda, namun tetap sederhana atau dalam bahasa yang lain dikatakan bahasa yang digunakan media cetak adalah bahasa tulis yang siapapun orangnya dari kelas tukang becak hingga professor menjadi mengerti isi pesan yang ada dalam media tersebut.
10. Kalimat dapat panjang dan terperinci, dengan rumus *easy reading formula* (ERS) yang terapliksi dalam pola 5 W + 1 H.

2. Media Radio

Keberadaan media radio, pada dasarnya merupakan kelanjutan dari media cetak. Hal ini seiring dengan ditemukannya perangkat teknologi radio yang ternyata memiliki kemampuan untuk meningkatkan transfer informasi kepada khalayak luas lebih cepat. Radio yang kali pertama ditemukan seorang ahli fisika berkebangsaan Skotlandia tahun 1864, yaitu James C Maxwell, dalam perkembangannya semakin dilirik kalangan jurnalis untuk menjadi media alternative penyiaran informasi. Semenjak itulah, radio dipandang sebagai media alternatif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak selain media cetak.

Dalam perkembangan selanjutnya media radio mulai "dilirik" beberapa kalangan dengan alasan (a) sifat ketersegeraan (*actuality*), (b) format kemasan (*bodystyle*), dan (c) lokalitasnya. Lebih dari itu, dilirikinya media radio juga disebabkan munculnya kesadaran di kalangan pengelola (*owner*) dan praktisi (*broadcaster*) yang berpikir bahwa radio merupakan media informasi strategis, dan adanya perubahan social di masyarakat yang menjadi pendorong utama "bergeraknya" radio dalam menyajikan informasi alternative

Dengan dipilihnya radio sebagai media alternative, menurut Masduki⁶ menjadikan radio sebagai bagian industri informasi baru yang akan selalu memiliki tiga kepentingan dalam mengembangkan program siarannya, yaitu :

1. Ada radio yang lebih mementingkan tercapainya tujuan ekonomis sehingga segala informasi yang disiarkan harus berdaya jual tinggi, tidak peduli apakah dampaknya negative atau positive.
2. Ada radio yang ingin agar informasi yang disampaikan bermanfaat bagi harkat kehidupan pendengar, membantu pendengar menyesuaikan diri dengan perubahan dan memperluas perspektif pemikiran.
3. Ada pula yang menganggap informasi sebagai alat untuk mencapai tujuan ideologis. Informasi yang disampaikan diupayakan dapat membujuk pendengar untuk bersikap sesuai tujuan ideologisnya, keuntungan ekonomis tinggi bukan tujuan prioritas.

Dalam tataran praksis, ketiga kepentingan itu akan "menggoda" praktisi radio untuk menentukan pilihan, apakah menjadikan radio sebagai "alat pemuas" kapitalis yang selalu mengedepankan keuntungan bisnis secara finansial. Menjadi "mesin" ideology kalangan tertentu atau menjadikan radio untuk masyarakat (*radio for society*) yang menyajikan informasi yang mencerdaskan dan memberdayakan masyarakat secara hakiki. Semuanya bergantung pada "niatan awal" pelaku media radio. Namun, kalau boleh melihat secara idealis positif, maka penggunaan radio sebagai media berjurnalistik harus dikembalikan pada fungsi sosialnya, yaitu :

1. Radio sebagai media public yang mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya (*to inform, to educate and to entertain*)
2. Radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain
3. Radio sebagai sarana mobilisasi pendapat public dalam mempengaruhi kebijakan
4. Radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.

⁶ Masduki, *Jurnalistik Radio : Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta : LKiS, 2004.

Ada beberapa aspek fisik yang perlu dipahami praktisi radio dalam memaksimalkan media radio dalam berjournalistik, yaitu :

1. Media radio adalah media yang bersifat elektronik dan selalu membutuhkan daya listrik untuk mengoperasionalkannya serta berbasis *information and communications technology*
2. Media radio adalah media yang bersifat audio (media dengar) dan non visual (media non lihat)
3. Media radio adalah media transitory
4. Media radio adalah media non rinci

Berpijak dari aspek fisik itu, Errol Jonathan (1994) memberikan gambaran rinci tentang karakter dasar media radio, yang gambaran itu dapat menunjukkan kelebihan dan kekurangan media radio ketika dijadikan wadah berjournalistik, yaitu :

1. **Menjaga Mobilitas**, yaitu radio tetap menjaga mobilitas pendengar tetap tinggi. Radio dapat didengar tanpa harus menghentikan aktivitas.
2. **Sumber Informasi Tercepat**, yaitu tingkat kesegeraannya dalam menyampaikan informasi kepada khalayak, termasuk murah dalam pengoperasiannya.
3. **Auditif**. Meski radio hanya suara, bukan visual seperti media cetak dan visual, namun dalam beberapa hal memiliki keunggulan, antara lain (a) proses operasionalnya relative lebih mudah, (b) biaya operasional juga lebih murah, (c) komunikasi dengan suara punya kelebihan dalam pendekatan dengan khalayak pendengar.
4. **Menciptakan "theatre of Mind"**, yaitu kemampuan medium ini menciptakan imajinasi yang sering menggoda rasa penasaran khalayak pendengar dan imajinasi pendengar untuk mengidentifikasi suasana dan situasi berdasarkan suara.
5. **Komunikasi Personal**, yaitu sifat dari radio yang mengandalkan sisi komunikasi personalnya sangat menguntungkan untuk menciptakan keakraban antara media dengan khalayak. Sehingga ikatan kebutuhan dan ketergantungan satu dengan yang lain menjadi kuat.
6. **Murah**, Tidak dapat disangkal, dibandingkan dengan media cetak dan televisi, radio merupakan medium komunikasi yang murah dalam beberapa hal (a) biaya penyelenggaraan siaran, (b) radio penerima juga relatif murah, terutama sesudah era transistor, sehingga dimungkinkan diproduksi radio berukuran saku dan dapat dibawa ke mana-mana, (c) murah, karena khalayak pendengar pada umumnya tidak perlu

membayar untuk mendengarkan radio. Ini berbeda dengan media cetak di mana khalayak harus membelinya ketika ingin menikmati.

7. **Bersifat "Mass Distribution"**, yaitu radio memiliki kekuatan sebagai distributor informasi, edukasi dan hiburan yang simultan. Radio dapat dinikmati sejumlah pendengar sekaligus.
8. **Format dan Segmentasi Tajam.** Dalam perkembangan keradioan modern, kecenderungan sebuah radio harus menajamkan "format" dan "segmentasi pendengar". Hal ini berguna untuk pembentukan citra diri radio, sehingga identitasnya mudah ditengarai khalayak pendengar, dan memberi pilihan beragam pendengar.
9. **Daya Jangkau Luas.** Radio memiliki keunggulan untuk meraih areal sasaran yang luas. Teknologinya dimungkinkan untuk mengatasi hambatan geografis, cuaca dan system distribusinya.
10. **Menyentuh Kepentingan Lokal dan Regional.** Meski siaran radio memungkinkan mencapai radius yang luas, tapi umumnya siaran radio bersifat local dan regional saja. Keuntungannya, radio dapat mengidentifikasi kebutuhan khalayak pendengar secara jelas dan pasti. Paling tidak kebutuhan mengetahui situasi dan kondisi local dan regionalnya.
11. **Hanya Suara.** Meski suara menjadi salah satu keunggulan dari medium ini, namun dalam beberapa medium yang hanya mengeluarkan suara merupakan kelemahan, terutama ketika menyajikan gambar dan data yang fungsinya memperkuat penyajian.
12. **Selintas.** Ciri ini merupakan bentuk kelemahan lain dari medium radio, sifatnya yang selintas menjadikan pendengar sulit untuk melakukan pengulangan atau mengulangi informasi yang baru saja didengarnya.
13. **Anti Detil.** Karena sifatnya yang terbatas pada sisi auditif dan selintas menjadikan penyajian yang dilakukan medium radio tidak begitu rinci. Kondisi ini menjadi sebuah konsekuensi. Bisa dibayangkan jika sajian radio begitu detil, maka pendengar menjadi tidak tertarik, karena bosan.

Lebih dari itu, JB Wahyudi⁷ menambahkan secara lebih praktis dengan menyatakan bahwa ada beberapa poin karakter dasar yang melekat pada media radio itu, antara lain :

1. Bahwa dalam melakukan aktivitasnya media radio selalu melalui proses pemancaran yang membutuhkan perangkat keras berupa transmisi.

⁷ JB Wahyudi, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi.....* 1996

2. Isi pesan radio lebih bersifat audio yang dapat didengar secara sekilas sewaktu ada siaran.
3. Siaran yang sekilas menjadikan pesan tidak dapat diulang.
4. Dapat menyajikan peristiwa atau pendapat yang sedang terjadi.
5. Dapat menyajikan pendapat (audio) narasumber secara langsung atau orisinal.
6. Penulisan dibatasi oleh detik, menit dan jam.
7. Makna berkala dibatasi oleh detik, menit dan jam.
8. Distribusi melalui pemancaran / transmisi.
9. Bahasa yang digunakan formal dan non formal (bahasa tutur).
10. Kalimat singkat, padat, sederhana dan jelas, dengan rumus *easy listening formula* (ELF).

Berdasarkan karakteristik radio yang dipengaruhi factor siaran dan pendengar, maka menurut Yanris (2008) radio memiliki ciri khas tertentu, yaitu :

1. Tidak mengenal "kebenaran reserve"

Hal tersebut memiliki maksud bahwa berita dalam radio itu harus mengandung kebenaran yang tepat dan akurat. Hal ini mutlak karena sekali berita itu disiarkan, tidak mungkin diralat. Kalaupun dapat, perlu diingat sifat radio itu sendiri. Pendengar mungkin hanya mendengar ralatnya saja, tanpa pernah mendengar apa yang diralat, atau kebalikannya, pendengar tidak mendengar ralatnya, sehingga berita salah yang diralat dianggap suatu kebenaran.

2. Objektif

Suatu berita yang obyektif tentunya tidak memihak, tidak cacat, dan tidak diwarnai maksud-maksud tertentu. Sehingga hendaknya berita dalam diberikan sebagaimana adanya, tanpa maksud, dan tujuan tertentu.

3. Bersusila

Radio ditujukan kepada semua pendengar dengan tidak memandang status sosialnya (khususnya program berita). Telah disinggung berulang kali bahwa radio bersifat auditif. Karena sifat radio itu sendiri dan keragaman status sosial pendengarnya, hal ini tentu akan membawa imajinasi yang berbeda pada setiap pendengarnya. Oleh sebab itu, hendaknya kesopanan dalam penuturan perlu dijaga.

3. Media Televisi

Dunia pertelevisian di negeri ini mengalami perkembangan yang cukup akseleratif. Pada awalnya hanya satu buah, yaitu TVRI yang notabene memiliki pemerintah, kemudian

berkembang menjadi cukup banyak jumlah, misalnya tahun 1989, lahir *Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)*, disusul dengan *Surya Citra Televisi (SCTV)*, *Televisi Pendidikan Indonesia (TPI)*, *Indosiar*, dan *Andalas Televisi (AnTeve)*. Ketika reformasi bergulir, stasiun televisi menjadi berkembang, maka muncullah stasiun swasta nasional maupun yang berskala lokal, seperti *Metro TV*, *Transformasi Televisi (Trans TV)*, *TV 7 yang kini menjadi Trans 7*, *Lativi menjadi TV One* dan *Global TV*. Untuk televisi berskala lokal antara lain *JTV*, *Bali TV*, *Papua TV*, *SBO TV*, *Surabaya TV*, *Delta TV*, *Batu TV*, *Jakarta TV*, *MK TV* dan lain sebagainya, ditambah lagi stasiun televisi yang berbasis jaringan kabel berlangganan.

Munculnya berbagai stasiun televisi tersebut, menjadikan beberapa stasiun mulai menggabungkan diri dalam satu manajemen, seperti *RCTI*, *TPI*, dan *Global TV* tergabung dalam *Media Nusantara Citra (MNC)*. *Trans TV* dan *Trans 7* dimiliki oleh kelompok usaha yang sama. Fenomena yang demikian itu cukup menarik, mengingat secara kuantitas terjadi pengerucutan kepemilikan. Dengan kata lain, pihak stasiun televisi di satu sisi mulai berpikir realistis tentang efisiensi pendanaan, di sisi lain --- ini yang mengkhawatirkan--- akan terjadi "keseragaman" informasi yang berimbas pada tidak variatifnya program siaran yang ditawarkan.

Secara umum stasiun televisi, dapat dibagi menjadi dua, yaitu televisi generalis dan televisi spesialis. Televisi generalis menyajikan program atau acara beragam, dari sinetron, musik, film, acara anak-anak, hingga berita. Untuk televisi nasional, yang termasuk dalam kategori televisi generalis adalah *RCTI*, *SCTV*, *TPI*, *Indosiar*, *AnTeve*, *Trans TV*, *Trans 7*, termasuk *TVRI*. Televisi spesialis menitikberatkan pada program tertentu. *Metro TV* dan *TV One* adalah TV spesialis yang menspesialisasikan diri pada program berita. Tetapi, sebagaimana kita saksikan selama ini, televisi generalis maupun televisi berita semuanya menyajikan program berita.

Sementara itu Ashadi Siregar (2008) dalam bahasa yang lain menyebut bahwa terdapat 2 tipologi televisi, yaitu 2 tipe orientasi penyiaran, yaitu tele-visi publik (*Public TV*) yang terdiri atas televisi pendidikan (*Educational TV*) yang difungsikan sebagai pendukung langsung proses pendidikan seperti pengajaran/instruksional. Tipe stasiun televisi ini dapat dijabarkan adalah substitusi pelatih/instruktur yang mengajar warga masyarakat untuk mencapai tingkat kemahiran teknis yang dapat digunakan dalam kehidupan sosialnya. Dikenal pula jenis televisi publik lainnya, yang dimaksudkan sebagai institusi yang menjalankan fungsi pendidikan sosial. Stasiun ini dimaksudkan sebagai perpanjangan dari lembaga masyarakat yang berupaya mendidik warga masyarakat agar lebih mengapresiasi kehidupan dalam konteks norma sosial. Dapat berupa kehidupan keagamaan, atau idealisme

sosial yang menjadi acuan bagi kehidupan normatif. Dan tipe kedua adalah televisi komersial (*Commercial TV*) yang mengemban fungsi hiburan dan jurnalisme. Kalau boleh disebut stasiun ini hadir dengan menjual informasi fiktional dan faktual. Dalam kehadirannya ini, dia sendiri sebagai industri yang memiliki sifat ekonomi (*economical traits*). Pada pihak lain tvkomersial sebagai factor penting sebagai pendukung dalam mekanisme ekonomi pasar.

Gambaran sekilas tentang aspek fisik dan historical televisi di negeri ini seakan menjadi daftar panjang "keluarbiasaan" media ini sebagai sarana transformasi informasi kepada khalayak. Karena itu. Tidak heran apabila media ini menjadi "dewa" bagi dunia jurnalistik, dalam hanya Keterlengkapan produk yang dihasilkannya yang tidak hanya terbatas pada sisi verbal dan audio saja, melainkan telah menyentuh aspek audio visual (bergerak layaknya sebuah realitas, red). Keluarbiasaan inilah yang kemudian oleh Redi Panuji⁸ (2005) dikatakan bahwa televise memiliki kekuatan (*the power of media*) dalam mempengaruhi masyarakat pemirsa televisi. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena televisi memiliki beberapa kemampuan sebagai berikut :

- a. Menciptakan kesan (*image*) dan persepsi bahwa suatu muatan dalam layar kaca (visual maupun audio visual) menjadi lebih nyata daripada realitasnya.
- b. Media massa mampu membuat liputan apa yang terjadi menjadi lebih nyata. Tentunya atas kemampuan reporter dalam memformulasikan apa yang terjadi (*what happens*) itu menjadi symbol-simbol verbal, audio maupun audio visual.
- c. Penelitian-penelitian "*uses and gratifications*" yang biasanya terfokus pada efek individu menemukan fakta bahwa komunikasi membangun makna ritual yang menggambarkan bagaimana orang bersama-sama dan bekerja sama secara terus menerus memaknai makna tersebut.
- d. Sejak lama media diyakini menjadi semacam kanal yang berfungsi mengalirkan emosi dan kecenderungan destruktif psikologis lainnya menjadi gejala internal (individu) yang wajar dan normal.

Adapun karakteristik fisik media televise adalah sebagai berikut :

- a. Media televisi adalah media elektronik, yaitu ia akan berfungsi apabila ada tenaga listrik,
- b. Media audio visual gerak, artinya visual yang ditampilkan mengutamakan yang bergerak atau *moving effects*.

⁸ Redi Panuju. *Nalar Jurnalistik ; Dasarnya Dasar Jurnalistik*. Malang : Bayumedia, 2005

- c. Media transitory atau hanya meneruskan isi pesan
- d. Media pandang dengar,
- e. Media personal
- f. Incorporate media atau media terpadu yang dapat untuk menyajikan media lain (*slide*, foto, grafik dll).

Selain keenam tersebut, perlu juga diketahui karakter televisi yang lain, yaitu

1. Proses pemancaran/transmisi,
2. Isi pesan audiovisual dapat dilihat dan di dengar sekilas sewaktu ada siaran,
3. Tidak dapat diulang,
4. Dapat menyajikan peristiwa/ pendapat yang sedang terjadi,
5. Dapat menyajikan pendapat (audiovisual) narasumber secara langsung/orisinal,
6. Penulisan dibatasi oleh detik, menit dan jam,
7. Makna berkala dibatasi oleh detik, menit dan jam
8. Distribusi melalui pemancaran atau transmisi,
9. Bahasa yang digunakan formal dan nonformal (bahasa tutur),
10. Kalimat jelas , singkat, padat dan sederhana.

4. Media Cyber

Dari sekian jenis media, mungkin untuk sementara ini hanya *cyber* media yang boleh dikatakan sebagai media terkini dan tercanggih dalam hal penggunaan media sebagai sarana transformasi informasi. Betapa tidak, media yang digunakan adalah media yang menggunakan teknologi terbaru, yaitu internet (*interconnecting networking*). Sebuah teknologi yang mampu memberikan kebebasan seseorang untuk mengakses informasi dari segala penjuru dunia dengan hanya meng "klik" saja, bahkan dengan kemampuan teknologi ini pula, seseorang dapat langsung menjadi wartawan yang menghadirkan berbagai bentuk karya tulisnya dan mempublikasikannya melalui email atau weblog yang dimilikinya tanpa bergantung pada lembaga informasi manapun.

Cyber media dalam bahasa yang lain dikenal dengan nama media online. Dikatakan demikian karena pola kerja dan pengaksesan informasi model ini selalu menggunakan media internet (computer). Dengan media internet inilah produk yang dihasilkan langsung dapat dinikmati khalayak, tanpa terikat oleh waktu ataupun prosedur baku lembaga penyiaran manapun, bahkan pada saat peristiwa berlangsung, informasi dapat diakses langsung.

Dengan gambaran tersebut, maka media ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media konvensional. Beberapa keunggulan model ini tertulis dalam

sebuah buku yang berjudul *Online Journalism. Principles and Practices of News for The Web* (Holcomb Hathaway Publishers, 2005), yang isinya sebagai berikut :

- a. **Audience Control.** Media online memungkinkan audience untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya. Pembaca diberikan kebebasan untuk memilih berita yang diinginkan. Banyak sekali informasi yang disajikan lewat internet. Misalnya situs detik.com atau wordpress.com menyediakan jutaan informasi yang dapat dipilih sesuka hati.
- b. **Nonlienarity.** Media online memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audience tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.
- c. **Storage and retrieval.** Media Online memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audience. Sifat internet yang online memungkinkan berita yang telah disajikan dapat diakses kapan saja. Hal ini karena situs atau blog memiliki tempat hosting tersendiri yang dapat menampung banyak data.
- d. **Unlimited Space.** Media online memungkinkan jumlah berita yang disampaikan / ditayangkan kepada audience dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya. Karena sifat internet yang mampu menggunakan berbagai fitur dan fasilitas tak heran jika berita yang disajikan tidak terbatas. Sifat internet yang di hosting pada server yang memuat banyak memori memungkinkan kita untuk memberikan berita secara lengkap dan komperhensif.
- e. **Immediacy.** Media online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada audience. Hanya dengan melakukan upload lewat warnet seseorang langsung dapat memberikan informasi kepada para pembaca. Berita yang baru saja terjadi langsung dapat diketahui oleh pembaca melalui perantara situs atau blog.
- f. **Multimedia Capability.** Media online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audience. Jurnalisme tak hanya terbatas pada tulisan ataupun audio visual. Lewat media internet semua media dapat digunakan. Contohlan situs RRIpro3.com yang menyiarkan siaran berita secara online lewat internet. Ataupun dapat mengakses video strimming dari situs tersebut.
- g. **Interactivity.** Media online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audience dalam setiap berita. Kita dapat menemukan adanya kolom comment dalam www.kompas.com ataupun blog dari wordpress.com maupun blogger.com. melalui kolom tersebut pembaca dapat menanggapi informasi tersebut dan berpendapat. Kita

dapat mendiskusikan informasi tersebut dengan sesama pembaca maupun dengan moderator.

Sebagai bentuk media baru atau saat ini dikenal dengan istilah *mass self communications*, maka cybermedia ini dapat dikenali wujudnya dengan melihat cirri khasnya, yaitu

- a. Sifatnya yang *real time*. Berita, kisah-kisah, peristiwa bisa langsung dipublikasikan pada saat keadian sedang berlangsung. Sifat ini boleh dikatakan sama dengan media elektronik lainnya seperti televisi, radio, telegraf dan lainnya.
- b. Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi *real time* itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh perodesasi maupun jadwal penerbitan atau siaran, kapan saja dan dimana saja selama dia terhubung ke jaringan internet maka penerbit mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah saat itu juga. Inilah yang memungkinkan para pengguna mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru
- c. Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah karakteristik lain, dengan lain perkataan melalui jurnalisme model ini membuat penyajian bentuk dan isi publikasi lebih kaya daripada model konvensional
- d. Bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan *hyperlink* yang terdapat pada web, karya jurnalisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Ini berarti pengguna dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas bahkan sama sekali berbeda.
- e. Tidak membutuhkan organisasi resmi berikut legal formalnya sebagai lembaga pers, bahkan dalam konteks tertentu organisasi tersebut dapat dihilangkan.
- f. Tidak membutuhkan penyunting/redaktur seperti yang dimiliki surat kabar konvensional, sehingga tidak ada orang yang mampu membantu masyarakat dalam menentukan informasi mana yang masuk akal atau tidak.
- g. Tidak ada biaya berlangganan kecuali langganan dalam mengakses internet sehingga komunikasi atau audiens memiliki kebebasan dalam memilih informasi yang diinginkan.
- h. Relatif lebih terdokumentasi Karen tersimpan dalam jaringan digital

Berpijak dari cirri khas tersebut, maka ada beberapa bentuk produk yang dihasilkan dalam jurnalistik cybermedia, antara lain :

- a. Lewat portal berita

Portal berita di internet dapat dikatakan sebagai gudang informasi. Disana kita dapat memperoleh berbagai macam informasi terkini. Lewat portal berita kita akan mendapatkan berita terupdate yang terjadi. Kelebihan ini karena wartawan dapat melakukan posting dari tempat meliput tanpa harus menyerahkan ke meja redaksi. Biasanya berita yang disajikan berasal dari orang yang berprofesi sebagai wartawan. Portal berita lokal di Indonesia antara lain detik.com, okezone.com, kompas.com, metrotvnews.com, dll. Untuk portal berita asing dapat diakses di BBC.com , VOAnews.com, CNN.com, Reuters.com, dan sebagainya.

b. Lewat weblog (blog)

Web bg atau biasa disebut blog, adalah website yang dikelola oleh individu dengan materi-materi aktual seputar gagasan, komentar, deskripsi kegiatan, atau materi lain seperti gambar, video yang di-update secara berkala. Melalui blog inilah citizen journalism berkembang. Kini siapa saja dapat menjadi seorang blogger, sebutan bagi pengguna blog. Melalui blog mereka dapat memberitahukan informasi disekitar mereka tanpa harus dihantui ketakutan. Kebebasan pers lewat internet sangat ditunjang oleh keberadaan blog.

Khalayak Media Massa

Khalayak media atau audiens media massa oleh Dennis McQuaill⁹ dikatakan sebagai istilah yang berlaku universal dan secara sederhana dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa audiens atau khalayak biasanya besar dibandingkan dengan keseluruhan populasi berbagai perkumpulan sosial yang ada.

Untuk memperjelas konsepsi tentang audiens atau khalayak, Dennis McQuail¹⁰ memberikan beberapa konsep alternative yang menyatakan bahwa :

- 1) Audiens atau khalayak sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar dan pemirsa
Kumpulan inilah yang disebut sebagai audiens atau khalayak dalam bentuk yang paling dikenali. Konsep ini lebih terfokus pada jumlah total orang yang dapat dijangkau oleh satuan isi media tertentu dan jumlah orang dalam karakteristik demografi tertentu yang penting bagi pengirim
- 2) Audiens sebagai massa

⁹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1987 : 201-202

¹⁰ McQuail, *Teori Komunikasi Massa*....., 203 - 206

Konsep audiens ini lebih menekankan pada ukurannya yang besar, heterogenitas, penyebaran dan anonimitasnya serta lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten.

3) Audiens sebagai public atau kelompok sosial

Unsur penting dalam versi audiens ini adalah praeksistensi dari kelompok sosial yang aktif, interaktif dan sebagian besar otonom yang dilayani oleh media tertentu, tapi keberadaannya tidak bergantung pada media.

4) Audiens sebagai pasar

Akibat perkembangan ekonomi, konsep tentang audiens lebih banyak diposisikan sebagai pasar. Produk media merupakan komoditi atau jasa yang ditawarkan untuk dijual kepada sekumpulan konsumen tertentu yang potensial yang bersaing dengan produk media lainnya. Ada beberapa konsekuensi ketika audiens dipandang sebagai pasar, yaitu (a) pendekatan tersebut merinci hubungan antara media dengan audiensnya sebagai hubungan konsumen – produsen, yang karena bersifat kalkulatif dari sudut pengirim – dalam hal apapun hubungan itu bukanlah hubungan moral atau sosial seperti halnya dalam public, (b) pendekatan ini kurang menekankan hubungan sosial audiens yang bersifat intern, yaitu sekumpulan individu dan konsumen yang sederajat yang berbagi ciri demografi atau budaya tertentu. (c) karakteristik audiens yang paling relevan dengan cara berpikir ini adalah sosial ekonomi dan stratifikasi sosial audiens selamanya telah menuntut perhatian yang tidak semestinya, (d) dari perspektif pasar, fakta penting tentang audiens adalah perilaku pemerhatian mereka yang terutama terungkap dalam tindakan pembelian atau pilihan memirsakan atau mendengar

Sementara itu Hiebert dan kawan-kawan sebagaimana dikutip oleh Nuruddin¹¹ melihat audiens atau khalayak media ini dapat dilihat dari karakteristiknya, yaitu :

- 1) Audiens cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Individu-individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.
- 2) Audiens cenderung besar. Luas di sini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun begitu ukuran luas ini sifatnya bisa jadi relative. Sebab ada media tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan, ada yang mencapai jutaan. Baik ribuan maupun jutaan itu tetap bisa disebut sebagai audiens meskipun jumlahnya

¹¹ Nuruddin, Komunikasi Massa...., 96 -100

berbeda. Tetapi perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi tak ada ukuran pasti tentang luasnya audiens itu.

- 3) Audiens cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kateegori sosial. Beberapa media tertentu punya sasaran, tetapi heterogenitas juga tetap ada.
- 4) Audiens cenderung anonym, yakni tidak mengenal satu sama lain. Bagaimana mungkin audiens bisa mengenal khalayak televise yang jumlahnya jutaan ? tidak mengenal ini tidak ditekankan satu kasus per kasus tetapi meliputi semua audiens.
- 5) Audiens secara fisik dipisahkan dari komunikator, atau audiens dipisahkan oleh ruang dan waktu

Sementara itu Bononama dan Shapiro sebagaimana dikutip Alo Liliweri¹² menyampaikan untuk mengenal siapa khalayak media massa dapat digunakan pendekatan sarang laba-laba. Dalam pendekatan ini khalayak sasaran media dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu (1) khalayak massa, (2) kategori sosial maupun demografis, (3) geodemografis, (4) psikografis, gaya hidup, subbudaya, hubungan sosial, (5) komuniti, (6) public dan (7) komunikasi individu melalui perilaku yang menimbulkan efek tertentu. Dari pembagian ini menunjukkan bahwa khalayak dalam system komunikasi menjadi sangat heterogen, heterogenitas itu dapat dianggap sebagai perbedaan latar belakang kebudayaan sehingga karya besar media massa adalah menyebarluaskan informasi kepada khalayak.

Berdasarkan pembagian tersebut pula dapat diruntut posisi khalayak media mulai dari tingkat individu sampai ke tingkat khalayak massa, yaitu .

1. Pada tingkat individu perlu perimbangan tentang (a) kebutuhan, keinginan, masalah, situasi dan isu yang dihadapi, (b) hambatan untuk memperoleh kebutuhan dan merealisasikan keinginan (c) keterlibatan proses perolehan. Konsep kebutuhan dan keinginan lebih mengarah pada area psikologis manusia, yaitu motivasi yang ditunjukkan oleh perilaku pembeli terhadap jasa produk yang ditawarkan, di mana kebutuhan selalu diartikan dengan motivasi internal yang timbul karena dorongan dari dalam maupun daya tarik atau rangsangan dari luar. Sedangkan keinginan merupakan ekspsresi dari kebutuhan
2. Pada tingkat public dan komuniti perlu diperhatikan (a) keadaan pasar (situasi dan kondisi) “versus” kebutuhan dan keinginan public (b) kategori para adopter kelompok tertentu yang bisa mulai mengadopsi apa yang ditawarkan.
3. Pada tingkat kategori psikografis, gaya hidup dan subbudaya serta hubungan sosial perlu diperhatikan (a) hubungan sosial yang terjadi di antara anggota suatu public atau

¹² Alo Liliweri, *Gatra-gatra komunikasi antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2001 : 304 -306

komunitas khusus (b) keadaan psikografis dan gaya hidup dan (c) subbudaya yang berlaku diantara mereka dan hubungannya dengan “inovasi” dari luar.

4. Pada tingkat geodemografis dan kategori sosial lebih diutamakan pada kategori sosial selain berdasarkan asas demografis juga memperhatikan geografis tempat sasaran menetap
5. Akhirnya sedikit demi sedikit kita meraih suatu sasaran khalayak massa yang lebih besar.

Khalayak Pasif dan Aktif Media Massa

Keberadaan khalayak dalam sebuah media massa memang tak dapat dipungkiri dan ia merupakan keniscayaan. Keberadaan khalayak yang demikian itu menjadikan media massa berusaha secara maksimal menyajikan konten media yang mampu menjadikan khalayak menikmati. Dalam konteks menikmati konten media inilah kemudian muncul sebuah pembacaan terhadap kecenderungan dan kebiasaan khalayak dalam menikmati konten media. Hasil pembacaan menunjukkan dua hal yang kemungkinan terjadi dalam diri khalayak, yaitu apakah khalayak media tersebut merupakan khalayak pasif atau khalayak aktif.

Penentuan dua kategori pasif dan aktif lebih dititikberatkan pada bagaimana khalayak itu menikmati atau mengonsumsi media massa. Makna pasif dan aktif bukan dibatasi pada persoalan tingkat keseringan dalam mengonsumsi media atau tingkat agresivitas dalam mengonsumsi media, melainkan diarahkan pada seberapa besar kemampuan khalayak dalam memahami isi pesan media massa. Semakin kecil pemahaman mereka dalam memahami konten media, maka khalayak tersebut bisa dikatakan pasif dalam arti ia hanya mendapatkan terpaan media tanpa pernah mau melakukan koreksi terhadap isi media tersebut, akibatnya ia menjadi bagian “objek” dari media massa. Sementara makna aktif bukan hanya didasarkan kemampuan mengoreksi isi pesan media, namun khalayak ini mampu memilah dan memilih isi pesan media yang cocok dan bermanfaat bagi dirinya. Dalam konteks inilah seorang khalayak aktif menjadi berdaya dan tidak dengan mudah dijadikan objek dari media massa.

Sementara itu, dalam pandangan teori komunikasi massa khalayak pasif dipengaruhi oleh arus langsung dari media, sedangkan pandangan khalayak aktif menyatakan bahwa khalayak memiliki keputusan aktif tentang bagaimana menggunakan media. Selama ini yang terjadi dalam studi komunikasi massa, teori masyarakat massa lebih memiliki kecenderungan untuk menggunakan konsepsi teori khalayak pasif, meskipun tidak semua teori khalayak pasif dapat dikategorisasi sebagai teori masyarakat massa. Demikian juga, sebagian besar teori komunitas yang berkembang dalam studi komunikasi massa lebih cenderung menganut kepada khalayak aktif.

Wacana di atas berelasi dengan pelbagai teori pengaruh media yang berkembang setelahnya. Teori “pengaruh kuat” seperti teori peluru (*bullet theory*) yang ditimbulkan media lebih cenderung untuk didasarkan pada khalayak pasif, sedangkan teori “pengaruh minimal” seperti *uses and gratification theory* lebih banyak dilandaskan pada khalayak aktif. Dalam kajian yang dilakukan oleh Frank Biocca dalam artikelnya yang berjudul “*Opposing Conceptions of the Audience : The Active and Passive Hemispheres of Communication Theory*” (1998), yang kemudian diakui menjadi tulisan paling komprehensif mengenai perdebatan tentang khalayak aktif versus khalayak pasif, ditemukan beberapa tipologi dari khalayak aktif.

Pertama adalah selektifitas (*selectivity*). Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan. Mereka tidak asal-asalan dalam mengkonsumsi media, namun didasari alasan dan tujuan tertentu. Misalnya, kalangan bisnis lebih berorientasi mengkonsumsi Majalah Swasembada dan Harian Bisnis Indonesia untuk mengetahui perkembangan dunia bisnis, penggemar olahraga mengkonsumsi Tabloid Bola untuk mengetahui hasil berbagai pertandingan olah raga dan sebagainya.

Kedua adalah utilitarianisme (*utilitarianism*) di mana khalayak aktif dikatakan mengkonsumsi media dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki.

Ketiga adalah intensionalitas (*intentionality*), yang mengandung makna penggunaan secara sengaja dari isi media.

Keempat adalah keikutsertaan (*involvement*), atau usaha. Maksudnya khalayak secara aktif berfikir mengenai alasan mereka dalam mengkonsumsi media.

Kelima, khalayak aktif dipercaya sebagai komunitas yang tahan dalam menghadapi pengaruh media (*impervious to influence*), atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri¹³

Khalayak yang lebih terdidik (*educated people*) cenderung menjadi bagian dari khalayak aktif, karena mereka lebih bisa memilih media yang mereka konsumsi sesuai kebutuhan mereka dibandingkan khalayak yang tidak terdidik.

Kita bisa melihat tipologi khalayak pasif dan khalayak aktif ini dari konsumsi media cetak masyarakat di sekitar kita. Media cetak kriminal, seperti Pos Kota dan Lampu Merah di Jakarta, Meteor di Jawa Tengah, Koran Merapi di Yogyakarta dan Memorandum di Jawa Timur sangat populer di kalangan menengah ke bawah. Berbagai harian ini dapat dengan mudah dijumpai di lapak-lapak koran yang bersebaran di pinggir jalan dengan konsumen

¹³ Little John, *Communication Human Theories*. Sage Publication, 1996 : 333

yang didominasi kalangan menengah ke bawah. Mereka mengonsumsi media di atas dengan selektivitas yang minimal dan tujuan yang tidak begitu jelas. Berbeda dengan kalangan menengah ke atas yang lebih terdidik yang mengonsumsi media massa dengan tujuan tertentu secara selektif. Misalnya, mereka yang aktif dalam kegiatan perekonomian tentu akan lebih memilih Bisnis Indonesia dibanding memilih media lain. Alasan mereka memilih media ini tentu saja karena harian ini lebih banyak mengupas masalah ekonomi dan dunia usaha yang berhubungan langsung dengan kehidupan mereka sehari-hari.

Namun mayoritas ahli komunikasi massa dewasa ini lebih meyakini bahwa komunitas massa dan dikotomi aktif-pasif merupakan konsep yang terlalu sederhana atau deterministik, karena konsep-konsep di atas tidak mampu menelaah kompleksitas sebenarnya dari khalayak. Bisa jadi pada saat tertentu khalayak menjadi khalayak aktif, namun pada saat yang lain mereka menjadi khalayak pasif, sehingga pertanyaannya kemudian bergeser lebih jauh mengenai kapan dan dalam situasi apa khalayak menjadi lebih mudah terpengaruh.

Rangkuman

1. Media secara esensial merupakan instrument atau alat yang sengaja dipilih komunikator (personal atau kelembagaan) untuk menunjang proses transformasi pesan kepada audiens, sehingga menjadikan audiens semakin memahami maksud pesan yang disampaikan komunikator.
2. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu akseleratif menjadikan posisi media semakin kuat memberikan terpaan kepada audiens. Terpaan tersebut disengaja atau tidak, diakui atau tidak, telah menjadikan audiens semakin “bergantung” (*media determinism*). Kondisi ini menjadikan audien sulit melepaskan diri dari media. Hari-harinya selalu diisi dan bersandingan dengan media, terlebih dengan lahirnya media baru (online) menjadikan audiens semakin intens bergerak di dunia maya daripada dunia nyata.
3. Keberagaman media dalam proses komunikasi dan budaya memberikan konsekuensi pada dua hal, yaitu pertama, bagi operator media selalu dituntut untuk selalu meng-update pengetahuannya dan keterampilannya dalam mengoperasikan media, termasuk dalam hal ini tuntutan kreatifitas awak media yang digunakan untuk memberi sentuhan isi media, dengan memperhatikan karakteristik medianya. Kedua, bagi penikmat media (audiens), beragamnya media memberikan kebebasan audiens untuk memilih media mana yang sesuai dengan kebutuhan, terutama sikap bijak audiens agar

pemilihan dan pemilahan media yang diperlukan tidak sampai menjadikan dia terjebak pada sikap konsumerisme dan terlalu bergantung pada media.

4. Audiens yang bijak merupakan audiens yang mengetahui kebutuhannya terhadap media, selalu kritis dan berani memutuskan untuk menentukan media mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Kategori audiens seperti ini tergolong aktif, yaitu aktif menentukan pilihan yang tepat ketika memerlukan informasi. Kebalikan dari dari ketegori ini adalah audiens pasif, yaitu audiens yang selalu terkena terpaan media, namun dia tidak memiliki piranti filter yang kuat untuk menerima terpaan itu, akibatnya kebutuhan media yang dia miliki lebih didasarkan pada trend daripada kesadaran informative.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang pengertian media dan audiens!
2. Beri penjelasan secukupnya perbedaan prinsip media surat kabar televisi, radio, dan online!
3. Beri penjelasan secukupnya mengapa audiens terbedakan menjadi aktif dan pasif
4. Bagaimana cara menaikkan "status" audien dari pasif menjadi aktif, beri penjelasan secukupnya!

Daftar Pustaka

- Fiske. John, *Cultural and Communication studies ; sebuah pengantar paling komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra, 2004
- John. Little, *Communication Human Theories*. Sage Publication, 1996
- Masduki, *Jurnalistik Radio : Menata Profesionalime Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta : LKiS, 2004
- Liliweri. Alo, *Gatra-gatra komunikasi antarbudaya*.Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2001
- McQuail. Dennis, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1987
- Nurudin, *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur, 2003
- Panuju. Redi, *Nalar Jurnalistik ; Dasarnya Dasar Jurnalistik*.Malang : Bayumedia, 2005
- Vardiansyah. Dani. *Pengantar Ilmu Komunikasi ; Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004
- Wahyudi. JB. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1996

Paket 10

IDEOLOGI DAN KUASA MEDIA

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang Ideologi dan Kuasa Media. Kajian dalam paket ini meliputi peta ideology media dan kuasa media yang menjadikan khalayak “terdiam”. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahamkan berbagai persoalan media dalam konteks ideology dan kuasanya.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian ideology media, peta ideology media hingga pada operasionalisasi media yang menjadikannya kuasa. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan ideology dan kuasa media. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-hook* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 10 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan penahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami peta ideology dan kuasa media.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan ideology media
2. Menjelaskan peta ideology media
3. Menjelaskan kuasa media

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Peta Ideologi Media
2. Kuasa Media ; Khalayak Diam

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena ideology dan kuasa media
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 10

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 2 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : peta ideology media
Kelompok 2 : kuasa media ; khalayak diam
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai pesentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis berbagai produk media massa, kemudian mengidentifikasi sisi ideology. Melalui analisis teks media, mahasiswa mendiskusikan aspek ideology yang dimainkan media dalam sebuah teks.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar ideology media, memetakan ideology media dan konsekuensi yang ditimbulkan (kuasa media) melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam temuan-temuan hasil analisis teks media.

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, media cetak

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa mengamati dan mencermati berbagai produk media massa yang dibagikan per kelompok.
2. Setiap kelompok mendiskusikan dan menganalisis indikasi-indikasi ideology yang dimainkan pada teks yang diproduksi media
3. Tulishasil diskusi dalam bentuk uraian singkat
4. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
5. Pilihlah satu anggota kelompok untuk presentasi
6. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

IDEOLOGI DAN KUASA MEDIA

Peta Ideologi Media

Kalangan yang begitu kritis terhadap existing media, merasa yakin bahwa teks-teks yang diproduksi media bukanlah teks yang berada di ruang hampa tanpa makna, apalagi sekedar cerminan realitas. Teks produksi media merupakan hasil konstruksi media dalam memandang realitas. Dari teks itu, media seolah-olah membantu khalayak mendefinisikan realitas sesuai dengan sikap dan prilaku tampilan masyarakat. Bagaimana khalayak bersikap, berperilaku bahkan berargumen selalu saja media menjadi rujukan referensi khalayak¹. Dalam konteks ini,

¹ Ashadi Siregar.. "Media Pers dan Negara: keluar dari Hegemoni" dalam *Komunikasi, Negara, dan Masyarakat*., Nunung Prajarto (ed). (Yogyakarta : Fisipol UGM, 2004), 107.a

terlihat peran media cukup strategis dalam mempengaruhi khalayak, proses pemengaruhan inilah yang sarat dengan nuansa ideologis dan tidak bebasnya nilai yang dimiliki media.

Ideologi media merupakan keniscayaan yang tak terbantahkan, karena posisi ideology dan media begitu lekat, sehingga sulit untuk dipisah-pisahkan atau dibeda-bedakan. Ideologi media merupakan sebuah sistem makna yang membantu menjelaskan dan mendefinisikan realitas serta membantu dalam membuat nilai-nilai pembenaran atas realitas itu². Ideologi dalam konteks media juga dapat dimaknai sebagai kesatuan makna yang membantu media dalam mendefinisikan atau memberikan penilaian terhadap dunia. Dalam posisi ini media tak sekedar menjadi penghantar arus informasi. Ia menghadirkan kembali realitas yang terjadi di masyarakat lewat sudut pandangnya. Melalui realitas yang dibangun media, konsep-konsep relasi dan norma sosial di masyarakat dibangun. Karena itu “penggunaan” ideology oleh media, seolah-olah ada instrument pembenar atas definisi realitas yang dilakukan media, bahkan pembenar itu menjadikan realitas yang dikonstruksi menjadi realitas sesungguhnya, bukan sekedar cerminan realitas khalayak media.

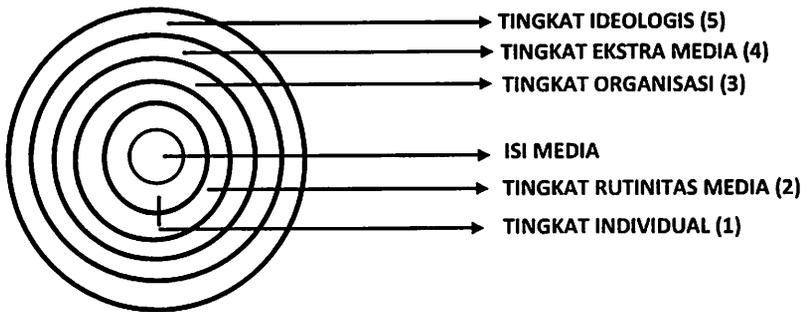
Apa yang terjadi terhadap media saat ini, jika digambarkan dalam paradigma Peter D Moss³ merupakan bagian konstruk kultural yang dihasilkan oleh ideology. Hal ini dikarenakan produk media tersebut menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Lewat narasinya, produk media menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia, siapa yang dikonstruksi jadi pahlawan, dan siapa yang jahat, apa yang baik dan apa yang buruk bagi rakyat, apa yang layak dan apa yang tidak layak dilakukan oleh khalayak. Pendek kata melalui ideology yang dimainkan tersebut, media menjadi “satu-satunya” referensi bagi khalayak memaknai realitas. Dengan demikian apa yang tersaji di media (produk informasi hingga infotainment), bagi sebagian kalangan politisi dianggap sebagai ruang penyebaran ideologi. Mereka beranggapan bahwa media itu ideologis; menjual pesan dan pandangan-pandangan tertentu. Sementara bagi sebagian besar masyarakat Amerika media dianggap sebagai penyokong ideologi. Media menjual produk sekaligus gagasan, kepribadian sekaligus pandangan; ide dan nilai-nilai

² Moch. Choirul Arif, “Ideologi Media” *naskah kuliah Kajian Budaya dan Media*, 2012. Menurut Peter D Moss (1999) mendefinisikan ideology sebagai seprangkat asumsi budaya yang menjadi “normalitas alami dan tidak pernah dipersoalkan lagi”. Pandangan ini sejalan dengan hipotesis Sapir-Whorf yang dikenal dalam linguistic bahwa bahasa itu tidak sekedar deskriptif, yakni sebagai sarana untuk melukiskan suatu fenomena atau lingkungan, tapi juga mempengaruhi cara kita melihat lingkungan. Implikasinya, bahasa juga dapat digunakan untuk memberikan aksan tertentu terhadap suatu peristiwa atau tindakan, misalnya dengan menekankan, mempertajam, memperlembut, mengagungkan, memecahkan, membelokkan atau mengaburkan peristiwa atau tindakan. Eriyanto. *Analisis Framming : Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. (Yogyakarta : LKiS, 2002), x

³ Eriyanto, *Analisis Framming : Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. (Yogyakarta : LKiS, 2002), x

kultural yang diproduksi media itu secara fundamental tak lebih adalah untuk mencari penerimaan public (*public acceptance*)⁴

Berkelindangnya ideology dalam sebuah produk media, dapat dilihat dari kecenderungan atau perbedaan media dalam memproduksi informasinya kepada khalayak. Melalui pelapisan-pelapisan yang melingkupi institusi media, maka akan tampak gambaran dan penjelasan mengapa sisi ideology selalu mempengaruhi bahkan menuntun produk media. Penjelasan ini disampaikan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen D Reese dengan membentuk hirarkhi pengaruh ideology terhadap media (*Hierarchy of influence*)⁵



Gambar.1
Hierarchy of influence Shoemaker and Reese

Penjelasan gambar

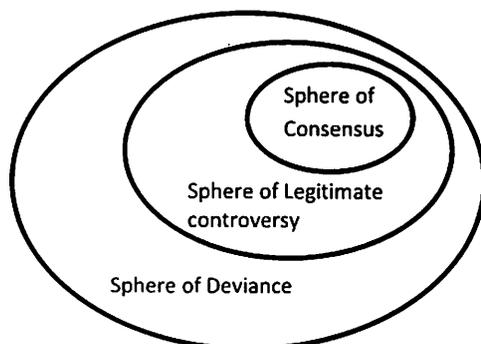
1. Pengaruh individu-individu pekerja media, diantaranya karakteristik pekerja komunikasi (wartawan), latar belakang personal dan professional.
2. Pengaruh rutinitas media. Apa yang dihasilkan media dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan, seleksi-seleksi yang dihasilkan oleh komunikator
3. Pengaruh organisasional. Salah satu tujuan yang penting dari media adalah mencari keuntungan materiil. Tujuan-tujuan dari media akan berpengaruh pada isi media yang dihasilkan.

⁴ Robby Milana. "Media dan Ideology" *Naskah resume tidak diterbitkan*, 2011

⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006), 138

4. Pengaruh dari luar organisasi. Pengaruh ini meliputi lobi dari kelompok kepentingan dari isi media, *pseudoevent* dari praktisi public relations dan pemerintah yang membuat peraturan-peraturan di bidang pers.
5. Pengaruh ideology. Ideologi merupakan sebuah pengaruh yang paling menyeluruh dari semua pengaruh. Ideology di sini diartikan sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan kohesif yang mempersatukan di dalam masyarakat.

Hal senada juga dilakukan Daniel Hallin,⁶ yang membuat ilustrasi dan gambaran menarik yang menolong kita, bagaimana memahami produksi media yang ditempatkan dalam bingkai peta ideology. Menurut Hallin, sebenarnya dunia jurnalistik terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu (a) bidang penyimpangan (*sphere of deviance*), (b) bidang kontroversi (*sphere of legitimate controversy*) dan (3) bidang consensus (*sphere of consensus*). Lebih jelasnya lihat gambar di bawah ini



Gambar.2
Peta Ideologi Media

Gambar ini menjelaskan bahwa bagaimana peristiwa-peristiwa dipahami dan ditempatkan oleh pekerja media dalam keseluruhan peta ideologis. Apakah peristiwa dibingkai dan dimaknai sebagai wilayah penyimpangan, kontroversi, ataukah consensus?. Dalam wilayah penyimpangan, suatu peristiwa, gagasan atau perilaku tertentu dikucilkan dan dipandang menyimpang. Ini sama nilai yang dipahami bersama bagaimana peristiwa secara umum dipahami secara sama antara berbagai anggota komunitas. Untuk waktu yang lama, peristiwa PKI masuk dalam wilayah penyimpangan. Secara umum peristiwa ini dipandang sebagai sesuatu yang buruk, dan

⁶ Eriyanto. *Analisis Framming*.... 127-128

tidak sesuai dengan nilai-nilai komunitas. Ia dipandang buruk, dan dianggap menyimpang. Hal yang sama terjadi pada misalnya perilaku gay atau lesbian. Bidang ini menunjukkan bagaimana terjadinya kesepakatan umum sehingga peristiwa, gagasan atau realitas dipahami dalam bingkai yang sama. Bingkai itu, menyertakan nilai-nilai yang dipahami dan disepakati secara bersama oleh anggota komunitas. Bidang kedua adalah wilayah kontroversi. Kalau pada bidang yang paling luar ada kesepakatan umum bahwa realitas (peristiwa, perilaku atau gagasan) dipandang menyimpang dan buruk, dalam area ini realitas masih diperdebatkan/dipandang kontroversial. Kegiatan seksual misalnya masih diperdebatkan. Ia tidak serta merta dipandang sebagai perbuatan yang menyimpang, tetapi diperdebatkan. Sedangkan wilayah yang paling dalam adalah consensus; menunjukkan bagaimana realitas tertentu dipahami dan disepakati secara bersama-sama sebagai realitas yang sesuai dengan nilai-nilai ideology kelompok.

Sebagai peta ideologis, peta semacam ini dapat dipakai untuk menjelaskan bagaimana perilaku dan realitas yang sama bisa dijelaskan secara berbeda---karena memakai kerangka yang berbeda. Masyarakat atau komunitas dengan ideology yang berbeda akan menjelaskan dan meletakkan peristiwa yang sama tersebut ke dalam peta yang berbeda, karena ideology menempatkan bagaimana nilai-nilai bersama yang dipahami dan diyakini secara bersama-sama dipakai untuk menjelaskan berbagai realitas yang hadir setiap hari. Melalui peta Hallin ini menolong kita untuk menjelaskan bagaimana peristiwa itu diberitakan oleh media dalam pemberitaannya. Wartawan melihat, membingkai dan menjelaskan peristiwa dengan bingkai tertentu. Dengan kata lain personal bahkan institusi media yang berbeda akan menentukan kemana produk media itu diarahkan.

Bagaimana media mengkomunikasikan berbagai peristiwa penyimpangan yang terjadi? Media memiliki banyak cara untuk menyampaikannya, yang terpenting tujuannya adalah memberi legitimasi pada perilaku atau gagasan tertentu dan mendelegitimasi gagasan atau perilaku lain yang dipandang dan dinilai menyimpang. Contoh, demonstrasi yang dilakukan para buruh dinilai menyimpang. Tidak selalu dalam pemberitaannya dikatakan sebagai bentuk ketidaksetujuan terhadap aksi tersebut, tapi bisa dilakukan dengan membuat kontras (banyak buruh lain yang tidak ikut demonstrasi). Semua yang dilakukan media ini merupakan bentuk delegitimasi keberadaan demonstrasi yang dilakukan para buruh.

Dengan memperhatikan skema atau gambar yang disampaikan Soemaker dan Reese serta Halin, semakin jelas bagaimana sebuah ideology mempengaruhi produk media. Sebenarnya

tidak ada persoalan ideology mempengaruhi media, selama ideology tersebut secara jelas menunjuk keberpihakannya pada peningkatan kecerdasan dan kesadaran khalayak. Namun, ketika ideology media tersebut takluk dalam cengkeraman ideology kapitalisme, maka orientasi pasarpun menjadi mengedepan, bahkan sikap dan perilaku awak media menjadikan dan memosisikan informasi sebagai komoditas. Informasi tanpa bobot komoditas dinilai jauh dari rasa ingin tahu (*sense of curiosity*). Padahal, pemenuhan keingintahuan manusia itu pada umumnya sangat bergantung kepada kemauan baik pengelola lembaga media massa dalam menyajikan informasi. Pertarungan antara kapitalisme dengan ideology media menjadikan semakin kaburnya nilai-nilai pragmatisme yang dianut media. Akibatnya pengacuhan terhadap tanggung jawab moral media terhadap segala produk media yang dihasilkan. Kesemua itu lebih disebabkan kuatnya himpitan kepentingan komersial terhadap idealitas media. Ingin menyajikan informasi yang objektif, tapi secara komersial merugikan. Ingin menyajikan informasi yang memperjuangkan kepentingan orang tertindas, tapi "ideology" media tak memungkinkan. Jadinya sebuah simalakama, yang berujung pada jatuhnya pada pilihan pragmatis, mengikuti "kehendak" kapitalisme.

Dorongan prioritas ideologi media dalam sajian pers mengakibatkan eksploitasi kepentingan manusia. Salah satu bentuk konkretnya adalah depersonalisasi dan desakralisasi simbol kemanusiaan dalam sosok perorangan atau kelompok. Selain itu, sajian media kuat bukan dalam sosok kultur, melainkan struktur. Akibatnya, tanpa disadari oleh konsumen pers pada umumnya, di samping tanpa kesengajaan pengelola media itu sendiri, muncullah desakralisasi kepentingan pribadi manusia sebagai individu, bersamaan dengan munculnya sakralitas kepentingan kelompok manusia sebagai sebuah struktur.

Ideologi media semakin memperkuat kecenderungan kapitalisasi informasi publik dalam berbagai format. Baik format sosial, format politik, maupun format kebudayaan, dan lain-lain. Kapitalisasi informasi publik ini dikelola dalam modus jurnalistik yang mampu memosisikan kepentingan simbol tertentu menjadi "tidak layak dijual", padahal sebetulnya simbol-simbol itu memenuhi syarat nilai berita. Dengan demikian Ideologi kapitalistik menjadi kekuatan dominan dalam industri media dan secara massif menjadi inti dari proses mobilisasi massa ke arah konstruksi sosial yang berorientasi pada materialisme. Berita sebagai produk utama media mengemas ideology kapitalistik dalam bingkai jurnalistik sehingga terkesan alamiah. Peristiwa atau realitas apapun yang terliput media akan hadir kepada publik bukan dalam wujud apa

adanya tetapi telah terkonstruksi dalam wujud baru yang ideologis dan sarat kepentingan kapital kelompok dominan.

Kuasa Media; Khalayak Pasrah

Semakin berkuasanya media sebenarnya telah diprediksi sejak awal. Terlebih *existing* media saat ini merupakan media yang tidak hanya memproduksi dan mendistribusi informasi kepada khalayak, melainkan juga *mensetting* informasi sesuai selera pasar (konsumsi) dengan dukungan piranti teknologi informasi dan komunikasi yang canggih. Teknologi inilah yang menjadikan kekuatan media semakin bertambah, semakin bebas memainkan dan memanjakan khalayak. Prediksi semakin terlihat ketika Marshal McLuhan⁷ melalui bukunya *Understanding Media* menyatakan bahwa teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi, dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Media berperan menciptakan dan mengelola budaya (*technological determinism*)

Apa yang disampaikan McLuhan itu, sebenarnya merupakan gambaran lain dari pola konsumsi khalayak atas media yang begitu bergantung dan terasa sulit untuk melepaskan diri. Dalam bahasa lain, khalayak telah tersandera media, anehnya posisi dan status sandera yang disandang khalayak tidak pernah ingin dilepaskan, karena media mampu menawarkan *sparkling of pleasure* yang begitu luar biasa. Bukan tanpa alasan media mampu menyandera khalayak, menurut McQuail kekuatan medialah menjadikan semua itu dapat terjadi. Bagi McQuail⁸ kekuatan itu tertumpu salah satunya pada fungsi dan peran yang dimainkan media, yaitun:

- a. Media dianggap dan berperan sebagai jendela peristiwa dan pengalaman yang memperluas pandangan khalayak, memungkinkan khalayak melihat apa yang terjadi, tanpa gangguan dari pihak lain.
- b. Media dianggap dan berperan sebagai cermin peristiwa di masyarakat dan dunia yang melibatkan cerminan akurat (walaupun dengan kemungkinan gambaran yang terdistorsi), walaupun sudut pandang dan arah cermin ditentukan oleh orang lain, dan khalayak tidak bebas melihat apa yang diinginkan.

⁷Morissan. *Teori Komunikasi Massa ; Individu hingga Massa* (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013), 486

⁸ McQuail. *Teori Komunikasi Massa (ter)*. (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), 92

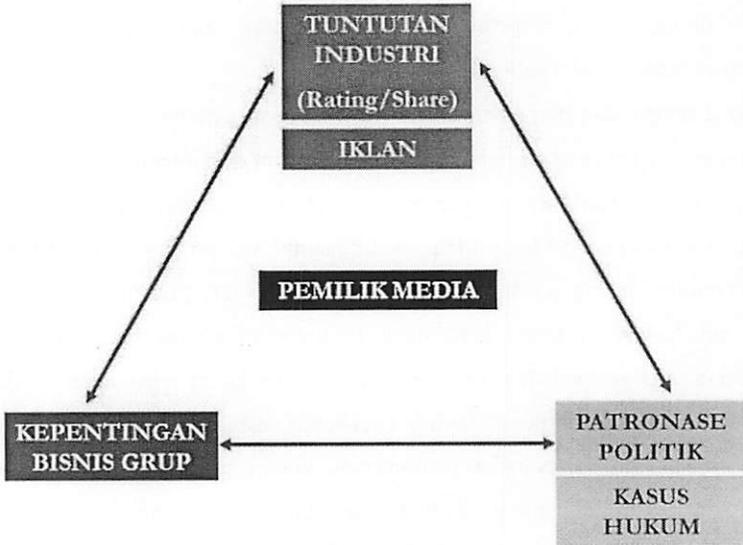
- c. Media dianggap dan berperan sebagai penyaring, palang pintu (gatekeeper), atau portal yang bertindak memilih bagian pengalaman untuk perhatian khusus dan menutup pandangan dan suara lain, baik disengaja maupun tidak.
- d. Media dianggap dan berperan sebagai petunjuk, pemandu atau penerjemah menunjukkan arah dan memberikan makna apa yang membingungkan atau tidak utuh
- e. Media dianggap dan berperan sebagai forum atau pijakan presentasi informasi dan ide kepada khalayak, seringkali dengan kemungkinan adanya respons dan umpan balik.
- f. Media dianggap dan berperan sebagai contributor yang meneruskan dan membuat informasi tidak tersedia bagi semua orang.
- g. Media dianggap dan berperan sebagai pembicara atau partner yang memiliki informasi dalam percakapan yang merespons pertanyaan dalam cara interaktif semu.

Pernyataan McQuail senada dengan apa yang dinyatakan Ashadi Siregar⁹ bahwa khalayak begitu sangat percaya bahwa teks media mampu menuntun cara pandangya terhadap dunia. Tatkala dunia semakin sesak oleh laju arus informasi dan pesatnya pertumbuhan, media tak sekadar jadi pegangan tetapi kebutuhan. Ia kerap diibaratkan sebagai matahari yang menerangi dunia, menyampaikan pesan yang merasuk ke kalbu umat manusia dan memberi pencerahan. Media menduduki posisi penting bagi ruang sosial masyarakat. Media, dengan cara pandangya, 'membantu' masyarakat merumuskan konsep-konsep relasi dan norma sosial. Dengan kata lain, media berideologi. Media tak sekadar menjadi penghantar arus informasi. Ia menghadirkan kembali realitas yang terjadi di masyarakat lewat sudut pandangya. Dari realitas yang dibangun media, konsep-konsep relasi dan norma sosial di masyarakat dibangun. Kondisi inilah yang menjadikan mengapa media begitu dibutuhkan khalayak hingga tak sadar ia tersandera di waktu luangnya. Dengan demikian secara singkat dikatakan bahwa media telah menjadi penguasa atas khalayak, karena produk-produk yang dihasilkannya semakin dibutuhkan dan menjadikan khalayak semakin bergantung kepadanya

Kuasa media itulah menjadi realitas yang sulit dipungkiri. Namun jika dicermati, kuasa media atas khalayak bukanlah sesuatu yang datang tiba-tiba. Faktor ekonomi politik termasuk ideology kapitalisme yang dianutnya juga menjadikan media semakin menancapkan kekuasaannya dengan cara memproduksi pesan-pesan media yang menuruti selera rendah

⁹ Ashadi Siregar. "Media Pers dan Negara: keluar dari Hegemoni" dalam *Komunikasi, Negara, dan Masyarakat..* Nunung Prajarto (ed). (Yogyakarta : Fisipol UGM. 2004), 107

khalayak (*the vulture journalism*). Kesemuanya itu memberikan isyarat bahwa fungsi sosial yang dimainkan media tidak sebanding dengan fungsi ekonomi media, yang selalu menuntut eksistensi media lebih kuat dengan topangan pondasi ekonomi. Akibatnya dapat ditebak, orientasi financial benefit media begitu mengemuka daripada sekedar penyampai informasi apalagi penyadaran bermedia. Sebagai gambaran bagaimana kuasa media atas khalayak muncul, dalam perspektif ekonomi pasar dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 3
Posisi media di tengah himpitan ekonomi pasar

Tiga Ranah ekonomi politik tersebut menggambarkan bagaimana posisi media ditengah tuntutan dan tantangan sebagai institusi yang seharusnya peran sosialnya lebih tinggi daripada peran ekonominya. Menuntut media untuk lebih condong ke peran sosialnya, “mungkin” terasa sulit, karena media bukan institusi yang mandiri dan otonom. Ia terikat dengan struktur sosial dan politik. Bagaimana media seharusnya bersikap dan dimana posisinya tak bisa lepas dari struktur sosial dan politik yang mengerangkainya. Dalam perkembangannya, eksistensi media berkaitan erat dengan konsep demokratisasi negara. Di dalam demokrasi, media tak bisa dipisahkan dari tiga elemen penting: negara, pasar, dan masyarakat. Dengan istilah lain, institusi media berada di tengah-tengah institusi politik, institusi ekonomi, dan institusi kultural. Mereka pun saling terkait satu sama lain. Tiga elemen di luar institusi media tersebut mempunyai potensi

untuk mempengaruhi isi maupun sikap media dalam menyampaikan isinya. Takaran kekuatan potensi itu pun sama. Kondisi sosial, ekonomi, dan politik lah yang akhirnya menentukan dominasi salah satu elemen tersebut dalam mempengaruhi kecenderungan posisi media¹⁰. Dalam konteks studi media sendiri, faktor kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media menjadi faktor dominan yang mempengaruhi performa dan sikap media. Faktor pemilik, modal dan pendapat media dianggap menentukan orientasi posisi media

Rangkuman

1. Ideologi media merupakan sebuah sistem makna yang membantu menjelaskan dan mendefinisikan realitas serta membantu dalam membuat nilai-nilai pembenaran atas realitas itu. Ideologi dalam konteks media juga dapat dimaknai sebagai kesatuan makna yang membantu media dalam mendefinisikan atau memberikan penilaian terhadap dunia. Dalam posisi ini media tak sekadar menjadi penghantar arus informasi. Ia menghadirkan kembali realitas yang terjadi di masyarakat lewat sudut pandangnya.
2. Berkelindangnya ideology dalam sebuah produk media, dapat dilihat dari kecenderungan atau perbedaan media dalam memproduksi informasinya kepada khalayak. Melalui pelapisan-pelapisan yang melingkupi institusi media, maka akan tampak gambaran dan penjelasan mengapa sisi ideology selalu mempengaruhi bahkan menuntun produk media.
3. peta ideology media merupakan “wadah” yang disiapkan media untuk memaknai dan membingkai realitas dalam ranah penyimpangan, kontroversi, dan consensus. Melalui “wadah” ranah ini sebuah realitas atau peristiwa diletakkan dan dimaknai berdasarkan nilai-nilai yang dipahami media yang kemudian disepakati bersama khalayak.
4. Keberadaan ideologi media semakin memperkuat kecenderungan kapitalisasi informasi publik dalam berbagai format. Kapitalisasi informasi dikelola dalam modus jurnalistik yang mampu memosisikan kepentingan simbol tertentu menjadi “tidak layak dijual”, meski secara normative memenuhi syarat. Ketika itu berlangsung, maka ideology kapitalistik akan menjadi kekuatan dominan dalam industri media dan secara massif menjadi inti dari proses mobilisasi massa ke arah konstruksi sosial yang berorientasi pada materialisme.

¹⁰ Peter Golding dan Graham Murdock eds., *The Political Economy of The Media*, Volume 1 (Edward Edgar Publishing Limited, 1997), 4

5. Ketika media berorientasi pada financial benefit, produk-produk yang dihasilkan selalu mengutamakan “dibelinya” produk itu oleh khalayak. Tidak penting produk itu berkualitas atau tidak yang penting pemirsa, pendengar dan pembaca merasa terpuaskan selera rendahnya (*vulture journalism*).
6. Kuasa media merupakan bentuk tersanderanya khalayak atas media di waktu luangnya karena kurangnya kesadaran dalam bermedia, dan tuntutan ekonomi politik media yang harus memperkuat eksistensinya dengan memperkuat sisi modal yang dimiliki media.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang makna ideology media!
2. Beri analisis secukupnya mengapa ideology media memainkan peran dalam produksi pesan media!
3. Apa yang mendasari kuasa media atas khayalak bisa terjadi, beri penjelasan secukupnya?
4. Apa yang harus dilakukan khalayak untuk “melawan” kuasa media?

Daftar Pustaka

- Arif, Moch. Choirul, “Ideologi Media” *naskah kuliah Kajian Budaya dan Media*, 2012.
- Eriyanto, *Analisis Framing ; Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta : LKiS, 2002
- Golding, Peter dan Murdock, Graham eds., *The Political Economy of The Media*, Volume 1 Edward Edgar Publishing Limited, 1997
- Milana, Robby “ Media dan Ideology” *Naskah resume tidak diterbitkan*, 2011
- Morissan. *Teori Komunikasi Massa ; Individu hingga Massa* Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013
- McQuail. *Teori Komunikasi Massa* (ter). Jakarta : Salemba Humanika, 2011
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media ; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing* Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006
- Siregar, Ashadi “Media Pers dan Negara: keluar dari Hegemoni” dalam *Komunikasi, Negara, dan Masyarakat.*, Nunung Prajarto (ed). Yogyakarta : Fisipol UGM, 2004

Paket 11

INDUSTRI MEDIA

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang industri media dan konsekuensi yang ditimbulkannya. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian industri media, kerangka ekonomi industri media, trend dan konvergensi industri media dan konglomerasi media. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahamkan berbagai persoalan industri media dan konsekuensinya.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian industri media dari berbagai konsep, memahami kerangka ekonomi hingga konsekuensi yang ditimbulkannya. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan slide film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan industri media. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau *e-book* yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 11 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar industri media dan konsekuensi yang ditimbulkannya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar industri media
2. Menjelaskan kerangka dasar ekonomi dari industri media
3. Menjelaskan arah trend dan konvergensi industri media

4. Menjelaskan pola konglomerasi media

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar industri media
2. Kerangka dasar ekonomi industri media
3. Trend dan konvergensi industri media
4. Konglomerasi media

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (15 menit)

1. Brainstorming dengan mengamati slide fenomena industri media
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 11

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 4 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar industri media
Kelompok 2 : Kerangka ekonomi industri media
Kelompok 3 : Trend dan konvergensi industri media
Kelompok 4 ; Konglomerasi media
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai pesentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis slide film pendek, dan membaca artikel terkait dengan persoalan industri media. Kelompok membuat uraian singkat tentang temuannya, kemudian dipaparkan secara bersama.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar industri media, kerangka dasar ekonomi hingga pola konglomerasi media melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk uraian singkat.

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, artikel jurnal dan slide film pendek

Langkah Kegiatan

1. Membagikan artikel jurnal pada masing-masing kelompok
2. Setiap kelompok diminta mendiskusikan dalam rangka membuat sebuah temuan yang terkait dengan industri media
3. Untuk memperkuat analisis, semua kelompok diminta memperhatikan slide film pendek tentang industri media
4. Hasil menonton dijadikan penguat dari analisis artikel jurnal
5. Diskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
6. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk uraian singkat atau *pointer*
7. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
8. Presentasikan hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
9. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

INDUSTRI MEDIA

Pengertian Industri Media Massa

Memasuki abad ke 21, industri media tengah berada di dalam perubahan yang cepat. Kerajaan-kerajaan media mulai membangun diri dengan skala yang besar. Merger ataupun pembelian media lain dalam industri media terjadi dimana-mana dengan nilai perjanjian yang sangat besar. Semakin lama bisnis media semakin besar dan melibatkan hampir seluruh outlet media yang ada dengan kepemilikan yang makin terkonsentrasi. Masyarakat mulai tenggelam dalam dunia yang dipenuhi oleh media. Apakah masyarakat terlayani dengan informasi yang aktual, beragam dan sesuai dengan kepentingan mereka oleh industri ini, atau perkembangan yang luar biasa ini hanya untuk meningkatkan keuntungan bagi “segelintir” orang yang terlibat dalam industri ini.

Dengan memperhatikan fenomena tersebut terjadi perkembangan yang luar biasa, bahkan media dalam skala ekonomi telah mengalami perubahan orientasi. Perubahan orientasi inilah yang kemudian oleh Novel Ali¹ disebut sebagai *give the press they public should knows* (pembentukan selera publik), padahal diawal kemunculannya media berobsesi menjadi *give the press the public wants* (pemenuhan selera publik). Meski pergeseran ini secara idealis sangat disayangkan, namun dalam kacamata ekonomi politik media fenomena tersebut merupakan sebuah keniscayaan, yaitu media massa telah berkembang menjadi sebuah industri informasi, atau yang dikenal dengan istilah industri media.

Sebenarnya dengan melihat berbagai fenomena media massa saat ini, kita bisa menyatakan bahwa media massa telah bergerak jauh, dari sekedar institusi atau lembaga yang menyediakan berbagai informasi kepada khalayak luas, menjadi sebuah industri yang melayani kebutuhan khalayak terhadap informasi. Begitu besarnya informasi yang diperlukan, tak jarang lembaga media massa tidak hanya memerankan diri sebagai penyuplai, tapi sudah melangkah ke arah pembentukan “selera” informasi apa yang seharusnya dikonsumsi oleh khalayak. Dalam konteks inilah media mulai menjadi sebuah industri yang di dalamnya terdapat proses produksi, distribusi dan konsumsi yang merupakan inti dari ekonomi media.

¹ Novel Ali, “Pers Objektif, Media Pemberdayaan Masyarakat yang efektif”, *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi*. Vol 1/juli 1998. Hal 13-23

Industri media massa dengan demikian dapat dinyatakan sebuah aktivitas institusi media massa dalam menciptakan atau menghasilkan pesan atau produk pesan media yang berorientasi pada bertambahnya modal (*financial benefit*). Orientasi *financial benefit* inilah yang menjadi tolok ukur apakah sebuah institusi media bersifat industri atau bukan. Untuk menyatakan bahwa media massa saat ini bukan sebuah industri juga sangat sulit, apalagi jika dikaitkan dengan keberlangsungan media massa dalam melayani kebutuhan informasi khalayak. Semua aspek mulai produksi, distribusi hingga konsumsi informasi khalayak membutuhkan biaya yang tak sedikit. Mengharapkan khalayak membeli produk media semata juga dirasa kurang rasional dalam kacamata ekonomi media. Artinya media massa memerlukan “suntikan” dana lain yang diperoleh dari iklan sebagai tambahan modal dan menumbuhkembangkan institusi media, terlebih media massa yang ada saat ini cukup beragam yang memberikan konsekuensi pada persaingan antar media massa.

Untuk menuju industri media menurut Rachmat Krisyantono², ada beberapa komponen utama yang dijadikan sumber penunjang bagi berlangsungnya kehidupan industri media. Sumber dimaksud adalah (a) modal atau *capital*, misalnya pemasukan iklan, iuran berlangganan, (b) jenis media atau *types of content* misalnya acara kuis, reality show, sinetron, informasi, (c) jenis khalayak sasaran atau *types of audience*, misalnya menengah ke atas, regional, berdasarkan jenis kelamin atau kelompok umur dan sebagainya. Apa yang dinyatakan Krisyantono tersebut memberikan gambaran bahwa media yang terindustrialisasi memerlukan penguatan ketiga komponen tersebut, ditambah lagi tiga hal lain yang menurut Mufid³ dapat dikatakan sebagai karakter sebuah industri media. Ketiga hal dimaksud adalah: (a) *customer requirements* adalah karakter yang merujuk pada harapan dan keinginan konsumen terhadap produk media yang meliputi aspek kualitas, diversitas dan ketersediaan, (b) *Competitive environment* adalah karakter yang merujuk pada lingkungan pesaing yang dihadapi perusahaan media, (c) *Social expectation* adalah karakter yang merujuk pada relasi antara harapan masyarakat dengan keberadaan industri.

Dengan komponen dan karakter tersebut, maka media yang terindustrialisasi berlomba-lomba mencari dan menangkap iklan komersial sebagai salah satu lumbung finansial yang dapat diraih, tentunya sumber lain semisal investor atau diversifikasi produk media juga diupayakan lebih besar pemasukan finansialnya. Karena itu tak heran jika banyak media membuat program

² Rachmat Krisyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2006), 273

³ Muhammad Mufid. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2007), 90

yang menarik khalayak, agar mendapatkan rating tinggi yang pada akhirnya adalah menarik iklan dari para sponsor.

Dalam konteks ini media pada akhirnya dilihat sebagai tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat berdasarkan atas hukum permintaan dan persediaan. Media diperlakukan layaknya barang dan jasa lainnya. Bisnis media beroperasi dalam bingkai “*dual product*” market. Secara bersamaan menjual dua jenis “produk” yang sama sekali berbeda pada dua jenis pembeli yang juga berbeda. Karena itu, media (perusahaan) lebih merespon konsumen yang ber”status” pengiklan, daripada konsumen yang berstatus sebagai pembaca, penonton maupun pendengar. Penonton dengan status non pengiklan hanya dijadikan objek yang dikomodifikasi. Sehingga riset-riset yang dilakukan hanya untuk mengeksploitasi seberapa besar sebuah program dinikmati khalayak, yang pada ujungnya dijadikan objek penarik iklan sebuah program media. Bermutu atau berkualitas tidaknya program tidak ditentukan pada konten media, tapi ditentukan oleh seberapa banyak penikmat media mengakses program media tersebut.

Kerangka Ekonomi Media Massa

Willam L Rivers, Jay W Jensen dan Theodore Peterson⁴ menyatakan bahwa keberhasilan media massa dalam mempertahankan diri apalagi mampu bersaing ditengah pasar informasi bebas lebih ditentukan oleh kemampuannya dalam menyediakan sesuatu yang diinginkan pasar. Tidak peduli apakah suguhan itu secara estetis bermutu atau tidak, yang penting disukai pasar.

Apa yang dinyatakan Willian L Rivers dan rekannya tersebut mengisyaratkan bahwa media massa sudah berpaling dari idealismenya, atau dalam bahasa yang lebih lembut bisa dinyatakan bahwa media massa saat ini melakukan “pengelolaan” idealismenya agar ia bisa bertahan hidup. Parahnya upaya yang dilakukan sudah mengabaikan aspek-aspek estetika bahkan etika. Dengan demikian, fakta kuat yang menjadi pertimbangan media massa adalah aspek ekonomi media. Kepentingan komersial acapkali menjadi pendorong pengelola media tidak saja melayani kemauan khalayak, tapi juga memanipulasinya. Tujuannya adalah jelas memperoleh perhatian khalayak dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan finansial.

Dengan gambaran itu, maka kerangka ekonomi media massa berpusat dan berkuat pada beberapa aspek, yaitu iklan dan khalayak massa. Dari kedua aspek tersebut, iklan menjadi

⁴ Willam L. Rivers, Jay W Jensen dan Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern* (terj). (Jakarta : Prenada Media, 2003), 182-206.

kerangka utama media massa dalam menopang kebutuhannya. Dalam konteks inilah David Potter⁵, guru besar sejarah universitas Stanford dalam bukunya "*people of plenty*" menyatakan sebagai berikut :

"...iklan tidak mutlak diperlukan bagi jalannya perekonomian yang efisien, karena biasanya penawaran akan selalu mengimbangi permintaan. Hanya jika permintaan yang diinginkan produsen begitu tinggi, atau jika penawaran jauh sekali melebihi permintaan, maka iklan menjadi sangat penting. Dalam situasi ini produsen tahu batasan operasionalnya , yakni bahwa pertumbuhannya tergantung pada kapasitas produksinya. Namun begitu memasuki pasar, perumbuhannya lebih ditentukan oleh kapasitasnya dalam menjual.

Pernyataan Potter tersebut sangat dipahami oleh media massa, karena bagaimanapun memasuki pasar, maka kebutuhan iklan menjadi tak terbantahkan untuk diambil. Karena dari sanalah pihak media massa mendapatkan *fresh money* untuk mengembangkan perusahaannya. Khalayak media juga sebenarnya memberikan kontribusi dalam hal kebutuhan finansial kelembagaan media massa melalui kontribusi pembelian produk yang dilakukannya. Namun dalam konteks ekonomi media, pihak media massa mulai memanfaatkan khalayak sebagai bagian dari komoditas yang diperjualbelikan kepada pihak pemilik kapital, dengan cara mengeksplorasi "waktu luang khalayak" yang dijadikan "jaminan" dalam menjual khalayak kepada pemilik kapital.

Akibat lebih lanjut dari semua itu, struktur media kelembagaan media massa menjadi terpengaruh atau dalam bahasa yang lebih halus, pihak kelembagaan media massa melakukan proses penyesuaian struktur. Dalam arti yang lain, produksi media massa dalam keberlangsungannya memerlukan pembiayaan yang tidak sedikit. Untuk dapat melayani khalayak yang begitu besar dan luas menjadikan kelembagaan atau perusahaan media massa berpikir ulang untuk melakukan ekspansi jika tidak memiliki pendanaan dan manajemen yang cukup. Karena itulah menurut Frank Mott sebagaimana dikuti William L Rivers⁶ dan rekan menyatakan bahwa ketika pasar tercipta secara massal, di mana unit produksi besar yang efisien, mendorong pemusatan kepemilikan media massa di berbagai kota, disusul munculnya jaringan perusahaan media massa, di mana satu perusahaan media massa mengontrol banyak media massa di banyak tempat, maka sejak saat itu konsolidasi menjadi tema utama media massa.

⁵ David Potter. *People Plenty*. (Stanford University Press, 1990)

⁶ William L Rivers, Jay W Jensen..... 190

Konsolidasi adalah bahasa paling untuk menyatakan bahwa sebuah media massa diakuisisi oleh media massa yang lain. Dalam konteks Indonesia bisa diberikan contoh yang sangat gamblang bagaimana pola konsolidasi media massa dilakukan. Misalnya dengan alasan konsolidasi, Kompas TV berkonsolidasi dengan BC TV, Space Toon TV berkonsolidasi dengan NET TV, Global TV, RCTI, SCTV berkonsolidasi dengan MNC Corporation, Trans TV dan Trans 7 berkonsolidasi dalam Trans Corporations dan seterusnya.

Dengan pola konsolidasi tersebut, secara tidak langsung struktur kelembagaan media massa menjadi menyatu dan mendorong terjadinya pemusatan kepemilikan, di mana satu perusahaan media massa mengontrol media massa lainnya. Bukan hanya dari media massa sejenis, tapi juga media massa lainnya. Struktur kelembagaan media massa inilah yang menjadikan konglomerasi media massa menjadi tak terelakkan. Orang tidak hanya ingin menguasai satu media cetak, bila menyatukan media cetak, elektronik hingga digital dalam satu genggaman kekuasaannya.

Meski memberikan resiko pemusatan “kekuasaan” informasi pada satu genggaman kekuasaan, namun konsolidasi media massa selalu dipersepsi oleh pemilik media massa sebagai upaya efisiensi produksi di tengah semakin beragamnya tuntutan khalayak terhadap informasi yang dibutuhkan. Beberapa alasan yang seringkali disampaikan oleh praktisi media massa dalam melakukan konsolidasi adalah sebagai berikut : (1) efisiensi permodalan dan produksi, (2) Keberlangsungan media massa agar dapat melayani khalayak secara luas, (3) Kemudahan dalam pengelolaan/manajemen media massa, (4) jangkauan semakin luas, karena lembaga media massa telah tersebar luas, (5) kepuasan khalayak terhadap produk media massa semakin bisa terrealisasikan dengan baik.

Trend dan Konsvergensi Industri Media Massa

Konvergensi industri media secara esensial merupakan konsekuensi logis yang harus dilakukan pengelola media, agar keberadaannya dapat berlangsung dengan baik. Artinya massa audiens yang semakin variatifuntutannya ditambah lagi jenis media massa juga semakin banyak menjadikan massa audiens memiliki banyak pilihan untuk menentukan media massa mana yang akan dia konsumsi. Kondisi ini di satu sisi merupakan dinamika positif bagi massa audiens karena mereka bebas menentukan pilihannya, sementara bagi pengelola merupakan tantangan untuk melakukan kreativitas dalam mengemas produknya. di sisi lain kondisi ini juga merupakan

warning bagi pengelola media, karena bisa saja dengan menjamurnya berbagai media massa, massa audiens lambat tapi pasti akan meninggalkannya. Dengan demikian dapat diberikan penegasan jika suatu media massa telah kehilangan atau minimal berkurang jumlah massa audiensnya maka bisa dipastikan media massa tersebut akan mengalami kesulitan dalam pengelolaannya. Sebagai bagian dari konsekuensi logis ditambah lagi rasionalitas pasar yang menuntut pengelola, maka konvergensi media merupakan trend atau kecenderungan utama dalam memproduksi dan memperpanjang keberlangsungan suatu media. Pengelola media akan berupaya maksimal untuk meraih “simpati” massa audiens untuk tetap berada dalam “pelukannya”. Kondisi itu memperlihatkan betapa sulitnya menghadapi tantangan, mulai dari konglomerasi media, hiperkomersialisasi hingga tuntutan pasar yang harus diikuti.

Pada era ekonomi baru (*digital economy*) saat ini menurut Richardus Eko Indrajit⁷, rasanya klasifikasi media berdasarkan industri menjadi sulit dan kurang relevan untuk dipergunakan. Dikatakan sulit dilakukan karena adanya fenomena jejaring (*internetworking*) antar berbagai perusahaan untuk saling bekerja sama dalam proses penciptaan produk atau jasa tertentu, dimana dalam kenyataannya beragam perusahaan tersebut memiliki bisnis inti yang berbeda. Akibatnya, produk atau jasa yang ditawarkan pun menjadi sangat unik. Dikatakan kurang relevan adalah karena berbagai tipe industri tersebut telah saling berkonvergensi membentuk suatu domain industri baru yang dinamis, misalnya:

- Konvergensi antara industri komputer, telekomunikasi, dan media yang membentuk sebuah domain industri hiburan global (*global entertainment*);
- Konvergensi antara industri komputer, telekomunikasi, dan kesehatan yang membentuk sebuah domain industri pengobatan jarak jauh (*telemedicine*);
- Konvergensi antara industri komputer, retail, dan distribusi yang membentuk sebuah domain industri toko virtual (*virtual store*);
- Konvergensi antara industri komputer, telekomunikasi, dan pers yang membentuk sebuah domain industri media elektronik (*e-media*); dan lain sebagainya.

Bagi pengelola media yang terkategori kecil, maka konvergensi bisa saja dilakukan, namun memerlukan permodalan yang cukup besar, yang tidak hanya diperuntukkan pada pembiayaan produksi, pengadaan sumber daya manusia yang mampuni, tapi juga investasi

⁷ Richardus Eko Indrajit. “Konvergensi Industri di dunia Maya” (online) www.dosen.narotama.ac.id diakses tanggal 12 Januari 2014

teknologi yang itu jelas memerlukan pembiayaan tak sedikit. Dengan dalih bertahan atau bahasa lain melakukan konsolidasi, maka tak jarang pengelola media melakukan konsolidasi kelembagaan dan produksi yang berakibat pada “penyerahan diri” kepada pengelola media yang lebih besar. Dalam konteks inilah godaan terhadap suntikan modal menjadi sesuatu yang menggiurkan namun dilematis. Diambil dan diikuti pola konsolidasi media ini akan menyelamatkan media miliknya, meski harus kehilangan ruh idealismenya yang diusung selama ini dan “kekuasaan” dalam mengelola, karena berada dalam genggamannya pengelola lain. Tidak diikuti pola ini akan berakibat fatal, pengelola media akan melakukan radikal, yaitu menutup media massa karena tidak lagi memiliki kekuatan finansial dalam mengelolanya.

1) Industri Media Cetak

Konvergensi pada industri media cetak menurut Baran⁸ telah dilakukan ketika media ini merasa kalah dalam berkompetisi dalam sebuah industri. Kekalahan itu bisa dilihat dari dua aspek, yaitu kalah berkompetisi dengan media sejenis, dan kalah karena terhadap kecenderungan konsentrasi kepemilikan media cetak. Sebagai contoh menurut Baran⁹ menunjukkan kasus di Amerika. Pada tahun 1923, 502 kota di Amerika memiliki dua atau lebih harian yang saling berkompetisi (dengan pemilik yang berbeda). Saat ini hanya 20 kota yang memiliki dua surat kabar yang berbeda yang saling berkompetisi. Dengan oplan dan penerimaan iklan yang hampir sama dengan surat kabar yang ada di perkotaan, sangat sedikit kota yang dapat mempertahankan lebih dari satu surat kabar. Kongres berusaha mengubah keadaan ini dengan mengizinkan dilakukan *joint operating agreement* (JOA) atau kesepakatan penggabungan operasi. Dengan adanya JOA surat kabar yang gagal dapat menggabungkan hampir semua aspek bisnisnya dengan kompetitor local yang lebih sukses, sejauh operasionalisasi redaksi dan pelaporan berita tetap terpisah. Filosofinya adalah lebih baik memiliki dua atau surat kabar yang kurang independen dalam suatu kota, daripada menutup satu surat kabar. Saat ini 12 kota memiliki JOA, termasuk Seattle, Albuquerque, Detroit dan Cincinnati.

Kekhawatirannya terletak pada keragaman editorial. Kota yang hanya memiliki satu surat kabar hanya mempunyai satu suara editorial. Hal ini bertentangan dengan dua hal tentang hubungan antara pers bebas dengan pembacanya yang diyakini orang Amerika dan telah

⁸ Stanly J Baran, *Pengantar Komunikasi Massa : Melek Media dan Budaya*. (Jakarta : Erlangga, 2012), 149-164

⁹ Stanly J Baran, *Pengantar Komunikasi Massa.....* 149-164

dipegang kuat, yaitu (a) kebenaran mengalir dari banyak “lidah”, (b) masyarakat akan lebih baik jika disediakan sejumlah suara yang saling bertentangan.

Realitas ini menurut Robert McChesney (1997) sebagaimana dikutip Baran sangat menyedihkan sekali. Dengan menyatakan “ketika kepemilikan terkonsentrasi secara nasional dalam bentuk jaringan bisnis, jurnalisme mulai lebih mencerminkan kepentingan pemiliknya ataupun pengiklan daripada kepentingan yang beragam dalam suatu komunitas”

Akibat dari konsentrasi kepemilikan inilah menjadi media cetak mengeluarkan “kebijakan” yang cukup radikal dengan cara mengubah orientasinya yang begitu komersial. Hal ini bisa dilihat dari tiga hal yaitu hiperkomersialisasi, penghapusan perbedaan antara iklan dan berita, dan yang paling utama adalah hilangnya misi jurnalisme itu sendiri. Banyak kasus yang dapat ditunjukkan, misalnya banyak surat kabar seringkali menjadikan halaman utama sebagai ruang yang paling eksklusif untuk berita, namun demi tuntutan komersialisasi, halaman utama dijual dan dijadikan iklan, belum lagi modus pencarian keuntungan dengan segala harga merupakan pelanggaran antara editorial surat kabar dengan misi pengiklan, dan masih banyak lagi cara-cara yang ditempuh pemilik surat kabar menghadapi tuntutan pemilik yang terkonsentrasi dan iklan.

Sementara itu, konvergensi dilakukan sebagai bagian yang harus dilakukan. Kondisi ini ditambah dengan hadirnya teknologi baru, yang otomatis akan menghasilkan cara-cara baru dalam memproduksi pesan media cetak, demikian pula massa audiensnya akan melakukan tindakan yang sama. Teknologi baru yang dimaksud adalah internet. Meski penggabungan media cetak dengan internet (web, red) belum terbukti sukses secara finansial, namun terdapat tanda-tanda yang menggembirakan. Dan hal itu bagi pengelola media cetak telah disadari, bahwa pengelola media cetak harus menerima kerugian finansial seraya membangun kepercayaan pembaca online, penerimaan dan terlebih lagi penggunaan yang teratur dan lebih sering. Untuk itu semua, tak jarang pengelola media cetak berani mendorong munculnya penerbitan komunitas yang menyediakan linknya sendiri demi massa audiensnya, melakukan perubahan pola distribusi pencetakan surat kabar, dari manual menjadi digital. Sehingga yang dikirim bukan produk media cetak konvensional, namun mengirim file-file ke rumah atau ke kantor-kantor dengan format yang hampir sama dengan tampilan cetakannya secara konvensional.

2) Industri Media Radio

Sebagaimana industri media cetak, media radio juga melakukan konvergensi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Konvergensi dilakukan semakin dapat dilakukan seiring dengan kemunculan dan perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin akseleratif.

Salah satu perangkat teknologi yang mampu mendorong terjadinya konvergensi di industri media radio adalah keberadaan satelit. Dengan berkonvergensi dengan satelit, maka music dan bentuk konten radio yang lain dapat didistribusikan dengan biaya yang tidak terlalu mahal kepada ribuan stasiun radio. Dengan demikian satu “jaringan” dapat menyediakan berbagai layanan yang sangat berbeda dengan afiliasi-afiliasi yang berbeda pula. Menurut Baran¹⁰ beberapa konvergensi industri media radio dapat ditampilkan sebagai berikut, misalnya ABC mempertahankan jaringannya di bawah nama Disney dan ESPN, Weswood One yang membeli jaringan NBC Radio pada tahun 1987 dan menambahkannya pada jaringan besarnya yang sudah ada serta operasi program *sindikasi*, terhitung diantara 60% semua program komersial di AS. Namun, biaya yang rendah dalam memproduksi program radio membuat pendirian lain bahkan jaringan yang sangat terspesialisasi, mungkin dilakukan. Satelit juga membuat akses kepada konten dan format *sindikasi* menjadi terjangkau bagi banyak stasiun.

Bentuk konvergensi lain yang dilakukan media radio dengan satelit misalnya munculnya DMX (digital music express). Program ini menggunakan perangkat televisi kabel untuk memperdengarkan program radio kepada khalayaknya. Selain itu juga muncul digital radio service (DARS) meski pola ini boleh dikatakan baru, namun mampu menghantarkan program radio ke rumah, kantor, mobil melalui audi digital yang dilakukan oleh perusahaan layanan XM satelit Radio pada tahun 2001 dan Sirius pada tahun 2002.

Menurut Baran¹¹ industri media radio sekitar tahun 2002 melakukan perubahan-perubahan dalam kepenyiarannya, dari pola konvensional menuju digitalisasi. Melalui penggunaan radio digital terrestrial industri media radio telah menerapkan teknologi digital yang disebut *in hand on channel* (IBOC). Dengan teknologi ini memungkinkan perusahaan penyiaran radio melakukan transmisi tidak hanya sinyal analognya yang biasa tetapi juga

¹⁰ Stanley J Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*..... 282 -292

¹¹ Stanley J Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*.... 285

satu atau lebih sinyal digital dengan menggunakan spectrum gelombang yang suda ada. Dan walaupun IBOC juga meningkatkan konsistensi suara untuk AM dan FM, hampir semua stasiun yang menggunakan teknologi mlihat nilai besarnya terletak pada layanan bayaran contohnya langganan pengiriman data. Para pendukung IBOC secara optimis memprediksi bahwa radio digital terrestrial akan menggantikan radio analog yang keseluruhan pada tahun 2017.

Konvergensi industri radio bentuk lainnya dapat dilihat ketika media radio mulai bersentuhan dengan internet. Melalui produk yang disebut **radio web** dan **podcasting**. Radio web merupakan penghantaran produk radio secara langsung kepada pendengar individual melalui internet. Sementara podcasting merupakan perekaman dan pengunduhan file audio yang disimpan dalam server. Melalui web, kita bisa menyaksikan dan mendengarkan ratusan bahkan ribuan stasiun radio dalam bentuk satu dari dua bentuk yang ada. Siaran radio simultan (radio simulcast) merupakan bentuk radio web tradisional di mana stasiun yang beradda di udara mentransmisikan sinyal gelombangnya secara online. Beberapa hanya sekedar membentuk ulang penyiaran aslinya, namun umumnya siaran radio simultan memasukkan informasi tambahan seperti lirik lagu dan informasi biografi artis dan tanggal-tanggal konser.

Bitcaster merupakan stasiun radio yang hanya ada di web, hanya bisa diakses secara online. Ribuan stasiun yang hanya ada dalam web biasanya merupakan radio yang beroperasi tanpa iklan. Untuk mengakses radio web ini para pengguna internet harus memiliki perangkat lunak file compression seperti *Realplayer* (tersedia secara gratis di www.real.com) yang memungkinkannya dilakukan streaming, pengunduhan dan pengaksesan—memainkan—secara serentak data audio atau video digital. Untuk produk konvergensi yang berbentuk podcast tidak memerlukan perangkat lunak untuk streaming karena telah ditempatkan secara online. Podcast dapat diunduh, baik secara sengaja maupun otomatis (biasanya dengan berlangganan) dan dimasukkan ke semua peralatan digital yang memiliki pemutar MP3, PC, Laptop maupun iPod

3) **Industri Media Televisi**

Seperti layaknya industri radio, industri media televise juga mengalami konvergensi yang luar biasa seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Gertner (2005) memprediksi saat ini telah mengalami perubahan produk yang pada awalnya

dibentuk oleh kabel dan satelit kemudian berkembang menjadi berbentuk VCR. DVD, DVR, internet, digitalisasi dan telepon seluler

VCR merupakan videocassette recorder yang diperkenalkan secara komersial tahun 1976. VCR pada saat itu bisa dikatakan merajai keberadaan pola perekaman dalam memproduksi siaran televisi. Karena itu berita baik untuk industri televisi, maka keberadaan VCR memungkinkan penyesuaian waktu (*time shifting*) atau perekaman suatu acara televisi untuk ditonton kemudian. Melalui VCR pula memungkinkan dilakukannya *zipping*, yaitu mempercepat iklan ketika tayangan iklan yang dilakukan oleh 95% dari semua pemilik VCR.

DVD atau digital video disc mulai diperjualbelikan tahun 1996. Kelebihan DVD dari VCR adalah mampu menghentikan gambar tanpa kehilangan ketelitian dan ketepatan gambar, dapat pula mendapatkan terjemahan film ke dalam beberapa bahasa, mencari adegan tertentu dan dapat mengakses jalur informasi yang dapat memberikan latar belakang informasi suatu film.

DVR atau digital video recorder diluncurkan oleh Philips electronics pada bulan maret 1999. Melalui produk DVR ini diperkenalkan program reply tv, yang memiliki perangkat lunak untuk melakukan jumlah kontrol terhadap konten yang cukup signifikan terhadap program acara televisi yang ditonton pemirsa. Bahkan penonton memiliki banyak kesempatan untuk melakukan reply televisi yang dia suka namun belum sempat ditonton olehnya.

Televisi digital, merupakan perubahan yang cukup besar dilakukan industri media televisi. Digitalisasi sinyal video memperkecil ukuran data yang dimilikinya sehingga lebih banyak informasi yang dapat dibawa melalui kabel telepon (yang dimiliki oleh perusahaan kabel atau perusahaan telepon) dan juga untuk disimpan. Melalui perubahan digitalisasi, maka industri televisi khususnya yang konvensional menjadi terselamatkan, artinya mereka bisa bertahan dengan cara melakukan perubahan-perubahan diperangkatnya. Dengan demikian, industri televisi menjadi sangat memungkinkan untuk membawa bentuk konten yang beragam dalam spectrum yang sekarang ini. Melalui digitalisasi juga, perusahaan kepenyiaran televisi dapat mentransmisikan gambar-gambar yang high definition atau membagi salurannya (*multiplexing*). Dengan pola ini pula perusahaan televisi akan berubah menjadi perusahaan minikabel yang menawarkan

layanan kepenyiaran dengan gambar sejelas video digital, akses internet, layanan paging dan aliran data yang konstan untuk informasi seperti saham dan laporan olah raga.

4) Industri Media Internet

Internet sangat tepat dikatakan sebagai “jaringan dari jaringan” yang berkembang dalam kecepatan tinggi dan sangat menakjubkan. Jaringan internet sekarang ini terdiri dari LAN (*local area network* atau jaringan wilayah loka) yang menghubungkan dua atau lebih computer. Biasanya berada dalam suatu gedung yang sama, dan WAN (*wide area network*), yang menghubungkan beberapa LAN pada lokasi yang berbeda. Ketika seseorang mengakses internet dari sebuah computer di perpustakaan universitas, ia sangat mungkin berada dalam suatu LAN. Namun jika beberapa universitas (atau bisnis atau organisasi lain), menghubungkan system computer mereka masing-masing, berarti pengguna mereka adalah WAN.

Saat popularitas internet semakin berkembang jumlah PJI (penyelenggara jasa internet) atau ISP (internet service provider) juga turut meningkat, perusahaan yang menawarkan koneksi internet dengan biaya bulanan tergantung pada jenis dan jumlah akses yang diperlukan. Dengan semakin besar mobilitas masyarakat dalam mengakses informasi melalui media ini, maka dari tahun ke tahun pengguna layanan ini semakin besar. Misalnya menurut Baran¹² pengguna internet di Amerika kurang lebih 80 persen yang melaporkan bahwa mereka telah melakukan transaksi virtual (melalui internet) ketika melakukan pembelian dan penjualan suatu barang. Ini menandakan perubahan besar dalam dunia transaksi ekonomi, yang tidak lagi harus dilakukan secara *face to face*, namun sudah melalui transaksi virtual.

Meski transaksi dan penggunaan internet meningkat terus, namun tak dapat dipungkiri beberapa pengguna internet memiliki rasa khawatir juga, hal ini mengingat sifat dari internet sendiri yang terbuka, apalagi dunia bisnis yang semakin ketat menjadikan keterbukaan dan persaingan menjadi “momok” yang menakutkan. Mengapa? Bukan tidak mungkin sifat terbukanya yang terkadang bisa ditembus dan disalahgunakan pihak-pihak tertentu bukan bermaksud memperlancar transaksi bisnis, tapi malah sebaliknya menjatuhkan dan menyedatkan pembeli virtual yang pada akhirnya menjadikan pesaing bisnis lain menjadi merugi begitu besar.

¹² Stanly J Baran, Pengantar *Komunikasi massa*....., 385 -405

Nah, diantara bentuk komersialisasi yang paling mengganggu pada internet kemungkinan adalah *spam*, e-mail komersial yang tidak diminta dan hal ini bahkan memberi ancaman alienasi lebih banyak pengguna internet. Saat ini 75 % dari semua aktivitas e-mail adalah spam, naik dari hanya 45 % pada tahun 2003. Lebih dari 15 miliar spam dikirimkan setiap hari, pada tahun 2005 saja, 10,3 trilyun e-mail sampah ini (spam) dikirimkan melalui internet.

Konglomerasi Media

Konglomerasi secara konseptual dapat dipahami sebagai aktivitas sejumlah konglomerat yang menanamkan sahamnya pada tumbuhnya kelompok (*grup*) perusahaan dalam satu tangan, sedemikian rupa sehingga praktis seluruh kebijakan manajemen yang pokok berada pada dan ditentukan oleh perusahaan pusat.¹³ Konglomerasi media merupakan pengumpulnya berbagai institusi media dalam genggamannya kekuasaan ekonomi korporasi. Konglomerasi secara tidak langsung merupakan proses penancapan kekuatan dan kekuasaan media (besar) dalam bertarung dan bersaing di arena kompetisi media.¹⁴

Konglomerasi media sebenarnya dapat dipahami dalam dua sisi, yaitu keinginan untuk bertahan dari ganasnya pertarungan di satu sisi, di sisi lain konglomerasi media merupakan bentuk lemahnya pengawasan pemerintah terhadap kepemilikan media, selain itu juga konglomerasi menjadi informasi menjadi tereduksi, terhegemoni yang pada akhirnya informasi yang disajikan dan dinikmati audiens menjadi sangat homogen. Konglomerasi media di dunia bisa terjadi bukan tanpa sebab. Jika dilihat pertumbuhan media begitu pesat pada abad ke-20 dengan sejumlah regulasi dan deregulasi yang ikut mewarnai perkembangan industri ini. Bila pada awal abad ke-20 konglomerasi media sangat dibatasi, keadaan pada akhir abad ini berubah drastis dimana terjadi akuisisi dan *merger* dalam skala yang besar. Pertumbuhan yang terjadi ini juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi sehingga outlet media semakin beragam. Media yang menggunakan teknologi yang lebih awal dipaksa untuk berevolusi untuk menghadapi media yang berteknologi lebih baru. Contohnya peluncuran koran *USA Today* pada tahun 1982 yang menampilkan berita dalam ukuran kecil dengan banyak foto-foto berwarna serta dihiasi dengan tampilan grafis merupakan cara koran untuk mengimitasi gaya dan format televisi.

¹³ Djakfat Asegaf. *Konglomerasi, Taipan dan Koncksi Bisnis* (Jakarta : Warta Ekonomi, 1994), 263

¹⁴ Priasmono P, dkk. *Konglomerasi Ekonomi Indonesia dalam Rangka Persatuan Bangsa Suatu Tanggung Jawab Sosial* (Jakarta : LIPSI, 1994), 17

Seiring dengan berjalannya waktu, konglomerasi media difasilitasi lingkungan regulasi yang semakin longgar, perusahaan media yang besar bergabung atau membeli perusahaan media lainnya untuk membuat konglomerasi media yang lebih besar dan juga global. Dilihat dari sudut pandang “pasar”, hal ini wajar dalam rangka untuk memperbesar penjualan, efisiensi dalam produksi, dan memposisikan diri terhadap kompetitor. Namun bila dilihat dari sudut pandang ruang publik, hal ini tidak menjamin terlayannya kepentingan publik (*public interest*). Jumlah outlet media yang banyak belum tentu menjamin terpenuhinya *content* yang menjadi kepentingan publik.

Tren yang berlaku pada struktur industri media akhir-akhir ini adalah *Pertumbuhan, Integrasi, Globalisasi, dan Pemusatan Kepemilikan*. Proses restrukturisasi pada industri media telah mengizinkan para konglomerat untuk menjalankan strategi-strategi yang diarahkan untuk memaksimalkan keuntungan, mengurangi biaya, dan meminimalkan resiko. Perubahan dalam struktur media serta prakteknya berpengaruh nyata pada isi media. Pengejaran keuntungan menjuruskan media pada homogenisasi dan *trivialisasi* (membuat sesuatu yang tidak penting). Isi pada media akan sering berbenturan dan menyesuaikan pada kepentingan bisnis yang mengejar keuntungan.

Rangkuman

1. Industri media merupakan keniscayaan di tengah tuntutan ekonomi media untuk tetap bertahan di tengah kompetisi media dan keinginan untuk tetap eksis sebagai lembaga penyaji informasi.
2. Industri media merupakan wajah kedua media sebagai institusi yang “masih” menginginkan posisi sebagai lembaga penyaji informasi yang memiliki tanggung jawab sosial dalam mencerdaskan audiens. Sebagai wajah kedua, maka industrialisasi informasi oleh media adalah pilihan yang harus dipilih dan diterima sebagai konsekuensi logis dari tuntutan ekonomi media.
3. Meski sebagai keharusan yang diterima, industrialisasi media hakekatnya tidak pernah memberikan “pelayanan” maksimal informasi yang mencerdaskan audiens, kecuali mengajak audiens untuk selalu memikirkan agenda media daripada memikirkan agenda nya sendiri.

4. Dengan logika pasar, maka “kehendak” audiens selalu dipersepsi dan diposisikan sebagai objek yang dapat dikomodifikasi. Artinya media yang terindustrialisasi lebih memerhatikan kehendak audiens yang berstatus pengiklan, sponsor daripada audiens yang berstatus pembaca, penonton dan pendengar.
5. Industrialisasi media yang sarat dengan nuansa kompetisi memberikan ruang lebih besar bagi konglomerat untuk melakukan “konsolidasi” ekonomi media, sehingga menjadi kuat dan “sehat” ditambah lagi lingkungan sosial dan ekonomi politik serta produk regulasi sebuah negara yang lemah sangat mendukung terjadinya industrialisasi media yang menjurus pada konglomerasi media.
6. Bagi khalayak media, konglomerasi media merupakan bentuk lain hegemoni informasi oleh konglomerat untuk tetap berada dalam “track kehendak” konglomerat. Akibatnya informasi yang tersaji lebih bersifat repetisi dan homogen.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang pengertian industri media!
2. Beri penjelasan secukupnya tentang dasar pijak media melakukan industrialisasi!
3. Beri penjelasan secukupnya mengapa media melakukan konvergensi dalam produknya!
4. Mengapa konglomerasi media bisa terjadi, beri analisis secukupnya?

Daftar Pustaka

- Asegaf, Djakfar. *Konglomerasi, Taipan dan Koneksi Bisnis* Jakarta : Warta Ekonomi, 1994
- Ali, Novel. “Pers Objektif, Media Pemberdayaan Masyarakat yang efektif”, *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi*. Vol 1/juli 1998. Hal 13-23
- Baran, Stanly J, *Pengantar Komunikasi Massa ; Melek Media dan Budaya*. Jakarta : Erlangga, 2012 149-164
- Indrajit, Richardus Eko.”Konvergensi Industri di dunia Maya” (online) www.dosen.narotama.ac.id diakses tanggal 12 Januari 2014
- Krisyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2006
- Mufid, Muhammad *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2007

Priasmono P, dkk. *Konglomerasi Ekonomi Indonesia dalam Rangka Persatuan Bangsa Suatu Tanggung Jawab Sosial* (Jakarta : LIPSI,1994), 17

Potter, David. *People Plenty*. Stanford University Press, 1990

Rivers, Willam L, Jensen , Jay W dan Peteerson ,Theodore, *Media Massa dan Masyarakat Modern* (terj) Jakarta : Prenada Media, 2003

Paket 12

BUDAYA MEDIA BARU

Pendahuluan

Perkuliahan pada paket ini difokuskan pada pemahaman tentang budaya media baru. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian media baru, karakteristik dan pola komunikasi media baru serta, budaya media baru. Karena itu paket ini lebih diarahkan pada upaya memahami berbagai persoalan media baru dan budaya yang ditimbulkannya.

Dalam paket ini, mahasiswa akan mengkaji pengertian media baru dari berbagai konsep, mencermati karakteristiknya dan konsekuensi yang ditimbulkannya serta budaya yang muncul. Sebelum perkuliahan berlangsung, dosen menampilkan *slide* film dan gambar yang mengajak mahasiswa berpikir kritis dalam menyikapi realitas dan menantang mereka berpikir kreatif dalam memecahkan pelbagai persoalan media dan audiens. Untuk kepentingan tersebut, mahasiswa diberi tugas membaca uraian materi atau e-book yang telah disediakan dalam website dosen, dan mendiskusikannya dengan panduan lembar kegiatan. Dengan dikuasainya dasar-dasar dari paket 12 ini diharapkan dapat menjadi model bagi mahasiswa untuk mempelajari paker selanjutnya.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajara berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat memperlancar perkuliahan, serta spidol dan kerta plano sebagai media kreasi mahasiswa dalam mengimplementasikan pemahamannya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi dasar

Mahasiswa memahami konsep dasar media baru, karakter dan bentuk budaya media baru.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

1. Menjelaskan pengertian dasar media baru
2. Menjelaskan karakteristik media baru
3. Menjelaskan pola komunikasi media baru
4. Menjelaskan bentuk budaya media baru

Waktu

2 X 50 menit

Materi Pokok

1. Pengertian dasar media baru
2. Karakteristik media baru
3. Pola komunikasi media baru
4. Bentuk budaya media baru

Kegiatan Perkuliahan**Kegiatan awal (15 menit)**

1. *Brainstorming* dengan mengamati *slide* fenomena media baru
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket 12

Kegiatan inti (70 menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 4 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema
Kelompok 1 : Pengertian dasar media baru
Kelompok 2 : karakteristik media baru
Kelompok 3 ; Pola komunikasi media baru
Kelompok 4 : Bentuk budaya media baru
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan berikutnya.

Lembar kegiatan

Menganalisis fenomena media baru melalui *slide* film pendek. Mahasiswa mencatat hasil pengamatannya, lalu mendiskusikan secara kelompok untuk menemukan proposi-proposisi yang terkait dengan munculnya budaya baru dan mengidentifikasi faktor penentu budaya baru.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar media baru dan karakteristiknya, pola komunikasi serta bentuk budaya yang ditimbulkannya melalui kreativitas ungkapan ide dari anggota kelompok yang dituangkan dalam bentuk uraian singkat.

Bahan dan alat

Kertas plano, spidol, LCD dan Laptop, slide film pendek.

Langkah Kegiatan

1. Amati *slide* film pendek yang diputar
2. Lakukan analisis terhadap *slide* film tersebut bagi setiap kelompok
3. Diskusikan untuk menemukan proposisi-proposisi yang terkait dengan budaya media baru dalam setiap kelompok
4. Tulis hasil diskusi dalam bentuk uraian singkat
5. Tempelkan hasil kerja kelompok di papan tulis / dinding kelas
6. Presentasi hasil kerja kelompok secara bergiliran dengan waktu masing-masing lebih kurang 5 menit
7. Berikan tanggapan/klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

BUDAYA MEDIA BARU

Pengertian dasar media baru

Diakui atau tidak kehadiran teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Mulai cara berpikir, cara merasa dan cara berperilaku sangat

terasa sekali “sentuhan” teknologi. Hingga manusiapun tak tersadarkan, bahwa apa yang selama ini ia kreasikan telah berbalik menyanderanya (*technology determinism*). Kondisi ini tidak lain disebabkan kuatnya pengaruh dan peran teknologi. Meski diakui ada sedikit kesalahan substansi dalam memahami teknologi, yang hanya dibatasi pada sesuatu yang sifatnya mekanis. Padahal, teknologi yang berasal dari kata *texere*, lebih dimaknai sebagai *effort to built of knowledge*, yang artinya upaya manusia membangun kemampuan berfikirnya. Dalam konteks ini, harusnya penggunaan teknologi (ICT) diarahkan untuk menumbuhkembangkan kemampuan berfikir substansi manusia dalam memecahkan berbagai problema melalui alat (mesin) yang diciptakannya, dan menemukan berbagai solusi alternative berbasis teknologi.

Terlepas dari itu persoalan tersebut, kehadiran teknologi informasi dan komunikasi diakui telah mendinamisasi kehidupan manusia. Penggunaannya semakin meningkat dari waktu ke waktu, terlebih dengan hadirnya media baru yang mampu mengumpulkan, memproses dan mempertukarkan informasi secara cepat. Ini berarti kemampuan menginteraksikan manusia satu dengan manusia lainnya melalui instrument yang bernama teknologi informasi dan komunikasi (*media baru, red*) telah mengubah pola berkomunikasi manusia secara fundamental (*mass self communications*). Perubahan pola komunikasi itu, jelas tak bisa dilepaskan dari sifat “alamiah” teknologi informasi dan komunikasi. Ketika ia hadir, ketika itu pula, ia akan mengubah pola kehidupan manusia, termasuk pola berkomunikasinya.

Lalu apa sebenarnya pengertian dari media baru? media baru oleh Terry Flew (2005) disebut *as those form that combine the three Cs; computing and informations technology (IT), communication network, digitized media and information content*. Sementara Little John¹ menyebutnya sebagai *the second media atau a new period in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society*. Ron Rice sebagaimana dikutip Rudi Setiawan² mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik *mainframe*, PC maupun notebook) yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkannya.

¹ Little John. *Human Communications Theories*. Sage Publication, 2008

² Rudi Setiawan, “Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia”. *e-Jurnal ilmu komunikasi*, 2013, 1(2) “ 355-374

“New media is a term meant to encompass the emergence of digital, computerized, or networked information and communication technologies in the later part of the 20th century. Most technologies described as “new media” are digital, often having characteristics of being manipulated, networkable, dense, compressible, interactive and impartial. Some examples may be the Internet, websites, computer multimedia, computer games, CD-ROMS, and DVDs. New media is not television programs, feature films, magazines, books, or paper-based publications.”

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh dapat Internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas

Memperhatikan berbagai konsep yang diajukan pakar tersebut, maka pemahaman kata “baru” tidak dapat disederhanakan sebagai suatu kebaruan dari penemuan atau pengembangan suatu teknologi belaka. Yang terpenting dan harus dipahami adalah bagaimana perubahan yang terjadi karena perkembangan teknologi ini akan membawa perubahan juga pada sisi lain kehidupan. Karena itu *warning* disampaikan Livingstone sebagaimana dikutip oleh Prahastivi Utari³ dengan memberikan perhatian pada beberapa hal penting yaitu

- a. peralatan terkait dengan teknologi yang digunakan memungkinkan individu dapat memperluas kemampuan berkomunikasi,
- b. kegiatan dan praktek komunikasi dalam media baru dapat meningkatkan kemampuan individu dalam penggunaan alat teknologi,
- c. penggunaan alat dan praktek dalam media baru akan membentuk nilai-nilai sosial dan system pengorganisasian yang baru pula.

Karakteristik Media Baru

Lahirnya media baru dalam dinamika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*computer*) diakui telah memberikan “sentuhan” baru dalam berkomunikasi. Pola komunikasi yang dilakukan manusia menjadi semakin variatif, bahkan secara ekstrem dapat dikatakan

³ Prahastivi Utari, “ Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi”, dalam *Komunikasi 2.0 : Teoretisasi dan Implikasi*. Fajar Junaedi (ed). Aspikom, 2011

semakin konvergensif. Artinya, dengan dukungan piranti teknologi media, komunikasi manusia dapat melibatkan instrument lain dalam satu proses komunikasinya..

Kemunculan media baru di era sekarang bukanlah tanpa sebab dan alasan, menurut Yosali Iriantara menyatakan ada beberapa alasan mengapa media baru muncul, antara lain :

- a) *Konvergensi media*, yaitu adanya integrasi dari media yang sebelumnya ada. Pertemuan antara media cetak dengan komputer dan jaringan internet membuat kita mengenal apa yang dinamakan dengan media on-line
- b) *Interaktivitas*, adalah sifat komunikasi dua arah yang bisa dikendalikan oleh pengguna. Misalnya, khalayak bisa memilih apa yang hendak dicarinya hanya dengan meng-klik *mouse* komputernya, seseorang bisa berinteraksi dengan orang lain melalui *mailing list* dan khalayak bisa memberi komentar terhadap informasi yang disajikan, seketika setelah dia membaca atau melihat informasi tersebut,
- c) *Perubahan perilaku*, yang menunjukkan ada perubahan pada pihak khalayak yang disebabkan karena adanya unsur interaktif diantara penggunanya. Perubahan perilaku ini, merupakan tuntutan teknologi yang dipergunakan oleh media baru tersebut yang menuntut khalayak untuk lebih aktif.

Dengan beberapa alasan tersebut tergambar bahwa media baru memiliki karakter yang berbeda dengan media lainnya. Menurut Rogers, karakter media baru dapat dilihat dari 3 sisi, yaitu (1) *interactivity*, yaitu kemampuan media dalam menginteraksikan penggunanya layaknya ia berinteraksi (berkomunikasi) secara *face to face*. Dengan kemampuan ini, interaksi dan komunikasi yang dilakukan manusia semakin efektif dan efisien, sehingga manusia tidak perlu repot mendatangi lawan bicara, apalagi jika teknologi media baru tersebut didukung dengan seperangkat kamera yang dapat melihat penggunaannya secara interaktif. (2) *de-massification*, yaitu kebalikan dari system pengelolaan media massa yang mengedepankan sentralisasi produk pesan. *De-massification* mengharuskan dan memberikan konsekuensi pada desentralisasi produk pesan yang tidak lagi ditangan media massa, tapi ditangan konsumen, pengguna media. Dengan demikian, konsumenlah yang bertanggung jawab penuh dalam mengontrol dan mendistribusikan pesan secara missal.(3) *Asynchronous*, yaitu lebih mengarah pada kehendak pengguna dalam mengirimkan dan menerima pesan dari manapun. Ini berarti, manajemen waktu dalam mengirimkan dan menerima pesan bergantung “selera” pengguna, kapan ia mau, kapan ia

enggannya, sehingga penerimaan dan penolakan serta distribusi pesan tidak mengenal waktu, kecuali atas kehendak si pengguna media.

Secara operasional Rudi Setiawan⁴ melihat karakter berbeda dari media baru dengan media lainnya, hal itu dapat dilihat dari (a) *Mudah di Akses*, yaitu bahwa kecepatan mengakses internet saat ini tidaklah sulit karena perangkat software dan hardware saling mendukung demi lancarnya akses internet. Munculnya berbagai aplikasi dan software yang ada untuk layanan internet secara baik memudahkan akses internet, terlebih ketika teknologi informasi dan komunikasi mengalami konvergensi menjadikan akses semakin mudah. (b) *Bersifat Jaringan* adalah jaringan komputer yang bisa dikategorikan sebagai WAN (*Wide Area Network*), menghubungkan berjuta komputer di seluruh dunia, tanpa batas negara, dimana setiap orang yang memiliki komputer dapat bergabung ke dalam jaringan ini hanya dengan melakukan koneksi ke penyedia layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*). (c) *Interaktif*, adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi juga lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi.

Sementara itu Lutviah⁵ dengan mengutip pendapat Feldman menyatakan bahwa karakteristik media baru adalah *Pertama*, media baru mudah dimanipulasi. Hal ini sering kali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan mengubah berbagai data dan informasi dengan bebas. *Kedua*, media baru bersifat *networkable*. Artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah *dishare* dan dipertukarkan antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia. Karakteristik ini dapat kita sebut sebagai kelebihan, karena media baru membuat setiap orang dapat terkoneksi dengan cepat dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu antar pengguna. *Ketiga*, media baru bersifat *compressible*. Konten-konten yang ada dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan men-*sharenya* kepada orang lain. *Keempat*, media baru sifatnya padat. Dimana kita hanya membutuhkan *space* yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru. Sebagai contoh, kita hanya memerlukan satu PC

⁴ Rudi Setiawan, "Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia". *e-Jurnal ilmu komunikasi*, 2013, 1(2) " 355-374

⁵ Lutviah, Media Baru, apa dan Bagaimana ?. Resume kuliah umum Komunikasi massa. Jakarta Universitas Paramadina.

yang terkoneksi dengan jaringan internet untuk dapat menyimpan berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia dalam PC tersebut. *Kelima*, media baru bersifat imparial. Konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Karena itulah media baru seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis, karena kapitalisasi media tidak berlaku lagi. Setiap orang dapat menjadi produsen dan konsumen secara bersamaan dan setiap pengguna dapat berlaku aktif disana.

Pola Komunikasi Media Baru

Konsekuensi logis dari keberadaan media baru yang bersifat digital adalah pola komunikasi yang dijalankan lebih bersifat virtual. Hal ini disebabkan sifat dari media baru yang selalu memerlukan dukungan piranti internet untuk melakukannya. Facebook, twitter, flicker dan sebagainya merupakan salah satu aplikasi pendukung komunikasi model ini. Tak heran jika sebagian besar warga dunia saat ini melakukan komunikasi dengan cara dan model ini. Istilah update status seringkali terdengar di telinga, ketika seseorang berkomunikasi “darat”, bahkan membahas tentang status orang lain juga hal biasa. Terkait dengan kebiasaan baru ini Jones (1999) sebagaimana dikutip Jandi E Luik⁶ menyatakan ada lima strategi atau tujuan yang ingin dicapai seseorang ketika melakukan komunikasi via media baru yaitu

1. *Ingratiation* ; keinginan untuk disukai, yang tercermin dari apresiasi yang dilakukan pengguna lain,
2. *Competence* ; keinginan agar dianggap terampil dan berkualitas yang tercermin dari keinginan untuk tampil terbaik melalui pikiran atau karya yang ditampilkan,
3. *Intimidation* ; keinginan untuk memperoleh kekuasaan, yang tercermin dari ekspresi ketidaksukaan atau kesukaannya terhadap sesuatu dengan menggunakan kata-kata tertentu,
4. *Exemplification* ; keinginan untuk dianggap lebih unggul secara moralitas yang tercermin dari penggunaan kata/kalimat yang menunjukkan dirinya seorang moralis, dengan menyampaikan kritik ataupun himbauan,
5. *supplication* ; upaya menampilkan diri sebagai sosok yang perlu dikasihani. Tercermin dari penggunaan kata/kalimat yang cenderung “berkeluh kesah”.

⁶ Jandi E Luik. “Media Sosial dan Presentasi Diri” dalam *Komunikasi 2.0 : Teoretisasi dan Implikasi*. Fajar Junaedi (ed). Aspiikom, 2011

Bentuk Budaya Media Baru

Munculnya media baru dalam dinamika komunikasi manusia diakui telah mempermudah interaksi manusia satu dengan manusia lainnya. Jarak yang selama ini dikeluhkan, kesulitan media komunikasi semakin “tergerus” dengan munculnya media baru ini. Tak heran, jika keberadaannya telah mengonstruksi perilaku manusia dalam keseharian. Bukan hanya pada persoalan komunikasi, tapi juga pergaulan bahkan tindak tanduk seseorang ketika berada di ruang public. Kondisi ini secara lamban tapi pasti telah menciptakan gaya hidup baru warga masyarakat mulai dari anak-anak, remaja bahkan orang tua.

Gambaran inilah yang kemudian dipotret Larry A Samovar dan Richard E Porter sebagaimana dikutip Dedy Mulyana⁷ dengan menyatakan bahwa penggunaan media baru dalam hal media sosial dan sebagainya akan memberikan pengaruh pada

pertama, kepercayaan (*belief*), nilai (*value*) dan sikap (*attitude*), Keberadaan media baru atau media sosial dan sebagainya diakui atau tidak telah berhasil mengubah pandangan masyarakat dalam hal kepercayaan yang bersifat privat menjadi public. Artinya masyarakat melalui media sosial tidak merasa “sungkan” untuk mensharingkan pengalaman spiritualnya ke ranah public, bahkan doapun disampaikan melalui media sosial. Sebuah kondisi yang tidak pernah terjadi sebelum munculnya media baru, atau ini merupakan wujud keberagaman masyarakat di era cyber. Pada aspek nilai juga mengalami perubahan, dahulu yang dinilai baik, sekarang bisa jadi tidak baik. *Unggah-ungguh* dalam pergaulan terkadang secara virtual juga menjadi terabaikan. Pendek kata nilai baik dalam masyarakat cyber mengalami pergeseran dan perubahan. Pergeseran dan perubahan itu pada akhirnya mempengaruhi sikap warga. Melalui media sosial, cacian, kritik yang selama ini tabu menjadi hal yang “lumrah”, sehingga tak jarang media sosial dijadikan sarana curhat dan luapan sikap seseorang ketika “telah” berinteraksi dengan lingkungannya.

Kedua, keberadaan media baru mempengaruhi pandangan dunia (*worldview*) warga masyarakat. Dalam arti mengajak bahkan “menyeret” warga masyarakat ke dalam dunia yang lebih luas (global) dan tidak local. Kelebihannya adalah warga masyarakat menjadi lebih paham perkembangan dunia secara luas. Ukuran-ukuran hidup juga didasarkan pada sesuatu yang sifatnya global. Bagi warga masyarakat yang secara sikap mental telah siap tidak menjadi persoalan, justru dengan mengglobalnya dia, menjadikan dirinya semakin produktif. Tapi jika

⁷ Dedy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung : Remadja Rosyadkarya, 2000)

sikap mental tidak siap, seringkali warga masyarakat mengalami *shock culture*, keterkejutan budaya yang membawa dia pada kehilangan identitas.

Ketiga, Keberadaan media baru mempengaruhi organisasi sosial (*social organization*), dalam arti pemahaman baru warga masyarakat dalam melihat sebuah organisasi sosial. Bagi mereka yang terbiasa dengan aktivitas virtualnya, selalu melihat organisasi sosial layaknya organisasi virtual yang sifatnya tidak mengikat, atau paling tidak menjadikan mereka ketika terlibat dalam sebuah organisasi merasa enggan untuk terikat secara ketat.

Keempat Media baru mempengaruhi tabiat manusia (*human nature*), dalam arti interaksi warga masyarakat dengan media baru telah menjadikan diri mereka sebagai *life of centre* pusat kehidupan. Mengingat diri telah menjadi pusat kegiatan dan kehidupan, maka tanpa disadari orientasi warga masyarakat tertuju pada dirinya, akibatnya selalu menginginkan yang terbaik dan terfokus pada dirinya.

Kelima, orientasi kegiatan (*activity orientation*), ini menandakan bahwa nilai keaktifan dan kreativitas warga masyarakat ketika menggunakan media baru. Mereka menjadi leluasa untuk memperluas jangkauan dalam menjalankan aktivitasnya di satu sisi, di sisi lain aktivitas yang didukung oleh media baru seringkali dijadikan sebagai media pencitraan diri yang sifatnya semu daripada kejujuran.

Keenam, persepsi tentang diri dan orang lain (*perception of self and others*). Tidak pernah dipungkiri bahwa kehadiran media baru dalam dinamika kehidupan warga masyarakat menjadikan diri mereka semakin aktif untuk mengekspose keakuan mereka. Semakin hari semakin kuat keakuannya semakin gencar dia mengekspose untuk meyakinkan semua orang tentang eksistensi diri.

Apa yang digambarkan Deddy Mulayana tersebut dalam pengamatan sepintas telah terjadi di sekitar kita. Mulai dari rumah kita, tetangga, lingkungan sekolah, jalan atau di ruang public sulit rasanya untuk tidak melihat orang memainkan jari-jemarinya. Inilah budaya baru akibat munculnya media baru. Setiap hari pikiran, perasaan warga masyarakat telah “melayang” yang terhubung dan menghubungkan dengan simpul-simpul interaksi secara virtual. Gambaran realitas ini semakin jelas terlihat di kehidupan remaja saat ini. Sosok generasi yang kelahirannya berseiringan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sedang akseleratif (media baru). Generasi inilah yang paling banyak diterpa media baru, March Prensky^x

^x March Prensky. *Digital Natives, Digital Immigrant* (MCB University Press, 2001) vol.9

menyebutnya sebagai *digital natives*. *Digital native* adalah mereka yang lahir dan tumbuh ketika teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat, atau ketika mereka lahir dan tumbuh dalam lingkungan yang telah terdigitalisasi.⁹ Generasi ini sulit untuk memisahkan dirinya dengan teknologi digital (media baru), hampir setiap hari kegiatannya bersentuhan dengan media baru. Generasi yang cukup kreatif, bahkan selalu mengkreasi informasi setiap saat.

Lebih jauh lagi Henry Jenkins¹⁰, mencatat lahirnya media baru telah memunculkan kebiasaan-kebiasan atau budaya baru di kehidupan manusia. Diantara budaya baru yang muncul akibat dari kehadiran media baru tersebut adalah :

- (a) Cara baru dalam berkehidupan, dari kehidupan itu dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life*, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan dengan fasilitas elektronik,
- (b) Lahirnya konsep konvergensi budaya yg mengubah tatanan hidup masyarakat lebih praktis, efisien dalam pemanfaatan ataupun melengkapi kehidupannya sehari-hari misalnya mengenai pengelolaan ekonomi. *e-commerce*, *e-banking*
- (c) Membantu pekerjaan bidang pemerintahan yang dikenal dengan *e-government*, segala aspirasi masyarakat dan juga sebagai wahana sosialisasi, interaksi yang terangkul dalam fasilitas ini.
- (d) Dalam bidang pendidikan *e-learning*, *e-education* *e-library*, *e-journal* dalam bidang kedokteran, *e-medicine*, *e-laboratory*, *e-biodiversity*, dan yang lainnya lagi yang berbasis elektronika.
- (e) Menjadi suatu yang tidak dirasakan bagi mereka yang berada didaerah pedalaman seperti pedesaan yang memiliki keterbatasan jaringan internet dan dalam pendistribusian teknologi yang tidak merata (kesenjangan sosial).
- (f) Terjadi dominasi kultural oleh kalangan tertentu.
- (g) Konvergensi budaya tidak dapat dinikmati oleh masyarakat kalangan bawah karena kemajuan teknologi bisa mengurangi jatah lapangan pekerjaan mereka yang gantikan oleh kecanggihan teknologi (*dehumanisasi*).
- (h) Segala jenis pekerjaan cenderung bergantung dengan kemampuan teknologi (masyarakat informasi) sehingga mengurangi kualitas hubungan secara langsung antar sesama.

⁹ Urs Gasser and John Palfrey. *Born Digital : Understanding The First Generation of Digital Natives* (New York : Basic Book, 2008)

¹⁰ Henry Jenkins. *Convergence culture: where old and new media (collide)* NYU Press, 2006)

Rangkuman

1. Kehadiran media baru adalah keniscayaan yang merupakan hasil perkembangan dan akselerasi teknologi informasi dan komunikasi serta tuntutan akan kemudahan dalam menjalani kehidupan sehari-hari.
2. Media baru adalah teknologi informasi dan komunikasi berbasis system digital yang menghapus system analog, yang memungkinkan manusia meningkatkan kemampuan berinteraksi dan berkomunikasi secara virtual.
3. Yang membedakan media baru dengan media konvensional adalah (a) sifatnya terdigitalisasi (b) interactivity, kemampuan media dalam menginteraksikan penggunanya layaknya ia berinteraksi (berkomunikasi) secara *face to face* (b) *De-massification* mengharuskan dan memberikan konsekuensi pada desentralisasi produk pesan yang tidak lagi ditangan media massa, tapi ditangan konsumen, pengguna media.(3) *Asynchronous*, yaitu lebih mengarah pada kehendak pengguna dalam mengirimkan dan menerima pesan dari manapun. Ini berarti, manajemen waktu dalam mengirimkan dan menerima pesan bergantung “selera” pengguna, kapan ia mau, kapan ia enggan, sehingga penerimaan dan penolakan serta distribusi pesan tidak mengenal waktu, kecuali atas kehendak si pengguna media.
4. Pola komunikasi media baru lebih bercorak *mass self communication*. Sebuah corak yang menjadikan diri sebagai pusat dari persebaran informasi ke ranah public tanpa terikat dengan kepemilikan dan kebijakan media secara konvensional.
5. Konsekuensi dari munculnya media baru adalah terjadinya perubahan kebiasaan warga masyarakat dunia, mulai dari interaksi sosialnya hingga pada pemenuhan kebutuhan diri secara personal (budaya baru). Dengan kata lain, ada determinisme media baru dalam kehidupan yang menjadikan warga masyarakat selalu berpikir, berperasaan dan berperilaku serba digital. Dengan bungkus “e” menjadikan warga masyarakat semakin tergantung. Tak heran jika semua aktivitas warga masyarakat cenderung berbungkus “e”, misalnya e-commerce, e-bisnis, e-medicine, e-laboratory, e-biodiversity, dan seterusnya.
6. Lebih jauh kelahiran media baru juga melahirkan generasi yang begitu peka terhadap dirinya daripada orang lain. Generasi *digital native* adalah generasi baru warga

masyarakat dunia yang memiliki kebiasaan-kebiasaan (budaya) baru yang berbeda dari orang tuanya.

Latihan

1. Beri penjelasan secukupnya tentang latar belakang kelahiran media baru dan untuk apa media baru!
2. Beri penjelasan secukupnya tentang perbedaan prinsip antara media baru dengan media konvensional!
3. Beri penjelasan secukupnya tentang kecenderungan warga masyarakat mengeksplorasi diri lebih kuat ketika bersentuhan dengan media baru!
4. Beri penjelasan secukupnya tentang bentuk budaya baru sebagai konsekuensi logis dari munculnya media baru dalam dinamika kehidupan manusia!

Daftar Pustaka

- Gasser, Urs and Palfrey. *John Born Digital ; Understanding The First Generation of Digital Natives* New York : Basic Book, 2008
- Jenkins. Henry, *Convergence culture: where old and new media collide* NYU Press, 2006
- John, Little. *Human Communications Theories*. Sage Publication, 2008
- Prensky ,March . *Digital Natives, Digital Immigrant* MCB University Press, 2001 vol.9
- Luik, Jandi E. "Media Sosial dan Presentasi Diri" dalam *Komunikasi 2.0 ; Teoretisasi dan Implikasi*. Fajar Junaedi (ed). Aspikom, 2011
- Lutviiah , *Media Baru, apa dan Bagaimana ?*. Resume kuliah umum Komunikasi massa. Jakarta Universitas Paramadina.
- Mulyana. *Deddy Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung : Remadja Rosydakarya, 2000
- Setiawan, Rudi "Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia". *e- Jurnal ilmu komunikasi*, 2013, 1(2) " 355-374
- Utari. Prahastiwi, " Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi", dalam *Komunikasi 2.0 ; Teoretisasi dan Implikasi*. Fajar Junaedi (ed). Aspikom, 2011

PENUTUP

Sistem Evaluasi dan Penilaian

Sistem evaluasi yang digunakan dalam perkuliahan ini digunakan untuk menilai keberhasilan studi mahasiswa dengan cara ujian tertulis, ujian lisan dan presentasi yang dilakukan mahasiswa. Tujuan evaluasi ini adalah menilai kemampuan mahasiswa terhadap penguasaan bahan yang disajikan dalam mata kuliah kajian budaya dan media, di samping itu evaluasi ini juga untuk melihat atau menilai bahan mata kuliah yang disajikan dan teknik yang disajikan telah sesuai dan baik atau tidak. Melalui evaluasi ini juga terlihat mahasiswa memahami atau menguasai mata kuliah tersebut atau tidak.

Ada beberapa komponen yang digunakan dalam evaluasi mata kuliah kajian dan budaya, yaitu :

1. Performansi ; merupakan evaluasi yang diberikan dosen kepada mahasiswa dalam bentuk observasi terhadap perilaku mahasiswa dalam mengikuti perkuliahan. Lebih dari itu evaluasi pada bidang performansi mahasiswa juga ditujukan pada kemampuan mahasiswa menyampaikan ide, gagasan, menjawab pertanyaan dan presentasi.
2. Tugas mandiri / struktur, merupakan evaluasi dalam bentuk memberikan penilaian terhadap tugas tertulis pada akhir perkuliahan sebagai bentuk refleksi mahasiswa terhadap pemahaman mereka dalam menguasai bahan mata kuliah, dan mengembangkannya dalam bentuk penyampaian ide, gagasan orisinal dengan memperhatikan aspek kontekstualitas masalah
3. Ujian tengah semester, merupakan evaluasi tertulis yang dilakukan pada setengah perjalanan perkuliahan. Evaluasi tengah semester ini diarahkan pada upaya “mendeteksi” secara dini sejauh mana penguasaan mahasiswa terhadap materi kuliah yang diterima setelah pertemuan ke tujuh.
4. Ujian akhir semester, merupakan evaluasi tahap akhir yang digunakan mengukur kemampuan dan pemahaman mahasiswa terhadap isi mata kuliah secara keseluruhan. Melalui evaluasi ini mahasiswa diharapkan mampu mencurahkan pikiran dan gagasan dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang disimulasikan melalui instrument soal-soal ujian yang bersifat teoretis kontekstual.

Setiap mahasiswa yang telah mengikuti perkuliahan dan tahapan evaluasi tersebut, maka mahasiswa dapat dinyatakan lulus atau tidak dalam bentuk nilai akhir mata kuliah. Nilai akhir

mata kuliah diperoleh dari akumulasi prosentasi nilai dari komponen performansi, ujian tengah semester, ujian akhir semester dan tugas mandiri/structural. Prosentase evaluasi komponen didasarkan pada pedoman evaluasi dan penilaian yang dimiliki UIN Sunan Ampel Surabaya, yang tertuang dalam sistem informasi akademik (siakad), dengan komposisi prosentase sebagai berikut : Performansi ; 10 %, Ujian Tengah Semester : 20 % , Ujian Akhir Semester ; 30 % dan Tugas Akhir : 40 %.. Hasil akumulasi prosentase tersebut tertulis dalam bentuk angka besar puluhan – seratus yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk angka 0,00 – 4.00, dengan tabel interpretasi nilai sebagai berikut :

Tabel 1
Interpretasi Penilaian Akhir

Interpretasi Nilai				
A+	=	91 – 100	=	3,76 – 4,00
A	=	86 – 90	=	3,51 – 3,75
A-	=	81 – 85	=	3,26 – 3,50
B+	=	76 – 80	=	3,01 – 3,25
B	=	71 – 75	=	2,76 – 3,00
B-	=	66 – 70	=	2,51 – 2,75
C+	=	61 – 65	=	2,26 – 2,50
C	=	56 – 60	=	2,01 – 2,25
C-	=	51 – 55	=	1,76 – 2,00
D	=	< 50	=	< 1,75

DAFTAR PUSTAKA

- Agger, Ben. *Teori sosial Kritis ; Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009
- Afif, Afthonur. *Identitas Tionghoa Muslim Indonesia ; Pergulatan Mencari Jati Diri*, Depok : Kepik, 2012
- Asegaf, Djakfar. *Konglomerasi, Taipan dan Koneksi Bisnis* Jakarta : Warta Ekonomi, 1994
- Ali, Novel. "Pers Objektif, Media Pemberdayaan Masyarakat yang efektif", *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi*. Vol 1/juli 1998. Hal 13-23
- Baran, Stanly J, *Pengantar Komunikasi Massa ; Melek Media dan Budaya*. Jakarta : Erlangga, 2012 149-164
- Barker, Chris. *Cultural Studies ; Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2000
- Burton, Graeme. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : Jalasutra, 2008
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa, Kencana*, Jakarta : Prenada, 2004.
- Biagy, Shirly, *Media Impact n Introduction to Mass Media* Wadsworth Publishing Compny, Belmont, California, 1995
- Budianta, Melanie. "Sastra dan Kajian Budaya" dalam *Public Lecture and Workshop*, "Asian Studying Asia ; Cultural Studies fr Asia Context". Yogyakarta, 14 – 17 Mei 2002
- Cohen, P. *Rethinking The Youth Question ; Education, Labour and Cultural Studies*. London : Macmillan, 1997
- Dariyo, Agoes. *Psikologi Perkembangan Remaja*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004
- Dictionary of Sosiology*. Pinguin Book, 2000
- Eriyanto, *Analisis Framming ; Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta : LKiS, 2002
- Eriksen, Thomas Hylland. "Ethnicity, race and nation" dalam dalam Montserrat Guibernal and Fiske. John, *Cultural and Communication studies ; sebuah pengantar paling komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra, 2004
- Fowler, R.. On Critical Linguistics. Dalam Caldas-Coulthard, C.R. & Coulthard, M. (Eds.), *Texts and Practices: Reading in Critical Discourse Analysis* London: Routledge. 1996
- Fowler, R. *Linguistic Criticism*. Oxford: Oxford University Press. 1986
- Fakih, Mansour, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar Offset, 1999

- Gasser, Urs and Palfrey. *John Born Digital ; Understanding The First Generation of Digital Natives* New York : Basic Book, 2008
- Geertz , Clifford. *Tafir Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius, 1994
- Giddens, Anthony, *Sociology* Oxford : Polity express, 1993
- Golding, Peter dan Murdock, Graham eds., *The Political Economy of The Media*, Volume 1 Edward Edgar Publishing Limited, 1997
- Hall, Stuart. *Representation ; Cultural Representation and Signifying Practices*. London. Sage Publication, 1997.
- Jenks, Chris. *Culture ; Studi Kebudayaan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013
- Heryanto, Ariel (ed). *Budaya Populer di Indonesia ; Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru*.Yogyakarta : Jalasutra, 2012
- Hasan,Sandi Suwardi. *Pengantar Cultural Studies ; Sejarah, Pendekatan Konseptual dan Isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2011
- Hasan, Sandi Suwardi *Pengantar Cultural Studies; Sejarah Pendekatan Konseptual dan isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*. Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2011
- Harley, John .*Communication, Cultural dan Media Studies*. Yogyakarta : Jalasutra, 2010
- Indrajit, Richardus Eko."Konvergensi Industri di dunia Maya" (online) www.dosen.narotama.ac.id diakses tanggal 12 Januari 2014
- Jenkins. Henry, *Convergence culture: where old and new media collide* NYU Press, 2006
- John, Little. *Human Communications Theories*. Sage Publication, 2008
- Kaplan, Flora Edouwaye S. "Making and Remaking National Identities", dalam *A Companion to Museum Studies*. Sharon Macdonald (ed.). (Australia: Blackwell Publishing, 2006
- Krisyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2006
- Larain, Jorge *Konsep Ideologi* (terjemahan). Yogyakarta: LKPSM, 1996.
- Liliweri, Liliweri. *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001
- Liliweri , Alo. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : LKiS, 2003
- Liliweri. Alo. *Prasangka dan Konflik ; Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta : LKiS, 2005
- Luik, Jandi E. "Media Sosial dan Presentasi Diri" dalam *Komunikasi 2.0 ; Teoretisasi dan Implikasi*. Fajar Junaedi (ed). Aspikom, 2011

- Lutviih , *Media Baru, apa dan Bagaimana ?*. Resume kuliah umum Komunikasi massa. Jakarta Universitas Paramadina.
- Masduki, *Jurnalistik Radio ; Menata Profesionalime Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta : LKiS, 2004
- Morrison. *Teori Komunikasi ; Dari Individu hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013
- Mufidah Ch, *Paradigma Gender*, Malang: Bayumedia Publishing, 2003
- McQuail. *Teori Komunikasi Massa (ter)*. Jakarta : Salemba Humanika, 2011
- Mufid, Muhammad *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2007
- Mulyana. *Deddy Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung : Remadja Rosydakarya, 2000
- Nurudin, *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur, 2003
- Nursyam. *Islam Pesisir*. Yogyakarta : LKiS, 2005 : 13
- Panuju. Redi, *Nalar Jurnalistik ; Dasarnya Dasar Jurnalistik*. Malang : Bayumedia, 2005
- Piliang, Yasraf Amir. *Dunia yang terlipat; Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung : Matahari, 2011
- Palfrey, John and Gasser ,Urs. *Born Digital ; Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York : Basic Book, 2008
- Pontoh, Coen Husain. “Nico Poulantzas dan Teori Formasi Sosial” <http://www.indoProgress.com>. (online) diakses tanggal 12 Desember 2013
- Postmes, T.S.A and Swaab, R.I “Social Influence in Small Groups ; an Interaction Model of Social Identity Formation”, in *Europeean Review of Social Psychology*. Vol.16 P.1-42
- Priasmono P, dkk. *Konglomerasi Ekonomi Indonesia dalam Rangka Persatuan Bangsa Suatu Tanggung Jawab Sosial* Jakarta : LIPSI,1994
- Potter, David. *People Plenty*. Standford University Press, 1990
- Prensky ,March . *Digital Natives, Digital Immigrant* MCB University Press, 2001 vol.9
- Rex, John. *The Ethnicity ; Nationalism, Multiculturalism and Migration*. Polity Press, 1997
- Rorty R. *Contingensi. irony and Solidarity*. Cambridge : Cambridge University Press, 1989
- Rivers, Willam L, Jensen , Jay W dan Peterson ,Theodore, *Media Massa dan Masyarakat Modern (terj)* Jakarta : Prenada Media, 2003

- Setiawan, Rudi "Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia". *e-Jurnal ilmu komunikasi*, 2013, 1(2) " 355-374
- Santoso, Anang. "Ilmu Bahasa Dalam Perspektif Kajian Budaya" dalam *Jurnal Bahasa dan Seni*, Tahun 35, nomor 1 Februari 2007
- Storey, John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Populer ; Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta : Jalasutra, 2006
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media ; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing* Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006
- Siregar, Ashadi "Media Pers dan Negara: keluar dari Hegemoni" dalam *Komunikasi, Negara, dan Masyarakat.*, Nunung Prajarto (ed). Yogyakarta : Fisipol UGM, 2004
- Sardar, Ziauddin Sardar dan Borin Van Loon. *Introducing Cultural studies*. New York : Totem Books 1998.
- Sardar. Ziauddin *Membongkar Kuasa Media*. (Magelang : Resist Book, 2008
- Suharko. "Gerakan Sosial Baru di Indonesia ; Reportoar Gerakan Petani". *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Volume 10 nomer 1 tahun 2006
- Smith, Anthony D. "Structure and Persistence of ethnic" dalam Montserrat Guibernal and John Rex. *The Ethnicity ; Nationalism, Multiculturalism and Migration*. Polity Press, 1997
- Subandi, Idi dan Suranto, Hanif (ed). *Wanita dan Media*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998
- Susanne Macleod, and Sheila watson (ed.), London and New York: Routedge, 2007
- Tarrow, Sidney.. *Power in Movemnet, Social Movement anda Contentius Politics* Cambridge : Cambridge Press, 1998
- Tilar, H.A.R *Mengindonesia ; Etnisitas dan Identitas Bangsa* Jakarta Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007
- Thornburg, HD. *Development in Adolescence* Monterey California : Brooks/Cole Publishing Company, 1982
- Utari. Prahastiwi, " Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi", dalam *Komunikasi 2.0 ; Teoretisasi dan Implikasi*. Fajar Junaedi (ed). Aspikom, 2011
- Vardiansyah. Dani .*Pengantar Ilmu Komunikasi ; Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004
- Vitalya, Aida S. Hubeis. *Pemberdayaan Perempuan dari Masa ke Masa*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2010

- Virginia, Amelia, "Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru ; Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh Digital Natives" *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Vol.1 nomor 2.Oktober 2012
- Wahyudi. JB. *.Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1996
- Williams, Raymond *Keyword*, London: Fontan, 1983
- Watson, Sheila. "History Museum, Community Identities and A Sense Of Place: Rewriting Histories", *Museum Revolutions: How Museums Change and Are Changed*. Simon J. Knell,
- WHO] *World Health Organization* 2012, *What Do We Mean By "Sex" and "Gender"?*. [Artikel]. (<http://www.who.int/gender/whatisgender/en/index.html>) [diakses 20 Desember 2013]
- West C. *Keeping Faith*. London and New York : Routledge, 1993

CURRICULUM VITAE

Identitas

Nama : Moch. Choirul Arif
NIM : 197110171998031001
Tempat/Tgl. Lahir : Surabaya, 17 Oktober 1971
Pangkat/Gol.Ruang : Pembina (IV/a) , Lektor Kepala
Alamat : PERUM KEPUH PERMAI
Jl. Gunung Agung Blok U – 43 Waru Sidoarjo
Kontak/email : 08121626375 / Irul_rek@yahoo.co.id

Riwayat Pendidikan

1. MINU Tanwirul Wathon Surabaya
2. SMP Negeri 4 Surabaya
3. SMA Negeri 6 Surabaya
4. S-1 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya
5. S-2 Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya
6. S-3 Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Karya Tulis Buku

1. *Ilmu Komunikasi*, Surabaya : Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2001
2. *Pemberdayaan Masyarakat Bidang Ke-PU-an*, Surabaya : Balai Pemberdayaan Masyarakat Dep. PU, 2007
3. *Manajemen Pesantren*, Yogyakarta : LKiS, 2005
4. *Peningkatan Peran Sektor dan Masyarakat*, Surabaya : Dakwah Digital Press, 2008
5. *Dasar Jurnalistik*. Surabaya : Dakwah Digital Press, 2008
6. *Barongsai dan Pemaknaan Budaya Etnis*, Surabaya : Sunan Ampel Press, 2010
7. *Islam Keindonesiaan ; Jejak Langkah Pemikiran KH. A. Wahid Hasyim*. Surabaya : Revka Petra Media, 2012
8. *Menulis Naskah Public Relations*. Surabaya : Revka Petra Media, 2012

Karya Jurnal / Prosiding Seminar

1. Barongsai dan Identitas Cina Muslim Surabaya. *Proceeding The 5th International Conference on Indonesian Studies*. FIB-UI, 2013
2. “Etnografi Virtual ; Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol.02.Nomor.02. Oktober 2012
3. “Quo Vadis Komunikasi Islam ; Menuju Penyeimbangan Nalar Kritis dan Pragmatis di Tengah Dunia yang Terlipat”. *Conference Proceeding Annual International Conference on Islamic Studies XII*, Surabaya, 2012
4. “Revitalisasi Laboratorium Dakwah ; Upaya Menuju Laboratorium Dakwah Integratif-Interkoneksi”. *Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Profesi Dakwah Islam Indonesia (APDII)*, 2009

Dasar-Dasar Kajian Budaya dan Media



Penerbit UIN Sunan Ampel Press
Gedung SAC, Lt.2 UIN Sunan Ampel
Jl. A. Yani No.117 Surabaya
Telp : (031) 8410298 - ext.138
E-mail: sunanampelpress@yahoo.co.id

ISBN 978-602-1072-38-7



9 786021 072387