

GLOBALISASI MEDIA VS LOKALISASI

Dra. Nina Widyawati, M.Si. *)

PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan ini dimaksudkan untuk membahas sistematika penulisan dan pendekatan yang digunakan. Pendekatan yang dipakai adalah pendekatan politik ekonomi media, yaitu analisis terhadap proses produksi konsumsi dan distribusi sumber daya dan sejumlah kepentingan dalam proses kontrol perjuangan dalam kehidupan sosial (Mosco, 1996). *Political Economy* terdiri atas berbagai *school of thought*, yaitu *liberal political economy* dan *critical political economy*. Tulisan ini lebih condong ke *critical political economy*, namun tulisan ini belum secara spesifik merujuk pada pendekatan institusional, marxian atau neo-marxian. Untuk menjelaskan terjadinya globalisasi digunakan pendekatan *political economy*, karena pada proses awal adanya globalisasi media penjelasan ini menekankan pada peran Amerika Serikat dalam melakukan ekspansi terhadap dunia ketiga. Ekspansi ini dilakukan dengan penguasaan institusi bisnis dan pembentukan jaringan teknologi. Di sini mengacu pada pendapat Schiller dalam buku *Mass Communication and American Empire* (1969) yang berpendapat globalisasi media didukung oleh militer Amerika yaitu dengan menasionalisasikan IRAC (*Interdepartmental Radio Advisory Committee*) dan NCS (*National Communication System*).

Untuk menjelaskan penetrasi *content* media pada masyarakat dan adanya proses

sosialisasi nilai kapitalis pada produk budaya yang dikonsumsi masyarakat digunakan analisis dari Mattelart. Dengan demikian, apabila dikatakan bahwa proses penjualan nilai kapitalisme tersebut sebagai proses dehumanisasi yang dibentuk atas hegemoni media dari negara kapitalis dunia maka tulisan ini juga menggunakan pendekatan neo-marxian.

Akibat dari globalisasi terjadilah arus informasi yang searah dari dunia maju ke negara dunia ketiga, dan terjadilah apa yang disebut dengan imperialisme media. Konsep media imperialisme sendiri terdiri atas berbagai sudut pandang, yaitu dari penganut non-marxist dan neo-marxist. Konsep-konsep dalam kedua sudut pandang tersebut disebutkan dalam tulisan ini, namun untuk menganalisis lebih lanjut terhadap kasus Indonesia, yaitu mengalirnya arus informasi global ke Indonesia, tulisan ini menggunakan pendekatan neo-marxist.

Media massa di Indonesia dalam tulisan ini dilihat sebagai kepanjangan tangan kapitalis media, karena itu *content* media yang ada di televisi nasional merupakan konspirasi antara pekerja media (yang memilih dan berbelanja film), pemilik modal, dan pengusaha yang memiliki kesatuan ideologi untuk menggunakan media sebagai instrumen politik mereka. Dengan kata lain isi yang ditampilkan media televisi akan dilihat dari kacamata instrumental.

Globalisasi merujuk pada spasial karena proses komunikasi dan teknologi

*) Penulis adalah Peneliti di Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan - LIPI

merupakan sentral dari proses spasialisasi menuju ke politik ekonomi yang lebih luas. Oleh karena itu, spasialisasi merupakan hal yang penting dari industri komunikasi. Globalisasi merupakan spasialisasi karena globalisasi merupakan ruang, ruang tertentu tempat arus komunikasi mengalir. Globalisasi merupakan aglomerasi kapital menuju bisnis transnasional dan negara, dan mentransformasikan ruang di mana aliran sumber daya dan komoditas termasuk aliran komunikasi dan informasi. Karena globalisasi merujuk pada sebuah spasial maka perlawanan dari globalisasi juga merujuk pada spasial yaitu lokalisasi.

MODERNISASI SEBAGAI AWAL TUMBUHNYA IMPERIALISME MEDIA

Studi-studi tentang komunikasi dan dunia ketiga pada dasarnya terkait dengan pembangunan di dunia ketiga. Modernisasi diawali setelah Perang Dunia II dan sejalan dengan era ekspansi Amerika di bidang politik, ekonomi, dan militer. Konsep pembangunan nasional dimaksudkan untuk membantu negara-negara yang merdeka setelah Perang Dunia II untuk membangun ekonominya. Konsep pembangunan yang mengalami masa puncaknya pada tahun 60-an menggunakan strategi pertumbuhan (yang diukur dengan GNP). Pertumbuhan di berbagai sektor diharapkan terdapat efek menetes yang menyebar pada seluruh sistem sosial. Pertumbuhan ekonomi juga diharapkan membawa peningkatan wilayah lain seperti partisipasi politik.

Pada awal teori modernisasi paradigma komunikasi dan pembangunan nasional yang memperkenalkan gaya hidup barat lebih banyak dilihat dari pada paradigma struktural fungsional yang menekankan pada keseimbangan, perjuangan dan reproduksi dari masyarakat industri yang kompleks, memacu industrialisasi di negara dunia ketiga dengan melakukan replikasi. Transplantasi dari teknologi barat menjadi model yang penting

dalam mengantarkan masyarakat ekonomi miskin menjadi masyarakat kapitalis.

Dalam teori modernisasi, media dianggap sebagai alat yang paling penting dalam mempromosikan pembangunan ekonomi karena media dianggap mampu mempengaruhi perubahan sikap dan memacu sikap inovatif (Reeves, 1993). Beberapa studi menunjukkan peran dan fungsi komunikasi terutama media massa dalam pembangunan nasional. Dimulai dari studi Lerner (1958) yang meletakkan fondasi teoritis tentang peran media dalam modernisasi. Kemudian Schramm (1964) memperluasnya dalam konteks komunikasi pembangunan. Selanjutnya Rogers (1969), yang dikenal dengan teori difusi inovasinya, menggambarkan peran komunikasi interpersonal dalam perubahan sosial.

Sejak publikasi Lerner pada tahun 1958 yang berjudul *The Passing Traditional Society* media dianggap sebagai alat yang penting dalam mencetak pribadi modern (*magic modernizing society*). Personalitas ini ditandai adanya variabel empati (konsep Lerner), inovatif, kosmopolitan, orientasi pada *achievement* dan melek huruf (Rogers).

Namun demikian, studi-studi tersebut banyak mendapat kritik, antara lain dari Elliot dan Golding, 1974 (dalam Lee, 1980) memberikan kritik yang serius terhadap studi-studi tersebut terutama dari epistemologi dan dasar teori sebagai ulasan berikut: **Pertama**, Lerner menggunakan variabel yang sifatnya psikologis yaitu empati untuk menjelaskan transformasi masyarakat makro untuk menghasilkan interaksi sosio-struktural dan hubungan ketergantungan. **Kedua**, Lerner mencampuradukkan interaksi antara modernitas dan tradisi. Padahal antara tradisi dan modernitas tidak selalu bertentangan, banyak elemen dalam tradisi yang tidak hilang dalam proses transformasi. **Ketiga**, Lerner terlalu mempercayai perspektif sosial evolusionis atau sosial Darwinis untuk menunjukkan bahwa seluruh negara pada akhirnya bertemu untuk berjalan secara linier ke arah modernisasi barat. Lerner

menganggap model barat adalah relevansi global dan menawarkan sebuah gambaran apa yang dicapai.

Setelah berjalan lebih dari dua dekade modernisasi menunjukkan beberapa kegagalan. Optimisme begitu besar pada dekade sebelumnya mulai memudar karena ternyata tingkat penerimaan pesan berbeda pada tiap individu, yaitu ada individu yang cepat mengadopsi pesan dan ada yang tidak maka muncullah pengaruh negatif yang tidak diantisipasi yaitu adanya individu yang inovatif dan yang tidak inovatif dan kenyataan ini membawa hipotesa tentang *knowledge gap* Rogers (1976) sebagai berikut, "*The mass media, under some condition widen gap between different social strata in the way of knowledge and other communication benefits accrued the people*". Akibat dari adanya perbedaan pengetahuan ini media dianggap sebagai pemelihara *status quo* dan kemapanan.

Schramm dan Lerner (1976) menganggap bahwa fenomena *gap* ini dapat dipakai untuk *country analysis* dengan memahami hubungan komunikasi internasional yang dijelaskan dalam kalimat berikut, "*The global distribution of mass media more uneven and unequal in favor of the rich and powerful countries now than it was ten years ago because the phenomenal population growth in many developing countries has offset and outpaced their absolute level of media development*". Distribusi global tersebut diikuti ekspansi kapitalisme atas aktivitas produksi dalam skala global. Hal yang paling mendasar adalah ekspansi dari aktivitas informasi dalam bentuk produksi dan distribusi komoditas budaya seperti buku, film, program televisi. Ekspansi internasional dari aktivitas informasi ini merupakan proses dari transnasionalisasi dan transinformasi. Proses tersebut memunculkan sejumlah isu tentang dominasi budaya dan subordinasi, kontrol terhadap komunikasi, produk budaya dan distribusinya, akses terhadap ekonomi politik. Proses transnasionalisasi dan transinformasi ini pada akhirnya menciptakan

arus informasi yang searah. Adanya arus informasi yang searah inilah yang disebut dengan imperialisme media (Reeves, 1993).

Kritik terhadap modernisasi juga datang dari penganut dependensia, yaitu Ander Gunder Frank (dalam Lee, 1980) yang mendefinisikan ketergantungan sebagai berikut, "*no more than a euphemism that cloaks subjection, oppression, alienation, and imperialist, capitalist racism, all of which are internal as well as external*". Dengan kata lain ketergantungan merupakan perwujudan neo-kolonial, yang berarti adanya hubungan antara kaya-miskin, kuat-lemah, yang mengeksploitasi dan yang dieksploitasi. Konsekuensi ketergantungan oleh Frank dituangkan dalam argumen berikut:

- Argumen **pertama**, ketergantungan menyebabkan keterbelakangan. Kemakmuran negara-negara barat didapat dari dunia ketiga. Keterbelakangan di negara-negara Amerika Latin tidak orisinal tetapi akibat dari partisipasi yang panjang dalam pembangunan kapitalis dunia, yang disebabkan oleh ekonomi (dan politik, melalui implikasi) eksploitasi dari kapitalis pusat dalam konspirasi dengan borjuis lokal.
- **Kedua**, Barat berusaha menghidupkan terus menerus ketergantungan dunia ketiga. Barat menjadi semakin kaya dan mengorbankan kaum miskin di dunia ketiga untuk menjamin kelangsungan ketergantungan ekonomi.
- **Ketiga**, ketergantungan adalah gambaran dari sistem ekonomi internasional masa kini. Barat mendikte prospek ekonomi di negara dunia ketiga melalui berbagai skema, investasi secara didikte oleh kepentingan ekonomi politik Amerika, hambatan perdagangan untuk melakukan ekspor, bantuan luar negeri dan lain sebagainya.
- **Keempat**, dengan segala tuduhan di atas harus ada resep untuk mengkoreksi ketergantungan, yaitu dengan memutuskan hubungan dengan kekuatan kapitalis.

Modernisasi di Indonesia dimulai sejak Soeharto mencanangkan program Pembangunan Lima Tahun (Pelita) pada tahun 1974. Sejak saat inilah berbagai skema kredit mengucur ke Indonesia. Diawali dengan skema kredit untuk modernisasi pertanian, kemudian dilanjutkan dengan industrialisasi. Konsekuensi dari modernisasi Indonesia juga membangun infrastruktur di bidang komunikasi dan informasi. Pembangunan di bidang komunikasi dan informasi berkembang begitu cepat setelah diluncurkannya satelit komunikasi yang diberi nama *Palapa*.

IMPERIALISME MEDIA DIILIHAT DARI PERSPEKTIF NON MARXIST

Sebelum membahas secara spesifik mengenai media imperialisme dari perspektif neo-marxist (sebagaimana telah dijelaskan pada bagian pendahuluan bahwa tulisan ini menggunakan pendekatan neo-marxist) lebih dahulu dipahami beberapa varian pendekatan dalam memahami imperialisme media. Terdapat 2 terminologi yang sering digunakan, yaitu *cultural imperialism* dan *media imperialism*. Namun demikian, para penganut neo-marxist lebih senang menyebut dengan “imperialisme budaya” (*cultural imperialism*) atau “imperialisme” saja dibanding dengan sebutan “*media imperialism*” (Lee, 1980). Sebaliknya para penganut non-Marxist lebih senang dengan sebutan “*media imperialism*” dibanding dengan sebutan “imperialisme budaya” atau “imperialisme”. Tentang perbedaan istilah ini Boyd Barret (dalam Curran, 1977) memberi analisis yang berbeda. Menurutnya, “imperialisme media” sebaiknya tidak dicampuradukkan dengan “imperialisme budaya” dan “imperialisme” karena ketiganya berkorelasi dalam tingkatan kekuatan yang berbeda. Media merupakan komponen yang penting dari budaya, tetapi analisis yang gagal membedakan media institusi pendidikan, keluarga. Hubungan antara ekonomi, politik dan budaya tidak bisa dianggap selalu benar tetapi harus ditunjukkan. Boyd Barret

kemudian menjelaskan tentang definisi media imperialisme sebagai berikut: “Sebuah proses di mana kepemilikan, struktur, distribusi atau isi media dalam sebuah negara sendiran atau secara bersama-sama merupakan subjek untuk memperkuat tekanan dari kepentingan media negara lain tanpa adanya pengaruh timbal balik”.

Selanjutnya Lee (1980) menjelaskan bahwa penganut non-Marxist memberikan tingkatan pembobotan dalam eksploitasi secara eksternal dari konglomerat media AS. Analisisnya ditekankan pada:

- 1) Perhatiannya pada skala ekonomi dari media Amerika. Ketidakseimbangan arus komunikasi adalah bagian dari fungsi suplai dan menekan *pseudo demand*. Aktivitas pasar bisa dilihat dari sisi penjual dan dari sisi pembeli. Dari sisi penjual, negara besar dan berkuasa seperti Amerika Serikat melengkapi dengan infrastruktur dan kemudian mengisinya dengan pemrograman, produksi, dan distribusi. Dari sisi pembeli, adanya homogenitas dari program televisi yang mengarah pada adanya permintaan yang berlebihan dari media terhadap materi program dan manajemen produksi barat menjadi model di negara penerima program;
- 2) Memperkenalkan pentingnya variasi, termasuk variasi dari ketergantungan media dan variabel kompleksitas dinamika internal dibanding dengan analisis sistem dunia;
- 3) Memelihara kapabilitas masing-masing negara, dalam batasan, pengumpulan tekanan internal untuk meng-*counter* pengaruh eksternal media asing dalam proses perubahan;
- 4) Arus komunikasi internasional bisa berakibat baik dan buruk (tidak hanya pengaruh buruk) pengaruh budaya pada negara yang berpartisipasi. Hal ini mengacu pada teori antropologi tentang difusi budaya dan model “*product life*

cycle” dari ekspansi pengusaha multinasional. Difusi budaya yaitu penyerapan suatu kehidupan baru dari budaya asing ke dalam budaya asli untuk memperkuat dan menyegarkan kelangsungan budaya yang ada. Model “*product life cycle*” memelihara interaksi dengan media asing yang akan membuat pembelajaran pada teknologi tinggi sehingga negara penerima pesan memiliki peralatan yang lebih baik untuk pengembangan budaya lokal.

IMPERIALISME MEDIA DILIHAT DARI PERSPEKTIF NEO-MARXIST

Para penganut tradisi Marxist, menurut Curran (1977) biasanya mengadopsi pandangan holistik dari peran media, yang memfokuskan pada hubungan antara kepemilikan, kontrol media dan struktur kekuasaan dari masyarakat, signifikansi ideologis dari *meaning* dalam pesan media dan pengaruhnya dalam pembentukan kelas. Sementara itu, Golding dan Murdock (dalam Curran 1977) tertarik dengan ketergantungan dan dominasi antara negara yang kuat dengan negara yang lemah dan kelas dalam bangsa.

Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa penganut neo-marxist lebih senang menggunakan istilah imperialisme budaya dibanding dengan imperialisme media maka pada bagian ini dan analisis berikutnya digunakan istilah imperialisme budaya. Pembentukan teori imperialisme budaya menurut Reeves (1993) dimulai dari hakekat media dan produksi budaya pada masyarakat kapitalis maju. Pemahaman dinamika seperti produksi, termasuk di dalamnya hakikat ideologi dan peran, merupakan hal yang penting untuk memberikan kerangka analisis diletakkan hubungan ideologi budaya antara negara kapitalis maju dan negara dunia ketiga. Dalam beberapa pembentukan teori imperialisme budaya, penetrasi dari dunia ketiga oleh kapitalis media dan industri produk budaya dituliskan dalam terminologi konspirasi yang mendasar dengan hubungan simbiosis

yang dibangun antara perusahaan multinasional dan negara kapitalis maju untuk memperluas dan mempertahankan kapitalisme internasional.

Lebih lanjut Schiller dalam buku *Mass Communication and American Empire* (1969) menjelaskan bahwa hubungan antara perusahaan multinasional dan ekonomi pasar global merupakan analisis utama. Hubungan antara negara bangsa dan perusahaan multinasional dalam rumusan Schiller tidak banyak dipermasalahkan sejak pemerintah dan kelas yang berkuasa dari negara metropolitan bekerja untuk *men-support* beberapa perusahaan tersebut. *The united States Military-Industrial Complex* memakai logika tersebut dan memacu dalam ekspansi kapitalisme global. Menurut Schiller, *US Military Industrial Complex* memiliki dua bentuk kontrol. **Pertama**, kontrol dari alokasi frekuensi radio dan pembuatan kebijakan telekomunikasi nasional bekerja sama dengan Departemen Pertahanan AS. **Kedua**, secara tidak langsung banyak perusahaan elektronik yang memiliki kontrak pertahanan penting. Jadi, dominasi media Amerika berasal dari implementasi kebijakan luar negeri AS. Dengan demikian, media pada saat yang sama merupakan instrumen yang penting. Dominasi media massa Amerika merupakan produk langsung dari peningkatan dominasi global AS setelah Perang Dunia II. Imperialisme budaya sejalan dengan dominasi yang dimanifestasikan dengan ekspor program televisi ke negara-negara non-sosialis dan peran industri komunikasi Amerika menekan komersialisasi dalam sistem *broadcasting* secara internasional.

Schiller dalam rumusan lebih lanjut mengatakan bahwa media transnasional merupakan ideologi yang *men-support* infrastruktur untuk MNC. Perusahaan menjalin informasi termasuk membangkitkan transmisi bisnis data dan ekspor manajemen teknik. Kategori transmedia yang *men-support* kegiatan adalah perusahaan periklanan, survei pasar, *pooling*, perusahaan *public relations*, informasi pemerintah, servis propaganda, dan media tradisional.

Varis (1973) mengidentifikasi tiga fungsi komunikasi massa dalam masyarakat kapitalis. *Pertama*, menyembunyikan pertentangan kelas dan kompensasi dari sistem keterasingan sampai eskapisme. *Kedua*, penyangkalan atau penekanan pada legitimasi alternatif sosial terhadap tatanan yang ada. *Ketiga* adalah mencari untung sebagai bagian dari industri komersial. Jadi, disini arus informasi yang tidak seimbang dan komoditas kultural antara negara kapitalis maju dengan negara dunia ketiga bukanlah merupakan perdagangan biasa, tetapi sudah merupakan bagian dari proses yang didominasi oleh ideologi dari negara-negara kapitalis.

Menurut Nordenstreng dan Varis (dalam Reeves, 1993), pendekatan dari ekspansi pasar dan kontrol komunikasi dan produksi kultural secara umum merupakan akar dari kontradiksi internal dari sistem kapitalis termasuk keuangan, industri, militer, iklan, dan struktur budaya. Posisi imperialisme budaya sebagaimana dalam model dependensia mengasumsikan bahwa terdapat tingkatan dominasi dari ketergantungan antara negara, eksploitasi dari negara-negara metropolitan atau pusat dan eksploitasi satelit atau *periphery*. Sementara itu, konflik antara mereka tidak pernah sungguh-sungguh dalam posisi menantang sukses pendahulunya, sejak ideologi budaya menekankan bahwa pendahulunya adalah bagian dan bentuk aliran informasi berarti produksi dan kepemilikan.

Dalam model ketergantungan budaya hubungan ideologis budaya dari dominasi dan ketergantungan diekspresikan dalam kontrol dari produksi dan distribusi dari budaya dan ideologi oleh negara-negara kapitalis metropolitan dan lebih spesifik lagi perusahaan transnasional. Metropolitan pusat seperti Amerika Serikat, Inggris, Perancis, dan Jerman menguasai bahasa dunia dan sebesar besarnya mengontrol aliran berita dan informasi kepada negara tergantung seperti Afrika, Asia, dan Amerika Latin. Mereka juga memacu tumbuhnya televisi dunia, film, CD, dan produk budaya lainnya (Tunstall, Reeves, 1993).

Akibat dari adanya kontrol aliran informasi oleh Hamelling (dalam Reeves, 1993) dijelaskan sebagai berikut. Salah satu hukum dari model dependensia adalah penghancuran identitas lokal sehingga nilai ekonomi dari negara metropolitan yang dominan dan perusahaan transnasional dapat diadopsi bahkan dipaksakan. Selanjutnya, tulisan Reeves memperkuat dengan pendapat Sauvan yang mengatakan bahwa nilai-nilai tersebut bergabung dalam iklan dan perluasan konsumerisme, intinya produk dimulai dari interes besar dari kelas menengah dan membantu penetrasi dari negara tergantung.

Mattelart dalam (Reeves, 1993) memberi penjelasan tentang hal yang paling mempengaruhi ketergantungan budaya atau penulis imperialisme adalah ketergantungan superstruktur yang dipahami dalam hubungan dengan ekspansi dari sistem kapitalis internasional dan tempat masyarakat tergantung. Peran media massa intinya adalah difusi atau transmisi dari representasi kolektif (nilai, ideologi, mitos, imaji) yang dibangun negara kapitalis maju untuk masyarakat tergantung.

Media massa dengan programnya, merupakan produk yang dibentuk dan dikembangkan dari tekanan produksi dan kebiasaan budaya dari masyarakat kapitalis. Budaya yang diproduksi dan dikembangkan oleh media massa diikat dalam hubungan antara negara dari pembangunan teknologi dan ekonomi dari masyarakat kapitalis terutama Amerika.

Menurut pendekatan awal dari studi Mattelart, dalam masyarakat tergantung media massa dari kapitalis negara maju bisa mempenetrasi seluruh lapisan sosial meskipun tingkat ekonomi yang rendah dan pembangunan teknologi yang rendah. Contohnya, suku Indian yang hidup dalam masa pre-kapitalis memiliki akses pada elemen tertentu dari superstruktur dari masyarakat teknologi tinggi bahkan jika nilai konsumsi tidak nyambung sebelum mengonsumsi melalui media mereka mengalami peningkatan. Fenomena ini merujuk pada teori modernisasi,

yaitu *“the revolution of rising expectation”*. Media massa mendemostrasikan konsep perubahan dari sistem imperialisme, namun konsepsi tersebut faktanya menjadi penyangkal perubahan. Media memproduksi dan mereproduksi retorika perubahan dalam rangka mencegah perubahan dalam *mode of producing life* yang merupakan ciri sistem. Media massa diprogram sebagaimana hakikat hubungan antara *economic base* dan hilangnya *ideological superstructure*, media memperluas aspirasi, representasi kolektif, imaji, mitos, dan nilai yang dibangun dalam negara kapitalis maju dan melingkar pada negara yang tergantung. Bentuk pembangunan masyarakat termasuk pola konsumsi. Ketergantungan media dan budaya secara terus-menerus dan memperkuat ketergantungan ekonomi. Dan keterbelakangan dan pengabsorbsian atau integrasi dari masyarakat dalam masyarakat tergantung ke dalam dominasi imperialis universal yang menciptakan ilusi perubahan sementara secara simultan menyangkal kemungkinan tersebut.

GLOBALISASI MEDIA DAN HEGEMONIAS

Hegemoni media AS telah mencatat sejarah panjang lebih 50 tahun, yaitu pada *Hollywood motion picture industry*, *broadcasting*, majalah, iklan, media prosional, dan satelit komunikasi secara terus menerus di bawah dominasi Amerika. Data tahun 1991 (sumber: IDATE disalin dari Mosco 1996) menyebutkan, dari 25 terbesar perusahaan audio visual sembilan di antaranya adalah milik Amerika, termasuk perusahaan terbesar dunia, yaitu Time Warner, dan delapan lainnya adalah ABC, NBC, CBS, Walt Disney, Paramount, TBS, Viacom, dan PBS.

Sejarah ini diawali setelah Perang Dunia II, yang dalam ekspansi kapitalisme melibatkan organisasi dari aktivitas produksi secara ekonomis dalam skala global. Reorganisasi ini ekspansi dari aktifitas informasi, jika dipahami sebagai produksi dan distribusi komunikasi dan teknologi informasi,

serta distribusi dan konsumsi dari produk budaya, implementasinya adalah terjadinya ekspansi investasi besar-besaran dalam industri leisure, telekomunikasi, dan teknologi informasi.

Perbedaan kepentingan dalam memproduksi dan mendistribusikan produk budaya negara kapitalis, kenyataannya menyebabkan terjadi perbedaan kepentingan negara penerima, yaitu negara Dunia III. Lee (1980) menjelaskan bahwa pertumbuhan media sebagai fungsi agen kultural sejalan dengan pergeseran agenda negara dunia ketiga karena adanya beberapa negara bekas jajahan memproklamasikan kemerdekaannya setelah perang dunia II. Pada saat inilah awal munculnya konfrontasi utara-selatan dan berkembangnya konflik kultural media. Kemerdekaan tersebut membuat beberapa negara Dunia Ketiga menggeser permasalahan nasionalnya dari integrasi nasional dan modernisasi sosial ekonomi ke ekspresi budaya. Di sini nampak perbedaan persepsi tersebut, yang oleh negara maju media ditafsirkan sebagai alat politik-ekonomi, sementara oleh negara dunia ketiga dianggap sebagai agen kultural. Adanya perbedaan kepentingan ini dari arus informasi global yang searah inilah yang menyebabkan media sering kali dianggap sebagai imperialis budaya. Media telah dikonstruksi sebagai instrumen politik dan ekonomi, sekarang sebagai simbol dari agen kultural di dunia ketiga

KETERGANTUNGAN MEDIA DI INDONESIA TERHADAP PROGRAM MEDIA BARAT

Karena pendekatan yang dipakai dalam tulisan ini adalah pendekatan neo-marxist yang berpendapat program media massa yang merupakan produk yang dibentuk dan dikembangkan dari tekanan produksi dan kebiasaan budaya dari masyarakat kapitalis, terutama Amerika Serikat. Kapitalis menganggap media sebagai agen kultural sebagaimana pendekatan yang dilakukan oleh Mattelart (Reeves, 1993) yang menjelaskan

bahwa media massa melakukan difusi dan transmisi dari representasi kolektif. Media memperluas aspirasi imaji, mitos yang dibangun negara maju. Penawaran imaji paling efisien dilakukan melalui media audio visual maka produk budaya yang dibicarakan di sini adalah program televisi. Sebenarnya Indonesia sebagai negara dunia ketiga tidak lepas dari pasar produk kultural dari negara kapitalis. Pertama-tama tentunya adalah komoditas yang mampu meningkatkan bentuk konvensional dari produk budaya, yaitu barang elektronika yang berfungsi sebagai alat untuk menerima, merekam dan mendengarkan radio, televisi, film, dan musik. Setelah alat untuk menerima dikonsumsi selanjutnya isinya yaitu film, film televisi, musik, dan berita. Bentuk program televisi yang paling banyak diimpor adalah film seri, musik, olahraga, dan berita. Menurut Nordenstreng dan Varis (1974), kecenderungan negara kecil dan miskin untuk menjadi importer dari program televisi semakin besar karena biaya produksi program lokal sangat mahal, namun bagi negara kaya program impor hanya suplemen saja.

Program televisi masuk secara besar-besaran sejak tahun 1989 sewaktu terjadi deregulasi dalam kebijakan penyiaran yang mendorong lahir televisi pertama di Indonesia, yaitu RCTI. Sukses RCTI disusul oleh lima stasiun televisi lainnya, yaitu SCTV, TPI, ANTV, Indosiar, dan Metro TV, bahkan sekarang bertambah beberapa stasiun lagi seperti Trans TV, TV-7, Lativi, Global TV.

Pada awal stasiun televisi tersebut mengudara, program televisi didominasi oleh film seri impor, terutama dari Amerika. Dalam mengisi programnya stasiun televisi tersebut memiliki jaringan dengan stasiun televisi dari negara maju. ANTV yang membidik pangsa pasar remaja memilih bermitra dengan MTV Asia yang merupakan jaringan MTV dunia dengan menyajikan budaya populer modern (sejak lahirnya Global TV, MTV bermitra dengan Global TV). SCTV lebih banyak bekerja sama dengan *Entertainment and Sport Program Network* (ESPN) untuk mengisi acara olahraga. Adapun Indosiar yang

dikenal penonton dengan sinema unggulannya memilih bekerja sama dengan *Home Box Office* (HBO) untuk film layar lebar. Selain itu, stasiun-stasiun televisi tersebut juga bekerja sama dengan jaringan televisi internasional lainnya, seperti CNN, ABC, CBS, NBS, Star-TV. Hal serupa juga dilakukan negara berkembang lain.

Dalam perkembangannya kemudian secara perlahan produk lokal mulai banyak mengisi program televisi swasta dan film asing hanya mengisi sekitar sepertiga dari seluruh jam tayang. Penurunan program televisi asing yang berasal dari Amerika Serikat jumlahnya relatif menurun pada saat setelah terjadinya krisis moneter, penyebabnya adalah harga program televisi asal Amerika Serikat harganya mahal. Sebagai gantinya banyak program televisi asal Asia yang mengisi acara televisi seperti Hongkong, Cina, Taiwan, India dan Thailand. Hal ini tidak jauh berbeda dengan hasil survei Unesco tentang "*Television Traffic a one-way street: A Survey Analysis of The International Flow of Television Programme Material*" nomor 70 tahun 1974 yang menyebutkan bahwa negara-negara Asia Pasifik mengimpor program TV asing rata-rata sekitar 30%.

Penjelasan mengenai hubungan antara program televisi sebagai agen kultural negara maju dalam pembangunan budaya barat terutama pembentukan pola konsumsi di mana pembentukan budaya baru ini pada akhirnya secara terus-menerus menyebabkan masyarakat Indonesia ke ketergantungan ekonomi bisa dilihat dari studi yang dilakukan pada tahun 1995 sampai 1997 oleh Puslitbang Kemasyarakatan dan Kebudayaan LIPI tentang *Dampak Media Transnasional Terhadap Masyarakat Indonesia* yang melihat pengaruh televisi terhadap gaya hidup, integrasi nasional, dan kenakalan remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film asing yang pada waktu itu banyak mengisi *prime time* lebih banyak ditonton oleh remaja dibanding dengan film lokal. Dari rata-rata waktu yang dihabiskan responden berusia 15-24 tahun di kota Surabaya, Ujung Pandang, dan Medan

mereka rata-rata menghabiskan waktu menonton televisi sekitar dua jam sehari. Dari waktu yang dipakai untuk menonton televisi sekitar 60% waktunya digunakan untuk menonton film asing. Film asing yang banyak ditonton adalah film Amerika, yaitu *Renegade*, *Beverly Hills 9010*, *Melrose Place*, *MacGyver*. Favorit kedua adalah film-film oriental, seperti *Kembalinya Sang Rajawali*, *Kisah Pangeran Menjangan*, kemudian disusul oleh film dari Amerika Latin, seperti *Mary Mar*, *Ines Sang Sekretaris*.

Setelah krisis moneter terjadi televisi Indonesia lebih banyak menawarkan program lokal dibanding dengan program impor. Selain berkurang dari segi jumlah, film yang dipilih juga berbeda. Ketika sebelum krisis moneter terjadi *prime time* didominasi oleh film Amerika dengan beberapa film unggulannya maka setelah krisis moneter terjadi *prime time* lebih banyak diisi program lokal karena film impor yang dibidik oleh stasiun televisi bukan film unggulan.

Masuknya film Amerika ke jaringan televisi nasional yang merupakan bagian dari invasi budaya akan merubah arti simbol dari sebuah masyarakat. Perubahan ini bisa berarti selera, nilai, kesukaan, pandangan terhadap masyarakat, hubungan antarmanusia, dan kehidupan itu sendiri. Media massa sebagai *magic multiplier* dari *modern personality* merupakan alat untuk membuka pintu pada dunia yang kosmopolit. Imaji negara luar yang menyajikan benda-benda modern dan produk metropolitan sangat menarik perhatian sehingga penyajian televisi sekaligus dimaksudkan untuk menjual barang kebutuhan sehari-hari. Penayangan secara terus-menerus terhadap produk metropolitan tersebut pada akhirnya dapat membawa perubahan pola konsumsi.

Pola konsumsi yang paling mudah dan menarik untuk ditiru adalah konsumsi terhadap produk gaya hidup. Efek konsumerisme dari penayangan televisi menurut hasil penelitian PMB-LIPI (1996) hasilnya menunjukkan bahwa penonton banyak mengidolakan cara bergaul, cara berpakaian, cara berpikir, selera

musik, selera makan tokoh film televisi yang ditonton. Tokoh yang menjadi idola remaja adalah Reno Reines yaitu tokoh film *Renegade*. Tokoh ini digambarkan oleh penonton sebagai sosok “*macho*” dengan mengenakan celana jenas ketat, berjaket kulit dengan rambut diikat dengan mengendarai sepeda motor berukuran besar. Begitu populernya tokoh Reno Reines ini sampai produsen Levi’s mengeluarkan edisi khusus yang disebut dengan *Jeans Renegade*. Beberapa pemuda di lokasi penelitian ketika diwawancarai oleh peneliti mengenakan Jaket kulit di siang hari bolong di udara tropis yang sangat panas. Mereka juga mewarnai rambut serta mengikatnya dan bepergian menggunakan sepeda motor seperti tokoh yang diidolakan.

Keinginan mengonsumsi produk yang dipakai oleh tokoh bukan sekadar masalah konsumsi biasa. Memang pada dasarnya arus materi komunikasi yang asimetris secara ekstrem tidak hanya berarti sekadar masalah transaksi komersial biasa, tetapi merupakan ideologi konsumerisme yang sengaja dijual oleh kapitalis yang datangnya satu paket dengan program televisi.

Ketertarikan para penonton remaja Indonesia akan pola berpakaian, pola makan, pola bergaul, model rambut pada tokoh virtual ciptaan kapitalis media telah menggeser pemahaman makna tentang siapakah sebenarnya diri kita. Dari tindakan-tindakan yang dilakukan pemuda tersebut memperlihatkan bahwa media massa telah menanamkan nilai bahwa untuk menjadi modern ukurannya adalah Barat. Di sini terjadi pengingkaran tentang hakikat diri bahwa kita sebenarnya berkulit cokelat, berambut hitam. Pengingkaran diri ini dengan merekonstruksi bentuk fisik untuk bisa menjadi barat agar sejajar dengan masyarakat yang diimajinasikan. Tidak jarang rekonstruksi diri ini dilengkapi dengan mengubah warna kulit dari cokelat menjadi putih. Mereka tidak sadar bahwa sebenarnya imaji tersebut memang sengaja diciptakan oleh para kapitalis untuk menjual produk mereka. Dengan model-model imaji untuk menjadi barat industri cat rambut dan

pemutih kulit memiliki omzet yang luar biasa besar. Penampakan semu dari gaya hidup barat yang hanya dipahami sepotong-sepotong menjadikan perubahan masyarakat ke arah pendangkalan-pendangkalan. Yang dilihat hanya fisiknya saja tanpa ada pemahaman bahwa bangsa barat untuk mencapai pola hidup tertentu tersebut memerlukan kerja keras. Hal yang hakiki seperti ini seolah tertutup oleh imaji virtual yang menjual mimpi.

Industri televisi di Indonesia bila dilihat dari kajian politik ekonomi media, televisi Indonesia walaupun kepemilikannya di atas kertas merupakan kepemilikan nasional (karena pada waktu itu regulasi yang ada melarang adanya kepemilikan asing pada industri media di Indonesia), tetapi sebenarnya keberadaan media Indonesia tidak bisa dilepaskan dari kontrol kapitalis media. Media televisi di Indonesia tidak bisa independen melainkan harus melakukan kerja sama dengan jaringan televisi global dalam memasok acara-acaranya. Program televisi tersebut sebenarnya merupakan instrumen dari para kapitalis untuk melakukan propaganda terhadap ide-ide mereka, mulai dari ide tentang demokratisasi sampai ide konsumerisme. Memang pada dasarnya barang industri lain datang ke negara dunia ketiga melalui produk budaya yang ditawarkan melalui media. Pengenalan terhadap produk budaya melalui media telah meningkatkan nilai jual komoditas lain dalam jaringan kapitalis global.

LOKALISASI SEBAGAI PERLAWANAN DARI GLOBALISASI

Majid Tehranian, seorang ahli komunikasi asal Iran, lebih banyak menyuarakan suara kaum pinggiran dalam menghadapi arus informasi global. Dalam buku yang berjudul *Global Communication and World Politics, Domination, Development and Discourse* (1999) dia menuliskan suara-suara tersebut sebagai berikut. Di bawah dampak komunikasi global terjadi dual proses globalisasi dari lokal dan lokalisasi dari global yang menyebabkan bersatunya paham kaum

yang terisolasi dan mereka. Globalisasi adalah sebuah proses yang *top down* dan lokalisasi adalah sebuah proses yang *bottom up*. Agen dari globalisasi adalah jaringan perangkat keras dan perangkat lunak yang difasilitasi oleh aktor di luar pemerintahan. Jaringan perangkat kerasnya difasilitasi transportasi, telekomunikasi dan turisme (ITT). Agen dari lokalisasi dan tribalisasi terdiri atas kaum nasionalis, religius, gerakan etnik, dan pemimpin lain yang menyuarakan kaum pinggiran. Anehnya jaringan ini memerlukan biaya rendah. Mereka hanya memanfaatkan radio, kaset, video, fotokopi, mesin faksimile dan jaringan komputer. Jaringan perangkat lunaknya terdiri atas mitos keturunan, primordial, dan identitas yang melekat dalam ideologi-ideologi religius tradisional, nasionalis, tribal, dan lokalitas. Sementara itu, infrastruktur peradaban global berkembang secara cepat seperti CNN, BBC, MTV, Star-TV. Di sisi lain, terdapat perubahan yang tidak direncana sebagai akibat dari globalisasi, yaitu tumbuhnya kaum posmodernis yang turut serta menyebarkan ide-ide alternatif yang melawan penyeragaman global.

Tumbuhnya jurang kemakmuran, penghasilan, dan ketenagakerjaan dalam bangsa maupun antarbangsa sebagai simptom dari tumbuhnya sistem global apartheid dan menyebabkan meningkatnya ketidakamanan secara sosial psikologis. Problem dunia berkembang dari masyarakat agraris menuju masyarakat industri lalu berkembang lagi ke imperialisme informasi. Tingginya pergerakan antarpenduduk ditandai tiga fase. Pada fase terakhir, migrasi yang *top down* dan *bottom up* dari struktur sosial global memperburuk konflik etnik dalam tingkatan yang tidak bisa diperkirakan. Dari sudut kultural, dominasi dan resistensi menjadi lebih dipolitisasi. Imperialisme informatik antara menghibur dan merusak multikulturalisme. Melalui komodifikasi budaya tanpa disadari mengistimewakan identitas kultural. Ketidakmampuan untuk mengoreksi dislokasi pertumbuhan ekonomi menyebabkan secara kultural menurunkan resistensi politik.

Politik identitas menjadi bagian dari imperialisme informatik. Komoditas dan identitas menjadi berharga dan bermula dua dari *global apartheid* yang mengisi percaturan internasional sekarang dan ketidakamanan interkultural. Kekuatan dunia pinggiran mempertahankan *trend* hegemoni globalisasi baru melalui regionalis, pannonialis, etnotradisionalis, revivalis, environmentalis, dan feminis bergerak secara mendasar dalam akar budaya.

Dalam hubungan internasional, komunikasi global memacu globalisme dan menentang isinya, yaitu nasionalisme, regionalisme, dan revivalisme, karena ketidakseimbangan pembangunan ekonomi dari negara pinggiran resistensi melawan globalisme merupakan problem yang kronis. Bagaimanapun bentuk spasial dari resistensi melawan globalisasi juga difasilitasi oleh teknologi. Secara historis kepercayaan ideologis dari nasionalisme menuju ke arah penyatuan agama, bahasa, dan etnisitas. Pada masa perang dingin isunya adalah isu ideologi, tetapi setelah perang dingin isunya adalah nasional, etnik, agama. Ekspansi globalisasi komunikasi bahasa Inggris memfasilitasi tumbuhnya bahasa tunggal.

Lebih lanjut Tehranian mengatakan bahwa pada abad 21 dunia menghadapi banyak kontradiksi. Menurut Fukuyama, liberal kapitalisme menampakkan kemenangan dengan meletakkan berakhirnya sejarah dari kontestasi ideologi. Di lain pihak, sejarah dimulai dari marjinalisasi bangsa sehingga pertumbuhan akses terhadap globalisasi membawa beberapa bagian yang ketinggalan. Sekitar 6000 bahasa dan potensi nasional meningkatkan gugatan untuk menjadi subjek sejarah.

Di Indonesia perlawanan terhadap globalisasi juga muncul, antara lain dalam wujud mengentalkan etnisitas. Dari segi budaya masyarakat yang melawan kemapanan dari adanya penyeragaman program televisi mulai nampak pada beberapa saat terakhir. Adanya tarik-menarik antara ingin kembali pada akar tradisi budaya dan masuknya nilai-nilai global

melalui televisi membuat beberapa wujud budaya menjadi berubah bentuk. Terkadang perlawanan budaya tidak sekadar masalah berkesenian belaka, karena adakalanya pelakunya bukan hanya seniman. Munculnya kesenian campursari, yaitu perpaduan antara musik dengan instrumen lokal dengan musik barat, muncul dari perlawanan atas kemapanan, kemapanan budaya maupun kemapanan ekonomi. Para buruh pabrik yang tertindas dan suaranya terpinggirkan dalam memperjuangkan haknya sebagai buruh menggunakan musik campursari sebagai alat melawan hegemoni ekonomi dari kapitalis negara maju. Grup-grup campursari buruh ini muncul seiring dengan maraknya demo buruh dalam memperjuangkan kenaikan upah.

Perlawanan terhadap kemapanan budaya global ini juga telah muncul dalam televisi Indonesia. Stasiun televisi berlomba-lomba menampilkan acara tradisional yang sudah dikemas seperti *Ketoprak Humor*, *Ludruk Kirun*. Munculnya kesenian tradisional dalam televisi ini mengobati kerinduan masyarakat untuk kembali ke akar budayanya. Panggung yang dulu sebagai tempat bertemunya para penonton kini berganti dengan layar televisi. Kaum urban yang tadinya selalu merasa terasing dengan totonan yang memang berasal dari asing mulai menemukan kembali seni budayanya.

PENUTUP

Uraian pemikiran di atas memperlihatkan bahwa pada dasarnya permasalahan globalisasi tidak bisa dijelaskan hanya dari pandangan instrumentalis saja. Adanya perlawanan terhadap globalisasi oleh kaum etno-nasionalis, etno-tradisionalis menyadarkan kita bahwa seberapa besar investasi yang ditanamkan untuk memperkokoh hegemoni kaum kapitalis ternyata tidak mampu menyeregamkan dunia ini hanya dari imaji yang ditawarkan melalui produk budaya. Resistensi kaum pinggiran yang melakukan gerakan terhadap globalisasi pada mulanya memang menggunakan media alternatif, yaitu *internet*,

radio dan bukan televisi. Namun sekarang nampaknya pengelola media yang mempunyai peran melakukan pemilihan terhadap program yang ditawarkan mulai melirik suara kaum pinggiran untuk ditayangkan melalui medianya. Sukses Al-Jazerra menayangkan wawancara langsung dengan tersangka kasus 11 September versi Amerika, yaitu Osama Bin Laden, jangan dilihat bahwa Al-Jazerra merupakan corong teroris namun hendaknya dipahami sebagai upaya pengelola melepaskan diri dari kontrol kapitalis media dan hendaknya dipahami sebagai upaya “mendengarkan suara kaum pinggiran”.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd-Barret, Oliver. 1977. Media Imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media System, in James Curran, Michael Gurenvitch and Janet Woolacott (eds). *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.
- Bungin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa, Konstruksi dan Realitas Iklan Televisi Dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Jendela.
- Curran, James, Michael Gurenvitch and Janet Woolacott (eds). 1977. *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.
- Lee, Chin-Chuan. 1980. *Media Imperialism reconsidered, The homogenizing of Television Culture*. Beverly Hills: Sage.
- Lerner, Daniel. 1958. *The Passing of Traditional Society*. New York: Macmillan.
- Gieneken, Jaap. 1998. *Understanding Global News, A Critical Introduction*. London: Sage.
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publications Ltd.
- Mulyana, Dedy dan Idi Subandi Ibrahim. 1977. *Bercinta dengan Televisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nordenstreng, Kaarle dan Varis, Tapio. 1974. *Television Traffic- a One- Way Street?, A Survey and Analysis of The International Flow of Television Programme Material*. Paris: Unesco Report and Papers on Mass Communication No 70.
- Reeves, Geoffrey. 1993. *Communications and The 'Third World'*. London: Routledge.
- Rogers, Everett M dan L. Svenning. 1969. *Modernization Among Peasants: The Impact of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Schramm, Wilbur (1977) dan Daniel Lerner (ed). 1976. *Communication and Change: The Last Ten Years and The Next*. Honolulu: University of Hawaii/East West Center Press.
- Schiller, Herbert. 1969. *Mass Communication and American Empire*. New York: Kelly.
- Schiller, Herbert. 1973. *The Mind Managers*. Boston: Beacon Press.
- Stevenson, Robert L. 1988. *Communication, Development and The Third World. The Global Politics of Information*. London: Longman.
- Sreberny-Mohamaadi, Anabelle, Dwayne Winseck, Jim McKenna dan Oliver Boyd-Barret. 1977. *Media in Global Context, A Reader*. London: Arnold.
- Tehrani, Majid. 1999. *Global Communication and World Politics, Domination, Development, and Discourse*. London: Lynne Rienner Publisher, Inc.