



Kritik Budaya Komunikasi

Budaya, Media, dan Gaya Hidup
dalam Proses Demokratisasi di Indonesia

Idi Subandy Ibrahim



KRITIK BUDAYA KOMUNIKASI

Budaya, Media, dan Gaya Hidup
dalam Proses Demokratisasi di Indonesia



Diterbitkan oleh Penerbit BRIN

Tersedia untuk diunduh secara gratis: penerbit.brin.go.id



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International.
Lisensi ini mengizinkan Anda untuk berbagi, mengopi, mendistribusikan, dan
mentransmisi karya untuk penggunaan personal dan bukan tujuan komersial,
dengan memberikan atribusi sesuai ketentuan. Karya turunan dan modifikasi
harus menggunakan lisensi yang sama.

Informasi detail terkait lisensi CC BY-NC-SA 4.0 tersedia melalui tautan:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

KRITIK BUDAYA KOMUNIKASI

**Budaya, Media, dan Gaya Hidup
dalam Proses Demokratisasi di Indonesia**

Idi Subandy Ibrahim

Penerbit BRIN

buku ini tidak diperjualbelikan

© 2025 Idi Subandy Ibrahim

Katalog dalam Terbitan (KDT)

Kritik Budaya Komunikasi Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia/Idi Subandy Ibrahim-Jakarta: Penerbit BRIN, 2025.

xxiv hlm. + 347 hlm.; 14,8 × 21 cm

ISBN 978-602-6303-70-7 (PDF)

- | | |
|----------------------|------------------|
| 1. Komunikasi | 2. Kritik |
| 3. Budaya Masyarakat | 4. Media |
| 5. Gaya Hidup | 6. Demokratisasi |

302,2

Editor Akuisisi : Noviastuti Putri Indrasari
Copy editor : Sarah Fairuz
Proofreader : Martinus Helmiawan
Penata isi : Utami Dwi Astuti
Desainer sampul : Utami Dwi Astuti

Edisi Pertama: 2025

Diterbitkan oleh:

Penerbit BRIN, Anggota Ikapi

Direktorat Repotori, Multimedia, dan Penerbitan Ilmiah

Gedung B.J. Habibie, Jl. M.H. Thamrin No.8,

Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat,

Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340

Whatsapp: +62 811-1064-6770

E-mail: penerbit@brin.go.id

Website: penerbit.brin.go.id

 PenerbitBRIN

 @Penerbit_BRIN

 @penerbit.brin

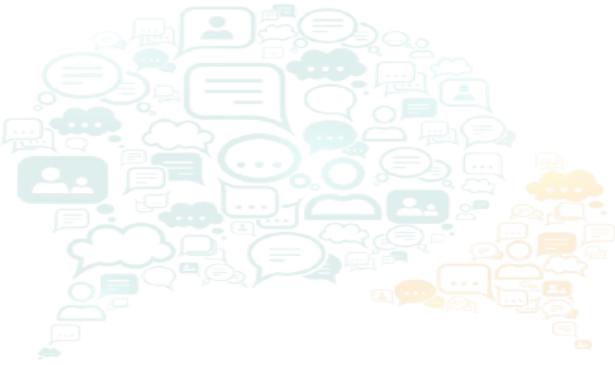


*Untuk
Ayia, Arne, dan Israr*

*Karena untuk berbicara
orang harus lebih dulu mendengarkan,
belajarlah bicara dengan mendengarkan.*

(Jalaluddin Rumi)

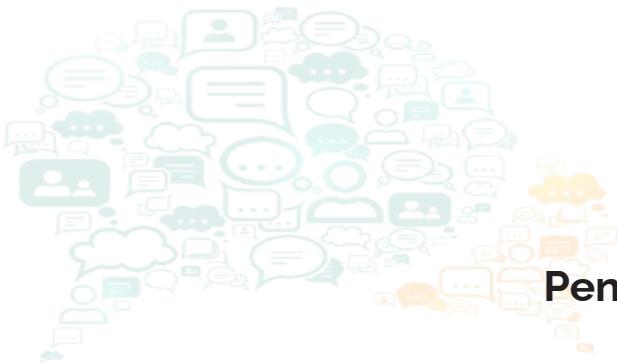
buku ini tidak diperjualbelikan



Daftar Isi

Pengantar Penerbit	ix
Kata Pengantar	xi
Kata Pengantar Direktur Pascasarjana Universitas Pasundan	xvii
Prakata	xix
Ucapan Terima Kasih	xxiii
BAGIAN I: KRITIK BUDAYA MEDIA DI RUANG PUBLIK.....	1
BAB I Kritik Budaya Komunikasi	3
BAB II “Jurnalisme Hijau” dan Krisis Lingkungan Hidup	31
BAB III Jurnalisme untuk Kaum Miskin dan Semiotika Kemiskinan.....	53
BAB IV Pers Pasca-Orde Baru: Antara Panik Politik dan Tirani Massa.....	79
BAB V Facebook sebagai Media Komunikasi Politik Baru	97
BAB VI WikiLeaks, Perlawan Siber, dan Kebebasan Informasi	125
BAB VII “Reportase Berpusat pada Orang” dan “Reportase Berpusat pada Peristiwa”	135
BAGIAN II MEDIAKRASI DAN BUDAYA KEKERASAN DI RUANG PUBLIK.....	151

BAB VIII Mediakrasi, Teknologi Demokrasi dan Teknologi Dominasi	153
BAB IX Budaya Kekerasan di Ruang Publik	167
BAB X Teater Nekrofilia dan “Pornografi Kekerasan”	175
BAB XI “Horrorainment” dalam Industri “Infotainment”	187
BAGIAN III: HEDONISME DAN BUDAYA MEDIA DI RUANG PUBLIK	213
BAB XII Televisi Hedonis, “Makanan Surga” dari Hollywood	215
BAB XIII Krisis Demokrasi dan Komodifikasi Budaya Televisi	225
BAB XIV Krisis Kultural di Abad Televisi	237
BAB XV “Panik Media” dan Krisis sebagai Tontonan.....	245
BAGIAN IV: PERANG BUDAYA CITRA DI RUANG PUBLIK....	253
BAB XVI Citra Perempuan sebagai Konstruksi Budaya Media	255
BAB XVII Media Anak dan Ancaman “Perang Budaya”	263
BAB XVIII Hidup untuk Gaya atau Gaya untuk Hidup.....	275
BAB XIX Renungan Budaya untuk Generasi Mendatang	291
Daftar Pustaka.....	301
Tentang Penulis.....	331
Indeks	335



Pengantar Penerbit

Sebagai penerbit ilmiah, penerbit BRIN mempunyai tanggung jawab untuk terus berupaya menyediakan terbitan ilmiah yang berkualitas. Upaya tersebut merupakan salah satu perwujudan tugas Penerbit BRIN untuk turut serta membangun sumber daya manusia unggul dan mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945.

Komunikasi telah mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga fenomena budaya, media, dan gaya hidup pun saling memengaruhi dan dipengaruhi oleh perkembangan dramatis ini. Perubahan-perubahan budaya, media, dan gaya hidup yang sedang dan terus berlangsung akan menjadi wilayah pengamatan dan penelitian yang luas dan kompleks bagi ilmu-ilmu sosial dan humaniora di Indonesia.

Buku *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia* hadir dengan memadukan tiga cara penulis dalam menjelaskan realitas budaya, media, gaya hidup yang berkembang dalam masyarakat Indonesia. Buku ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi bagi peneliti atau akademisi untuk pembelajaran terkait budaya komunikasi di masyarakat.

Kami berharap hadirnya buku ini dapat menjadi referensi bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi seluruh pembaca.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penerbitan buku ini.

Penerbit BRIN

buku ini tidak diperjualbelikan



Kata Pengantar

Post-Soeharto Indonesia has always been an intriguing case for those of us who have an interest in comparative media research. The country has experienced rapid change during the past 12 years. After Soeharto's New Order regime collapsed in May 1998, the media enjoyed unprecedented freedom, which makes Indonesia one of the most vibrant media cultures in Asia. The 2009 press freedom survey of *Freedom House* rates Indonesia's media as "partly free", while *Reporters Without Borders* even lists Indonesia as one of the two freest countries in the region, after East Timor and before the Philippines.

This new freedom, however, has not just created positive trends. It is these problems that motivated Idi Subandy Ibrahim to write this timely account of Indonesia's media culture. The New Order regime's tight control over the media has been largely replaced by economic liberalism with the hope that a "free market place of ideas" would provide a soil ground for a reasonable representation of Indonesia's diversity of voices. These noble expectations notwithstanding, state ideology was in practice merely substituted by commercial values and a consumerist culture that has left its irresistible footprints in Indonesia's television program and giant: shopping malls. Major parts of the country's society are still disconnected from the larger political conversation that merely takes place in the very few quality media outlets such as *Kompas* and

Tempo magazine. Of Indonesia's 230 million inhabitants, only a small political elite, one that is mostly concentrated in the country's capital Jakarta, reads these media outlets on a regular basis.

Indonesia's media culture will remain a highly contested field in the foreseeable future. In the country's transitional context, the media constitute a political-economic entity that is constantly reconstituted and altered in response to an ever-changing socio-economic environment, new information technologies, as well as both local and global market conditions. During the left-leaning nationalist rule of President Sukarno, the media functioned as a "tool of revolution" and was responsible for energizing and mobilizing public opinion. Under Soeharto's New Order regime, the media were gradually depoliticized. Private television was introduced in 1988, and it shortly became a dominant force in Indonesia's media culture, both in terms of political agenda setting and a shift toward commercial values.

Today, Indonesia's liberated media industry still struggles with the creation and maintenance of diversity in public voices. There is a tendency towards concentration of ownership, most notably in the television industry, but also in the print media sector. Furthermore, it has become obvious during the past years that the state tries to consolidate its power to regain regulatory authority. At the same time, large media corporations continue to resist attempts to decentralize broadcasting operations. Last but not least, the newly gained press freedom has also prompted strong resistance from parts of Indonesia's multi-ethnic and multi-religious society, as numerous violent attacks on journalists and their media organizations demonstrated during the past years.

It is in this context that a critical investigation of Indonesia's media culture, such as the one carried out by Idi Subandy Ibrahim in this book, produces important and interesting ikon sights even for international scholars. The title of the book notably refers to two central concepts used by the author: culture and critique. The focus on culture is a welcomed addition to the literature as traditional communication research has long ignored cultural analysis. Culture is a holistic concept that allows a more comprehensive understanding of the complex interrelationship between media, culture and society. True, culture has been defined in

many and often contradicting ways, but communication research can benefit from the work of those who commit themselves to cultural studies and critical analysis. Researchers increasingly move away from essentialist notions of culture that assume that culture has some sort of essence, such as nationality, ethnicity or race. Today, culture is seen as a living entity, ever-changing and constantly reconstituting itself. Culture is, as the famous Raymond Williams put it, the way of life of a people. Culture is the way people think and act; it is the way people render their lives meaningful. As such, the concept of culture allows a more complex understanding of the individual and social consequences of today's mediascape. And given the undeniable importance of the media in political, social and cultural processes, any analysis of modern society remains incomplete and de-contextualized without the inclusion of media culture.

Critique is the second important concept carried by the title of the book. Critical thought is especially relevant in a society where commercial media corporations readily transport the values of dominant ideology. It is this dominant (capitalist) ideology by which the power centers of a society maintain authority by presenting their economic imperatives as the basic interests of the entire society. In Indonesia, as in most other parts of the world, the media inculcate individuals with the values, beliefs, and codes of behavior that will integrate them into the institutional structures of the larger society. As Edward S. Herman and Noam Chomsky note in their famous book *Manufacturing Consent*: "In a world of concentrated wealth and major conflicts of class interest, money and power are able to filter out the news fit to print, marginalize dissent, and allow the government and dominant private interests to get their messages across to the public". This elite domination of the media and marginalization of dissent is built into our culture in such a fundamental way—and it consequently occurs so naturally to most of us—that alternatives are hardly imaginable. It is for this reason that critical thought is an essential counterweight to the hegemony of corporate interests and mindless consumerism.

Why should corporate interests and consumerism pose a problem to society? In the first part of this book, Idi Subandy Ibrahim diagnoses

a “cultural crisis” in public communication. Is modern media culture really in a state of crisis? The first answer is yes. The signs of an all-embracing crisis in public communication are hardly deniable. Capitalist mechanisms have profoundly taken root in processes of media production and consumption, most notably connected to increasing marketization, commodification, commercialization and sensationalism. Business models and executives have taken over newsrooms around the world, while advertisers, investors and lobbyist shape commercial media production. The result is obvious: We live in a media world saturated with fun, trivia, sex and violence.

What happens to political conversation if the media is preoccupied with distracting and sometime dull entertainment content such as casting shows, soap operas, game shows and “reality” TV. Media critic Neil Postman warned against a society in which we “amuse ourselves to death.” Considering the larger social context, one could even argue that modern commercial television amuses political conversation to death. This is also true for journalism. Politics is often enough framed in terms of an eternal battle between antagonistic forces, while election campaigns are covered like horse races. At the same time, politicians have become acutely aware of the media’s power in the formation of public opinion. Consequently, political actions and campaigns are increasingly attuned to the workings of the media, and political output becomes ever more symbolic. This, in turn, accelerates the audience’s disaffection with politics, which contributes to creation of a public that increasingly turns away from active participation in political deliberation.

The most alarming consequence of a liberalized media culture is a fundamental shift in the way the audience is perceived by most institutions of cultural mass production. In “ancient times,” the audience was addressed in its role as citizen who tunes into the news in order to make informed political decisions. The media thus served as “cultural cement” to furnish social cohesion and provide people with a sense of belonging. In such a cultural context, the media focused on the deliberative needs of a society to sustain meaningful political conversation.

Today, the audience is mainly framed in terms of a mass of brainless consumers. Never before have hedonist values thrived in the media, especially in television, the way they do today. With such an emphasis on lifestyle and consumption, media culture is nowadays a marker and an instrument of class distinction, thus contributing to an ever-widening gap between the rich and the poor. At the same time, contemporary media culture is increasingly diversified and, thus, is forging social fragmentation. We cannot longer speak of a single audience as we did decades ago. Today we face a rather vast array of multiple audiences with different tastes, needs and identities.

Granted, this picture may sound overly pessimistic. Several media analysts believe that entertainment content can also be a positive force. It may bring people who have been disconnected from the world of politics for long back into political conversation. This part of the audience does usually not access traditional “hard news” that is mostly found in quality newspapers and news magazines. To what extent political information is extracted from soap operas and casting shows, however, remains to be seen. The same is true for the power of the internet and social networks such as Facebook. While the internet theoretically allows for a multitude of diverse voices, a closer study shows that most of the content is biased, opinionated, lacking credibility and geared toward celebrities and trivia.

In the second part of the book, Idi Subandy Ibrahim raises the issue of media and violence. Why does violence thrive in Indonesia’s media culture? Here, again, I think that violence fits perfectly into the cultural pattern of domination. Violence is a perfect spectacle. French theorist Guy Debord wrote about the “society of the spectacle” as early as 1967; and cultural critic Douglas Kellner more recently notes that “[e]very form of culture and more and more spheres of social life are permeated by the logic of the spectacle.” Violence as media spectacle diverts people’s attention from their everyday problems and structural inequalities in modern capitalist society. Even more importantly, violence is able to evoke one of the most powerful human emotions: fear. The problem with fear is that it can easily be turned into political power. This has happened many times in history, almost permanently

during the Cold War, and more recently after September 11, 2001. People are known to “rally round the flag” in times of war. Too often have politicians deliberately created a “culture of fear,” to use a term coined by the British sociologist Frank Furedi, to reach their political ends.

Contemporary media culture, in Indonesia and in other parts of the world, therefore needs critical analysis. In this regard, Idi Subandy Ibrahim’s book provides an important and insightful avenue of cultural critique for the context of contemporary Indonesia. I am certain that the volume will find its niche and a culturally interested critical readership.

Prof. Dr. Thomas Hanitzsch

Munich, Germany

* Thomas Hanitzsch is Chair and Professor of Communication at LMU Munich where he is currently Research Director in the Department of Communication Studies and Media Research. A former journalist, his teaching and research focuses on global journalism cultures, war coverage, celebrity news and comparative methodology. He was Editor-in-Chief of *Communication Theory* (2012-2015) and has chaired the Journalism Studies Sections at the International Communication Association (2004-2006) and European Communication Research and Education Association (2010-2014). His most recent books include *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* (Columbia University Press, 2019) and the *Handbook of Journalism Studies: Second Edition* (Routledge, 2019). Thomas is leading the Worlds of Journalism Study, a multinational and collaborative endeavor to trace journalism cultures and investigate the profession’s transformation around the world.



Kata Pengantar

Direktur Pascasarjana Universitas Pasundan

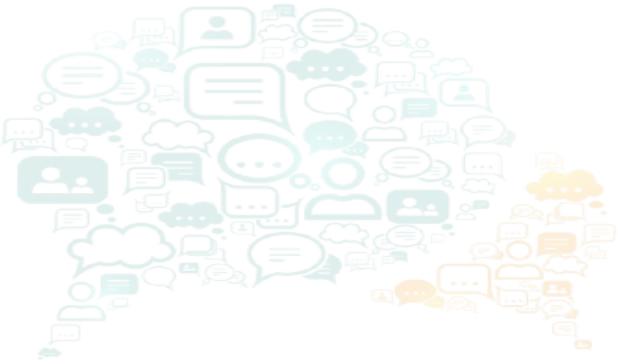
Alhamdulillah, saya menyambut gembira atas terbitnya buku karya Idi Subandy Ibrahim berjudul *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Idi Subandy Ibrahim adalah akademisi yang aktif mengajar dan meneliti dengan perhatian yang luas terhadap isu-isu sosial, budaya, dan media yang sedang berkembang dalam masyarakat.

Ia juga aktif menulis di media nasional mengenai tema-tema aktual yang terjadi di tengah-tengah kita. Sebagian yang menjadi keprihatinannya juga merupakan keprihatinan kita bersama. Bukankah, kata para ahli, karya seorang penulis bisa mencerminkan suasana batin masyarakatnya?

Ditulis oleh seorang ilmuwan sosial dengan latar belakang sebagai pengajar, peneliti, dan aktivis, buku karya Idi Subandy Ibrahim ini saya harapkan bisa menjangkau pembaca lebih luas. Selain bisa menjadi pegangan para dosen, mahasiswa, dan peneliti dari latar ilmu sosial dan humaniora, buku ini bisa menjadi pegangan bagi praktisi di bidang-bidang terkait budaya, media, dan komunikasi.

Penerbitan karya seperti ini menjadi salah satu tanda tetap hidupnya semangat menulis dan berbagi ilmu serta pemahaman seorang akademisi, yang dibutuhkan sebagai bagian dari peran pendidikan tinggi untuk ikut secara aktif mencerdaskan kehidupan bangsa yang kita cinta ini. Selamat membaca.

Bandung, 12 November 2024
Prof. Dr. Bambang Heru P., M.S.



Prakata

Pertama-tama, ungkapan rasa syukur tercurah hanya kepada Allah Swt. atas kasih sayang-Nya, penulis dianugerahi kesehatan, semangat, dan kesabaran untuk merampungkan naskah buku berjudul *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Buku ini adalah revisi dari buku penulis yang pernah diterbitkan oleh penerbit J alasutra, beberapa tahun yang lalu. Untuk kepentingan buku ini, penulis telah mengeluarkan tiga bab yang kurang terkait dengan konteks Indonesia dan menyesuaikan beberapa data yang ada dengan perkembangan lebih mutakhir. Sebagian uraian bab demi bab tetap dipertahankan untuk memberikan *setting* historis atas beberapa peristiwa sosial budaya yang terjadi selama proses transisi demokrasi negara-bangsa ini sejak Reformasi 1998.

Perkembangan ilmu komunikasi sebagai salah satu di antara ilmu sosial dan humaniora yang tergolong muda di Indonesia, dalam dua dekade terakhir ini, sedang menunjukkan peningkatan dalam minat dan perhatiannya. Untuk menyambut antusiasme keilmuan ini, ilmu komunikasi memerlukan komunitas akademis yang mampu menyediakan bacaan yang bisa menghubungkan penghampiran teoretis dengan realitas empiris. Hal ini mengingat kenyataan bahwa ilmu komunikasi, khususnya, dan ilmu sosial serta ilmu humaniora, umumnya, semakin diharapkan sumbangannya dalam memberikan

pemikiran-pemikiran alternatif bagi penyelesaian masalah-masalah kemasyarakatan, kenegaraan, dan kebangsaan, baik masa kini maupun masa datang. Buku ini disemangati oleh keinginan penulis untuk menjadi bagian kecil di dalam mengisi celah harapan tersebut.

Sebagai ilmu multi-perspektif yang tumbuh dan mendapatkan ilham dari sumbangan ilmu-ilmu sosial yang sudah lebih mapan, ilmu komunikasi banyak menyandarkan kajiannya pada filsafat, retorika, antropologi, sosiologi, psikologi, politik, sejarah, sastra, linguistik, dan kemudian sejak awal 1990-an dari kajian budaya (*cultural studies*). Penulis buku ini mengikuti dan terlibat dalam perkembangan itu dan memanfaatkan kerangka multi-perspektif komunikasi ini untuk mengkaji dan meneliti fenomena budaya, media, dan komunikasi di Indonesia.

Dalam menggunakan kerangka multi-perspektif, *Kritik Budaya Komunikasi* memadukan tiga cara penulis dalam menjelaskan realitas budaya, media, gaya hidup yang berkembang dalam masyarakat Indonesia. Pertama, perspektif atau penghampiran teoretis, yakni kajian budaya kritis multi-teoretis. Kedua, pengamatan empiris atau pengalaman sehari-hari. Ketiga, refleksi kritis. Ketiga kerangka berpikir ini berguna terutama dalam kajian media dan budaya populer untuk mengaitkan pembacaan teoretis, realitas sosial, dan kemampuan berpikir kritis yang bisa menjadi pegangan bagi calon peneliti dan akademisi atau bagi peneliti dan akademisi yang lebih junior.

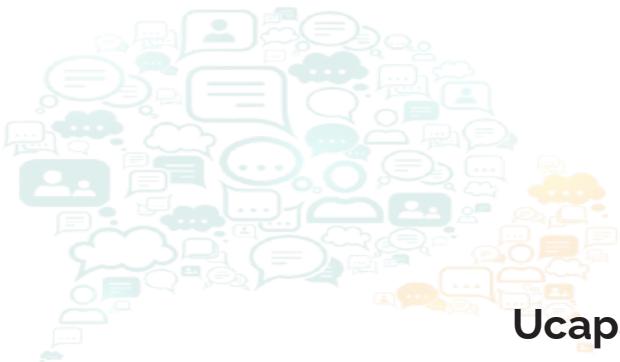
Sampai sejauh ini, komunikasi telah mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga fenomena budaya, media, dan gaya hidup pun saling memengaruhi dan dipengaruhi oleh perkembangan dramatis ini. Tidak semua perkembangan fenomena budaya, media, dan gaya hidup terkini tercakup dalam buku ini, seperti kegandrungan generasi Z dengan gawai, ponsel pintar, dan media sosial yang baru dibahas secara singkat pada beberapa bagian. Buku ini baru mengkaji fenomena awal pemakaian Facebook dalam gerakan sosial di Indonesia sehingga peneliti-peneliti lebih belakangan bisa mencurahkan perhatian lebih dalam ke platform media sosial terbaru untuk melihat kapasitasnya dalam konteks perubahan budaya komunikasi dan gaya hidup

generasi kemudian. Buku ini diilhami oleh keinginan penulis untuk menyediakan bacaan yang memancing diskusi dan penelitian lebih kontemporer atas ketiga fenomena (budaya, media, gaya hidup) dalam konteks masyarakat Indonesia saat ini dan di masa datang.

Perubahan-perubahan budaya, media, dan gaya hidup yang sedang dan terus berlangsung akan menjadi wilayah pengamatan dan penelitian yang luas dan kompleks bagi ilmu-ilmu sosial dan humaniora di Indonesia. Perubahan-perubahan itu kadang-kadang kita sadari dan kadang-kadang tidak. Perubahan itu langsung atau tidak akan berdampak kepada kita, manusia dan semua penghuni planet bumi ini, saat ini, di sini atau nanti, di sana. Jadi, apa pun yang kita lakukan saat ini akan berdampak di masa depan. Kita seperti sedang menyemai benih. Begitulah perubahan yang kita rasakan, misalnya, dalam pemanasan global dan krisis lingkungan hidup. Dalam dunia seperti ini, menjadi bagian dari warga dunia yang memiliki perasaan terlibat adalah suara atau ajakan yang ingin digemakan lewat buku ini khususnya kepada para akademisi, peneliti, pendidik, aktivis, dan jurnalis yang lebih muda. Semoga karya ini mendatangkan manfaat dan kebaikan!

Idi Subandy Ibrahim

buku ini tidak diperjualbelikan



Ucapan Terima Kasih

Buku ini tidak mungkin lahir tanpa bantuan dan andil dari banyak orang dan lembaga. Betapa panjang daftar terima kasih yang seharusnya dibuat. Tetapi pertama-tama saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya yang amat dalam kepada beberapa orang, sahabat, dan lembaga.

Terima kasih kepada Thomas Hanitzsch, atas pengantaranya untuk buku saya. Di tengah-tengah kesibukannya, ia bersedia meluangkan waktu membaca naskah pada kesempatan pertama dan memberikan apresiasi atas buku ini yang membuat saya merasa kagum. Secara pribadi saya pantas merasa tersanjung, karena Thomas adalah seorang dengan reputasi akademik yang bagus. Ia juga seorang dengan latar belakang empirik yang kaya dengan pengalaman penelitian lapangan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Fokus pengajaran dan penelitiannya adalah budaya jurnalisme global, metodologi penelitian komparatif, media daring (dalam jaringan), dan komunikasi krisis dan perang. Sebagian di antaranya juga menjadi perhatian saya.

Selanjutnya, tak mungkin terlupakan, rasa terima kasih yang khusus tercurah kepada keluarga saya. Istri saya, Dede, dan anak saya, Israr, Arne, dan Ayia, begitu banyak waktu yang seharusnya buat mereka sering terganggu oleh agenda penelitian dan penyelesaian naskah buku saya. Dengan kerelaan dan sikap egaliternya, mereka telah menjadi tim pendukung sejati dalam setiap pencapaian saya yang belum seberapa.

Begitu pun kepada universitas dan lembaga tempat saya mengajar atau bekerja sama. Kepada pimpinan Pascasarjana Universitas Pasundan, saya menyampaikan terima kasih. Juga terima kasih kepada para sahabat saya, Yudi Latif, Yosal Iriantara, Yasraf Amir Piliang, Bachruddin Ali Akhmad, Budi Suwarna, Ilham Khoiri, Hanif Suranto, Antoni, Aam Amirudin, Erwin Kustiman, dan Yaya A. Azis serta sejumlah teman yang tidak bisa disebutkan satu demi satu di sini, yang dalam beberapa kesempatan cukup sering berdiskusi tentang fenomena budaya dan media di Indonesia. Rupanya memang perjumpaan yang menghasilkan pergesekan atau ‘perkawinan’ gagasan ternyata bisa membuat kita takjub betapa ‘kaya’ kebudayaan bangsa kita, meski kadang-kadang tertutupi oleh kekerdilan dan kemiskinan pandangan dan sikap kita. Semoga buku dalam genggaman pembaca ini bisa memberi kontribusi bagi kajian-kajian dan dialog-dialog budaya yang menjadi ajang kita untuk membangun masyarakat sipil yang menghargai kemajemukan dan hak-hak asasi manusia.

Kemudian terima kasih kepada Penerbit BRIN melalui Program Akuisisi Pengetahuan Lokal BRIN, khususnya kepada Direktur Repositori, Multimedia, dan Penerbitan Ilmiah BRIN dan editor akuisisi Penerbit BRIN yang telah bekerja sama sehingga mempermudah berbagai aspek terkait penelaahan dan pemrosesan naskah dan memungkinkan karya ini bisa sampai ke publik pembaca yang lebih luas di tanah air. Saya ucapan juga kepada penelaah eksternal BRIN, saya menyampaikan apresiasi atas kritik dan sarannya untuk perbaikan naskah awal buku ini.

Akhirnya, tak lupa pula terima kasih kepada Arne yang telah membantu menginput naskah ini dalam format digital. *Hatur nuhun!* Semoga Allah Swt. membalas setiap kebaikan dengan berlipat kebaikan.

Idi Subandy Ibrahim
Bandung,
Jum'at, 15 November 2024

BAGIAN I:

KRITIK BUDAYA MEDIA

DI RUANG PUBLIK

buku ini tidak diperjualbelikan

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB 1

Kritik Budaya Komunikasi

“Kita juga mengambil banyak isyarat dari media. Kita telah menyaksikan di televisi, bagaimana enaknya bermain cinta, dan bagaimana rasanya jika kita berduka. Karenanya, kita pun mengetahui bagaimana berbagai hal terjadi sebagai upacara-upacara ritual dan kemudian mengenyahkan semua itu dari kehidupan kita.”

(**Kenneth J. Gergen**)

Dalam tiga dekade terakhir tak diragukan telah terjadi berbagai peristiwa dan perubahan dramatis di bidang budaya media dan komunikasi di tanah air, yang mungkin belum tercakup dalam uraian buku ini. Meskipun begitu, bila kita tarik benang merahnya, ketika reformasi bergulir dan iklim kebebasan terbuka lebar sejak awal tahun 2000, pada saat yang sama kita juga menyaksikan kegagalan dalam memanfaatkan peluang yang ada tersebut. Persoalan-persoalan seperti bagaimana memaknai kebebasan dan menetapkan aturan main yang tepat dalam mengekspresikan kebebasan, misalnya, belum juga berhasil dengan mantap dirumuskan. Sementara itu, tikaman-tikaman kebebasan kapan saja bisa datang dari kekuasaan terhadap kekuatan-kekuatan masyarakat sipil—termasuk media—yang sedang tampil di

ruang publik untuk mendorong perbaikan-perbaikan kinerja pejabat dan pelayanan publik.

Sebagian besar, tulisan dalam buku ini bermaksud memberikan kritik atau mengajukan pemikiran kritis, baik terhadap unsur-unsur negara maupun masyarakat sipil. Fokus perhatian dicurahkan pada sejauh mana budaya media menjadi kekuatan dalam ‘memberdayakan’ atau ‘memperdayakan’ publik dalam proses demokratisasi di Indonesia.

A. Mengapa Kritik Budaya Komunikasi?

Mengapa perhatian terhadap budaya komunikasi dan budaya media menjadi mendesak untuk diangkat? Mengapa kritik terhadap budaya komunikasi perlu terus dihidupkan saat ini? Pertanyaan ini menjadi titik awal gagasan utama buku ini. Menurut Douglas Kellner (1995), budaya media telah muncul dalam berbagai bentuk citra, bunyi, dan tontonan yang membantu membangun struktur kehidupan sehari-hari, mendominasi waktu luang, membentuk pandangan politik dan perilaku sosial, serta menyediakan bahan bagi kita untuk membangun identitas.

Buku ini mengarahkan perhatian pada dua corak budaya komunikasi dan media yang menonjol berlangsung dalam proses demokratisasi di Indonesia. Pertama, budaya media yang berpusat pada media itu sendiri. Sebagai entitas bisnis, media tertentu telah cenderung menekankan pada keuntungan bisnis semata. Logika komersialisme pers dan komodifikasi berita telah menjadi primadona dalam cara berpikir pengelola pers dan jurnalis. Di tengah iklim persaingan yang kian keras, pers diarahkan sebagai mesin pencetak uang, pemasok iklan, dan pemburu rating. Dalam logika budaya media seperti ini, jelas sulit kita menempatkan kepentingan publik di atas atau setara dengan kepentingan modal dan kuasa.

Kedua, budaya media yang berpusat pada publik. Sebagai entitas ideal ruang publik, media sesungguhnya bisa menjadi kekuatan penting dalam pembentukan budaya pemerintahan, politik, hukum, ekonomi, pendidikan, dan lingkungan hidup yang sehat. Logika bahwa media merupakan kekuatan signifikan dalam proses demokratisasi, memungkinkannya berada di garis depan dalam menyuarakan kritik

terhadap penyimpangan kuasa dan krisis budaya yang berlangsung dalam ruang publik. Dengan demikian, peran media amat dibutuhkan dalam pembelajaran publik akan arti penting budaya kewargaan seperti menjunjung tinggi hukum dan menghargai hak-hak asasi manusia, termasuk menyuarakan pemerintahan yang bersih dan transparan serta melawan korupsi. Beberapa peran media itu dalam beberapa hal di era digital kemudian dimainkan oleh media sosial.

B. “Social-Mediacracy”: Demokratisasi di Era Media Sosial

Dalam lintasan sejarah peradaban manusia, kemajuan teknologi telah memesona manusia (teknofilia; cinta teknologi) sekaligus menyimpan kekhawatiran awan kelam kemanusiaan yang mungkin ditimbulkannya (teknofobia; takut teknologi) (Tehranian, 1995). Mulai dari teknologi nuklir, aneka mesin penghancur, bioteknologi, pesawat dan stasiun ruang angkasa, satelit serta peranti teknologi informasi dan komunikasi canggih, robotika, hingga dielu-elukannya kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI) oleh sebagian penulis sejarah teknologi kontemporer (Ibrahim, 2023).

Sejak dini, teknologi telah menyita emosi manusia mengenai harapan dan kecemasan tentang capaian kemajuan dan dampak kegagalannya. Pada awal 1980-an, rohaniwan dan humanis Romo Y. B. Mangunwijaya menyunting dua volume buku bertajuk *Teknologi dan Dampak Kebudayaannya* (1983 dan 1985). Dengan penerbit dan pengantar dari jurnalis kawakan Mochtar Lubis—pengkritik keras teknologi nuklir pada masanya—bisa dibilang di Indonesia, buku yang ditulis oleh para ahli dari berbagai bidang dan bangsa ini merupakan karya awal dan paling kritis mengenai anggapan naif bahwa teknologi itu netral. Ketika teknologi diletakkan di atas nilai-nilai manusia, teknologi bukan lagi untuk manusia, melainkan manusia untuk teknologi.

Sebaliknya, pandangan awam dan umum memandang teknik bersifat netral dan berfungsi instrumental. Sebagai alat yang dibuat dan dipakai untuk tujuan membantu mempermudah aktivitas manusia dalam bekerja dan berkomunikasi. Namun, menurut filsuf Martin

Heidegger (1889–1976), dalam perkembangannya, kita berada dalam situasi mengherankan, karena apa yang dirancang manusia sebagai alat untuk menguasai dunia justru menjadi sulit untuk dikuasainya, malahan tidak bisa dikuasainya. Anehnya, bagi Heidegger, apa yang diciptakan manusia untuk menguasai dunia, sekarang menguasai manusia.

Apakah Heidegger membesar-besarkan teknologi? Marilah kita simak dari revolusi teknologi ini, televisi, komputer, telepon pintar, perangkat seluler lainnya, dan aneka platform media sosial, kita bisa mengakses segala hal yang mungkin. Seperti yang dirangkum oleh Edward Downs & Aaron R. Boyson (2019), dalam karya mereka, *Dark Matters* sebagai berikut.

- 1) Facebook: 350 juta foto (Robertson, 2013), 4,75 miliar “bagikan” (Facebook, 2013), dan enam miliar “suka” setiap hari (Domo, 2015).
 - 2) YouTube: Lima miliar jam ditonton setiap hari (YouTube, 2017).
 - 3) Snapchat: Satu juta *snap* per hari (Aslam, 2018a).
 - 4) Instagram: “suka” lebih dari 4,2 miliar posting dan “bagikan” 95 juta posting per hari (Mathison, 2018).
 - 5) Twitter: 500.000 juta *tweet* per hari (Aslam, 2018b).
 - 6) Pinterest: 14 juta artikel di-*pin* setiap hari (Aslam, 2018c).
 - 7) LinkedIn: Satu miliar dukungan dan telah memposting tiga juta pekerjaan aktif (LinkedIn, 2013, 2018).
 - 8) Reddit: 853.000 subreddit, 14 miliar tampilan halaman per bulan, 58 juta suara per hari (Smith, 2018).
 - 9) Netflix: 140 juta jam video *streaming* per hari (Matney, 2017).
 - 10) Aplikasi seluler: 487,6 juta aplikasi diunduh per hari (Statistica, 2018).
 - 11) Pesan teks: Enam miliar terkirim per hari di AS (O’Grady, 2012).
 - 12) Email: 205 miliar email terkirim per hari (Radicati Group, 2015).
- Dari gambaran kemajuan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi tersebut, Downs & Boyson (2019) menyebut ada empat

dampak buruk dari ketergantungan atau meningkatnya hubungan kita dengan media dan teknologi, khususnya media sosial dan internet, yakni komodifikasi, ancaman atas hak-hak individu, eksplorasi, dan ancaman terhadap demokrasi. Sebagaimana kita saksikan, dalam tiga dekade terakhir, Internet telah menjadi lingkungan sosial yang digunakan masyarakat Indonesia untuk berbagi dan bertukar informasi pribadi di ruang publik dan informasi publik di ruang privat.

Teknologi informasi dan komunikasi seperti menggenggam dunia dalam narasi digital dan tangkapan layarnya, membuat manusia seperti bisa berlari-lari kecil untuk mengelilingi bumi dan seakan mengetahui setiap detail persoalan di dalamnya. Media baru menjadi begitu canggih sehingga hidup superkompleks bisa diringkasnya dalam big data, seperti siapa pun bisa mengaksesnya dalam hitungan detik. Dunia benar-benar seperti dalam genggaman kita.

Pada masa ini, persisnya pasca-1995, lahir sebuah generasi baru, “generasi Z”, yang tak hanya diubah oleh percepatan teknologi, tetapi juga mengubah hampir setiap dimensi hidup berbudaya kita: gaya hidup, cara berpikir, kosmologi, modus mengada, hingga cara menatap waktu atau masa lalu dan masa depannya. Mereka sering disebut sebagai *iGeneration* (i: Internet) atau *Net-Generation* atau *Generation@*, yakni gelombang manusia yang tumbuh bahkan menjadi digital: generasi digital! *digital native!* warga digital!

Menurut guru besar filsafat F. Budi Hardiman (2021), “Kita adalah komunikasi. Perubahan bentuk komunikasi adalah perubahan diri kita.” Generasi era digital memiliki modus mengada (*mode of being*) yang baru, modus visibilitas (Ibrahim, 2020; Deresiewicz, 2009). Generasi digital dan warga digital dianggap sebagai inti pendukung demokratisasi di era digital. Sebagai pengguna media sosial yang aktif, mereka sering disebut sebagai “generasi TikTok” dengan sebagian besar aktivitas sehari-hari adalah aktivitas layar. Membunuh waktu, mencari informasi, dan menikmati hiburan, adalah dengan berselancar di depan layar telepon pintar atau tablet.

Dalam *The Life of I: The New Culture of Narcissism* (2014), Anne Manne menuliskan kisah menarik tentang perburuan visibilitas yang melahirkan kebangkitan narsisme ekstrem pada diri individu dan

masyarakat serta peningkatan narsisme dalam mengejar ketenaran dan obsesi individu untuk terlihat “berhasil”. Manne mencermati media sosial dan budaya pesohor untuk kemudian melihat akar masalah lebih dalam bagaimana tipe karakter narsistik baru didorong oleh pemujaan terhadap diri sendiri dan pengejaran kekayaan dalam masyarakat konsumen hiperkompetitif. Di era media sosial, narsisme budaya berkembang dalam perburuan visibilitas di media visual dan digital, seperti kebiasaan pameran kemewahan gaya hidup di media sosial di kalangan sebagian warganet sebagai salah satu contoh narsisme budaya material (Ibrahim, 2024).

Ketergantungan warga digital dan perburuan sebagian orang untuk selalu terlihat berhasil dan viral di media sosial dengan dukungan telepon pintar telah membuat teknologi informasi dan komunikasi ini seperti menggantikan atau bahkan merenggut peradaban manusia dalam angan baru. Angan akan keeratan, keintiman, kebersamaan hubungan yang mungkin mulai retak dalam kehidupan sehari-hari. Seperti ketika ruang televisi menggantikan kebersamaan kita di meja makan. Kini, dengan gawai erat di tangan, generasi layar sudah terbiasa menikmati kesendirian dalam kegaduhan. Kegaduhan di tengah kesendirian. Sebuah kontradiksi modus mengada di era digital.

Pada saat yang sama, berbagai platform sosial menawarkan ruang publik digital untuk diskusi publik mengenai masalah publik dan tak jarang juga urusan pribadi. Di dalamnya orang dapat mengajukan pertanyaan spesifik mereka kepada orang lain yang mungkin belum dikenal. Keterbukaan dan kemudahan akses mendapatkan informasi dari berbagai sumber dan lokasi telah menembus ruang dan waktu sehingga banjir informasi budaya dan tawaran aneka gaya hidup tersedia dalam genggaman lewat telepon pintar dan platform media sosial. Sayangnya, bersamaan dengan hal-hal yang positif itu berkembang pula berbagai praktik kejahatan dan dampak negatif dalam penggunaan dunia digital. Beberapa kejadian berikut menunjukkan rentannya dunia digital kita untuk disalahgunakan oleh beberapa kalangan.

Pertama, lumpuhnya Pusat Data Nasional (PDN) pada 20 Juni 2024, menunjukkan rapuhnya keamanan ekosistem digital nasional dari serangan *hacker*. Padahal PDN adalah tempat penyimpanan

dan pengolahan data strategis instansi negara (*Kompas*, 21 Juni 2024). Kedua, algoritma kecerdasan buatan banyak digunakan untuk menjebak warganet dalam promosi judi daring (judi online) (*Kompas*, 26 Juni 2024). Ketiga, perundungan daring (*cyberbullying*) justru semakin meningkat bersamaan dengan perundungan yang terjadi di lembaga pendidikan. Keempat, kejahatan seksual dan pornografi yang mengincar anak-anak terus berkembang menggunakan modus canggih lewat media sosial (*Kompas*, 12 Juni 2024). Kelima, banyak selebritas dan pemengaruh tersangkut promosi judi daring, bahkan di antaranya yang memiliki jutaan pengikut (*Kompas*, 5 November 2024).

Dalam hubungan dengan judi daring, Presiden Prabowo Subianto bahkan dengan tegas meminta semua jajaran pemerintahannya bekerja sama untuk memberantas judi daring. Dalam “perang” terhadap judi daring ini, Presiden juga meminta tidak boleh ada yang menjadi “beking” (*Kompas*, 7 November 2024). Sampai 3 November 2024, Kementerian Komunikasi dan Digital, misalnya, mengklaim sudah menutup lebih dari 200.000 akun judi daring. Laporan Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), mengestimasikan nilai perputaran uang dalam aktivitas judi daring lebih dari Rp404 triliun sepanjang 2024. Bahkan, jika tanpa ada intervensi Satuan Tugas Pemberantasan Judi Daring, perputaran dana tersebut bisa mencapai Rp1.000 triliun (*Kompas*, 7 November 2024).

Kejadian-kejadian tersebut memunculkan pertanyaan: Apakah perkembangan teknologi digital dan pengaruh media sosial sama berbahaya dan bermanfaatnya? Kritikus teknologi komunikasi menyebut sisi ganda kemajuan teknologi: teknologi demokrasi (sisi cerah/positif) dan teknologi dominasi (sisi gelap/negatif).

Dalam bukunya yang kritis, *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, jurnalis dan komentator sosial Evgeny Morozov mengingatkan tentang kekuatan demokratisasi Internet ternyata tidak sepenuhnya mampu mengubah rezim represif. Faktanya, pemerintah otoriter secara efektif menggunakan Internet untuk menekan kebebasan berpendapat, menyempurnakan teknik pengawasan, memanipulasi pemilu, menyebarkan propaganda mutakhir, dan menenangkan masyarakat dengan hiburan digital. Dengan terjerumus ke dalam

sifat demokratisasi Internet, orang menyadari bahwa Internet justru bisa memperkuat para diktator, mengancam para pembangkang, dan mempersulit—bukan mempermudah—untuk melakukan demokratisasi.

Dengan mengumpulkan bukti-bukti yang meyakinkan, Morozov menunjukkan mengapa kita harus berhenti menganggap Internet dan media sosial sebagai sesuatu yang bersifat membebaskan dan mengapa inisiatif-inisiatif yang ambisius dan tampaknya mulia seperti promosi “kebebasan Internet” bisa berdampak buruk bagi masa depan demokrasi secara keseluruhan.

Morozov menyoroti ironi hidup di zaman digital! Para kritikus lain mengkhawatirkan sisi gelap media digital, mulai dari jual-beli data pribadi, perdagangan organ manusia, obat terlarang, dan layanan pornografi anak, dan aneka kejahatan di web gelap, hingga gangguan kesehatan mental dan emosional: fokus perhatian lebih pendek, presentasi diri berlebihan atau narsisme digital, menurunnya kualitas hubungan antarpribadi, ancaman keamanan privasi, *cyberstalking*, dis/misinformasi, pesona berita palsu di tengah pemasaran viral, dan dampak negatif terhadap teman sebaya. Dengan menggunakan konsep keterlibatan berlebihan secara digital, para pakar komunikasi kontemporer menyajikan penelitian tentang beberapa konsekuensi yang tidak diinginkan dari media sosial termasuk mempermalukan tubuh, penipuan daring, perundungan daring, protes merek daring, kecanduan media sosial, dan pornografi balas dendam (Ibrahim, 2024).

Dalam lanskap teknologi media digital yang berubah sedemikian cepat sering muncul dua kelompok: Pertama, para anti-teknologi (kaum Luddit) yang khawatir akan dampak buruk perubahan teknologi dan bersikap sangat keras dalam adopsi teknologi baru atau bahkan mungkin menolak sama sekali. Kedua, para pencinta teknologi (kaum teknofilia), yakni penggemar berat teknologi yang tidak percaya sisi gelap itu ada, menjadi penikmat bahkan “pecandu” teknologi dan merasa risau saat orang berbicara tentang sisi gelap teknologi.

Kedua kelompok tersebut mewakili dua pandangan ekstrem (Downs, 2017). Sebenarnya masih ada kelompok ketiga, mungkin jauh lebih besar penganutnya dan sangat beragam, berada di tengah-

tengah, disebut netral-teknologi (kaum tekno-netralis). Mereka hanya mengetahui sedikit tentang pro dan kontra dari beberapa jenis penggunaan media dan teknologi, atau mungkin tidak mengetahui sama sekali, atau mungkin tidak peduli atau bingung—tidak yakin harus mengambil sikap seperti apa mengenai dampak media dan teknologi. Ada pula yang mungkin penasaran dengan media dan teknologi namun tidak yakin harus mulai dari mana proses literasinya.

Kelompok tersebut mungkin berada di berbagai profesi, jabatan, dan ruang kehidupan. Nampaknya upaya membangun generasi melek teknologi dan media akan semakin kompleks untuk dilakukan di abad ke-21. Pertama, sebagai sebuah budaya, kita cenderung mengadopsi teknologi sebelum mempertimbangkan berbagai dampaknya. Adopsi perangkat keras teknologi belum diimbangi dengan penguatan nilai sosial. Kedua, Era Informasi telah memberi kita begitu banyak teknologi baru sekaligus sehingga hampir mustahil untuk mengkaji dan mendokumentasikan semua dampaknya. Ketiga, media dan teknologi baru umumnya memerlukan pembelajaran istilah dan proses baru untuk menyelami dan mendiskusikan ruang digitalnya (Downs & Boyson, 2019).

Di tengah kecenderungan potensi kekuatan media sosial yang akan terus mengalami komodifikasi baik untuk tujuan positif maupun negatif, upaya-upaya demokratisasi lewat media sosial juga akan terus menghadapi tantangan berat. Dalam *Digital Citizenship, the Internet, Society and Participation*, Mossberger, Tolbert, dan McNeal melakukan analisis tentang dampak internet terhadap politik di AS. Hasil penelitian mereka menegaskan peran positif internet dalam politik, yang mengarahkan mereka pada kesimpulan bahwa internet meningkatkan keterlibatan warga negara dan partisipasi politik.

Dampak internet terhadap kehidupan politik di berbagai negara telah menantang banyak peneliti media dan komunikasi. Seperti sudah diakui, platform media sosial, seperti blog, Twitter, Facebook, Instagram, dan lain-lain sangat diperlukan bagi para aktivis yang memperjuangkan perubahan politik di berbagai negara di tengah gejolak transisi. Pada masa-masa pembangkangan politik, media sosial membantu para aktivis dan warga negara menyebarkan informasi yang

berbeda pendapat, berbagi berita yang menentang narasi rezim otoriter, dan memobilisasi dukungan warga.

Di sini terlihat media sosial memiliki kekuatan. Kita bisa menyebut potensi kekuatan media sosial ini sebagai *social-mediocracy*. Dalam momen tertentu, kekuatan demokrasi digital mampu melipatgandakan aksi-aksi politik dan kolektif *offline* (luring, luar jaringan). Namun, potensi media sosial itu membutuhkan sejumlah kondisi. Dalam *Defining Democracy in a Digital Age*, Barend Lutz & Pierre du Toit (2014) menyatakan bahwa jika demokrasi ingin bertahan pada abad ke-21 maka praktik dan lembaganya harus kompatibel dengan teknologi komunikasi Internet, khususnya media sosial, yang telah menunjukkan kekuatannya sebagai instrumen mobilisasi politik seperti dalam revolusi Musim Semi Arab di Tunisia dan Mesir, bersama dengan gerakan Menduduki Wall Street. Namun, ketahanan demokrasi juga membutuhkan kekuatan kohesi sosial, dan di sini media sosial, menurut Lutz & du Toit, juga dapat berpengaruh secara menentukan. Persoalannya, apakah media digital, khususnya media sosial, bisa berkontribusi untuk menciptakan komunitas imajiner baru —meminjam karya Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism* (1983) yang tahan lama guna mendukung pembangunan kembali basis sosial demokrasi?

Perkembangan internet dan teknologi terkait telah menjadi katalisator untuk keterlibatan sipil dalam masyarakat demokratis. Dulu suara dan kekuatan masyarakat sipil harus menunggu media arus-utama untuk dapat menyebarkan pesan mereka. Kini, media sosial menjadi saluran komunikasi politik informal sehingga suara seorang mahasiswa di Lampung mengenai buruknya kondisi jalan di wilayahnya telah memancing viral dan memaksa kepala negara saat itu untuk meninjau langsung wilayah tersebut.

Di tengah jalan berliku menuju demokrasi, aktivisme daring membantu memberi lebih banyak warga negara dan gerakan akar-rumput lebih banyak kekuatan untuk bekerja secara kolaboratif dalam mendorong perubahan sosial politik. Ini memungkinkan komunikasi yang jauh lebih mudah di antara sejumlah besar orang. Akan tetapi, sekadar berkomunikasi saja tidak cukup. Aktivisme daring

perlu meningkatkan kemampuan aktivis untuk mengembangkan hubungan pemangku kepentingan guna mencapai tujuannya. Aktivis mengandalkan dukungan akar-rumput yang tumbuh dari warga. Warga individu memiliki sedikit kekuatan, tetapi dengan bekerja bersama, mereka punya peluang mengubah masyarakat mereka. Teknologi daring memungkinkan warga negara untuk bertukar informasi dengan mudah dan menemukan orang lain yang memiliki kecenderungan serupa. Teknologi internet, seperti media sosial, memberdayakan orang-orang biasa untuk menyebarkan pesannya sendiri sehingga suaranya mungkin bisa terdengar lebih keras dan jika beruntung direspon.

Sampai sejauh ini, perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi selain telah menjadi pendukung demokratisasi, juga merupakan kekuatan utama dalam mempercepat tren globalisasi dalam hubungan masyarakat global, nasional, dan lokal. Media baru, di satu sisi, memungkinkan interaksi manusia dan masyarakat menjadi semakin intens dan saling terhubung yang dibutuhkan untuk meningkatkan saling pengertian, kerja sama, dan solidaritas. Tetapi, di sisi lain, juga menantang keberadaan hubungan antarbudaya dalam masyarakat multikultur seperti Indonesia. Mampukah, misalnya, media sosial menjembatani hubungan berbagai budaya lokal yang ada agar muncul kecintaan dan kebanggaan terhadap budaya sendiri dan pada saat yang sama kekayaan budaya itu menjadi kekuatan pemersatu di tengah-tengah kemungkinan media sosial digunakan untuk menciptakan fragmentasi politik.

Dari uraian di atas, bisa tergambar bahwa dalam upaya mengurangi dampak negatif dari *social-mediocracy*, atau kekuatan media sosial, tantangan dan peluang selalu tersedia. Namun yang saat ini paling diperlukan adalah peningkatan literasi, kesadaran kritis, dan sikap berimbang dalam menilai dan membuat kebijakan penggunaan teknologi yang harus mempertimbangkan risiko demokrasi yang akan muncul, misalnya, oleh adanya konsentrasi atau monopoli digital atau kapitalisme *platform*, guna memastikan bahwa ruang publik digital tetap bisa diakses dan demokratis dan menjaga agar keterbukaan internet tidak digunakan untuk tujuan-tujuan fragmentasi ruang publik, manipulasi politik, atau komodifikasi digital semata.

C. Budaya Televisi sebagai Antitesis Demokrasi?

Buku ini memusatkan perhatian pada kritik budaya media, terutama budaya televisi, sebagai bidang kajian akademik yang terus berkembang. Sebagaimana bisa kita simak dari literatur terkait yang muncul dalam beberapa dekade terakhir, kritik media berasal dari dua minat utama, yaitu kandungan isi media dan dampaknya bagi khalayak. Tak heran kalau kemudian ilmu-ilmu sosial dan kajian media khususnya disibukkan dengan isu-isu modernitas, inovasi teknik, dan kompleksitas kehidupan sehari-hari. Namun, untuk memahami masyarakat, kita juga perlu meneliti dan menafsirkan kehidupan mereka sehari-hari. Misalnya, bagaimana mereka menjalani kehidupan, perilaku memilih, dan menggunakan medianya. Bagaimana pola konsumsi dan cara mereka memanfaatkan waktu luangnya. Singkatnya, kita perlu memahami budaya kehidupan mereka sehari-hari.

Tak disangka, televisi masih mengisi waktu luang kebanyakan orang Indonesia. Meskipun media sosial mulai mengisi waktu luang generasi Z, tetapi menonton televisi tetap masih menjadi pengganti “meja makan” keluarga. Ruang keluarga adalah ruang televisi, pun sebaliknya. Tak heran bila televisi menjadi sumber informasi dan dalam satu dan lain hal sebagai rujukan budaya dan nilai bagi sebagian orang. Kekuatan televisi terletak pada kemasifan, keseketikaan, dan pesona citra, serta jangkauannya yang luas. Dibandingkan jenis media lain, televisi begitu mudah dikonsumsi (baca: ditonton), karena dengan hanya menekan tombol dan memilih saluran, ia langsung bisa hadir ke dalam ruang privat dan dinikmati keluarga Indonesia.

Televisi telah menjadi objek refleksi kritis bahkan sejak awal perdebatan hangat tentang budaya massa pada tahun-tahun panas yang mengiringi Perang Dunia II. Sejak itu, kemunculan ekonomi kapitalis konsumen di Barat dan politik Perang Dingin yang memfokuskan pada Uni Soviet dan sekutunya telah memicu diskusi yang serius mengenai peran televisi di dalam masyarakat demokratik. Pada periode pasca-perang, para peneliti dan teoretisi mengubah frasa peyoratif “budaya massa” menjadi pendeskripsi demokrasi populer dan kembalinya “kejayaan pluralisme-liberal” (*liberal-pluralism triumphant*) (Bennett, 1982).

Sejak itu, peran televisi dianggap menjanjikan dan kian menjadi objek perdebatan yang hangat. Hubungan antara kajian akademik komunikasi sosial dan perkembangan teori sosial kontemporer, misalnya, telah ditinjau oleh Hanno Hardt (1992) dalam *Critical Communication Studies: Communication, History & Theory in America*. Ulasan komprehensif ini mencatat dua kecenderungan utama dalam bidang ini. Dalam kaitan dengan televisi khususnya, tradisi pragmatik di Amerika Serikat menjelaskan diri di dalam penelitian “efek” yang berorientasi empiris, yang tertarik pada psikologi resensi individu dan psikologi sosial dari perilaku kelompok yang dihasilkan. Tantangan tradisi “penelitian administratif” diwakili oleh British Cultural Studies berawal pada 1950-an, yang warisan intelektualnya hingga ke teori kritis Mazhab Frankfurt. Perkembangan lebih mutakhir termasuk kritik yang dipinjam dari pendekatan feminism, pemikiran postmodernis, teori ras kritis, dan kembalinya ke pendekatan-pendekatan sejarah institusional televisi dan teori sosial.¹

Cukup lama fokus diskusi dan pertanyaan penelitian dalam hubungan televisi dan teori sosial tertarik dengan “efek” televisi. Diskusi ini cenderung berasumsi bahwa tatanan ekonomi dan politik yang melahirkan medium komunikasi massa pascaperang ini tidaklah problematis di dalam dirinya. Sampai kemudian muncul pandangan lain yang berbeda dengan pendekatan ini, yakni tulisan khusus mengenai televisi dalam tradisi kajian budaya yang mencoba memahami bahwa basis sistem sosio-kultural, politik, dan ekonomi perlu juga dikaji untuk memahami realitas biasa dan potensi transformatif medium ini.

¹ Penulis sudah meninjau secara kritis karya Hanno Hardt ini dalam kata pengantar edisi Indonesia untuk bukunya, lihat I. S. Ibrahim (2005). Pendekatan kritis dalam studi komunikasi: Sekilas perjumpaan tradisi kritis Eropa dan tradisi pragmatis Amerika. Dalam H. Hardt, *Critical communication studies: Sebuah pengantar komprehensif sejarah perjumpaan tradisi kritis Eropa dan tradisi pragmatis Amerika* (I. S. Ibrahim & Y. Iriantara, penerj.). Jinasutra.

Studi penanda awal (*landmark*) oleh Raymond Williams (1975), *Television: Technology and Cultural Form*, merepresentasikan penolakan atas penelitian ilmu sosial empiris yang abstrak dalam ilmu komunikasi. Ia juga menempatkan sisa-sisa “determinisme teknologis” dari *Understanding Media: The Extensions of Man* karya Marshall McLuhan (1964), yang telah mendesakkan banyak pengaruh baik di dalam dunia akademik maupun di antara publik terdidik.

Williams (1975) berpendapat bahwa teknologi seperti televisi harus dipahami sebagai hasil dari kekuatan-kekuatan sejarah yang muncul dari kepentingan kelas borjuis di dalam kapitalisme maju sembari mengapresiasi nilai-nilai komunitarian dan demokratis dari kebanyakan khalayak televisi. Upaya awal Williams untuk mempelajari lebih jauh ke dalam fenomenologi pengalaman menonton televisi yang dicirikan oleh apa yang disebutnya “aliran” (*flow*) telah dilakukan secara lebih sistematis pada tingkatan baru oleh John Fiske (1987) seperti di dalam karyanya *Television Culture*.

Kajian Fiske (1987) berasal dari sejumlah strategi metodologi yang terus berkembang, termasuk semiotika, teori wacana, kritik ideologi, dan wawasan feminis mengenai isu-isu gender. Fiske mengajukan klaim bahwa khalayak sering “melawan” bacaan dominan teks-teks televisi dan karena itu mengajukan tantangan terhadap kekuasaan hegemonik. Pandangan ini kemudian menjadi cikal-bakal dari munculnya keyakinan akan potensi “perlawanan budaya” (*cultural resistance*) dari khalayak. Argumen yang menyatakan bahwa kekuatan media massa dan institusi budaya secara efektif sesungguhnya ditantang oleh khalayak di dalam konteks resepsi lintas-budaya.

Dalam perkembangannya, genre-genre televisi khusus, seperti opera sabun dan bintang pop seperti Madonna dikaji dari berbagai pendekatan kritis di bawah rubrik teori feminis. Teori-teori liberal, Marxis, post-strukturalis, dan feminis postmodern telah melahirkan kesatuan kesarjanaan yang berupaya menggali hubungan antara perempuan dan patriarkhi di dalam masyarakat kapitalis. Fokus yang saksama terhadap perempuan sebagai objek analisis dalam teori feminis yang lebih belakangan telah diperluas ke pertanyaan-pertanyaan lebih umum mengenai komunikasi dan relasi gender di dalam masyarakat

(Goffman, 1976; Pearson, 1985). Mengemban pengaruh pendirian pemikiran feminis postmodern dalam kajian mereka mengenai “konsumsi” khalayak televisi, Ien Ang dan Joke Hermes (1991) berpendapat, bahkan di hadapan “wacana gender hegemonik”, suatu identitas gender yang cair dalam proses itu sesungguhnya sedang “diartikulasikan, didisartikulasikan, dan diartikulasikan kembali.”

Tampaknya tak terelakkan bahwa medium televisi sebagai suatu “bentuk teknologi dan budaya” pasca-perang akan menjadi perlambang yang problematik dari “kondisi postmodern.” Menurut David Harvey (1989), di dalam *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, kemunculan postmodernitas dapat ditunjukkan pada perkembangbiakan tontonan televisi dalam hampir semua masyarakat. Perdebatan internal di kalangan teoretisi postmodern terbentang luas dan penuh dengan klaim-klaim keimbangan dan klaim-klaim tandingan. Sementara teori postmodern menyenggung secara khusus kajian televisi, John Fiske memperingatkan atas terpisahnya refleksi kritis dari politik masyarakat kapitalis. Ia menekankan bahwa kritik postmodern harus tetap berakar pada realitas material.

Sebutlah, misalnya, kajian tentang ras, identitas ras, dan rasisme telah lama kurang mendapatkan perhatian dari penelitian ilmu sosial empiris di dalam kajian televisi. Pendekatan-pendekatan kualitatif dan interpretatif dalam kajian televisi yang muncul dari ilmu-ilmu humaniora pun sama saja mengasingkan identitas ras pada kategori status kelas dua. Kembalinya persoalan ras sebagai kategori dasar dalam analisis sosio-kultural yang sungguh-sungguh, baru dimulai pada 1990-an. Pada era ini beberapa penerbitan muncul menyoal penggambaran dan representasi ras dalam tayangan televisi. Dengan tampilnya *Communication and Race: A Structural Perspective* oleh Oscar H. Gandy Jr. (1998), teori-teori konstruktivis sosial tentang ras dan rasisme didorong ke latar depan dalam diskusi mutakhir mengenai “sistem media” swasta demi keuntungan. Inilah cikal-bakal dari mulai terangnya penjelasan mengenai asal-muasal rasisme yang telah melembaga di dalam sistem oligopoli korporat televisi yang beroperasi di negara-negara Barat, khususnya Amerika Serikat.

Sementara itu, pemikir budaya kritis, Douglas Kellner (1990), di dalam *Television and the Crisis of Democracy*, memandang fondasi dan imperatif kapitalis dari “sistem penyiaran” komersial sebagai antitesis demokrasi itu sendiri. Menaruh hormat penuh pada tradisi teori kritis sembari menolak kecenderungan dari pengajur-pengajurnya yang lebih elitis untuk membubarkan media massa dan budaya populer, Kellner (1990) memandang keterpautan sistem pemerintah, komisi komunikasi, dan jaringan televisi sedang mencerabut khalayak televisi dari komunikasi demokratis yang sesungguhnya. Ini disebabkan kurangnya tanggung jawab korporat, akses gelombang udara yang sangat terbatas, dan sempitnya perspektif politik yang ditampilkan.

Bersamaan dengan pergantian abad, problema yang diidentifikasi oleh Kellner telah meluas dan meningkat lewat jangkauan global supranasional televisi Amerika Serikat dan aliansi medianya, seperti film, musik rekaman, dan penerbitan. “Sistem media global” dalam perwujudan megakorporatnya, misalnya, telah dibahas dalam analisis yang amat perinci oleh Robert W. McChesney (1999), di dalam *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Ia berargumen bahwa konsentrasi kekuasaan di tengah oligopoli korporat yang terintegrasi secara vertikal telah mengancam arus bebas informasi dan opini yang beragam yang justru amat vital bagi daya hidup masyarakat demokratis. McChesney (1999) berkesimpulan pentingnya agenda bagi “reformasi media secara struktural” (*structural media reform*) yang akan memungkinkan televisi merealisasikan potensinya bagi penyebaran praktik-praktik sosial dan nilai-nilai demokratis.

Selama lebih dari enam dekade yang lalu peran media dalam dunia politik telah menjadi semakin berpengaruh, kontroversial, dan menggelisahkan. Tak sedikit yang merasa bahwa situasi ini bahkan telah mencapai titik krisis. Praktik dan budaya yang dibawa media dianggap mulai menggerus ideal-ideal demokrasi, seperti yang dikhawatirkan oleh Kellner dan McChesney tersebut. Di dalam sebuah analisis komprehensif terhadap sistem komunikasi politik, Jay G. Blumler & Michael Gurevitch (1995), di dalam *The Crisis of Public Communication*, misalnya, telah melacak cikal-bakal dan perkembangan dari apa yang mereka sebut sebagai “krisis komunikasi

bagi kewargaan” (*crisis of communication for citizenship*). Mereka menyuguhkan kritik yang cermat mengenai hubungan antara para penyiar Inggris dan Amerika dan politisi, serta komunikasi politik dalam kampanye pemilihan umum sejak akhir 1960-an. Blumler dan Gurevitch (1995) tidak mengecam politisi maupun jurnalis dalam krisis ini. Mereka menelusuri akar masalahnya ke lingkungan sosial dan politik kontemporer yang ditandai dengan semakin meningkatnya ketidakpuasan publik yang mampu memahami problema kewargaan yang semakin membuat jengkel dan frustrasi. Oleh karena itu, mereka menilai bahwa komunikasi politik harus segera diperbaiki di dalam konteks restrukturisasi ruang publik.

D. Arti Penting Komunikasi Empatik

Di tengah-tengah krisis komunikasi kewargaan seperti itu, yang sedikit banyak dibentuk oleh budaya komunikasi dan media yang cenderung berpusat pada kepentingan kekuasaan atau bisnis media, kita, sebagai akademisi, peneliti, warga negara, atau jurnalis yang kritis, dituntut untuk semakin mampu bersikap kritis dan juga empatik. Kemampuan komunikasi empatik kian dibutuhkan untuk memperbaiki berbagai kegagalan komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi sosial, dan komunikasi antarbudaya yang tak jarang dalam kehidupan sehari-hari telah menyulut kesalahanpahaman, sikap saling menghakimi, saling menyalahkan, dan bahkan konflik dan kekerasan pun sewaktu-waktu bisa mengancam hubungan sesama warga bangsa yang heterogen (Ibrahim, 2004).

Sayangnya, kita sering mengabaikan hal-hal yang kelihatannya kecil seperti dalam hal cara kita berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kini ancaman terhadap kemampuan kita dalam berkomunikasi secara empatik datang dari berbagai penjuru. Buku ini mencoba menunjukkan bagaimana perilaku komunikasi empatik terus mengalami ancaman di ruang publik. Lewat berbagai corak pesan media kini betapa mudah kita melihat contoh perilaku komunikasi yang tidak empatik.

Seorang pelawak kondang di televisi tanpa sadar mengatakan, “*Hei elu kayak tukang becak saja!*”, “*Hei elu kayak satpam saja!*” Katanya kepada teman mainnya. Contoh yang sangat sederhana betapa

bahasa yang dimaksudkan untuk melucu berubah menjadi hal yang sama sekali tidak lucu. Kemudian, sebuah iklan produk jamu untuk menyembuhkan masuk angin yang memanfaatkan figur beken, seorang yang beruntung bisa meraih pendidikan tinggi dan bersama seorang artis yang mengukuhkan pesannya, “Orang pintar minum tolak angin.” Pesan-pesan seperti ini jelas secara tidak sadar mengabaikan perasaan orang-orang yang tidak berpendidikan yang tidak hanya menyaksikan iklan jamu tersebut, tetapi mungkin saja juga ikut mengonsumsinya. Karena di balik pesan itu, “Orang bodoh tidak minum tolak angin!”

Rakyat jelata, tukang becak, pembantu rumah tangga, buruh, dan orang-orang kecil memang sering menjadi bahan olok-olok dalam industri hiburan kita. Mereka hanya sebagai aksesoris tontonan di ruang publik. Sebagai objek cemooh dari orang-orang yang merasa kaya. Pernyataan-pernyataan dan pesan-pesan yang tidak dilandasi kepedulian terhadap perasaan orang kecil dan bahkan tak jarang juga secara kasar dipertontonkan di ruang publik hanyalah contoh kecil perilaku komunikasi yang sangat miskin sikap empati.

Perilaku atau kebiasaan berkomunikasi secara tidak empatik, tanpa memikirkan akibatnya bagi orang lain, pada gilirannya telah ikut menciptakan krisis komunikasi di ruang publik. Krisis komunikasi itu semakin menemukan bentuknya yang subur justru karena ia disebarluaskan secara luas melalui media massa dan kini media sosial. Budaya komunikasi yang tidak empatik yang tumbuh dari budaya masyarakat yang sedang mengalami krisis justru makin menjadi-jadi, karena perilaku budaya seperti inilah yang sering mendapatkan porsi yang besar di media. Media pun bisa terkontaminasi oleh krisis budaya dalam masyarakat yang ditandai krisis budaya komunikasi di ruang publik. Bahkan, akhirnya media pun bisa ikut mengalami krisis-krisis media. “Kenyataannya,” sebagaimana dikatakan oleh Bernard Dagenais (1992), dalam esainya *Media in Crises: Observers, Actors or Scapegoats*, “suatu masyarakat dalam krisis juga menciptakan krisis media.”²

² “In fact, a society in crises also creates a media crisis,” demikian dalam kata-kata B. Dagenais (1992). *Media in crises: Observers, actors or scapegoats*. Dalam M. Raboy & B. Dagenais, *Media, crisis and democracy: Mass communication and the disruption of social order*. Sage.

Sirnanya komunikasi empatik dengan berbagai bentuknya telah mengakibatkan krisis komunikasi di ruang publik kian menjadi jadi. Apalagi dengan semakin berlimpahnya komunikasi dan kian maraknya jenis media baru yang muncul akhir-akhir ini yang seakan-akan telah menjelma menjadi “kanal krisis” dalam kehidupan. Dengan bertambahnya media dan berlimpahnya komunikasi, budaya, ataupun perilaku komunikasi masyarakat yang kurang empatik akan dengan mudah memasuki ruang publik dan ruang privat. Oleh karena itu, ada baiknya bila di sini diketengahkan juga isu krusial mengenai keberlimpahan komunikasi dan implikasinya bagi budaya komunikasi di ruang publik. Bagaimana kaitannya dengan melimpahnya komunikasi yang tidak empatik di ruang publik yang mencerminkan krisis budaya komunikasi yang hidup dalam masyarakat.

E. Era Keberlimpahan Komunikasi

Kini perkembangan dramatis media komunikasi yang sedemikian canggih, membuat kita tidak hanya hidup dalam era “revolusi komunikasi” sebagaimana yang digambarkan oleh Frederick Williams (1982) dalam bukunya *The Communications Revolution*, tetapi kita benar-benar sedang mengarungi apa yang disebut John Keane (1998) sebagai era “keberlimpahan komunikasi” (*communicative abundance*) atau “tumpah-ruah komunikasi” (*cornucopias of communication*).

Menurut Keane (1998), era keberlimpahan komunikasi ditandai oleh komunikasi yang melampaui ambang batas. Komunikasi menjadi melimpah-ruah, *overload*, muatan informasi mencapai titik jenuh, tidak hanya dalam masyarakat, tetapi juga dalam pikiran atau benak kita. Bahasa mengenai kelangkaan (*scarcity*) telah digantikan oleh citra mengenai keberlimpahan (*abundance*).

Seperti halnya melimpahnya materi telah gagal untuk menciptakan apa yang disebut oleh kritikus sosial, Herbert Marcuse (1964), sebagai “kesadaran akan kebahagiaan” (*happy consciousness*), begitu pula melimpahnya komunikasi tidak berarti membuat orang serba tahu dan tercerahkan. Era keberlimpahan komunikasi justru telah membawa kontradiksi-kontradiksi baru dan menciptakan konflik-konflik baru. Sebutlah, misalnya, kebingungan dan pertentangan mengenai siapa

yang mendapatkan apa, kapan, dan bagaimana benar-benar telah menjadi berlipat-ganda. Bahkan media komunikasi berkecepatan tinggi (*high-density communications media*) juga telah melahirkan konflik terus menerus mengenai persoalan “kuantitas versus kualitas” dalam perkara isi atau pesan komunikasi.

Melimpahnya komunikasi dalam kehidupan tak lain oleh karena “ledakan informasi” yang terus-menerus dibawa media ke ruang-ruang kehidupan manusia kontemporer. Tak heran kalau kemudian para pemikir sosial kontemporer menyebut bahwa budaya dan masyarakat mutakhir sebagai “masyarakat jenuh media” (*media-saturated society*) atau “lingkungan jenuh media” (*media-saturated environment*) atau pun “masyarakat yang dipenuhi dengan media/informasi” (*media/information-laden society*). Masyarakat mutakhir adalah masyarakat yang dilimpahi dan diserbu oleh begitu banyak dan berbagai macam informasi berupa gambar, citra, teks, bunyi, tanda, dan pesan-pesan visual. Masyarakat mutakhir adalah masyarakat yang dibanjiri informasi dan pesan-pesan ideologis, politis dan terutama komersial.

Kenneth J. Gergen (1991), seorang psikolog dan Guru Besar di Universitas Swarthmore, penulis buku *The Saturated-Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*, menggambarkan dengan bagus pergelangan identitas masyarakat mutakhir di tengah kepungan nilai-nilai yang datang bagi banjir dari segala penjuru. Sebuah dilema masyarakat yang sering disebut-sebut sebagai “masyarakat postmodern”.

Dalam pandangan Gergen (1991), postmodernisme adalah salah satu pernik hasil kemajuan teknologi yang telah membuat kita jenuh dengan suara orang lain. “Kita telah berubah”, demikianlah ujar Gergen menyimpulkan esensi kepribadian manusia kontemporer. Lebih dalam lagi ia melihat pergeseran kehidupan yang akan manusia arungi, seperti terpantul dari ungkapannya berikut ini:

Kita juga mengambil banyak isyarat dari media. Kita telah menyaksikan di televisi, bagaimana enaknya bermain cinta, dan bagaimana rasanya jika kita berduka. Karenanya, kita pun mengetahui bagaimana berbagai hal terjadi sebagai upacara-upacara ritual dan kemudian mengenyahkan semua itu dari kehidupan kita. Kita mulai merasakan bahwa kita tidak

memiliki pusat yang nyata. Inilah bentuk relasi yang kian dan kian sanggup mendefinisikan kita dan menciptakan kepekaan kita akan siapa diri kita yang sebenarnya. Identitas kita kini tengah terus berubah dan kembali diarahkan, sebagaimana kita bergerak mengarungi lautan hubungan yang terus berubah. Kita menyadari bahwa apa dan siapapun kita bukanlah merupakan hasil dari esensi kepribadian, melainkan bagaimana kita dikonstruksikan di dalam masyarakat (Gergen, 1991: 2).

Sesungguhnya yang terpenting dari pernyataan tersebut bahwa Gergen justru menyinggung dampak dominan dari kehadiran media dalam kehidupan, ternyata ikut berperan penting dalam mengonstruksi kepribadian. Bukankah demikianlah kenyataannya? Begitu banyak isyarat informasi yang mudah kita peroleh sebagian besar berasal dari media. Kini setiap saat informasi baru muncul, silih berganti, dan pada berbagai kesempatan masuk menyelinap meresapi kognisi kita. Barangkali tak terlalu berlebihan kalau dikatakan bahwa manusia kontemporer sedang memasuki fase kehidupan dengan tumpah-ruah informasi yang dimediatekan secara massal. Hanya saja dalam belantara informasi atau semesta tanda yang kita serap dari media itu, kapasitas daya kritis yang diperlukan untuk menyaring dan menyeleksi informasi atau tanda tidak dengan sendirinya dimiliki oleh setiap individu.³

Kalau kita mencermati pertumbuhan industri media akhir-akhir ini tampak betapa media benar-benar telah mendominasi kehidupan masyarakat. Kini berbagai jenis media, seperti surat kabar, tabloid, majalah, buku, komik, radio, televisi, film, video dan animasi, VCD/DVD, Internet, dan berbagai corak selebaran info belanja semuanya sedang mengepung dan berlomba mengisi waktu luang kita. Ini ditambah lagi ledakan pemakaian telepon seluler (*handphone* atau HP) yang sudah menjadi “mainan” biasa bagi anak-anak di taman

³ Dari kenyataan ini kemudian beberapa ahli merasa berkeyakinan bahwa yang terpenting bukan hanya perkara pemantauan media (*media watch*), tetapi juga bagaimana menggalakkan pendidikan melek media (*media literacy*) di kalangan warga agar bisa lebih mampu bersikap kritis terhadap kandungan kinerja dan pesan media. Untuk lebih jauh silakan lihat, Silverblatt (1995) dan Silverblatt dkk. (2009).

kanak-kanak (TK) dalam berkomunikasi dengan teman sepermainan mereka sambil berbicara atau ber-sms (*short message service*) tentang boneka Barbie kesukaannya. Sayangnya, di Indonesia ledakan industri HP akhir-akhir ini baru lebih banyak menonjolkan sisi gaya hidup (*lifestyle*) pemakainya, ketimbang fungsinya. Bahkan sering kali hanya memindahkan kebiasaan masyarakat kita dalam ngerumpi sehingga mungkin bisa disejajarkan dengan maraknya “industri gosip” yang tumbuh di televisi, atau melalui *mailing-lists* dan ruang *chatting* lewat internet.

Tak ayal kalau kemajuan teknologi komunikasi yang demikian pesat telah berpengaruh besar terhadap perilaku dan budaya kita dalam berbicara dan mendengarkan. Kini begitu banyak citra, simbol, gambar, dan bunyi yang setiap saat kita lihat dan dengar lewat media massa, tetapi rasanya terlalu sedikit ruang dan waktu untuk merenungkan apa arti semua itu bagi kehidupan. Tak terhitung pesan-pesan komersial yang setiap hari menyelinap masuk ke ruang tamu kita, mencoba mendiktekan apa artinya cinta, benci, sukses, gagal, bahagia, sedih, dan keindahan, yang bila direnungkan lebih dalam sebenarnya tak banyak memberikan makna bagi kehidupan. Untuk menyitir kata-kata Jean Baudrillard (1983), “*We are in a universe where there is more and more information, and less and less meaning.*” Kita kini sedang berada dalam jagat yang begitu melimpah informasi, tetapi begitu hampa makna.

Dengan media, orang merasa yakin seakan ia telah memiliki banyak informasi tentang dunia dan peristiwa di sekitar mereka, tetapi pengetahuan itu sebenarnya hanya bersifat permukaan. Dengan informasi yang melimpah, orang seakan-akan bisa menjadi serba tahu segala hal yang terjadi, tetapi sebenarnya mereka hanya mendapat pengetahuan yang dangkal dan terpenggal-penggal. Orang mengonsumsi sebanyak-banyaknya informasi apa pun bukan karena butuh, tetapi karena memang itulah yang terus menerus dicekokkan kepada mereka. Bahkan, jika kini kita mempunyai ruangan dalam otak kita untuk menyimpan berita, mungkin ruang itu akan selalu penuh. C. John Sommerville (1999), dalam *How the News Makes Us Dumb*, bahkan menggambarkan bagaimana berita telah mengonstruksi sebuah “generasi instan”. Menurut Sommerville (1999), “Generasi yang

dibesarkan dengan berita tidak berarti menjadi generasi yang sehat. Sebab, jika ada sesuatu yang mereka dapatkan dari berita adalah bahwa mereka dapat menjadi serba tahu tanpa harus bekerja keras.”

Munculnya kondisi psikologis berupa ketidaksadaran massa disebabkan tumpah ruah pesan media juga bisa dijelaskan dengan memahami fenomena yang dalam kajian media sering disebut sebagai “narkotisasi” (*narcotization*).⁴ Narkotisasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan efek negatif atau disfungsi dari media massa. Masyarakat jenuh media ternyata telah menyebabkan terjadi proses narkotisasi media dalam masyarakat, yaitu sebuah masyarakat yang sedang kecanduan media.

Masyarakat jenuh media adalah masyarakat yang setiap hari dihibur oleh bujuk rayu iklan. Melalui media, terutama radio dan televisi, tayangan hiburan dan iklan benar-benar sedang menggoda pemirsa, mengingat kehadirannya yang langsung ke ruang keluarga

⁴ Istilah narkotisasi ini sebenarnya berasal dari P. F. Lazarsfeld & R. K. Merton (1948), dalam esainya, *Mass communication, popular taste and organized social action*, mereka menggunakan istilah “*narcotizing dysfunction*” untuk menyebut konsekuensi sosial dari media massa yang sering diabaikan. Media massa mereka pandang sebagai penyebab apatisme politik dan kelesuan massa. Media massa dipandang telah menyebabkan berkurangnya aktivitas atau semacam keadaan “mabuk” (*stupor*) yang dialami khalayak. Lazarsfeld dan Merton melihat bahwa meningkatnya proporsi penggunaan waktu yang dicurahkan oleh orang Amerika saat mereka membuat tulisan tersebut terhadap media, alih-alih akan memberdayakan, malah banjir informasi itu telah membius mereka ke dalam apatisme massa. Media massa dianggap sangat efektif untuk membuat orang kecanduan, karena media massa telah menjadi “narkotika sosial” yang paling efisien dan paling lumrah diterima. Informasi media pun mempunyai efek tak ubahnya seperti efek obat bius atau narkotika. Pada gilirannya orang-orang menjadi kurang tercerahkan dan kurang pula minat mereka untuk terlibat dengan hal-hal yang bersifat aktual. Dalam kata-kata Lazarsfeld & Merton (1948), “*Increasing dosages of mass communications may be inadvertently transforming the energies of men from active participation into passive knowledge.*” (Meningkatnya dosis komunikasi massa dengan kurang hati-hati bisa saja mengubah energi manusia dari partisipasi aktif menjadi pengetahuan pasif).

kita. Dalam kehidupan sehari-hari, rasanya nyaris mustahil kita terbebas dari kepungan iklan. Pesan-pesan komersial setiap saat menyapa, membujuk, menggoda, dan bahkan memaksa kita untuk terus tergiur dengan janji-janji dan mimpi-mimpi dalam masyarakat komoditas. Setiap hari radio dan televisi membawa ratusan, bahkan mungkin ribuan iklan atau pesan-pesan komersial ke dalam rumah tangga kita. Dari gosip remeh-temeh kehidupan artis hingga legenda kehidupan Sang Proklamator, sekaliber Bung Hatta, yang hidupnya sederhana. Dari sabun mandi, pelembab kulit, sampo, pemutih kulit, dan pewarna kuku, hingga kondom dan obat kuat. Dari “Industri Gosip” hingga “Industri Nasihat”, dan bahkan “Industri Syahwat”.

Lebih dari itu, iklan sesungguhnya tidak hanya menjual barang, tetapi juga menawarkan nilai, yakni nilai masyarakat konsumen. Nilai dan gaya hidup yang ditanamkannya adalah agar kita selalu memuja kebaruan dan mengenyahkan yang lama. Kita selalu dipaksa untuk mengganti apa saja yang kita pakai/miliki dengan sesuatu yang serba-baru sehingga kita tidak pernah bosan berbelanja dan terus mengonsumsi. Iklan menawarkan gaya hidup hedonis dan ideologi materialisme yang memuja penampilan dan pemilikan benda-benda. Jadilah kita terpenjara dalam budaya konsumtif yang tak jarang membuat kita kehilangan rasa dan sikap empatik terhadap orang-orang kecil di sekitar kita yang hidupnya serba-kekurangan.

Mungkin benar kata sejumlah kritikus budaya, bahwa sekarang adalah era *the end of silence*, era akhir kesunyian, manakala hingar bingar industri budaya massa berupa hiburan massa telah menyerap individu-individu menjadi massa yang anonim, individu yang kehilangan jati dirinya. Manusia massa cenderung memiliki kapasitas pengetahuan dan semangat yang cenderung *mediocre*, yakni sedang-sedang saja, biasa-biasa saja, atau pas-pasan. Manusia massa cenderung mudah kehilangan kemampuan untuk berpikir secara mandiri sehingga begitu mudah disentuh emosinya oleh para perekayasa industri hiburan massa. Oleh karena itulah mereka mudah diombang-ambing, untuk tidak mengatakan bahkan mungkin dikelabui, oleh siapapun yang ingin memanfaat sentimen dan emosi massa untuk kepentingan bisnis

atau politik. Apalagi bila ideologi berhasil bermain di balik itu maka tuntaslah proses manipulasi terhadap kesadaran massa itu.

Sesungguhnya, jauh sebelum ilmuwan komunikasi berbicara tentang revolusi komunikasi, dalam bukunya yang sudah menjadi klasik, *On Liberty*, John Stuart Mill (1859) telah mengingatkan, “Bawa dewasa ini individu-individu lenyap dalam massa.” (Mill, 1974/1996). Dalam politik, demikian menurut Mill, merupakan hal yang biasa mengatakan bahwa pendapat umum menguasai dunia. Kekuasaan yang pantas menyandang nama itu adalah kekuasaan massa dan kekuasaan yang membuat dirinya menjadi alat untuk kecenderungan dan naluri massa. Dalam pandangan Mill, pemikiran massa dibentuk oleh orang-orang yang sangat seragam dengan orang-orang yang menyapa mereka atau yang berbicara atas nama mereka, secara mendadak melalui surat kabar.

Uraian sepintas mengenai keberlimpahan komunikasi dan implikasinya bagi masyarakat semakin menunjukkan bahwa akselerasi kemajuan dunia komunikasi dan teknologi informasi dalam beberapa hal ternyata belum dengan sendirinya membuat komunikasi menjadi semakin efektif dan membuat kita terhindar dari budaya komunikasi yang tidak empatik di ruang publik. Bahkan, bukti-bukti seperti disajikan bab demi bab dalam buku ini menunjukkan bahwa revolusi komunikasi justru membuat manusia semakin mudah terjebak (atau juga dijebak) dalam kekerasan komunikasi. Oleh karena itu, yang kita butuhkan adalah kritik budaya komunikasi itu sendiri.

E. Tentang Buku Ini

Buku ini dibagi menjadi empat bagian yang masing-masing bagian berupaya menunjukkan berbagai krisis budaya komunikasi yang berlangsung dalam ruang publik, sekaligus juga menjadi sinyal mulai sirnanya kemampuan kita sebagai bangsa dalam berkomunikasi secara empatik.

Bagian Pertama, membahas persoalan krisis budaya dalam ruang publik. Bagaimana wajah industri berita pasca Orde Baru, bagaimana media massa berperan dalam masyarakat *postmodern*, dan bagaimana mediatisasi krisis di ruang publik yang sudah menjadi

semacam tontonan krisis merupakan fokus pembahasan bagian ini. Krisis budaya media menjadi gambaran dari krisis umum budaya dalam ruang publik. Bagian ini mengetengahkan gagasan “jurnalisme hijau” dan “jurnalisme untuk kaum miskin” berhadapan dengan krisis lingkungan, kemiskinan, pengangguran, dan budaya masyarakat, serta struktur kekuasaan yang belum sepenuhnya siap menghadapi berbagai krisis lokal, nasional dan global yang terjadi. Bagian ini ditutup dengan kritik terhadap budaya korupsi dengan memfokuskan pada potensi media sosial baru, Facebook. Tak disangka, penggunaan media sosial seperti Facebook yang lagi trendi ternyata telah ikut mendukung gaya hidup sebagian kalangan masyarakat Indonesia, yang hidupnya berpuak-puak, berkelompok-kelompok, dan dalam ikatan pertemanan. Dengan Facebook, jaringan komunitas virtual tumbuh dan menyebar dan untuk tingkat tertentu terbukti menjadi cukup efektif dalam menggalang dukungan dan simpati mengenai suatu isu yang hangat dan kontroversial. Bab yang diangkat dari penelitian penulis ini melihat bagaimana Facebook digunakan sebagai alat komunikasi politik di antara berbagai kelompok dalam masyarakat sipil dalam gerakan anti-korupsi di Indonesia. Tak ketinggalan, fenomena model jurnalisme baru, WikiLeaks. Bagian ini ditutup dengan ajakan untuk mengarahkan orientasi praktik reportase yang berpusat pada diri orang (*the person-centered reporting*) ke reportase yang berpusat pada peristiwa (*the event-centered reporting*). Bab ini menunjukkan kuatnya kecenderungan pemberitaan yang berpusat pada pribadi atau orang di antaranya disebabkan oleh sejumlah faktor, seperti kecenderungan media dan jurnalis untuk melakukan personalisasi, emosionalisasi, dramatisasi, dan sensasionalisasi terhadap narasumber dan peristiwa, dengan tujuan menarik perhatian khalayaknya.

Bagian Kedua, membahas fenomena budaya kekerasan dalam masyarakat yang telah menjelma menjadi media kekerasan dalam ruang publik. Media dilihat memiliki kekuatan tertentu sebagai saluran aneka corak kekerasan budaya dan budaya kekerasan yang terjadi. Pada bagian ini fokus pembahasan dicurahkan pada isu munculnya gejala teater nekrofilia, terorisme, dan propaganda yang tak jarang memanfaatkan media untuk publikasi dan sepak terjang mereka biasanya tercermin begitu telanjang di media. Bagian ini juga mengangkat beberapa sebab

akar kekerasan dan menyoroti beberapa corak baru kekerasan yang telah menjadi komoditas hiburan. Kekerasan di televisi dilihat sebagai paket tontonan yang sengaja dikemas dalam bingkai ‘infotainment’ (Kellner, 2003). Dalam budaya media seperti itu, mampukah kekuatan ‘mediakrasi’ menjadi teknologi demokrasi atau malah teknologi dominasi? Ini menjadi pembuka bagian ini.

Bagian Ketiga, menyoroti budaya televisi dan fenomena meruyaknya budaya hedonis dalam ruang publik yang diperparah oleh kekisruhan hedonisasi gaya hidup via televisi. Bab-bab pada bagian ini membahas fenomena munculnya televisi hedonis, komodifikasi budaya di televisi, dan mengangkat isu-isu seperti krisis demokrasi, krisis kultural, dan krisis spiritual yang berlangsung oleh karena belum berfungsinya televisi sebagai bagian dari “demokrasi elektronik”. Bagian ini ditutup dengan melihat apa yang dalam kajian media sering disebut sebagai panik media yang sedikit-banyak menggambarkan krisis yang terjadi dalam dunia tontonan itu sendiri. Kritik diarahkan agar muncul spirit kebersamaan di hati warga bangsa ini.

Bagian Keempat, membahas isu mutakhir perang budaya citra yang sedang berlangsung di ruang publik. Pada bagian terakhir ini isu-isu yang dikupas adalah perbincangan di seputar citra perempuan, media anak, dan bangkitnya gaya hidup baru alternatif, yang muncul di tengah kancalah perang media. Bagaimana media mengonstruksi budaya citra di ruang publik dan bagaimana ia beroperasi dalam merembesi kesadaran kita juga diketengahkan di sini. Bagian ini ditutup dengan perbincangan tentang gaya hidup alternatif dari generasi baru yang tumbuh dalam ‘masyarakat jaringan’ dan bangkitnya kesadaran ‘generasi hijau’ yang mulai tampil sebagai gerakan yang menjanjikan bagi kehidupan dan lingkungan hidup yang lebih baik di masa datang.

Buku ini ditutup dengan sebuah refleksi kritis untuk mengajak kita merenungkan mengenai potensi dan tantangan budaya bagi generasi mendatang. Pemikiran budaya kritis semakin dibutuhkan untuk membongkar persoalan-persoalan krusial yang dihadapi dan bagaimana merancang skenario ke depan. Di sinilah inti yang menjadi fokus perhatian dan keprihatinan yang hendak disuarakan lewat buku ini. Apa yang diketengahkan secara singkat dalam buku ini hanya

beberapa krisis budaya komunikasi yang sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari yang menunjukkan mulai sirnanya kapasitas kita dalam berkomunikasi secara empatik.

Sederet kasus masih bisa dibentangkan dan tentu saja sebagai contoh masih bisa diperdebatkan dan dikaji secara kritis: Apakah tindakan komunikasi yang selama ini kita lakukan sudah lebih empatik? Apakah kita sudah mulai berupaya mengurangi kebiasaan atau budaya komunikasi yang tidak empatik? Apakah kita sudah mulai membangun komunikasi tanpa kekerasan, komunikasi yang dilandasi kepedulian yang mendalam terhadap sesama, tanpa memandang latar belakang ekonomi, pendidikan, budaya, etnis, agama, atau bangsa yang menjadi landasan komunikasi empatik dalam masyarakat multikultur? Dalam keyakinan penulis, di tengah krisis budaya dalam ruang kebangsaan yang terjadi, kemampuan komunikasi empatiklah yang mungkin bisa mengubah wajah budaya komunikasi kita di masa depan. Komunikasi empatik mampu membuat kita hidup dalam suasana keprihatinan dan kepedulian untuk menghadapi wacana kekerasan dan kekerasan wacana yang masih menghiasi budaya komunikasi di dunia di mana kita hidup.



BAB II

“Jurnalisme Hijau” dan Krisis Lingkungan Hidup

“Ekologi dan spiritualitas pada hakikatnya saling terkait, karena kesadaran ekologis yang mendalam, pada akhirnya, adalah kesadaran spiritual.”

(**Fritjof Capra**)

Penulis buku ini dilahirkan di sebuah pulau kecil yang begitu akrab dengan ceria laut. Sebuah pulau pertambangan yang tampak murung. Setelah kandungan perut buminya digali selama berabad-abad untuk memenuhi hasrat pembangunan. Kampung kami dibelah oleh sungai cukup besar yang menjadi sumber penghidupan nelayan setempat. Sewaktu kecil dengan decak kagum kami sering memandang tiang-tiang jembatan yang terlihat gagah tak jauh dari rumah kami. Irama arus pasang-surut dan kejernihan airnya mengisi kenangan masa kanak-kanak. Satu sampai tiga bulan setiap tahun airnya payau atau sedikit asin dan selebihnya tawar. Hampir setiap pergantian musim, sore menyambut petang, kami sering berlomba menghitung ratusan bahkan terkadang mungkin ribuan kalong (kelelawar besar) pemakan buah atau burung bangau sedang bermigrasi di atas langit kampung kami. Kadang-kadang hiburan masa kecil itu terjadi setelah hujan sehingga kilauan pelangi menambah keindahan langit masa kecil kami.

Musim kemarau selalu dinanti, karena ketika itu air sungai asin dan jernih. Berarti musim memancing ikan dan menjala udang galah pun tiba. Memperoleh 3 atau 4 ekor udang galah sekepalan tangan sudah cukup buat sekali makan sekeluarga. Dulu, kakek sering bilang, rajin-rajinlah makan udang agar pintar seperti orang Jepang. Kami mengiyakan. Maklum, masa remaja kakek, masa pendudukan Jepang. Biasanya sebelum atau setelah sekolah madrasah siang kami mandi di sungai, sembari bercanda layaknya anak-anak kecil seusia kami. Dalam usia kurang dari 7 tahun kami sudah mahir berenang dan tidak gentar dengan arus sungai. Sambil menyelam biasanya sesekali di antara kami ada yang meneguk air sungai, tanpa khawatir akan sakit perut.

Selepas SMA, pada akhir 1980-an, saya meninggalkan orang tua dan kampung halaman paling indah dalam kenangan, mengadu penghidupan mulai dari Bandung, Padang, Bandung, Jakarta, dan kemudian ke Bandung lagi. 30 tahun lebih dalam perantauan dan sewaktu mudik menyaksikan pemandangan yang sama sekali berbeda. Banyak hal sudah berubah di kampung kini. Sungai yang dulu jernih warnanya mulai pekat, seperti susu coklat, minuman pagi sebagian anak-anak. Salah seorang adik dengan suara jengkel tetapi tak berdaya bercerita bahwa pernah terjadi beberapa hari mereka menyaksikan ikan-ikan besar dan kecil mati dibawa arus akibat kena limbah dari hulu sungai. Sejak akhir 1990-an memang di daerah ini berdiri beberapa pabrik CPO (*crude palm oil*). Hutan hijau disulap menjadi perkebunan sawit dengan tanaman yang serba rapi dan seragam, sedikit banyak memang menjanjikan lapangan pekerjaan, tetapi pada saat yang sama juga menimbulkan masalah lingkungan. Aroma bau tak sedap akibat limbah yang dibawa angin sudah biasa memasuki rumah dan seakan menjadi santapan harian penduduk dan kadang-kadang bahkan menjangkau kampung-kampung yang jaraknya jauh dari pabrik.

Apakah pernah diberitahukan kepada pemangku kepentingan setempat atau pernah menulis surat ke koran lokal tentang adanya pencemaran seperti ini? Demikian saya bertanya kepada sebagian penduduk kampung. Kata mereka pernah, tetapi tidak banyak langkah yang pernah dilakukan. Dulu, kata mereka, orang kampung masih biasa mencuci pakaian di sungai, tetapi kini mereka tidak berani, karena

airnya sudah tidak seperti dulu lagi dan buaya sudah mulai masuk ke sungai terdekat tersebut.

“Tragedi” yang menimpa sungai kampung kami, kalau boleh dibilang begitu, hanyalah salah satu contoh kecil tragedi-demi tragedi lingkungan yang kita rasakan dan saksikan juga sering terjadi di sejumlah daerah di Indonesia. Rupanya lingkungan masa kecil kita dan masa kecil anak-anak kita sudah jauh berubah dan mengalami degradasi lingkungan yang patut kita khawatirkan. Persoalan lingkungan adalah persoalan kita semua, persoalan umat manusia.

A. Akar Krisis Lingkungan

Setiap ada bencana di negeri ini sejumlah radio dan televisi mengingatkan kita dengan untaian lirik lagu Ebiet G. Ade, “Berita Kepada Kawan”, bertutur lirih, *“Barangkali di sana ada jawabnya mengapa di tanahku terjadi bencana/mungkin Tuhan mulai bosan melihat tingkah kita/ yang selalu salah dan bangga dengan dosa-dosa/ atau alam mulai enggan bersahabat dengan kita/coba kita bertanya pada rumput yang bergoyang...”* Tentu saja tak akan selesai, kalau hanya bertanya pada rumput yang bergoyang. Namun paling tidak, lagu seperti ini mengajak kita merenung lebih dalam tentang berbagai krisis lingkungan yang terjadi dan akibatnya bagi manusia.

Kelangsungan hidup manusia dan planet bumi sudah lama menjadi keprihatinan manusia sedunia. Dalam “Global Forum on Ecology and Poverty”, di Dhaka, 22–24 Juli 1993, Program Lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan bahwa dunia kita sedang berada di jurang kehancuran lantaran ulah manusia. Para pakar, ilmuwan, dan aktivis lingkungan berbicara lantang tentang krisis lingkungan yang serius, sumber alam yang dijarah kelewatan batas, dan pembabatan hutan tanpa kendali, serta pembantaian jenis binatang tertentu yang terancam punah. Hari-hari khusus ditetapkan dan dirayakan agar dalam benak umat manusia selalu muncul kesadaran dan kecintaan akan lingkungan hidup.

Indonesia tak mau ketinggalan. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) “Climate Change” telah digelar di Pulau Dewata pada 3–14 Desember 2007. Berbagai agenda dibahas, dari publikasi media massa,

tersirat adanya isu-isu sensitif yang begitu alot, tetapi tidak sedikit pula kesepakatan telah dicapai. Saat itu, berkumpul sekitar 9.575 orang dari 185 negara dan 331 lembaga swadaya masyarakat (LSM) lokal dan internasional, untuk menghadiri acara Konvensi Kerangka Kerja PBB tentang Perubahan Iklim (United Nations Framework Convention on Climate Change 2007) (UNFCCC 2007).

Penyelenggaraan Konferensi Para Pihak Ke-13 dalam UNFCCC 2007 di Nusa Dua, Bali, menelan biaya sebesar Rp115 miliar dari APBN 2007. Konferensi dengan biaya sebesar itu dimaksudkan sebagai wujud perhatian pemerintah dan rakyat Indonesia terhadap masalah lingkungan hidup, terutama perubahan iklim (*climate change*) yang menyebabkan pemanasan global (*global warming*).

Pemerintah, sebagaimana disampaikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono saat itu, menyampaikan Pidato Kenegaraan dan Keterangan Pemerintah Atas RAPBN 2008 beserta Nota Keuangannya dalam rapat paripurna DRP RI (16 Agustus 2007), berharap dari ajang konferensi global di Bali ini (UNFCCC 2007) akan melahirkan suatu gagasan baru pasca-Protokol Kyoto yang lebih adil dan dapat diterima oleh semua pihak.

Sebagaimana dilaporkan Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), iklim Bumi telah berubah seperti yang disampaikan secara resmi pada KTT Bumi di Rio de Janeiro, Brasil (1992), hingga diadopsinya Konvensi Perubahan Iklim Perserikatan Bangsa Bangsa (United Nations Framework Convention on Climate Change), dan Indonesia telah meratifikasi konvensi tersebut melalui Undang Undang No. 6/1994.

Kita, barangkali kurang menyadarinya, bahwa Indonesia merupakan tiga negara di dunia (bersama Amerika Serikat dan Cina) sebagai negara pembuang emisi gas rumah kaca terbesar. Efek rumah kaca (*green house effect*) menyebabkan terjadinya perubahan iklim atau pemanasan global yang mengancam kelangsungan hidup umat manusia di muka bumi ini.⁵ Penyebab semua itu adalah carbon

⁵ Istilah efek rumah kaca (*green house effect*) diambil dari cara tanam yang digunakan para petani di daerah iklim sedang (negara yang memiliki

dioksida, metan, nitrous oksida, hydrofluorocarbons, perfluorocarbon, dan sulphur hexafluoride. Selain itu, juga disebabkan oleh perusakan hutan tropis (seperti penebangan ilegal/*illegal logging*) yang sekian lama sering terjadi di Indonesia.

IPCC didirikan untuk mengevaluasi risiko perubahan iklim akibat aktivitas umat manusia, dengan melakukan penelitian terhadap semua aspek berdasarkan pada literatur teknis/ ilmiah yang telah terjadi dan dipublikasikan.⁶ Semua anggota World Meteorological Organization (WMO) dan United Nations Environment Programme (UNEP) menjadi anggota panel IPCC ini. Panel IPCC pernah menyimpulkan bahwa “sebagian besar peningkatan temperatur rata-rata global sejak pertengahan abad ke-20 kemungkinan besar disebabkan oleh meningkatnya konsentrasi emisi gas rumah kaca akibat aktivitas (ulah) manusia”.

Penekanan pada ulah manusia terhadap alam yang berakibat pada krisis lingkungan seperti telah menjadi lagu lama. Persoalannya, mengapa masih terus terjadi dan terus dilakukan? Bagi para pemikir atau filsuf, masalah krisis lingkungan dipandang berkaitan erat dengan persoalan makna hidup yang amat dalam dari eksistensi manusia. Karena ia terkait erat dengan masa depan dan kelangsungan hidup manusia itu sendiri. Itulah sebabnya pula ia memperoleh perhatian

empat musim). Para petani biasa menanam sayuran atau bunga di dalam “rumah kaca” untuk menjaga suhu ruangan tetap hangat. Mengapa menggunakan kaca atau bahan yang bening? Hal ini disebabkan sifat materinya yang dapat tertembus cahaya sinar Matahari. Dari sinar yang menembus materi kaca tersebut akan dipantulkan kembali oleh benda atau permukaan dalam “rumah kaca”, ketika dipantulkan sinar itu berubah menjadi energi panas berupa sinar inframerah. Selanjutnya, energi panas tersebut terperangkap dalam “rumah kaca”. Demikian pula halnya salah satu fungsi atmosfer Bumi kita seperti “rumah kaca” tersebut. Gambaran tentang “efek rumah kaca” yang digunakan oleh para petani tersebut yang kini terjadi pada pemanasan global (*global warming*) saat ini.

⁶ Pada 12 Oktober 2007, IPCC terpilih sebagai pemenang Nobel Perdamaian bersama dengan mantan Wakil Presiden Amerika Serikat, Al Gore, untuk usaha mereka dalam membangun dan menyuarakan pengetahuan mengenai perubahan iklim (*climate change*) yang disebabkan oleh ulah manusia serta dalam merintis langkah yang diperlukan untuk melawan perubahan tersebut.

agama-agama dan kaum agama. Salah seorang pemikir Muslim terkemuka, Seyyed Hossein Nasr, misalnya, telah menguraikan apa yang disebutnya sebagai akar intelektual dan metafisis dari krisis lingkungan hidup.⁷ Nasr (1967) melihat bahwa krisis lingkungan itu sesungguhnya adalah gambaran dari krisis spiritual umat manusia. Nasr (1983) menawarkan visi perenialisme dan menyerukan agar prinsip-prinsip kearifan tradisional dihidupkan kembali ke dalam segala bidang kehidupan masyarakat modern, teristimewa di bidang sains.

Dalam pandangan filsuf dan intelektual Muslim tersebut, “Bentuk-bentuk alam merupakan ‘drama puitik’ tak terhingga kayanya, yang menyembunyikan berbagai Kualitas Ilahiyyah tetapi pada saat yang sama juga menyibukkan kualitas-kualitas itu bagi mereka yang mata batinnya belum dibutakan oleh ego yang sombang dan kecenderungan-kecenderungan sentripetal jiwa yang penuh nafsu.” (Nasr, 1990).

Nasr juga mengingatkan pentingnya bagi kita untuk menyadari bahwa, oleh karena krisis lingkungan bersifat global maka ia juga membutuhkan perhatian yang global sifatnya. Kita dituntut mampu menghadirkan tradisi intelektual dan etika agama yang kaya untuk mengatasi masalah ini. Kita misalnya bisa belajar dari tradisi seperti Islam bahwa di dalam ajaran agama ini terkandung kearifan mengenai alam yang dapat sangat bermakna bagi mereka yang sedang berusaha merumuskan teologi tentang alam.

Nasr tentu saja tidak sendirian. Sebutlah, misalnya, Arne Naess (1989), seorang filsuf Norwegia yang memperkenalkan konsep *deep ecology*, ekologi dalam. Frase *deep ecology* digunakan untuk melukiskan kesadaran ekologis terdalam. *Deep ecology* adalah fondasi dari sebuah cabang filsafat yang dikenal sebagai *ecosophy*. Arne Naess lebih suka menggunakan istilah *ecosophy*. Fritjof Capra mendefinisikan *deep ecology* dengan mengontraskannya dengan *shallow ecology*. Kalau *shallow ecology* bersifat *anthroposentris*, atau berpusat pada manusia. Ia memandang manusia sebagai di atas atau di luar alam, sebagai sumber semua nilai, dan alam bersifat instrumental. Maka, *deep ecology* tidak

⁷ Pemikiran yang merupakan kuliah-kuliahnya di Universitas Chicago pada 1966 ini setahun kemudian dibukukan dalam Nasr, S. H. (1967). *Man and nature: The spiritual crisis of modern man*. Unwin.

memisahkan manusia dari lingkungan alam. Ia melihat dunia bukan sebagai kumpulan objek objek yang terisolasi melainkan sebagai suatu jaringan fenomena yang secara fundamental saling terhubung dan saling bergantung. *Deep ecology* mengakui nilai intrinsik dari semua makhluk hidup dan memandang manusia hanyalah satu bagian dalam jaring kehidupan (dalam Barry, 1994).

Dalam pandangan ini, antara ekologi dan spiritualitas terkait secara fundamental, oleh karena itu seperti yang dikatakan Capra, kesadaran ekologi dalam (*deep ecological awareness*), sesungguhnya adalah kesadaran spiritual (*spiritual awareness*). Jadi, krisis lingkungan mencerminkan krisis spiritual manusia itu sendiri. Pandangan filosofis kadang-kadang terlalu mewah untuk menjelaskan kebiasaan kebiasaan atau pola tingkah laku kita sehari-hari yang telah membudaya, yang sedikit banyak berkontribusi terhadap semakin buruknya kualitas lingkungan tempat kita hidup.

Mendalami penyebab akar krisis lingkungan sebagai krisis spiritual akan membuat kita lebih peka terhadap perubahan-perubahan lingkungan yang terjadi sebagai akibat ulah dan kebiasaan manusia. Apalagi diakui bahwa kerusakan ekologis telah menyebabkan kemiskinan di Indonesia. Pemiskinan itu terjadi karena eksplorasi sumber daya alam secara berlebihan.

Duta Besar PBB untuk Millenium Development Goals (MDGs) Asia Pasifik, Erna Witoelar menyatakan perusakan lingkungan menyebabkan masyarakat semakin miskin karena rusaknya sumber daya potensial. Angka kemiskinan akan terus naik seiring dengan kerusakan lingkungan. Berdasarkan hasil evaluasi program MDGs di Asia Pasifik, pada 2006 Indonesia dinilai mengalami penurunan pencapaian target MDGs. Penyebab utamanya adalah bencana alam akibat kerusakan ekologis dan konflik politik. Mundurnya pencapaian pembangunan itu, menyebabkan masyarakat semakin miskin, akses pada sarana pendidikan dan kesehatan minim, dan lingkungan yang semakin rusak.

Lebih dari itu, pemandangan umum yang sering terlihat di kalangan masyarakat kita adalah hidupnya kebiasaan-kebiasaan buruk yang secara langsung ataupun tidak langsung berakibat pada

lingkungan alam. Kebiasaan membuang sampah sembarangan adalah salah satu ciri umum masyarakat Indonesia. Mas Tom (panggilan akrab tokoh pendidikan, Utomo Dananjaya) pernah bercerita kepada saya bahwa Cak Nur (panggilan akrab cendekiawan Muslim, Nurcholish Madjid) pernah menegur dengan keras seorang pengendara mobil yang membuang kulit pisang lewat kaca pintu mobilnya. “Cobalah beri contoh yang baik kepada masyarakat. Anda kan orang terdidik!” Kira kira begitulah Mas Tom menirukan ucapan Cak Nur yang menegur pengendara tersebut. Kita sering sekali melihat orang membuang sampah seenaknya dari kendaraan. Kita tidak tahu apakah mereka memang tidak punya perasaan, atau tahu karena akan ada lapis masyarakat bawah yang akan menyapu atau memungutnya. Tidak sulit menemukan orang yang jauh lebih mementingkan pengharum mobil ketimbang menyediakan tempat sampah seharga Rp10.000 di dalam kendaraannya sehingga ketika yang bersangkutan dan anak-anaknya makan di kendaraan, sampahnya pun dibuang seenaknya. Kita tahu betapa sulit menanamkan budaya membuang sampah kepada anak kita, karena setiap hari mereka menyaksikan di luar rumah hal-hal yang bertentangan dengan yang kita ajarkan. Bagaimana jadinya bila kita memang tidak pernah memberi contoh? Budaya membuang sampah yang buruk ini mendominasi semua lapis masyarakat, atas dan bawah, terdidik atau tidak, spiritualis atau sekuler. Inilah ciri umum masyarakat Indonesia paling menonjol setelah 65 tahun kita merdeka. Merdeka membuang sampah!

Memang, masyarakat kita adalah masyarakat yang paling cuek untuk urusan sampah. Tetapi anehnya kita belum pernah mendengar ada kampanye politik yang membawa isu penanganan sampah sebagai agenda penting. Saya sering mendengar ucapan, “Itu kan hanya sampah!” Saksikan pula setelah pasar kaget dan pasar tradisional ditutup, kita akan menemukan pemandangan sampah di mana-mana, begitu pun setelah sebuah acara atau upacara digelar di tempat-tempat publik.

Sangat disayangkan, masyarakat kita—khususnya kalangan menengah ke atasnya—yang selalu terobsesi dengan penampilan paling keren, dengan mobil mentereng dan rumah mewah, tetapi belum

berhasil membangun masyarakat sipil yang bisa membuang sampah pada tempatnya dan membentuk pemerintah yang bervisi lingkungan hidup. Tak heran kalau masyarakat masih lebih peduli membeli pesawat televisi atau telepon seluler seharga jutaan ketimbang menyisihkan uang untuk membeli tempat sampah seharga sepuluh ribuan, karena bagi mereka, “Itu kan hanya sampah!”.

Tak heran kalau sampah ada di mana-mana, dan meluapnya air saat hujan sehingga banjir, sebagian juga disebabkan sampah. Bahkan, lambatnya pembangunan kanal di Jakarta, sedikit banyak juga disebabkan kerja mengeluarkan timbunan sampah dari aliran sungai, sementara penyebab sampah berserak dan dibuang semena-mena tidak pernah dipersoalkan. Tak heran kalau dilihat dari udara, akan terbayang bahwa Indonesia sudah mulai menjelma menjadi “tong sampah raksasa” yang menampung segala hal, mulai dari produk bekas, barang bekas, dan plastik bekas.

Tentu saja masih banyak faktor penyebab krisis lingkungan yang semakin memprihatinkan. Tak heran kalau ancaman krisis lingkungan hadir dalam berbagai wajah, mulai dari yang sangat kasat mata hingga yang sangat halus sehingga tak disadari telah menjadi bagian hidup sehari-hari. Bencana kekeringan musim kemarau di beberapa wilayah, pengikisan pantai, penyusutan lahan produktif, pembabatan hutan secara tidak bertanggung jawab, kebakaran hutan, amukan badai, kelaparan, dan kemiskinan menjadi mimpi buruk di tengah utopia kemajuan. Ancaman pencemaran lingkungan (air, tanah, udara), limbah beracun, logam beracun (timbel, merkuri, dll) makanan dan minuman dengan zat kimia yang mengancam kesehatan fisik dan mental, hujan asam, pencemaran emisi kendaraan, atau bencana bencana bahan kimia menyadarkan kita bahwa masa depan yang sehat masih diselimuti kabut pekat.

Sedemikian rumitnya persoalan yang dihadapi saat dan pascabencana, menunjukkan bahwa kita kurang siap dan gagap menghadapi sejumlah bencana yang mengejutkan kita. Ketika setiap orang dituntut untuk meringankan beban yang dipikul oleh para korban bencana, kita masih berlomba dan dengan bangga mengapling wilayah bencana dan menancapkan bendera partai. Ketika bau sampah

sudah menjadi aroma seperti yang beberapa kali terjadi di kota Bandung, tetapi kita masih bangga memasang spanduk dan menancapkan bendera partai di seputar tumpukan sampah.

Nyaris tak banyak yang menyadari bahwa persoalan lingkungan bukanlah persoalan satu partai, organisasi, atau golongan. Persoalan penanganan sampah adalah persoalan penyadaran publik akan budaya merawat lingkungan, penyadaran produsen untuk menghasilkan produk ramah lingkungan, dan yang terpenting penyadaran pemerintah dan legislatif akan tanggung jawab mereka sebagai pejabat publik yang semestinya menciptakan kebijakan-kebijakan pem bangunan yang sehat dan ramah lingkungan.

Krusialnya masalah bencana alam dan isu ancaman lingkungan hidup akhir-akhir ini kian mendapatkan tekanan lewat liputan berita media. Setidaknya liputan bencana alam dan krisis lingkungan tak lagi ditempatkan di bagian belakang pemberitaan media. Isu lingkungan menjadi kepala berita dan tajuk rencana di berbagai media cetak maupun elektronik. Bahkan juga sudah menjadi kedudukan media alternatif di tingkat lokal (Chaerowati & Ibrahim, 2023). Kesadaran yang muncul karena kita tinggal di bumi yang sama. Sudah sepantasnya jika isu lingkungan menjadi keprihatinan kita semua.

Rasa ingin tahu masyarakat mengenai bencana alam, sebagian sudah terpenuhi lewat laporan berita media. Dari sini kita melihat ada pemberitaan yang lebih menekankan tragedi kemanusiaan dan korban nyawa. Ada yang menonjolkan kerugian harta benda yang diakibatkan bencana. Ada pula yang menyoroti aspek teknis yang berhubungan dengan sebab-musabab bencana dan ada pula yang menyoroti aktivitas relawan atau petugas resmi yang membantu meringankan penderitaan korban di lapangan. Ada yang menyoroti kondisi korban di ruang rawat atau di tenda-tenda darurat.

Dari laporan pemberitaan media mengenai kondisi pascagempa di Yogyakarta beberapa tahun yang lalu, kita melihat nyata sekali perbedaan tekanan fakta yang diberikan masing-masing media, yang tentu saja bergantung pada kebijakan redaksional dan kepekaan reporter/jurnalis di lapangan. Ada reporter televisi yang melaporkan proses penyaluran bantuan hanya dengan cara mengikuti patroli dan helikopter petugas

resmi pemerintah. Ada surat kabar yang menurunkan mobil penyalur bantuan lengkap dengan kru yang melaporkan daerah bencana yang kebetulan diberi bantuan. Ada pula yang menyoroti aktivitas belajar anak sekolah dan kehidupan di balik puing-puing reruntuhan, dan lain-lain.

Seumia itu hadir ke hadapan kita dalam bentuk yang telah diseleksi dan dikonstruksi oleh si wartawan/reporter di lapangan dan redaktur di meja redaksi sehingga fakta tentang bencana yang tampil di media tak bisa lepas dari pemahaman si reporter mengenai apa yang dianggap penting dan kurang penting, apa yang dianggap layak dan tidak layak diberitakan. Pilihan ini dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi si wartawan dalam merespons kejadian-kejadian yang mereka hadapi di lapangan. Ini juga dipengaruhi oleh mutu jurnalis dan medianya. Mutu laporan sebuah media akan memengaruhi pendapat dan sikap masyarakat.

Sayangnya, belum banyak media yang bisa menempatkan seorang wartawan yang secara khusus bertugas pada peliputan bencana. Di samping harus siap secara fisik, mereka jelas harus terlatih dalam seluk-beluk seputar pertolongan pertama saat bencana pula. Pengetahuan teknis, psikis, dan etis semakin menjadi keniscayaan bagi wartawan yang ingin meliput bencana lingkungan hidup. Di tengah bencana kemanusiaan, mereka dituntut membuat laporan yang bisa membangkitkan harapan dan semangat bagi korban untuk bisa keluar dari trauma pasca bencana dan menyentuh kesadaran khalayak media untuk bersikap empati terhadap penderitaan korban (Arif, 2010).

Selain itu, jurnalis dan media yang bertanggung jawab, menyajikan laporan hal ikhwal tentang bencana atau krisis lingkungan yang secara teknis harus cermat dan akurat dan tidak mendramatisasi kepedihan dan derita korban bencana sebagai komoditas berita atau keuntungan komersial semata. Penekanan pada unsur drama kejadian yang lepas dari konteks dan berlebihan bukan membangkitkan empati malahan antipati dari masyarakat. Bukan membangkitkan rasa suka malahan duka dan luka bagi korban.

Kecenderungan semacam ini akan berdampak secara psikologis bagi korba bencana. Tayangan televisi yang memperlihatkan aktivitas evakuasi korban dan rumah yang hancur secara vulgar, misalnya, justru

akan memperburuk trauma yang diderita korban. Oleh karena itu, sangat penting bagi media untuk lebih memberi perhatian terhadap korban gempa secara psikis, tidak hanya secara fisik. Media terutama televisi diharapkan memiliki kontrol dan pengendalian diri dalam pemberitaan sebagai wujud tenggang rasa terhadap korban bencana.

Karena itu, jurnalis dan media yang merasa bertanggung jawab untuk mengembalikan kondisi psikologis akibat trauma diharapkan semakin menyadari kondisi psikologis wilayah bencana dan bersikap empatik akan penderitaan korban. Setiap kisah dalam kecelakaan atau bencana, mengutip pendapat Melvin Mencher (2000) dalam *News Reporting and Writing*, “*the human toll is more important than the loss of property.*” (korban manusia lebih penting daripada kehilangan harta benda). Di samping itu, kebebasan dan keamanan jurnalis meliput bencana juga hendaknya dijamin oleh media dan pemerintah serta organisasi-organisasi yang peduli terhadap masalah bencana.

Pencegahan lebih baik daripada penanggulangan adalah ungkapan yang mulai menjadi klise. Pencegahan diawali dengan perubahan sikap dan perilaku. Perubahan sikap dan perilaku muncul setelah adanya pemahaman dan kesadaran. Demikianlah untaian nasihat lama yang tak kan bermakna ketika hanya retorika, pidato penuh slogan, dan tindakan kosmetik. Betapa tidak? Kampanye penyadaran lingkungan yang bersifat retoris: “Bersama Kita Bisa”, tidak akan berarti apa-apa, bila tidak diiringi tindakan nyata, program realistik dan agenda sistematis dan terpadu dari pemerintah (lokal dan nasional)!

B. “Jurnalisme Hijau” sebagai Advokasi

Dalam kondisi lingkungan hidup seperti saat ini dan kebiasaan masyarakat yang belum banyak berubah serta kebijakan pemerintah yang belum banyak berbuah hasil maka para pelaku jurnalisme lingkungan, atau “jurnalisme hijau” (*green journalism*), haruslah menjadi seperti ‘jurnalis advokasi’ yang menyuarakan ‘suara alam’ yang tercemar. Bukan hanya demi berita lingkungan sebagai komoditas yang lagi trendi, tetapi demi misi kemanusiaan itu sendiri. Dengan menggunakan alat terbaik yakni “Pena Hijau”, *the Green Pen*, untuk meminjam judul sebuah buku mengenai jurnalisme lingkungan (Acharya & Noronha, 2010),

ia mengangkat persoalan lingkungan menjadi sebuah “kesadaran hijau” (*green consciousness*).

Sebagaimana dikatakan oleh Lyla Bavadam (2010), “*When it comes to environmental reporting, the line between being a journalist and an activist is very fine.*” (Dalam hal pelaporan lingkungan, batasan antara menjadi seorang jurnalis dan seorang aktivis sangatlah tipis). Seorang jurnalis lingkungan juga seorang aktivis yang melakukan advokasi lingkungan lewat tulisan tulisannya yang kritis terhadap krisis lingkungan. Pertanyaan utama yang harus ditanyakan jurnalis lingkungan dalam tulisan-tulisannya adalah apakah para pembuat kebijakan, pengadilan, penegak hukum, warga, dan lain-lain serius dalam mengupayakan perlindungan dan konservasi lingkungan. Menurut Bavadam (2010), “*At the root of environmental writing is a desire to change current thinking so that people see themselves as a part of the environment and not as masters who have a right to exploit resources.*” (Akar dari penulisan lingkungan adalah keinginan untuk mengubah pemikiran saat ini sehingga orang melihat diri mereka sebagai bagian dari lingkungan dan bukan sebagai tuan yang memiliki hak untuk mengeksplorasi sumber daya).

Dari kacamata ini, jurnalisme lingkungan adalah jurnalisme yang (harus) berpihak, tetapi tetap menjaga objektivitas dan netralitas. Ini mungkin terdengar paradoks, tetapi yang dimaksud berpihak adalah berpihak pada kualitas lingkungan hidup yang sehat dan layak dihuni oleh manusia-manusia yang sehat dan beradab. Apalagi mengingat isu lingkungan telah menjadi agenda politik sejak akhir 1960-an. Sejumlah penerbitan dan asosiasi diluncurkan yang memperlihatkan bangkitnya kepedulian ilmuwan dan jurnalis yang bergerak dalam peliputan isu-isu yang terkait dengan lingkungan hidup. Sebutlah, misalnya, dengan adanya *Society of Environmental Journalists* (SEJ) (lihat <http://www.sej.org>). Kemudian, untuk menyebut beberapa penerbitan terkait, misalnya, Lori Luechtefeld menulis *Covering Pollution: An Investigative Reporter's Guide* (Investigative Reporters & Editors, 2004). Lalu, Bill McKibben menulis *American Eagle: Environmental Writing since Thoreau* (Library of America, 2008). Bernadette West, Peter Sandman, & Michael Greenberg menerbitkan *The Reporter's Environmental Handbook*. Third edition. (Rutgers University Press, 2003); dan Bob

Wyss menulis *Covering the Environment: How Journalists Work the Green Beat* (Routledge, 2008).

Peran media dan jurnalis lingkungan dalam mengangkat ke permukaan isu-isu perubahan iklim dan krisis lingkungan hidup semakin menemukan urgensinya di Indonesia. Beberapa penerbitan muncul, seperti bunga rampai yang disunting oleh Atmokusumah dkk., *Mengangkat Masalah Lingkungan ke Media Massa* (Lembaga Pers Dr. Soetomo [LPDS] & Yayasan Obor Indonesia, 1996) dan karya oleh L. R. Baskoro berjudul *Jurnalisme Lingkungan, Jurnalisme Menggerakkan* (Yayasan Karya Jurnalis Indonesia, 2003). Kemudian, catatan-catatan reflektif dan hasil kesaksian wartawan yang meliput di tanah bencana juga menyadarkan kita akan daya tahan manusia dan seberapa jauh kesiapan masyarakat dan pemerintah dalam menghadapi bencana yang datang tak terduga. (Arif, 2010). Tetapi sejauh mana jurnalisme lingkungan telah menjadi sebuah gerakan yang mendorong tindakan dan kesadaran kolektif tetap masih menjadi pertanyaan besar untuk dijawab.

Harus diakui bahwa media massa, di samping lembaga-lembaga pemerintah dan lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang tumbuh merebak di negeri ini, telah sangat memperdalam kesadaran publik akan pentingnya upaya memelihara lingkungan yang nyaman bagi kehidupan. Media massa ikut menyumbangkan berbagai pengetahuan yang berkaitan erat dengan masalah lingkungan untuk membangkitkan kesadaran itu. Sebab, tanpa pengetahuan, upaya menanggulangi masalah lingkungan mungkin malah menghasilkan kekeliruan yang mengakibatkan bencana (Atmokusumah, 1996).

Namun mempraktikkan jurnalisme yang berwawasan lingkungan juga tidak mudah. Ini diakui oleh kalangan wartawan yang peduli terhadap persoalan lingkungan. Pemberitaan atau lebih khusus lagi penulisan berita lingkungan dinilai tidak mudah, bahkan rumit. Hal ini karena melibatkan tidak hanya informasi teknis, tetapi juga ekonomi, politik, dan pertimbangan sosial. Isu lingkungan berdampak cukup besar terhadap kesehatan manusia, sering kali melibatkan perhitungan yang kompleks mengenai untung-rugi. Acapkali juga dalam isu lingkungan itu berdimensi jamak, tidak hanya satu atau dua sisi saja.

Keprihatinan terhadap persoalan lingkungan itu tidak bisa diharapkan semudah membalik telapak tangan., seperti dikatakan seorang jurnalis karena itu kita harus terus-menerus membangun kesadaran masyarakat. (Hartiningsih, 1996).

C. Masyarakat Sadar Lingkungan

Seorang penulis, Jared Diamond (2005), dalam *Collapse: How Societies Choose to Fail or to Succeed*, mengingatkan kita bahwa di antara faktor yang menyebabkan lenyapnya suatu masyarakat adalah kehancuran lingkungan yang melewati ambang batas dan kelemahan ke pemimpinan dalam menentukan pilihan-pilihan kebijakan yang tepat.

Intinya jelas bahwa bencana yang datang mendera bangsa selain disebabkan faktor alam itu sendiri, juga sebagian besar karena keisengan kita. Sudah sepatutnya sikap saling tuduh, saling merasa benar, mulai kita alihkan menjadi sikap rendah hati untuk membangun kemitraan dalam mengantisipasi dan menanggulangi bencana yang sedang dan bakal terjadi di depan kita.

Jurnalis-jurnalis lingkungan bisa bertindak sebagai penyuarai dari keinginan masyarakat agar pemerintah senantiasa mengembangkan amanat rakyat di pundaknya dan jangan gampang tergiur untuk mengalihfungsikan lahan (apalagi hutan lindung) menjadi hutan beton atau mesin penghasil polusi sehingga daerah resapan air menjadi semakin terpuruk. Para pengusaha juga harus diingatkan agar menahan diri dan tidak ter dorong terus oleh syahwat fulus semata sehingga bisa keluar dari cara berpikir “picik” dalam membangun bisnis atau perumahan di lahan milik publik yang bukan peruntukannya. Masyarakat juga harus selalu disadarkan akan pentingnya kebiasaan menjaga kebersihan lingkungan; di rumah, lingkungan sekitar, kantor, pabrik, sekolah, dan di tempat-tempat umum milik publik.

Apalagi mengingat kebiasaan kita yang tidak peduli terhadap lingkungan hidup. Mengapa, sekalipun bahaya ekologis itu sudah nyata, sering kali sikap dan perilaku kita sukar berubah? Ahli ekologi dari Universitas Padjadjaran, Otto Soemarwoto (2001) pernah mengatakan sikap sebagian pejabat, “Karena ketidakpeduliannya terhadap lingkungan hidup, mereka tidak merasa berkepentingan

untuk menanganinya, malahan merasa rugi jika menanganinya.” Mereka sulit mengubah gaya hidup dan tidak mau mengorbankan pola hidup hedonis yang sedang dinikmati dan juga tidak mau Pendapatan Asli Daerah (PAD)-nya turun.

Meski demikian, menanamkan kesadaran masyarakat yang rentan bencana bahwa mencegah bahaya lebih baik (dan lebih murah) daripada menanggulangi bencana, ternyata tidak mudah. Memersrakan masyarakat dengan lingkungan yang sehat dan bersih adalah salah satu masalah pelik yang dihadapi hampir semua negara berkembang. Ini diperparah karena faktor rendahnya pendidikan dan kemiskinan. Belum hidup budaya dan kesadaran: Bahwa menanam sebatang pohon di halaman rumah berarti mengobati bagian bumi yang luka. Bahwa mengurangi konsumsi parfum dan bahan bakar berarti mengobati paru-paru bumi. Bahwa mengurangi jumlah dan pemakaian kendaraan yang berlebihan tidak hanya berarti menghemat energi, tetapi juga mengurangi ancaman penyakit. Bahwa menghemat listrik dan air bukan sekadar menghemat uang konsumsi, melainkan juga menyiapkan lingkungan yang sehat di masa depan. Bahwa masalah lingkungan hidup bukan sekadar mata pelajaran di sekolah, melainkan menjadi keprihatinan keluarga dan kita bersama.

D. Kampanye Publik dan Masyarakat Pro-Aktif

Berbagai bencana berskala besar yang terjadi seperti gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, tanah longsor, kekeringan, dan rentetan bencana alam lainnya yang menimpa sejumlah wilayah di tanah air, hanyalah rangkaian kecil dari deretan panjang kisah bencana yang memilukan dan mendatangkan kerugian amat besar bagi kesehatan, sosial, dan ekonomi masyarakat. Sebagian bencana bahkan telah membuat kita “bangkrut” secara material dan menimbulkan trauma kejiwaan yang amat dalam.

Menyikapi kenyataan seperti ini sudah semestinya membuat kita sadar bahwa bencana-bencana besar lainnya masih menanti kita di depan kita. Untuk mengantisipasi dan mengurangi berbagai dampak bencana yang bakal terjadi di masa depan jelas akan semakin menuntut keterlibatan semua pihak, terutama pemerintah dan masyarakat yang

tinggal di daerah-daerah yang rentan bencana. Kita kian menyadari bahwa keberhasilan program kesiapsiagaan dalam rangka mereduksi dampak bencana, tidak bisa terwujud tanpa keterlibatan dan peran serta aktif masyarakat di dalamnya.

Sebagai salah satu contoh, berdasarkan pengalaman penulis pernah terlibat sebagai fasilitator untuk Palang Merah Indonesia (PMI) Pusat, dalam merancang program kampanye penyadaran masyarakat (*community awareness*) yang dimaksudkan untuk mengantisipasi bencana sehingga mereka menjadi subjek yang aktif dan bisa mengambil inisiatif tindakan secara pro-aktif untuk mengantisipasi dampak bencana dan mengurangi risiko bencana, terutama warga di kawasan-kawasan yang rentan bencana. Penyusunan program ini melibatkan cabang-cabang PMI dari 10 provinsi, termasuk Jakarta dan Jawa Barat, yang dianggap sebagai daerah yang sangat rentan bencana. Wakil-wakil PMI dari berbagai daerah menceritakan pengalamannya dalam membantu masyarakat menangani bencana, dan dari pengalaman itu disusunlah sebuah buku pedoman kampanye untuk penyadaran masyarakat yang diharapkan bisa digunakan oleh staf dan relawan PMI di seluruh Indonesia.

Dalam mengantisipasi rangkaian bencana yang menimpa bangsa, perancangan dan pelaksanaan program penyadaran masyarakat perlu dilakukan secara terencana, terpadu, dan sistematis, untuk memengaruhi perilaku masyarakat agar mereka bersikap aktif dan berperilaku proaktif dalam mencegah dan mengantisipasi dampak bencana. Untuk itu, kita perlu mengetahui mengapa orang bersikap dan berperilaku tertentu atas bencana, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat, yang akan dipengaruhi oleh latar belakang pribadi, sosial-budaya, dan lokasi tempat tinggalnya. Kita juga perlu mengetahui mengapa ada masyarakat yang mendukung suatu program penyadaran, tetapi yang lain kurang, atau bahkan menentang. Kita juga perlu lebih banyak tahu mengapa anggota warga dari suatu masyarakat juga menanggapi dan bersikap secara berbeda terhadap pesan-pesan penyadaran atas risiko bencana.

Ini menunjukkan bahwa tindakan kita untuk memengaruhi orang lain tidaklah mudah dan kompleks. Padahal, dalam berbagai situasi,

kita selalu berusaha memengaruhi sikap orang lain dan berupaya agar mereka memahami ucapan kita. Namun, perlu diingat bahwa dalam tindak komunikasi, kita bisa saja membuat orang lain paham, tetapi kita belum tentu bisa mengubah sikap mereka. Dengan kata lain, kegagalan dalam mengubah pandangan seseorang tidak sama dengan kegagalan dalam meningkatkan pemahaman. Orang bisa saja paham, tetapi mungkin saja sikap dan perilakunya tidak berubah. Orang bisa saja paham bahwa membuang sampah itu bisa berakibat fatal, tetapi belum tentu ia bersikap dan berperilaku seperti pemahamannya itu. Begitu pun orang sangat tahu dan paham bahaya merokok, tetapi tindakan mereka mungkin bisa jauh berbeda bahkan bertentangan.

Para teoretiisi komunikasi berpendapat, mendorong orang lain untuk bertindak sesuai yang diinginkan, merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam tindak komunikasi. Tetapi bukan berarti sama sekali tidak bisa dicapai. Dalam konteks penyadaran masyarakat, ada tiga hasil yang bisa diharapkan melalui komunikasi penyadaran yang efektif, yaitu pemahaman, pengaruh pada sikap, dan tindakan.

Semua itu akan berhasil bila kita mempertimbangkan faktor internal (dari dalam individu itu sendiri) dan faktor eksternal (dari luar individu) yang memengaruhi perilaku seseorang. Ada berbagai latar belakang pengetahuan, psikologis, nilai, norma, budaya, geografis, demografis, dan psikografis yang amat memengaruhi pandangan dan sikap seseorang terhadap sesuatu. Dengan pemahaman yang memadai atas faktor-faktor yang paling memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat, kita bisa menerapkan strategi media dan pengemasan pesan yang tepat dan efektif bagi peningkatan kesadaran masyarakat akan bencana.

Syaratnya, setidaknya, pertama, partisipatif. Program penyadaran masyarakat perlu melibatkan peran-serta aktif masyarakat secara maksimal dalam setiap tahapan, mulai dari proses perencanaan hingga pelaksanaan program penyadaran masyarakat. Pendekatan komunikasi yang bersifat satu arah atau dari atas ke bawah (*top-down approach*) perlu digantikan dengan pendekatan dari bawah (*bottom-up approach*) sehingga suara dan harapan masyarakat bawah perlu didengar dan dijadikan pertimbangan. Oleh karena itu, program penyadaran

masyarakat perlu menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih terlibat. Artinya, yang menempatkan setiap unsur sebagai partisipan aktif dalam aktivitas kampanye penyadaran.

Kedua, persuasif dan dialogis. Penyadaran masyarakat harus bersifat sukarela dan tanpa iming-iming, serta menjauhi pendekatan secara koersif (dengan paksaan). Prinsipnya adalah pemberdayaan (*empowerment*), bukan derma (*charity*). Untuk itu, kita perlu membujuk masyarakat agar mau bertindak seperti yang kita inginkan. Bila perlu kita menghidupkan jaringan komunikasi lokal yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan dan juga mengajak masyarakat lokal dan pemuka masyarakat selaku pembentuk opini untuk berdialog mengenai jalan pemecahan termudah dan terbaik bagi persoalan mereka dihadapi.

Bagi para jurnalis lingkungan, memahami secara mendalam suara-suara masyarakat lokal dan arti penting keterlibatan masyarakat dalam persoalan lingkungan, akan membuat liputannya semakin membumbui dengan konteks persoalan masyarakat yang mengalami musibah atau persoalan lingkungan yang dihadapi.

E. Politik Lingkungan Visioner

Jurnalis lingkungan bisa menjadi bagian penting dari bagaimana lingkungan masa depan yang diidamkan hendak kita bangun. Oleh karena jurnalis memiliki ‘alat’ untuk melakukan itu. Mereka bisa menjadi penyuarai paling keras, tetapi juga paling luas jangkauannya sehingga bisa memiliki efek yang signifikan bagi penyadaran lingkungan di berbagai lapisan masyarakat.

Harus diakui bahwa kini pilihan gaya hidup banyak orang semakin dibentuk oleh pertimbangan lingkungan: mereka sudah biasa membeli produk organik, mendaur-ulang botol bekas minuman, memilah sampah sendiri, bersepeda ke tempat kerja, dan menyimpan uang secara ‘etis’, serta berlibur sebagai *ecotourist*. Bukankah semakin nyata bahwa meskipun kapitalisme global dan gaya hidup konsumeris tumbuh, tuntutan terhadap lingkungan juga semakin lantang dan banyak.

Pada saat bersamaan, warganegara juga telah bergabung dengan kelompok-kelompok lingkungan, menandatangani petisi dan melakukan demonstrasi. Dalam dua dekade terakhir, para pelobi lingkungan telah menjadi aktor penting dalam politik nasional dan internasional, sementara pertunjukan dramatis dari para *eco-warrior* telah menjadi bagian yang akrab dari repertoar politik. Namun, masuknya kepentingan bisnis dan elit-elit teknokratis juga terus berupaya lebih kuat untuk memengaruhi keputusan-keputusan kebijakan yang paling penting. Partai-partai Hijau (*Green parties*) kini merupakan bentuk yang mapan dari politik partai di kebanyakan negara Eropa, dan telah bergabung dengan pemerintahan koalisi di beberapa negara, sementara partai-partai yang mapan telah mengadopsi “retorika hijau” dalam kampanye politik dan retorika kebijakan mereka.

Namun, politik elektoral tetap didominasi oleh isu-isu tradisional, seperti kondisi ekonomi, pajak, aturan publik, dan kebijakan kesejahteraan. Pemerintah di mana-mana telah memperkenalkan sejumlah besar kebijakan dan regulasi proteksi lingkungan, dan kebanyakan negara secara formal berkomitmen pada prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), tetapi prioritas masih selalu diberikan pada pertumbuhan ekonomi daripada perlindungan lingkungan. Upaya-upaya untuk membangun kerja sama internasional menghadapi masalah lingkungan global, seperti perubahan iklim telah menjadi perhatian utama diplomasi internasional, tetapi negara besar seperti Amerika Serikat tetap saja menolak kesepakatan untuk membatasi dan mengurangi emisi tak memadai seperti yang terkandung dalam Protokol Kyoto sehingga industrialisasi yang cepat dari kekuatan-kekuatan utama seperti Cina dan India merasa tidak terlalu perlu membuat komitmen apa pun.

Meskipun tak diragukan lagi bahwa isu lingkungan telah memiliki dampak yang besar terhadap politik kontemporer, tetapi tanggapan pemerintah di negara-negara berkembang mengenai masalah lingkungan menjadi hal yang dianggap biasa sehingga memunculkan pemikiran sinis dari kalangan media bahwa barangkali tak banyak hal yang benar-benar berubah. Teka-teki ini merupakan tantangan yang

dihadapi politik lingkungan sehingga secara cepat telah menjadi suatu subjek penelitian politik yang mapan.⁸

Akhirnya, krisis lingkungan dan perubahan iklim global yang dramatis menuntut perubahan visi dari pemangku kebijakan di berbagai negara agar mencurahkan kebijakannya untuk menghadapi masalah krusial bagi masa depan kemanusiaan ini. Pemerintah yang miskin visi lingkungan adalah pemerintah yang tidak favorit pada abad ini dan masa datang. Upaya menghidupkan gerakan “jurnalisme hijau” perlu terus dilakukan agar kita memiliki keyakinan dan ketegaran untuk menghijaukan kebijakan dan gaya hidup pemerintah yang akan kita pilih di masa depan. “Jurnalis hijau”—bukan jurnalis yang masih hijau—bisa berada di garis paling depan dalam agenda monumental ini. Bukan demi apa-apa, tetapi demi anak cucu kita juga. Agar tidak terjadi seperti kisah sungai di kampung kami seperti yang dikisahkan di awal bab ini.

Memahami politik lingkungan global dan mengaitkannya dengan desain politik lingkungan nasional yang sedang berjalan, akan membuat seorang jurnalis lingkungan mampu mengaitkan persoalan nasional dalam konteks global, dan sebaliknya. Seperti diingatkan para ahli bahwa sebuah pemerintah yang hanya menekankan pertumbuhan ekonomi dengan menganaktirikan persoalan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan hanya menunjukkan kemiskinan nalar dan kemiskinan visinya. (Beckerman, 2002).

⁸ Politik lingkungan merupakan subjek yang luas dengan tiga komponen inti, yakni: (1) kajian tentang teori dan gagasan politik yang berkaitan dengan lingkungan; (2) kajian tentang partai politik dan gerakan lingkungan; dan (3) analisis pembuatan kebijakan publik dan implementasinya yang berdampak pada lingkungan di tingkat internasional, nasional dan lokal. Untuk lebih jauh, lihat Carter, N. (2007). *The politics of the environment: Ideas, activism, policy*. Second edition. Cambridge University Press. Untuk politik lingkungan di Asia Tenggara, lihat Hirsch, P. & Warren, C. (1998). *The politics of environment in Southeast Asia*. Routledge.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB III

Jurnalisme untuk Kaum Miskin dan Semiotika Kemiskinan

“Di sebelah demokrasi politik harus pula berlaku demokrasi ekonomi. Kalau tidak, manusia belum merdeka, persamaan dan persaudaraan tidak ada. Sebab itu cita-cita demokrasi Indonesia ialah demokrasi sosial, meliputi seluruh lingkungan hidup yang menentukan nasib manusia. Cita-cita keadilan sosial yang terbayang di muka, dijadikan program untuk dilaksanakan di dalam praktik hidup sehari-hari.”

(Bung Hatta)

Kurus dan jangkung, Palagummi Sainath terlihat seperti diberkahi postur setegar karang. Tak diragukan kesan ini muncul karena ia sering melakukan perjalanan reportase ke pedesaan India yang panas. Ada waktu-waktu ketika ia harus menunggang gajah, sebagai satu-satunya cara mencapai beberapa desa yang diliputnya. Sainath (begitulah ia lebih suka disapa) juga bergaya hidup agak asketik. Ia tak pernah menyentuh alkohol, karena tak ingin penilaianya melantur meski hanya sekejap. Ketenangan, disertai selera humor yang hebat dan komitmen mutlak pada kemiskinan negerinya, tak diragukan telah membantu membuat Sainath menjadi salah seorang jurnalis terkemuka India.⁹

⁹ Deskripsi mengenai sosok P. Sainath di sini banyak menyandarkan pada tulisan dan wawancara Roach, C. (1999). Journalism for people: An interview with P. Sainath. *Media Development*, Vol. 2.

Lahir di Madras pada 1957, Sainath mendalamai sejarah di Universitas Jawaharlal Nehru, sebelum memulai kariernya dalam jurnalisme. Selama sepuluh tahun ia menjadi deputi *chief editor* dari sebuah mingguan Asia Selatan yang besar di Mumbai: *The Blitz*. Pada 1993, setelah menerima *fellowship* dari *Times India*, ia meninggalkan jabatannya di *The Blitz* dan mulai melakukan perjalanan panjang dan luas ke wilayah-wilayah pedesaan India, untuk membuat reportase mengenai kehidupan sehari-hari penduduk desa-desa paling miskin di kawasan itu. Reportasenya tentang orang-orang biasa yang berjuang melawan rintangan yang amat berat—termasuk terhadap pejabat lokal dan nasional—muncul di *Times India* dan sejak itu dipandang sebagai suatu karya klasik jurnalisme. Pada 1997, artikel-artikel Sainath diterbitkan dalam sebuah kumpulan tulisan berjudul, *Everybody Loves a Good Drought: Stories from India's Poorest Districts* (Penguin India, 1997). Pada 1998, Penguin UK juga menerbitkan edisi buku ini, kemudian diulas secara luas dan mendapat pujian dalam pers internasional.

Nama Sainath melejit dan usahanya tiada sia-sia. Ia menyaksikan kehidupan kaum miskin, mendengarkan suara mereka, dan menyampaikannya ke publik India dan dunia internasional. Ia adalah jurnalis untuk kaum papa. Seperti pernah dikatakannya, ia tidak pernah berharap bukunya akan mendapat sambutan seperti itu. Namun, karyanya telah dianggap sebagai sebuah ‘buku jurnalis’. Di Skandinavia, Inggris, dan Kanada, orang-orang mengatakan bahwa karya Sainath relevan dengan persoalan negara mereka. Di Inggris, ia digunakan oleh para jurnalis untuk meliput isu-isu kemiskinan di tingkat lokal. Bahkan, kemudian ia digunakan oleh lebih dari 30 universitas di seluruh dunia, termasuk di Inggris, Kanada, dan Australia.

Sainath telah menerima beberapa penghargaan atas karyanya itu, termasuk *fellowship* Jawaharlal Nehru yang dinilai bergengsi bagi jurnalis. Pada musim gugur tahun 1998, Sainath menjadi seorang Distinguished Visiting Professional pada Program Internasional di Universitas Iowa. Di sini ia berbicara tentang banyak topik, termasuk Yayasan Pers Pedesaan yang ia rintis di India, proyek reportasenya di Dalits—sebuah daerah sangat miskin di India—and filosofi jurnalisme yang dipegangnya. ‘Dalits’ dikenal sebagai yang ‘tak tersentuh’ (*the*

untouchables) di India. Gandhi merujuknya sebagai ‘*harijans*’—secara harfiah berarti ‘*children of God*’, ‘anak Tuhan’—meski secara legal istilah ini berarti ‘kasta yang tetap’.

Apa yang telah Sainath lakukan? Ia menuliskan kisah orang-orang yang harus bertahan hidup di daerah seperti itu. Ia berbicara tentang apa yang disebutnya sebagai penghianatan pers India terhadap kelas pekerja. Sainath mendirikan ‘Counter-Media Foundation’ supaya uang yang diperoleh dari penjualan bukunya bisa kembali ke desa-desa tempat ia melakukan reportase. Yayasan ini memberikan dua penghargaan jurnalisme tahunan untuk liputan pedesaan atau kota kecil. Penghargaan khususnya ditargetkan bagi jurnalis perempuan. Untuk imbalan hadiah ini, para penerima diharuskan menulis sebanyak 10 artikel selama satu tahun mengenai orang-orang yang termarjinalkan di India.

Sainath amat bangga mengidentifikasi dirinya dengan “warisan jurnalisme India”. Baginya, pers India adalah anak kandung perjuangan kebebasan. Kebanyakan figur penting yang terlibat dalam perjuangan ini adalah jurnalis. Gandhi adalah jurnalis prolifik paling terkemuka sepanjang masa. Gandhi telah menulis dalam satu tahun lebih banyak daripada yang telah ditulis Sainath dalam 18 tahun.

Sayangnya, dalam pandangan Sainath, kebanyakan pers memfokuskan pada kelas menengah, meski sejak 1991 penderitaan kaum miskin telah meningkat secara dramatis. Menurut Sainath, pers perlu didorong untuk memfokuskan pada persoalan ini. “Apa yang saya coba lakukan adalah melihat strategi bertahan hidup kaum miskin, yang merupakan jurnalisme yang jauh lebih menarik. Saya mencoba untuk tidak berfokus pada ‘peristiwa’ tetapi pada ‘proses’ kemiskinan,” demikian kata Sainath (Roach, 1999). Di India, mungkin dalam hal tertentu bisa juga terjadi di Indonesia, kita menyaksikan apa yang disebut beberapa penulis sebagai situasi ‘kelaparan tak terlihat’ (*invisible hunger*). Kita tidak memiliki situasi kelaparan akut (seperti terjadi di Somalia atau Sudan) tetapi jenis penderitaan rakyat yang lebih umum. Di hadapan eksplorasi yang ekstrem, kita bisa melihat anak kecil seperti orang tua atau sebaliknya, orang tua seperti anak kecil yang hampir sekarat karena kelaparan atau kekurangan gizi. Biasanya

media kita menggunakan eufemisme baru untuk ini, seperti ‘gizi buruk’ atau ‘busung lapar’ dan kemudian stunting atau *tengkes* (Ibrahim et al., 2023). Dalam sepuluh tahun terakhir, penggunaan kata ini mulai menjadi biasa di media kita.

“Dalam reportase saya,” demikian kata Sainath, “saya terlibat dalam pertempuran untuk merebut hati dan pikiran. Mengapa saya harus menyerahkan pembaca pers kepada para baron pers besar? Saya ingin mengembalikan pers India ke misi awalnya” (Roach, 1999). Tampaknya, inilah misi awal Sainath seperti terangkum dalam filosofi jurnalismenya,

Jurnalisme terbaik selalu datang dari para pembangkang. Tidak ada yang namanya jurnalis mapan yang baik, yang ada hanyalah stenografer yang baik. Dan, di sini saya akan kembali ke Tom Paine. Ia mempraktikkan satu-satunya jurnalisme yang layak dipraktikkan: jurnalisme yang didasarkan pada komitmen kepada rakyat biasa, pada cita-cita demokrasi yang sangat agung, dan pada perbaikan kondisi kehidupan rakyat di sekitarnya. Perbedaan antara tulisan-tulisan Paine dan jurnalisme akhir abad ke-20 adalah perbedaan antara jurnalisme untuk rakyat dan jurnalisme untuk pemegang saham. Saya percaya pada yang pertama (Roach, 1999: 4).

India terbukti telah melahirkan beberapa orang-orang hebat di bidang tertentu. Saksi, pemikir, dan pelaku sejati yang berjuang agar kaum miskin menyadari mengapa mereka miskin, mengajak mereka mencari solusi untuk keluar dari situasi suram itu, dan untuk kemudian meraih tempat yang paling mungkin dan layak di dunia yang mereka huni ini. Karena mereka memiliki hak yang sama seperti orang lain untuk hidup secara wajar.

A. Kemiskinan Tanpa Demokrasi

Sejak lama ilmu-ilmu sosial mencurahkan perhatian mendalam mengenai gejala kemiskinan di berbagai tempat di dunia baik di pedesaan maupun di perkotaan. Berdasarkan kajian-kajian mengenai kemiskinan yang ada, pendekatan mengenai kemiskinan bisa dibagi

atas dua kategori. Pertama, pendekatan kebudayaan yang berpandangan bahwa banyak perilaku “menyimpang” dari orang miskin yang sebenarnya normatif dan ditransmisikan melalui sosialisasi, seperti konsep ‘kebudayaan kemiskinan’ yang dikemukakan oleh antropolog Oscar Lewis.¹⁰ Kebudayaan kemiskinan dianggap merupakan cara hidup khas yang dikembangkan oleh stratum terbawah masyarakat kapitalistik dalam upaya menanggapi kondisi deprivasi ekonomi yang senjang. Kedua, pendekatan struktural yang memandang orang miskin sebagai sub-masyarakat yang tertekan oleh kekuatan dari luar yang bersifat eksploratif. Tekanan-tekanan struktural seperti politik dan ekonomi mengakibatkan sejumlah orang dalam populasi terdorong ke posisi yang tak menguntungkan (Saifuddin, 2007). Ketika masih hidup, Romo Y. B. Mangunwijaya, misalnya, sering mengatakan bahwa kemiskinan itu bersifat struktural. Orang menjadi dan tetap miskin karena dimiskinkan oleh struktur yang tidak adil (dalam Alfian et al., 2007; Swasono et al., 1988).

Kemudian, peraih Nobel Bidang Ekonomi 1998 dari India, Amartya Sen, yang dengan perinci berbicara tentang kaitan antara kebebasan, demokrasi, dan kemiskinan. Ia tidak hanya berbicara di level teoretik, tetapi juga dengan bukti-bukti empirik. Ia melihat bagaimana corak pemerintahan dan sikap penguasa sangat memengaruhi kadar kemiskinan bangsa itu. Dalam pandangan Sen, pihak penguasa memiliki dorongan untuk mendengar apa yang diinginkan rakyat jika mereka diharuskan menghadapi kritikan rakyat dan memperoleh dukungan rakyat dalam pemilihan umum. Dengan demikian, tidak mengherankan sama sekali bahwa kelaparan secara substansial tak pernah terjadi di negara independen dengan bentuk pemerintahan demokratis dan pers yang relatif bebas (Sen, 2000).

Bencana kelaparan hanya terjadi di kerajaan-kerajaan kuno dan masyarakat masa kini yang otoritarian, di komunitas suku primitif, dan

¹⁰ Konsep ‘budaya kemiskinan’ digunakan untuk pertama kalinya oleh Oscar Lewis pada tahun 1959 dalam bukunya, *Five families: Mexican case Studies in the Culture of poverty*. Istilah ini memang menarik, dan secara luas telah digunakan dan juga disalahgunakan. Ini diakui juga penulisnya. Lihat Lewis, O. (1966). *The culture of poverty*. Dalam *La Vida*. Random House.

di negara diktator teknokratis, dalam ekonomi kolonial yang dijalankan oleh negara-negara imperialis dari Utara, dan di negara negara baru merdeka di Selatan yang dijalankan oleh pemimpin nasional yang despotik atau oleh partai tunggal yang tidak toleran.

Akan tetapi, kelaparan tak pernah mewujud di negara mana pun yang independen, yang mengadakan pemilu secara teratur, yang memiliki partai-partai oposisi untuk menyuarakan kritik, dan yang membolehkan surat kabar untuk membuat laporan secara terbuka dan mempertanyakan kebijakan pemerintah tanpa banyak sensor (Sen, 2000). Oleh karena itu, dalam keyakinan Sen (2000), “Kebebasan harus dilihat sebagai tujuan akhir pembangunan sekaligus sarana utamanya.” Peran instrumental demokrasi (mencakup pemilu, politik multipartai, media yang bebas, dan lain-lain) dalam memastikan bahwa pemerintah benar-benar menanggapi kebutuhan dan kesulitan rakyatnya memiliki signifikansi praktis yang besar (Sen, 1999).

Kini setelah reformasi bergulir, pemilu berjalan mulus, dan pintu kebebasan pers kian terbuka, meski tak jarang ditutupi oleh adanya arogansi segelintir elit, persoalan kemiskinan muncul di ruang publik, menjadi isu menjelang pemilu dan komoditas politik yang hangat dibicarakan. Sebagian bersilat lidah tentang angka-angka statistik untuk menunjukkan adanya penurunan persentase kaum miskin. Jika kita sepakat bahwa memang terjadi penurunan angka kemiskinan yang signifikan, tetapi kata sebagian yang lain, mengapa pengemis dan anak jalanan masih dengan mudah bisa dijumpai di terminal-terminal, angkutan umum, dan bahkan di jalan-jalan utama di ibu kota. Berdalih dengan angka-angka, di tengah wajah kemiskinan yang disaksikan sehari-hari, hanya cara mudah untuk menutupi kenyataan sebenarnya bahwa setelah lebih dari delapan dekade merdeka, kita belum bisa

memperbaiki kondisi kehidupan kaum paling miskin.¹¹ Agak aneh di tengah kemewahan hidup segelintir lapis masyarakat, masih ada rumah tinggal rakyat yang beratap langit dan berlantai tanah. Mari kita renungkan bagaimana kondisi kehidupan rakyat dibandingkan kemegahan gedung-gedung tempat orang-orang pintar berkumpul, yang anehnya tak jarang dengan mengatasnamakan mereka juga. Di beberapa organisasi, lembaga, yayasan, atau sekolah, para pengelolanya masih ada yang bisa hidup bermewah-mewah sementara bangunan dan fasilitas untuk pegawai atau siswanya memprihatinkan.

Gambaran seperti itu merupakan potret masih hidupnya ketidakadilan yang sudah pasti akan dikecam oleh Proklamator, Bung Karno dan Bung Hatta. Sudah jauh-jauh hari, Bung Hatta mengingatkan bahwa demokrasi politik saja tidak dapat melaksanakan persamaan dan persaudaraan. Menulis pada 1956, Bung Hatta lebih jauh mengatakan:

“Di sebelah demokrasi politik harus pula berlaku demokrasi ekonomi. Kalau tidak, manusia belum merdeka, persamaan, dan persaudaraan tidak ada. Sebab itu cita-cita demokrasi Indonesia ialah demokrasi sosial, meliputi seluruh lingkungan hidup yang menentukan nasib manusia. Cita-cita keadilan sosial yang terbayang di muka, dijadikan program untuk dilaksanakan di dalam praktik hidup sehari-hari.”¹²

¹¹ Suatu cara pandang mengenai kemiskinan dari sudut manusia sebagai subjek belum memperoleh kedudukan yang memadai dalam kajian-kajian mengenai kemiskinan di Indonesia. Kalaupun ada maka kajian-kajian tersebut hanya diperlakukan sebagai pendukung bagi angka-angka statistik dalam kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan. Pandangan kritis tentang ini, misalnya, bisa dilihat kembali dalam Saifuddin, A. F. *Kemiskinan di Indonesia: Realita di balik angka*. Tulisan ini adalah ringkasan pidato ilmiahnya ketika dikukuhkan sebagai Guru Besar Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Indonesia (UI), 24 Januari 2007, Depok.

¹² Untuk lebih jauh lihat M. Hatta (1956, 27 November). *Lampau dan datang*. Pidato pada penerimaan gelar Doktor Honoris Causa dari Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta. Pidato ini dimuat kembali dalam Hatta, M. (1985). *Membangun ekonomi Indonesia: Kumpulan pidato Iimiah*. Inti Idayu Press, lihat khususnya, hlm. 7.

B. Hakikat Kemiskinan

Kita akan lebih mengenal kemiskinan bila menghadapinya, namun tetap tidak mudah mendefinisikannya secara objektif. Oleh karena itu, perdebatan sering berkuat pada soal definisi kemiskinan. Misalnya, ada pandangan yang menekankan pada faktor pendapatan. Sudah tentu, pendapatan seseorang tak sepenuhnya merupakan ukuran yang tepat, karena faktor pendapatan tidak menyatakan bagaimana sesungguhnya situasi hidup mereka. Oscar Lewis (1988) memperkenalkan konsep “kebudayaan kemiskinan” dalam *Five Families: Mexican Case Studies in the Culture of Poverty* yang tersohor itu, mendefinisikan kemiskinan sebagai “ketidaksanggupan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan dan keperluan-keperluan material seseorang” (Lewis, 1969). Kemiskinan dilihat sebagai “tiadanya kemampuan untuk memperoleh kebutuhan-kebutuhan pokok.” Kebutuhan ini dianggap pokok, karena kebutuhan-kebutuhan tersebut menyediakan batas kecukupan minimum untuk hidup manusia (Ath-Thawil, 1985). Lewis memandang perlu menelaah benda-benda yang dimiliki orang miskin karena merupakan ungkapan nyata dari kehidupan yang mereka jalani. Oleh karena itu, perlu mengetahui secara sistematis harta milik dari kalangan keluarga miskin yang tinggal di daerah kumuh atau pinggiran.

Pandangan Lewis tentang pentingnya mengkaji kepemilikan benda-benda konsumsi, dua dekade kemudian diperkuat oleh pandangan teoretisi budaya kritis bahwa perubahan sosial dan aktualisasi diri berlangsung tumpang tindih. Di dalam masyarakat konsumtif yang sedang mengalami perubahan, aktualisasi diri diwujudkan dalam pemilikan benda-benda tertentu untuk menegaskan perbedaan diri dari orang lain, pada saat yang sama juga sebagai cara untuk membangun perasaan komunitas di antara anggota kelompok yang memiliki selera budaya dan budaya selera yang sama ini. Dalam kata-kata Anthony Giddens (1991), “Proyek diri diterjemahkan menjadi kepemilikan barang-barang yang diinginkan dan pengejaran gaya hidup yang dibingkai secara artifisial... Konsumsi barang-barang yang selalu baru menjadi pengganti pengembangan diri yang sejati.” Proyek diri diterjemahkan menjadi proyek kepemilikan benda-benda

yang diinginkan dan pengejaran gaya hidup yang dibingkai secara artifisial.

Konsumsi dan waktu luang merupakan lahan identitas baru yang dimainkan oleh banyak individu. Tetapi permainan itu mungkin agak aneh, yakni bergesernya investasi untuk identitas. Menurut teoretisi kritis, di bawah kondisi ini, bidang konsumsi tak menyediakan ruang bagi komitmen, kepercayaan, dan solidaritas—penanda (*hallmarks*) dari *genuine community*. Sebagai alternatif, benda-benda di pandang sebagai fasilitator dari *authentic community*. Sebagaimana dikemukakan oleh McCracken (1998), benda-benda “menjadi sebuah medium dimana makna budaya (*cultural meaning*) dapat dimanipulasi dengan berbagai cara. Benda-benda membuka peluang bagi suatu komunitas untuk mengekspresikan dan mengkontemplasikan makna budaya di dalam sebuah medium daripada bahasa lain, dan untuk melakukan itu dengan cara-cara yang secara positif membantu baik untuk pembaruan maupun pemeliharaan makna-makna ini.”

Di Indonesia, hasrat kepemilikan benda-benda yang diinginkan itu, dalam banyak kasus sebagian besar sulit terjangkau dan begitu kentara di kalangan masyarakat menengah atas maupun bawah. Di kalangan orang Indonesia, segala sesuatu yang baru dan bagus biasanya lebih dihargai, sementara yang lama dianggap merepresentasikan nilai pertanian yang sudah usang dan karena itu harus diganti atau dibuang.¹³ Hasrat mendukung gaya hidup ini dalam dua dekade terakhir diperkuat pula oleh budaya kredit dan budaya utang yang dipermudah prosesnya lewat berbagai jalur peminjaman, termasuk pinjaman daring atau pinjol (pinjaman *online*). Orang-orang dengan penghasilan biasa dengan sedikit nekat dan gaya hidup yang berselera tinggi langsung bisa merasa menjadi bagian dari lapis ‘komunitas orang berada’ secara instan berkat sistem ini. Kita tidak perlu sepenuhnya menyalahkan mereka karena memang inilah gejala umum keberhasilan kapitalisme mendidik manusia Indonesia, mulai dari kaum elit hingga rakyat jelata. Tak perlu

¹³ Dalam kata-kata Hans Antlöv, “*Everything new and good is credited to the middle class; what is traditional represents peasant values and must be dissolved.*”

Lihat Antlöv, H. (1999). The New rich and cultural tensions in rural Indonesia. Dalam Pinches, M. (ed.), *Culture and privilege in capitalist Asia*. Routledge.

heran, kalau di tempat kerja orang lebih sering bersemangat menuntut hak daripada melaksanakan kewajibannya. Ketika menduduki suatu jabatan publik, sebagian akan menganggap organisasi/lembaga itu seolah milik (keluarga)-nya sehingga merasa perlu mempertahankan jabatan itu, dan mewariskannya ke keturunannya, kalau perlu sampai mati. Ingat jabatan adalah simbol status bagi mereka, dan dengan itu, mereka bisa mendapatkan banyak penghormatan daripada pengabdian.

Begitupun kepemilikan barang-barang mewah (rumah, mobil, pakaian, perhiasan seperti jam tangan, kacamata, telepon seluler, dan sebagainya.) telah menjadi obsesi dan ungkapan kekayaan atau ekspresi kesuksesan dari kebanyakan orang di Indonesia (Robison & Goodman, 1996). Meski gaya hidup global ini harus ditopang di bawah kondisi lokal yang memprihatinkan. Gaya hidup simbolik telah menjadi cara hidup orang Indonesia (Gerke, 2000; Gerke, 1995). Memang untuk soal kemajuan selera gaya hidup, setidaknya seperti yang terlihat secara simbolik, kita patut mengacungkan jempol untuk kebanyakan rakyat Indonesia. Kita pantas takjub menyaksikan prestasi ekonomi sebagian kelas menengah Indonesia dan bagaimana cara mereka memaknai keberhasilan itu. Betapa tidak? Dibandingkan dulu, kini kita bisa melihat sudah banyak anak muda dan remaja yang, sekalipun belum punya penghasilan, tetapi sudah biasa menggunakan mobil bagus untuk ke sekolah atau ke kampus.¹⁴ Aroma sebagian mereka pun semakin wangi-wangi. Kata sebagian dari mereka, mereka memang ingin kelihatan

¹⁴ Sejak awal 1990-an bahkan Sarlito Wirawan Sarwono sudah menyebut munculnya fenomena gaya hidup ‘bos’ kecil. Mereka yang belum punya penghasilan apa-apa tetapi sudah bergaya dan diperlakukan seperti seorang bos. Berkat kelonggaran orang tuanya yang memang merasa serba ada dan serba-memanjakan anak-anaknya sehingga sejak kecil mereka sudah berlagak seperti bos sungguhan, ke sekolah atau ke kampus dengan mobil mentereng atau sopir pribadi. Menurut Sarwono, sekali orang berada pada tingkat menikmati fasilitas dan status seperti itu maka sulit baginya untuk menurunkan lagi ke tingkat yang lebih rendah (misalnya, naik bus kota, diam di rumah setiap malam minggu dan sebagainya). Dengan meminjam istilah Abraham H. Maslow, dapat dikatakan, bahwa orang sulit atau tidak dapat turun dari tingkat kebutuhan yang sudah tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Lihat Sarwono, S. W. (1997). Gaya hidup kawula muda masa kini. Dalam I. S. Ibrahim (Ed.), *Ecstasy gaya hidup: Kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia*. Mizan.

paling ‘kinclong’. Jelas mereka tidak suka berkeringat. Mereka adalah potret “generasi televisi” ketimbang “generasi buku” (Ibrahim, 1999). Obsesinya menjadi orang *beken* dengan instan. Mereka lebih bergairah di kafé atau mal daripada di ruang kuliah apalagi perpustakaan. Dulu, setidaknya sampai awal 1990-an, anak-anak orang kaya masih biasa naik angkutan umum, meski di rumahnya mungkin punya 2 atau 3 mobil bagus. Sekarang, kalaupun ada, sudah barang langka. Sama halnya dengan yang penghasilan pas-pasan pun tak mau ketinggalan gagah-gagahan. Hal tersebut membuat tempat parkir kampus kini lebih diperhatikan daripada perpustakaan untuk memuaskan selera generasi ini. Ruang parkir mengalahkan ruang pikir. Kalau dulu di ruang kuliah lebih menonjol bau badan mahasiswa (setelah berdesakan naik bus kota), sekarang bau parfumlah yang lebih dominan. Harus diakui ini adalah bentuk lain dari perayaan kemajuan. Siapakah orang tua yang tak bangga menyaksikan ‘anak-anak bangsa’ yang wangi-wangi ini? Akan tetapi, tak salah juga kalau mungkin ada yang risau dan mencoba bertanya-tanya: Bagaimanakah sebuah ‘generasi anak manja’ (harap jangan disalahpahami dengan ‘anak jarang mandi’) seperti ini akan bisa bersaing dengan generasi-generasi muda dari negara-negara Asia Tenggara yang lain? Jawabannya mungkin agak buram.

Memang saat ini orang sudah tidak malu-malu lagi, alih-alih ragu, memperlihatkan diri mereka kaya dan sekaligus taat beragama. Buat apa susah bekerja, kalau harta hanya disimpan. Kesuksesan, keberhasilan, dan kekayaan harus dirayakan dan diarak di ruang publik.¹⁵ Apalagi kebanyakan orang di Indonesia akan menilai keberhasilan seseorang dari apa yang seseorang pakai dan di mana dia tinggal. Kamus kata ‘sederhana’ akan diterjemahkan sebagai idealisme atau orang yang tidak bisa memanfaatkan kesempatan. Di tempat kerja atau dalam pergaulan sehari-hari, orang cenderung akan menilai (dan dalam tingkat tertentu juga menghormati/menghargai) kita dari penampilan kita. Orang akan peduli dengan pakaian kita. Mereka akan membicarakan secara

¹⁵ Sudah sejak dulu kebiasaan memperlihatkan kemewahan hidup sebagai ungkapan kesuksesan seseorang adalah bagian dari budaya elit pribumi di Nusantara. Lihat, misalnya, uraian sejarawan Onghokham ini dalam tulisannya, Show kemewahan, Suatu simbol sukses. Dalam I. S. Ibrahim (Ed.) (1997).

istimewa mobil apa yang dipakai seseorang dan seberapa bagus rumahnya. Mobil, sebuah sarana yang hanya berfungsi untuk mencapai satu tempat ke tempat lain, tetapi bagi orang Indonesia adalah sebuah simbol status kesuksesan dan kemapanan. Orang akan berlomba mati-matian memiliki mobil bagus. Sebagian di antaranya akan risih kalau Anda lebih sederhana dari mereka. Apalagi kalau tahu bahwa penghasilan Anda sama atau bahkan lebih dari mereka. Mereka tidak akan ragu mengatakan bahwa Anda orang yang tidak bisa mengatur uang. Bahkan mereka akan bilang *nyentrik*, *nyeniman*, idealis, atau embel-embel dengan bahasa agak meremehkan. Mereka jelas tidak tahu bahwa lebih dari 1 miliar penduduk bumi hidup dengan uang kurang dari 1 dolar sehari. Meskipun mereka mungkin bisa menangis tersedu-sedu saat mendengar khotbah yang sengaja memeras air mata soal kemiskinan dan kedermawanan.

Semua itu sebenarnya lebih banyak mencerminkan bahwa kebanyakan orang Indonesia adalah orang yang paling tidak siap hidup sederhana. Mereka malu kalau kelihatan miskin (Saifuddin, 2007). Mungkin karena terlalu lama merasa miskin dalam alam pikiran terjajah sehingga kemerdekaan dianggap sebagai ungkapan kekayaan. Mungkin pula ini potret keberhasilan “sekolah imajiner” yang diperoleh lewat acara-acara sinetron padat gaya hidup dan iklan-iklan yang menjanjikan kebahagiaan seketika dengan kepemilikan barang konsumsi tertentu. Televisi adalah sekolah gaya hidup paling sukses dan memikat abad ini. Acara-acara televisi tertentu telah menjadi “agama baru” tempat ritual-ritual pemasaran selera dan gaya hidup yang mengukuhkan watak feodalisme dan konsumtivisme yang membuat pandangan hidup materialis menguasai sebagian benak pemirsanya yang sehari-hari hidup dalam persaingan gaya hidup yang diimpikan itu.

Ini mengingatkan apa yang pernah dikatakan oleh cendekiawan Muslim, Cak Nur (panggilan akrab Nurcholish Madjid) mengenai kebiasaan yang harus ditumbuhkan di kalangan anak muda, yakni ‘menunda kesenangan’ (*delayed gratification*). Terutama di tengah-tengah tawaran gaya hidup: *Enjoy now!*. Dalam dunia seperti ini, terasa aneh kalau kata ‘sederhana’ masih kita sebut-sebut di ruang sekolah atau kuliah.

Tentu saja, sangat berbeda terpaksa hidup dalam kemiskinan dan memilih hidup sederhana, meskipun mungkin dari luar akan terlihat sama. Dalam Islam, misalnya, dikenal kata *qana'ah*, untuk menunjukkan sikap senang dengan apa yang sudah dihasilkan dan dimiliki, dan *zuhud*, untuk menunjukkan sikap asketis, penolakan terhadap kemewahan dunia. Sayangnya, dua kata ini sering kali disalahpahami. Sikap ini tentu saja bukan jadi pemberaran untuk hidup bermalas-malas. Bermalas-malasan dalam memperoleh hak-hak asasi seseorang bukan cermin dari sikap tersebut.

Ternyata, kembali menurut Oscar Lewis, objek-objek kebendaan yang dimiliki orang miskin pun bisa berbicara banyak tentang pemiliknya. Dalam belitan kemiskinan orang masih perlu memperhatikan gaya hidupnya. Lewis mengajak kita mengajukan sederet pertanyaan seperti ini. Berapa bagian dari penghasilan kaum miskin yang dibelanjakan untuk perlengkapan rumah, pakaian, sarana peribadatan, barang-barang mewah, dan obat-obatan? Berapa banyak barang baru yang mereka beli? Berapa banyak merupakan barang bekas? Sejauh mana mereka bergantung pada barang hasil pemberian atau hadiah? Bagaimana keluarga miskin membayai keluarga mereka? Di mana mereka pergi berbelanja? Seberapa luas pilihan-pilihan mereka? Bagaimana kondisi fisik dari milik mereka? Berapa lama mereka bertahan dengan milik itu? Banyak informasi yang bisa diperoleh dari jawaban yang kita dengar.

Sebenarnya, kemiskinan juga bisa diukur secara lebih berimbang dengan melihat penurunan tingkat kemiskinan daripada peningkatan lebih lanjut kekayaan orang-orang yang sudah makmur (Sen, 2000). Jumlah orang kaya yang ada di kota-kota di Indonesia jelas sedikit sekali dibandingkan penduduk secara keseluruhan. Sudah menjadi pemandangan umum di kota seperti Jakarta atau Bandung, perumahan dan gedung-gedung perkantoran megah berdampingan tak jauh dengan perumahan kumuh atau ruang publik yang tidak teratur. Tetapi, sudah menjadi rahasia umum pula bahwa beberapa orang di Indonesia

memiliki rumah jauh lebih mewah daripada kantor tempat dia bekerja mendapatkan uang.

Ini mengingatkan kita akan pendapat seorang pengamat asing yang menggambarkan bagaimana kondisi kampung-kampung miskin di kota-kota Asia Tenggara,

Kota-kota utama mendominasi negeri yang bersangkutan, dan merupakan daya tarik utama dari kaum pengelana dari daerah-daerah pedalaman yang datang untuk menarik becak, untuk bekerja di galangan kapal, emperan toko atau pabrik pabrik, mencari nafkah yang lebih baik bagi keluarga mereka. Tetapi pendatang-pendatang baru ini harus mengalami bahwa tanah untuk mendirikan rumah yang cukup dekat dari tempat kerja adalah milik golongan orang-orang kaya dan bagaimanapun juga terlalu mahal harganya untuk bisa mereka sewa atau beli. Dan, pihak pemerintah, di dalam memusatkan segala perhatian pada soal-soal pembangunan ekonomi semesta, kurang menghiraukan masalah perkampungan melarat dan penghuni gubuk-gubuk liar itu. Sekali masalah ini mencuat maka karena kekurangan biaya untuk program-program pembangunan kota, dibarengi pula oleh kekuatan politis yang potensial dari masyarakat penghuni liar itu, pemerintah dihambat untuk mengambil tindakan-tindakan semestinya, dan perkampungan perkampungan itu pun akhirnya tumbuh menjadi suatu unsur pokok di kota-kota Asia Tenggara (Taylor, 1993: 91).

Untuk membuktikan kedekatan deskripsi tersebut dengan kenyataan, sedikit pengalaman pribadi memperkuat pengamat tersebut. Kami tinggal di pinggiran selatan Kota Bandung. Orang sering menyebutnya ‘Bandung coret’, untuk menunjukkan ‘bukan Bandung, tetapi masih Bandung’. Kota tetapi masih *ndeso*. Pernyataan ini jelas tidak sepenuhnya benar. Jarak rumah kami, kira-kira 10 menit dari Terminal Leuwipanjang (terminal utama Kota Bandung) bila dengan kendaraan bermotor, dalam keadaan normal. Namun, bisa 1–2 jam bila dalam keadaan macet, seperti saat liburan, Sabtu atau Minggu. ‘Gubuk’ (gudang buku kecil) kami (begitulah saya biasa menyebutnya) terletak di gang sempit, berkelok dan tak rata. Panjang

gang ini kira-kira 200 meter. Di dalam gang ini ada beberapa rumah dan ‘stadion tenis meja rakyat’ yang nyaris setiap malam ributnya minta ampun. Hampir semua rumah membuka warung, termasuk ‘warung air’ yang menjual air ke penduduk setempat yang disedot dari pasokan air PDAM sehingga beberapa di antara pemuda di sini bekerja sebagai pendorong gerobak air. Sebagian besar penduduknya adalah buruh harian pengrajin sepatu yang sudah turun-temurun. Ada juga tukang sampah, petugas hansip, pedagang sayur, dan makanan keliling. Hanya ada beberapa pegawai negeri dan buruh pabrik.

Setiap sore menjelang petang para ibu dan remaja perempuan biasanya keluar rumah dan berpakaian cukup rapi. Bahkan, tak jarang terlihat lebih rapi dari yang kami pakai sehari-hari untuk kerja. Ketika mereka lewat, kadang-kadang bau harum parfum menyelinap sampai ke dalam rumah kami. Saya dan istri saya kadang-kadang mendengar di antara mereka ada yang berbicara sangat fasih tentang lulur dan merk parfum tertentu. Tak heran kalau dalam gang ada juga yang membuka salon tata rias. Setelah petang, persisnya saat salat Maghrib, sejumlah pemuda mulai bermain gitar hingga larut malam. Mengulang-ulang lagu yang sama, dan ini dilakukan berhari-hari dan berbulan-bulan, meski tak ada satu lagu pun yang dibawakan sampai selesai. Kadang-kadang kami juga sampai hafal karena saking sering mendengarnya. Mulai Maghrib pula, ketika anak-anak kami harus belajar, sebagian anak-anak usia sekolah dasar di sini keluar sambil berteriak-teriak dan menghentak-hentakkan kakinya di gang, main petak umpet, bahkan tak jarang ini berlangsung sampai jam 9 atau 10 malam. Agaknya karena kondisi rumah yang tak memungkinkan dan tak ada alternatif lain, membuat mereka menjadikan gang sebagai ‘ruang publik’, ruang untuk berbicara dan bermain. Bersamaan dengan itu, dimulailah bunyi pukulan palu bertalu-talu, sahut menyahut, dari satu rumah ke rumah lain, yang berarti para pengrajin sepatu mulai bekerja, dan ‘hiburan’ ini berlangsung sampai dini hari sehingga telah membuat kedua anak kami terbiasa terlelap di tengah kebisingan lingkungan masa kecilnya.

Pemandangan siang hari lebih menarik lagi. Jemuran pakaian mulai dibentangkan di halaman atau pagar yang tak rapi. Gang-gang mulai diisi anak-anak dan bayi-bayi yang bermain dan membuang bekas

makanan sesukanya. Sebagian besar orang tua, remaja dan terutama anak-anak membuang sampah di mana saja mereka selesai makan. Saya pernah meminta tolong kepada ketua RW dan RT, bagaimana agar masyarakat diajari supaya biasa membuang sampah dalam plastik, tidak di dalam gang. Namun, sampai selang beberapa tahun hasilnya tidak kelihatan. Selama sepuluh tahun lebih kami tinggal di sini, kami belum pernah melihat ada di antara pemuda/i yang pernah menyapu halaman atau gang di depan rumahnya. Bagi mereka, memegang sapu itu terlalu mewah. Sepengamatan kami, hanya ada beberapa rumah yang punya sapu halaman, alih-alih tempat sampah. Meskipun sebagian besar dari mereka memiliki telepon seluler yang tidak bisa dibilang murah. Berkali-kali saya dan istri saya mencoba memberi contoh. Saat pagi-pagi kami menyapu sepanjang gang, tetapi hasilnya juga tak membuat kami bisa tersenyum. Bahkan, kadang-kadang ada di antaranya yang sembari lewat hanya bilang, “Rajin, Bu” atau “Rajin, Pak!” Tetapi semuanya tidak banyak berubah.

Kita tidak bisa sepenuhnya menyalahkan mereka, kalau gambaran kaum terdidiknya juga belum banyak berubah. Kami berusaha memakluminya, karena bagaimanapun mereka adalah cermin dari sebuah masyarakat yang pemerintahnya belum mampu mendesain suatu kebijakan pendidikan kewargaan yang membuat warganya sadar bahwa lingkungan yang bersih akan membuat kita sehat dan lambat laun akan meningkatkan kualitas hidup. Maka, tak usah heran, kalau rendahnya pendidikan dan kemiskinan akan berarti pula kemelaratan dan kekumuhan sikap dan cara hidup, seperti yang kami contohkan di sini, dan sehari-hari mungkin kita saksikan. Sangat disayangkan, para elit kita yang suka berpenampilan serba mentereng, tetapi belum mampu menuntaskan urusan cara membuang sampah warganya. Mungkin rendahnya “visi kemiskinan” ini harus kita lihat juga sebagai cermin dari “kemiskinan visi” dari orang-orang yang selama ini telah kita pilih dengan susah-payah, dan kita ongkos hidupnya dengan pajak yang kita bayar setiap bulan lewat gaji kita.

Apa yang kami gambarkan tersebut sangat karikatural. Gambaran dari masih hidupnya budaya kemiskinan di pinggir perkotaan. Namun, apa yang dideskripsikan ini menggambarkan kenyataan

bahwa kemiskinan di Indonesia adalah kemiskinan masif dan kenyal. Sebagaimana dikatakan oleh Saifuddin (2007), kemampuan masyarakat kita menyerap tekanan kemiskinan terus menerus tanpa gejolak yang berarti. Ini terwujud karena adanya fungsi adaptasi dan survival berjangka pendek yang melibatkan pula golongan masyarakat yang tidak miskin. Contoh kasus Indonesia menunjukkan, jaringan pertemanan, suap menuap, uang semir, mencil barang, berhutang, mengebon gaji, terpadu dengan budaya malu yakni rasa malu terlihat miskin, harus tampil bagus sehingga mengakibatkan berkembangnya gejala konsumtif di berbagai lapisan masyarakat tidak miskin maupun miskin. Keadaan ini semakin dimantapkan karena masyarakat yang tergolong tidak miskin atau kaya kurang memiliki sikap empati terhadap orang yang kurang mampu, dan bahkan menonjolkan sikap dan perilaku konsumtif yang eksklusif secara sosial dan ekonomi.

Di balik struktur dan budaya masyarakat seperti ini, sesungguhnya terpendam bahaya yang mengancam dalam jangka panjang, yakni sedang berlangsungnya proses perapuhan sendi-sendi sosial dan kebudayaan yang kronis, yang tidak mampu terbaca oleh angka-angka. Proses perapuhan itu dibarengi oleh semakin meningkatnya tekanan kekuatan struktur dari luar yang dominan, yakni struktur ekonomi global yang memiliki garis-garis kebijakan dan aturan sendiri. Proses sosial budaya kemiskinan yang berlangsung dalam masyarakat kita dalam berbagai hal bertentangan dengan arus-utama ekonomi global yang setiap saat mendiktekan kehendak global atas Indonesia (Saifuddin, 2007).

C. Kemiskinan sebagai Masalah Sentral

Dari uraian di atas tampak bahwa kemiskinan adalah masalah sentral di negeri kita ini. Kemiskinan dan pengangguran adalah dua persoalan yang sampai sekarang belum bisa dituntaskan pemerintah. Banyak program pengentasan kemiskinan dan pengangguran tidak menyentuh akar persoalan. Ini membuat masyarakat miskin semakin terbebani dalam impitan ekonomi. Potret kemiskinan banyak terdapat di kota besar di Indonesia, selain juga di desa. Tinggal di tengah permukiman kumuh tanpa pekerjaan semakin membuat kehidupan keluarga miskin kian berat dari hari ke hari. Tak hanya kebutuhan pokok yang terus

merambat naik, keinginan menyekolahkan anak pun sulit dipenuhi. Liputan media tentang gambaran penduduk seperti ini sudah sering kita saksikan seperti yang muncul dalam berita-berita televisi.

Mengapa Indonesia gagal memerangi kemiskinan? Padahal pendidikan dan kesehatan telah memakan alokasi APBN yang cukup besar. Lingkungan dan kesetaraan gender, walaupun masih menjadi anak tiri, kelembagaannya masih dipertahankan. Pendek kata, kita sudah mendefinisikan persoalan secara betul, tetapi selalu gagal dalam meraih sukses. Kenapa? (*Media Indonesia*, 16 Agustus 2007). Ternyata dunia belajar dari pengalaman bahwa kemiskinan yang masih membelenggu bagian terbesar manusia di bumi tidak semata disebabkan ketidakmampuan negara-negara di Asia, Afrika, dan Amerika Latin mengatasi kemiskinan di negara mereka sendiri. Oleh karena itu, kerja sama global untuk memerangi kemiskinan menjadi mutlak. Itulah paradigma yang mendasari Tujuan Pembangunan Milenium (Millennium Development Goals [MDGs]).

Sejak 2006, dunia, melalui Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), mengubah haluan mengenai permasalahan global. Bila dekade sebelumnya komitmen kerja sama global adalah pada pertumbuhan ekonomi, mulai 2000, dikenal dengan era milenium, orientasi lebih difokuskan pada pembangunan manusia melalui perang terhadap kemiskinan. PBB menyadari bahwa kemiskinan yang membelenggu dunia bisa diatasi bila Eropa dan Amerika memiliki kemauan memberi dan membantu. Dalam paradigma itu disadari sebuah kemutlakan baru, yaitu berdagang dan membantu sama pentingnya.

Sebagai anggota PBB, Indonesia salah satu penanda tangan delapan butir deklarasi pada September 2000, yang dikenal sebagai MDGs. Delapan butir deklarasi itu ialah penghapusan kemiskinan, pendidikan untuk semua, persamaan gender, perlawanhan terhadap penyakit, penurunan angka kematian anak, peningkatan kesehatan ibu, pelestarian lingkungan hidup, dan kerja sama global. Sekilas memang tidak ada tema yang sungguh-sungguh baru dari delapan butir deklarasi itu. Perang terhadap kemiskinan dan penyakit sudah menjadi agenda pembangunan melalui politik anggaran nasional.

Akan tetapi, fakta yang tidak bisa dipungkiri, negara berkembang termasuk Indonesia, gagal memerangi kemiskinan. Angka kemiskinan di banyak negara, terutama di Afrika dan sebagian Asia, malah meningkat. Krisis global pada awal 2000, misalnya, telah menambah angka orang miskin di Indonesia hingga mencapai separuh jumlah penduduk. Delapan butir deklarasi sasaran pembangunan milenium dikelompokkan dalam empat bidang besar, yaitu pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan kesetaraan gender. Keempat bidang itu telah memiliki kelembagaan dalam negara Indonesia sejak lama. Keberhasilan negara-negara di dunia melaksanakan MDGs sangat bergantung pada kemauan dan visi jauh ke depan. Bila negara-negara di dunia memaknai itu dengan sungguh-sungguh maka diyakini kemiskinan akan berkurang pada 2025. Dunia yang makmur akan menyumbang bagi keamanan global.

Namun, komitmen global yang demikian megah untuk memerangi kemiskinan tentu tidak akan efektif terutama di negara yang korup. Inilah tantangan Indonesia paling krusial. Karena itu, pers juga harus lantang memerangi korupsi. Memerangi korupsi berarti juga memerangi kemiskinan. Pers perlu mengangkat kasus korupsi dengan sistematis dan hati-hati terutama di tengah iklim penuh intrik dan pembelaan membabi-butu soal nama baik kroni, korps, atau keluarga seperti di Indonesia.

D. Pers dan Perang Terhadap Kemiskinan

Pendapat Ali bin Abi Thalib sering disitir, “Seandainya kemiskinan berwujud seorang manusia, niscaya aku akan membunuhnya.” Mengapa Ali berpendapat demikian? Begitu sulitkah memberantas kemiskinan? Dalam konteks ini, memerangi kemiskinan tidak kalah krusialnya dibanding memerangi terorisme. Memerangi terorisme tidak akan menghapus kemiskinan. Namun, memerangi kemiskinan mungkin menjadi salah satu jalan untuk mengurangi terorisme. Meski, sebagaimana dikatakan oleh Penerima Nobel Perdamaian, Muhammad Yunus, “Kita mengamini fakta bahwa akan selalu ada orang miskin di sekitar kita, dan bahwa kemiskinan adalah takdir manusia” (Yunus,

2006). Tetapi mengapa masih banyak orang yang membuat sejarah bagi kaum miskin!?

Milenum baru disambut dengan impian yang megah, meski akhir impian itu tergilincir dalam berbagai perperangan dan peristiwa peristiwa kekerasan yang terjadi di berbagai belahan dunia. Salah satu Tujuan Pembangunan Milenium yang terkait dengan dampak globalisasi adalah perbaikan kualitas kehidupan warga-warga yang paling miskin di dunia. Isu-isu paling krusial yang dihadapi negara-negara berkembang, seperti kemiskinan, kelaparan, kesenjangan pendidikan, ketidaksetaraan gender, angka kematian ibu dan anak, HIV/AIDS dan degradasi lingkungan adalah persoalan yang mendapat perhatian yang serius. Pemerintah dan para mitra diharapkan melakukan upaya-upaya yang serius dan sistematis untuk mencapai semua tujuan tersebut. Begitupun pers diimbau agar terlibat aktif dalam memerangi pengangguran, kemiskinan, dan nasib golongan masyarakat bawah yang kehidupannya termarjinalkan.

Barangkali itulah sebabnya Ketua Dewan Pers waktu itu, Ichlasul Amal pernah mengajak media di tanah air agar mengarahkan fokus perhatian ke masalah kemiskinan. Dalam orasi kebudayaan bertema “Posisi Pers dalam Merekat Paham Kebangsaan”, Amal (2006) mengingatkan bahwa fokus pers untuk mengangkat isu kemiskinan sangat layak diketengahkan kembali. Oleh karena itu, apabila fokus baru tidak diperoleh, kebebasan pers bisa jadi bumerang bagi kehidupan pers itu sendiri. Kebebasan pers harus digunakan untuk mengangkat persoalan kemiskinan, sebagai wujud terjemahan faham kebangsaan. “Persoalan kemiskinan cenderung ditelantar kan oleh pemerintah. Agar dapat muncul ke permukaan, fungsi pers sangat penting. Ini jadi fokus faham kebangsaan dalam era kebebasan pers yang diperoleh dengan susah payah,” demikian kritik Amal (2006).

Namun, bagaimanapun pers adalah entitas bisnis. Sebagai entitas bisnis, pers hidup dengan menjual informasi kepada publik. Sebagaimana bisnis lainnya, motivasi utama perusahaan pers adalah mendapatkan keuntungan finansial sebesar-besarnya. Untuk memenuhi hasrat itu, tak jarang isu kemiskinan adalah fakta yang sulit dijual untuk mendapatkan untung. Kini adalah era *infotainment* (informasi

harus bisa menghibur), jurnalisme pun dituntut bisa menghibur selain memberi informasi. Informasi soal kemiskinan sering kali membuat situasi depresi. Masyarakat Indonesia yang miskin, tentulah bosan jika harus disuguhi informasi kemiskinan. Orang miskin butuh informasi yang menghibur, misalnya, tingkah polah selebritas. Itulah sebabnya, kemiskinan tidak pernah diberitakan dalam berita *infotainment*.¹⁶

Untuk memenuhi tanggung jawab publiknya, pers berada di garis depan dalam mengangkat persoalan kemiskinan ke ruang publik. Apalagi bila mengingat bahwa membasi kemiskinan sungguh diperlukan saat ini sebagai kondisi vital bagi stabilitas, demokrasi dan perdamaian global. Selama kaum miskin terpinggirkan dari partisipasi dalam pertumbuhan global, perdamaian, dan pembangunan berkelanjutan tetap tak kan berhasil. Inilah spirit yang disuarakan oleh masyarakat pers dunia pada Hari Kebebasan Pers Dunia di Dakar, Senegal, pada Mei 2005.

Untuk memerangi kemiskinan, pemerintah dan pers perlu memberikan akses seluas-luasnya bagi kaum papa (*the poorest*) dan kaum tak bersuara (*the voiceless*) agar suara mereka didengar. Selain itu, kualitas informasi untuk memperbaiki kehidupan kaum papa juga perlu ditingkatkan. Informasi seputar pendidikan dan kesehatan, misalnya, harus bisa menyentuh masyarakat paling miskin yang tak mungkin bersuara lewat saluran-saluran komunikasi politik yang formalistik.

Dalam negara kepulauan dan masyarakat pluralistik yang cenderung feodalistik seperti Indonesia, tidak mungkin komunikasi politik antara warganegara dan pemerintah bisa berjalan, tanpa dukungan saluran komunikasi yang terbuka. Tanpa media, mustahil nasib puluhan anak balita suku Dani di Distrik Illaga, Puncak Jaya, Papua yang menderita

¹⁶ Menarik pendapat Ichlasul Amal, “Tugas pers dan jurnalisme bukanlah menghibur, melainkan mengabarkan fakta dan realitas. Informasi tentang kemiskinan, terutama memang ditujukan kepada para pengambil keputusan, agar mereka lebih benar dalam mengelola negara dan memperbaiki taraf hidup masyarakat. Rendahnya perhatian pers Indonesia pada problem kemiskinan, jangan-jangan adalah pertanda bahwa pers tengah mengalami kemiskinan jurnalistik.” Lihat Amal, I. (2007, 8 Februari). *Pers dan kemiskinan*. Pointer makalah disampaikan pada “Konvensi nasional media massa se-Indonesia”, dalam rangka Hari Pers Nasional di Samarinda.

kekurangan gizi, bisa didengar di Jakarta. Tak adanya akses informasi menyebabkan pengetahuan masyarakat pedalaman Papua mengenai kesehatan sangat memilukan. Banyak anak dengan perut buncit, beringus terus-menerus, dan tubuh kotor akibat kurang gizi dan jarang mandi bisa diketahui publik berkat pemberitaan media (*Kompas*, 25 Januari 2006). Begitupun kasus busung lapar bayi-bayi tak berdosa menjadi parodi di tengah gemerlap hutan beton Jakarta, setelah pers dan televisi kita gencar memberitakannya, justru menjelang pemerintah menaikkan harga BBM. Semua itu menjadi gamblang karena jurnalis terjun ke lapangan, merekam kondisi kehidupan kaum papa, dan menuliskannya dalam reportase *human interest* yang empatik.

E. Semiotika Kemiskinan

Menurut tokoh kajian budaya (*cultural studies*), Stuart Hall (1992), dalam *Discourse and Power*, seorang jurnalis tidak pernah menyampaikan makna tunggal tentang suatu peristiwa melainkan banyak makna (*multiple-meanings*). Makna yang satu mungkin lebih ditekankan dan diutamakan dari yang lain. Dari kacamata ini, sajian berita kemiskinan menjadi gugusan tanda yang menawarkan makna berbeda-beda, bergantung sudut pandang sang jurnalis. Sudut pandang jurnalis ini dipengaruhi oleh norma dan nilai yang dipegangnya.

Bahwa suatu kasus kemiskinan bisa disajikan dari berbagai sudut pandang (*news angle*) dan ditempatkan di halaman tertentu, mencerminkan visi pers dalam memandang “nilai berita” kemiskinan. Itu sudah jelas terlihat, tetapi kenyataan bahwa sudut pandang jurnalis memegang peran krusial untuk mengangkat fakta dari sisi yang memungkinkan hal-hal tersembunyi di balik realitas kemiskinan yang tidak kasat mata menjadi wacana media yang multi-interpretasi. Itu adalah hal yang belum sepenuhnya jelas.

Ulrike Meinhof (1994), dalam *From the Street to the Screen*, mengemukakan bahwa kemiskinan bisa didekati sebagai konstruk diskursif yang berlangsung di dalam konteks kuasa sosial dan ideologis. Ia memperkenalkan istilah “semiotika kemiskinan” untuk menyebut tanda-tanda kemiskinan yang tersaji di media. ‘Tanda-tanda’ kemiskinan inilah yang hendaknya diselami, dibongkar, dan

diungkapkan oleh si jurnalis. Menurut Meinhof, sesungguhnya masih banyak realitas kemiskinan yang tak tersaji di media, sementara yang tersaji cenderung didekati di dalam kerangka individualisme dan patologi. Ia juga mengkritik bahwa terlalu sering kemiskinan dilihat dalam kerangka ideologi dominan sebagai persoalan individu, yang hanya bisa dipecahkan lewat pemecahan individual (seperti bantuan dana) dari pihak *status quo*. Citra kemiskinan juga dipandang sebagai cacat bawaan individu atau warisan “budaya kemiskinan” daripada sebagai aspek relasi struktur sosial (Golding dan Middleton, 1982; Hill, 2000).

Oleh karena itu, kesadaran jurnalis bahwa sajian berita yang mereka angkat mengenai kasus kemiskinan bisa memberi pengaruh bagi publik dan pemangku kebijakan, kian menuntut kemampuan si jurnalis dalam menerjemahkan tanda-tanda kemiskinan (*signs of poverty*) di dalam ruang media (Meinhof, 1994). Teks atau foto berita seputar kemiskinan yang dimuat di media tak bisa lepas dari praktik diskursif yang melibatkan berbagai aktor (jurnalis, editor, industri media, publik pembaca, dan ideologi politik).

Selama ini wacana kemiskinan sering didekati dari pendekatan statistik-kuantitatif. Ini tidak salah, untuk memberikan gambaran makro (umum) mengenai kemiskinan. Namun, sayangnya sering hanya memberi gambaran permukaan. Pendekatan ekonomistik pemerintah yang terfokus pada angka-angka kemiskinan, tak akan terlalu berarti bila pers tidak membuat angka-angka itu menjadi data kualitatif yang berbicara. Pers perlu meningkatkan intensitas liputan mengenai persoalan kemiskinan dari berbagai sudut pandang. Jika perhatian kita terletak pada bagaimana kemiskinan diberitakan di media, langkah selanjutnya adalah bagaimana berita kemiskinan tak hanya menyentuh dimensi kognisi publik. Namun, juga bagaimana agar publik bisa merasakan bahwa teks media menjadi kekuatan motivasi untuk bertindak. Oleh karena itu, kondisi kehidupan dan situasi mereka dalam bertahan hidup dan menjalani hidup sehari-hari juga perlu disorot seperti dari sudut bagaimana kaum miskin bisa bangkit dan keluar dari lingkaran kemiskinan.

Dalam hal ini, dalam mengangkat kasus kemiskinan, jurnalis sebaiknya memahami dimensi afektif hubungan teks dan publik pembacanya. Bawa mediasi kemiskinan yang lahir dari kepekaan jurnalis akan menghasilkan reportase jurnalistik yang memberi kekuatan moral bagi pembacanya. Dalam memerangi kemiskinan yang akut seperti saat ini, dibutuhkan gagasan-gagasan kreatif seperti yang diperkenalkan oleh Martin Bell MP (1995), mantan reporter perang BBC, dalam mengembangkan semacam “jurnalisme cinta” (*journalism of attachment*), yakni “jurnalisme yang peduli dan sekaligus paham.”

Kesadaran bahwa dalam menghadapi penderitaan manusia di tengah kecamuk perang, konflik, bencana alam, kelaparan, dan kemiskinan, seorang reporter perlu menunjukkan sikap peduli dan empati. Para eksekutif pemberitaan menyebut dengan antusias mengenai pentingnya “reporter yang terlibat” yang mencerminkan keterlibatan emosi individual. Bukankah Alex Gerlis dari BBC suatu kali pernah menulis, “Dengan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai dimensi emosional dari sebuah cerita, kemungkinan besar kita benar-benar akan melakukan pekerjaan jurnalistik dengan lebih baik.”

Jurnalis yang bergerak dalam liputan masalah kemiskinan atau banyak bergumul dengan persoalan kaum miskin, barangkali bisa menjadikan profesiya sebagai wahana untuk ikut berjuang memberikan harapan bagi kehidupan yang lebih baik bagi anak-anak kaum miskin di Indonesia. Jurnalis untuk kaum miskin bisa membuka ruang dialog bagi ditemukannya cara-cara terbaik untuk menciptakan peluang bagi rakyat agar bisa hidup secara layak di alam kemerdekaan.

Kalau Muhammad Yunus membayangkan sebuah dunia yang bebas dari kemiskinan bukanlah utopia. Mengapa kita tidak mencoba merealisasikan impian itu dengan profesi yang kita geluti, dengan tetesan tinta dan keringat yang kita curahkan? Bawa suatu saat nanti, entah kapan, kemiskinan hanya akan kita saksikan di museum kemiskinan. “Saya percaya sepenuh hati bahwa kita bisa menciptakan dunia yang bebas-kemiskinan bila secara kolektif kita mempercayainya. Dalam dunia yang bebas-kemiskinan, tempat satu satunya Anda bisa melihat kemiskinan adalah di museum-museum kemiskinan,” demikian kata

Peraih Nobel yang merintis Grameen Bank, yang amat berjasa untuk memperbaiki nasib perempuan miskin di Bangladesh tersebut.

Demokrasi tanpa keadilan tidak banyak berguna. Ketidakadilan yang paling nyata adalah kemiskinan dalam berbagai wajah. Budaya jurnalisme yang berpihak pada kaum miskin diperlukan untuk mendorong pemerintahan Indonesia yang berorientasi pada keadilan dan berpihak pada kaum miskin. Jurnalisme yang punya misi memerangi kemiskinan menyajikan berita kemiskinan dengan berbagai cara untuk menarik publik pembaca dan pemangku kebijakan. Dengan “semiotika kemiskinan”, kita memahami lebih dalam tanda-tanda kemiskinan yang tersaji di halaman media. ‘Tanda-tanda’ kemiskinan ini yang diselami, dibongkar, dan diungkapkan oleh si jurnalis peliput kemiskinan.

Bawa suatu kasus kemiskinan bisa disajikan dari berbagai sudut pandang (*news angle*) dan ditempatkan di halaman tertentu, mencerminkan visi pers dalam memandang “nilai berita” kemiskinan. Kemudian, sudut pandang jurnalis berperan penting untuk mengangkat fakta dari sisi yang memungkinkan hal-hal tersembunyi di balik realitas kemiskinan yang tidak kasat mata itu menjadi wacana media yang multitafsir.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB IV

Pers Pasca-Orde Baru: Antara Panik Politik dan Tirani Massa

“Pers bebas mungkin baik, mungkin pula buruk, tetapi yang pasti, tanpa kebebasan, pers tidak mempunyai arti apa-apa selain kebobrokan.”

(Albert Camus)

Tatkala Soeharto, “smiling general” turun dari tumpuk kekuasaan banyak orang menyambutnya dengan rasa suka cita yang dalam. Pekik reformasi bergema ke seantero negeri. Orang-orang turun ke jalan, para pejuang Reformasi saling bersalaman, anak-anak muda berpelukan, beberapa ibu membagikan nasi tumpeng, dan sejumlah anak tertawa riang. Tak terasa air mata pun menetes.... Keharuan spontan menyaksikan sebuah “keajaiban”. Telepon seluler berdering, dari seorang teman yang tampak sudah tak sabar melampiaskan rasa riangnya, “Selamat, kita merdeka!”.

Hari itu, 21 Mei 1998, matahari harapan sebuah bangsa yang sekian lama tenggelam di balik pemasungan politik, mulai bersinar lagi. Angin kebebasan kembali berhembus. Koridor demokrasi perlahan mulai terkuak. Matahari kebebasan yang sekian lama dinanti mulai bersinar. Bahtera harapan kembali ditambatkan kepada pilar-pilar demokrasi yang sekian lama tenggelam dalam jebakan kekuasaan. Ruang publik yang sebelumnya penuh dengan jaring-jaring kekuasaan yang setiap saat siap menenggelamkan kebebasan pers, setelah reformasi

bergulir, tiba-tiba sirna. Memang, sudah diakui secara luas bahwa gerakan politik demokratis atau pun anti demokratis baik nasional maupun internasional semakin bergantung pada media. Sekalipun media bukan penyebab utama turunnya rezim Soeharto. Namun, pada puncaknya media dengan dramatis merekam datangnya akhir sebuah era tatanan politik cukup kekar yang pernah kita saksikan dalam sejarah politik Indonesia pasca-kolonial.¹⁷

Mungkin ada manfaatnya mengenang kembali bahwa proses demokratisasi di Indonesia memang dibimbing bukan oleh pembaruan institusional maupun konstitusional. Sebagaimana dikatakan oleh seorang pengamat, awal proses itu digerakkan oleh *de facto* kebebasan pers yang bangkit persis di penghujung era rezim Soeharto. Presiden Habibie, sebagai pengganti Soeharto saat itu, mungkin tak mampu membalikkannya seandainya pun ia hendak melakukannya. Terlebih setelah tantangan kubu militer dengan jelas ditolak (Emmerson, 2002).

Saat itu berita-berita sensasional menyeruak, desas-desus dijadikan kepala berita, tidak jarang memudahkan penyebaran dan peningkatan intensitas ketidakpuasan massa rakyat yang dalam beberapa kejadian bahkan berujung dengan kekerasan. Jika demokratisasi di Indonesia telah membuka ruang untuk melontarkan dan menyalurkan kritik, ketidakpuasan, kekalutan, dan bahkan kebencian, ia juga membuka peluang bagi kekuatan-kekuatan anti-demokrasi untuk memanfaatkan media demi meraih keuntungan dalam pertarungan memperebutkan kekuasaan politik yang ditinggalkan Soeharto. Tak heran kalau saat itu tokoh reformasi paling terdepan, M. Amien Rais, mengingatkan akan adanya penelikung-penelikung reformasi, yang disebutnya sebagai ‘reformis kesiangan’.

¹⁷ “Menurut kami, media massa bukanlah penyebab runtuhnya rezim Soeharto. Namun, di balik pori-porinya, terlihat jelas bahwa tatanan sosial sudah hampir berakhir.” (*The media, we argue, did not cause the demise of the Soeharto regime. But in its pores, one could see the impending end of an order*), demikian menurut K. Sen & D. T. Hill, dalam pengantar karya mereka menyoroti media di Indonesia. Untuk lebih jauh, lihat Sen, K. & Hill, D. T. (2000). *Media, culture, and politics in Indonesia*. Oxford University Press.

Ketika rezim Soeharto turun, perlahan tetapi pasti wajah pers Indonesia ikut berubah.¹⁸ Suara-suara alternatif yang sekian lama mengendap di balik bilik kebisuan publik tiba-tiba menyeruak, seperti burung yang lepas dari sangkarnya, terbang ke sana kemari. Wajah pers Indonesia pasca-Soeharto, seperti kuda lepas dari kandangnya, meloncat-loncat, seakan berlari tanpa arah dan mendengus-dengus ke mana saja. Sayangnya seperti sejarawan Taufik Abdullah (2001b) mengingatkan, euphoria kebebasan yang tak dipagari oleh rasa tanggung jawab cenderung menjadi kebablasan.

Apa yang dilukiskan tersebut masih relevan untuk melihat perkembangan wajah pers kemudian. Terutama bila melihat wajah media populer dan tayangan televisi swasta akhir-akhir ini. Perubahan wajah media setidaknya bisa dilihat secara gamblang ketika rambu-rambu pemberitaan sudah mulai melonggar. Batas-batas wilayah pemberitaan yang sebelumnya dianggap tabu akhirnya sirna bersamaan dengan hembusan angin Reformasi.

Memang, hampir pada setiap titik balik pergolakan politik, selalu tersembul fajar harapan dan kecemasan. Dengan tumbangnya Presiden Soeharto pada bulan Mei 1998, Indonesia seperti sedang menyeberangi ngarai besar dalam perjalanan sejarah politik bangsanya. Rasanya, hampir mustahil membayangkan negeri ini akan berhasil keluar dari kemelut dan kelokan tajam sejarah bangsanya, sekiranya tidak

¹⁸ Dedy N. Hidayat, ilmuwan komunikasi dari Universitas Indonesia, mengamarkan perubahan saat itu secara kritis dalam konteks ekonomi politik yang lebih luas. Menurutnya, “Menjelang dan sesudah berakhirknya kekuasaan Soeharto, pelbagai dimensi perubahan struktur ekonomi-politik pers di tanah air bisa disimpulkan sebagai produk tindakan para pekerja pers atau produk interaksi penguasa, pemilik modal, dan pekerja pers, di mana dalam kondisi saat itu para pekerja pers memiliki kapasitas yang relatif lebih besar untuk melakukan tindakan signifikan. Produk teks isi media yang dihasilkan juga mengalami perubahan. Perubahan teks isi media tersebut, bagaimanapun juga, memberikan kontribusi kepada eskalasi atau akumulasi tekanan-tekanan terhadap stabilitas hegemoni penguasa dan kemapanan struktur politik otoritarian Orde Baru.” Lihat Hidayat, D. N. (2000). Jurnalis, kepentingan modal, dan perubahan sosial. Dalam D. N. Hidayat dkk. (eds.), *Pers dalam ‘revolusi Mei’: Runtuhnya sebuah hegemoni*. Gramedia Pustaka Utama, khususnya, hlm. 442.

ada kekuatan kolektif yang mau menanggung resiko melakukannya. Kekuatan-kekuatan masyarakat sipil yang tiba-tiba bangkit bersatu untuk menyeberangi ngarai itu telah membangkitkan kesadaran dan optimisme bahwa kita sebagai bangsa harus berubah! apa pun risikonya!

A. Bebas dari Apa? Bertanggung Jawab kepada Siapa?

Usaha meraih kebebasan pers di Indonesia ternyata tidak mudah. Atmakusumah, seorang tokoh penyuarai kebebasan pers cukup berpengaruh di tanah air pernah menggambarkan,

Kebebasan pers dan berekspresi muncul kembali di Indonesia dari perjalanan panjang setelah menghilang selama 40 tahun—atau lebih kurang dua generasi—antara 1950-an dan 1990-an. Dalam satu dasawarsa terakhir kita berupaya membangun kembali kebebasan ini—yang pada suatu masa, setengah abad yang lampau, pernah berkembang di negeri ini dalam pemerintahan Presiden Soekarno pada awal 1950-an (Atmakusumah, 2008: 4).

Sebagai banteng terakhir demokrasi, kebebasan pers adalah harapan kita untuk melanjutkan idealisme pers bebas yang memiliki tujuan pendidikan. Akan tetapi, terbukti harapan ideal itu tidak selamanya tumbuh di lahan politik yang subur.

Dalam lintasan sejarah politik yang dilalui bangsa ini, harapan dan kecemasan masyarakat terpantul dalam kehidupan pers. Pers Indonesia tumbuh di antara harapan dan kecemasan masyarakatnya. Pers juga berkembang di antara tarik-tolak kepentingan masyarakat dan negara. Sebelum akhirnya terguncang di antara kepungan modal dan kuasa. Ketika berbicara tentang problem demokrasi dan kebebasan pers di tanah air, dengan sedikit bernada parodi, Paul Tickell, pengamat pers dari Universitas Flinders, Australia, pernah mengajukan pertanyaan bahwa media di Indonesia itu sebenarnya “*Free from what? Responsible to whom?*” Pers di Indonesia itu bebas dari apa? Lalu, bertanggung jawab kepada siapa?

Di bawah rezim Orde Baru, pers Indonesia diejek oleh para wartawan asing sebagai “Anjing Ompong” (Kaye, 1986; Hanazaki,

1996). Namun, meski pers ditindas seperti di era Orde Baru, sejarah menunjukkan bahwa minat pembaca tetap bertambah dan daya juang insan-insan pers yang merindukan kebebasan tak pernah mati. Penindasan kebebasan pers oleh negara memang membuat pers menjadi tumpul dan tiarap. Pembaca yang tidak berminat pada pers yang tumpul masih menaruh harapan terhadap media alternatif. Marjinalisasi pers oleh negara memang membuat pers marjinal untuk sementara, tetapi terbukti keinginan orang untuk bebas tetap hidup. Meskipun dengan menerbitkan pers di bawah tanah atau selebaran gelap.

Sepanjang sejarah Indonesia modern, pemerintah selalu memandang pers sebagai bahaya potensial yang menjadi saluran suara kaum oposisi dan pembangkang. Negara memang selalu ingin tampil sebagai “penguasa informasi” dan menjadikan pers sebagai saluran propaganda untuk mengusung makna yang sudah mengalami hegemoni dan distorsi demi kepentingan *status quo* (Chomsky, 1987; Herman & Chomsky, 1998). Dengan berbagai cara, pemerintah selalu berupaya mengontrol pers secara represif. Mereka tidak hanya mempraktikkan “budaya telepon” untuk meneror kebebasan, tetapi bila perlu memberangus penerbit dan menghilangkan nyawa wartawannya. Pemerintah memang tidak melakukan mobilisasi, memanfaatkan atau mempunyai pers sendiri untuk tujuan politiknya.

Saat ini pers Indonesia tampaknya sedang mengalami transformasi sebagai medium informasi sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan dinamika masyarakat. Meskipun kita tidak bisa menentukan secara pasti apakah karena dorongan ekonomi (misalnya, pasar yang potensial) atau karena perubahan kesadaran, media cetak Indonesia kemudian pernah berkembang ke arah peningkatan dalam hal spesialisasi dan segmentasi. Sejak periode Orde Baru kita bisa menyaksikan perkembangan penerbitan-penerbitan khusus, mulai dari majalah wanita, penerbitan khusus remaja dan anak-anak, hingga majalah untuk berkebun (Tickell, 1992).

Bersamaan dengan transformasi pers itu, akses masyarakat terhadap pers yang biasanya diukur dari tingkat kepembacaan (*readership*) juga kian meningkat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Isu-isu yang diliput pers juga semakin beragam. Jika pluralisme dipandang

sebagai suatu ciri demokrasi, pers Indonesia benar-benar bergerak ke arah sana.

Ketika modal dan kuasa mengepung pers seperti yang berlangsung sejak era 1990-an, perusahaan penerbitan pers menjadi lebih menyerupai “pedagang” yang tanggap terhadap permintaan pasar, daripada menyerupai “politisi”. Orang menyebut fenomena komersialisasi dalam kehidupan pers telah menjadikan pers sebagai industri atau “pers industri”. Daniel Dhakidae (1991) menyebut era pers ini dengan istilah cukup sederhana tetapi pas, sebagai “kapital memproduksi jurnalisme”, yang pada gilirannya menjadi “jurnalisme penghasil kapital”. Kalau “politisi” biasanya mengendalikan pers dengan merekayasa hukum dan intimidasi maka “pedagang” mengendalikan pers dengan memanfaatkan kepemilikan modal atau saham untuk mengontrol isi media atau mengancam wartawan yang “nakal”.

Di bawah kepungan modal dan kuasa, pers Indonesia hidup di antara angan-angan untuk tumbuh menjadi institusi tempat menyemai benih-benih profesionalisme dan demokratisasi di lahan politik yang keras oleh friksi dan pertarungan politik. Di masa transisi politik, pers merekam denyut nadi perubahan itu, mencatat hari-demi-hari pergulatan politik yang seakan tak pasti. Teks-teks yang hidup dalam pers pun mengalir bersama dengan perubahan itu. Tak heran seperti juga pernah dikatakan kritikus media, Ben H. Bagdikian (1981), dalam karyanya yang cukup terkenal, *The Media Monopoly*: “Media massa menjadi otoritas pada setiap saat mengenai apa yang benar dan apa yang salah, apa yang nyata dan apa yang fantasi, apa yang penting dan apa yang remeh-temeh.”

B. Sektarianisme dan Sensasionalisme di Ruang Publik

Sewaktu Abdurrahman Wahid yang sering disapa Gus Dur tampil ke puncak pimpinan pemerintahan RI melalui pemilihan umum yang dipandang paling demokratis, insan pers mulai menaruh harapan besar kepadanya, karena Presiden Gus Dur dinilai akan membuka peluang bagi iklim kebebasan pers, seperti yang sudah dirintis sebelumnya oleh Presiden B. J. Habibie. Di era pemerintahan Gus Dur, pers hidup dalam euforia reformasi dan sering kali menjadi cermin pertarungan

politik secara terbuka. “DPR versus Gus Dur” atau “Pro-Gus Dur versus Kontra-Gus Dur”. Wacana perbincangan politik tidak bisa lagi dikendalikan sepenuhnya oleh negara dan wacana masyarakat sipil kian menguat. Namun, unsur-unsur sektarianisme yang sering mengemuka dalam ruang publik tetap saja belum banyak berubah. Bahkan, dalam beberapa hal kian menguat (Siregar, 2001 & 2006).

Kalau kita melihat ke belakang, keberhasilan industri pers seperti tampak pada peningkatan tiras dan pemasukan iklan yang berjalan seiring dengan pengendalian pers oleh pemerintah dan pemodal, sejauh ini memang telah membuat pers Indonesia menjadi kurang militan dan lebih banyak menonjolkan sikap defensifnya. Namun, pada masa itu pula pers Indonesia justru benar-benar menikmati keterbukaan, tidak hanya dalam hal membongkar praktik “KKN” rezim sebelumnya, tetapi juga terbuka dalam hal “buka-bukaan”. Rupanya, pada saat jurnalisme investigatif mulai dirintis untuk mengungkap kasus manipulasi uang negara, saat yang sama “tabloid kuning” yang mengumbar hasrat libido alias selera rendah masyarakat juga dengan bebas tumbuh.

Sejarah sering bergerak di luar jalur kendali manusia. Tatkala angin kebebasan sepoi-sepoi mulai dirasakan pers sehingga insan pers tidak perlu lagi mencemaskan ancaman “pedang SIUPP”, tiba-tiba saja kita dikejutkan ketika angin reformasi itu seolah berubah menjadi badai karena kembalinya cara-cara lama dalam menekan pers yang sedikit banyak juga ikut memengaruhi daya kritis pers. Mungkin untuk contoh kasus, ada baiknya kita ketengahkan kembali peristiwa seperti yang terjadi pada Sabtu, 6 Mei 2000, tatkala puluhan orang berseragam loreng hijau memasuki Kantor Harian *Jawa Pos*. Mereka adalah Barisan Serbaguna (Banser) Gerakan Pemuda (GP) Ansor. Mereka dikabarkan merangsek masuk ke ruang redaksi, dan seperti banyak diberitakan media saat itu, mereka mencabuti kabel saluran telepon dan kabel komputer. Keesokan harinya koran terbesar di Jawa Timur ini tidak terbit.

Unjuk kekuatan Banser kepada harian *Jawa Pos*, untuk menyebut satu contoh sejarah, dengan alasan ada kesalahan berita yang tidak mengenakkan tokoh atau organisasi di sekitar Presiden Gus Dur, jelas secara psikologi politik akan berdampak tersemainya kembali benih bagi

hidupnya gaya militerisme dalam menyelesaikan persoalan. Apalagi di hadapan kepanikan politik seperti saat itu, penguasa dan massa bisa saja menjadi sangat reaktif, karena bercampur-aduknya informasi, fakta, kebenaran dengan rumor dan gosip politik. Sementara panik politik tercermin dari pergulatan kekuatan koalisi yang berganti-ganti dari fraksi-fraksi yang saling bersaing juga kian memuncak terutama ketika saling gugat dan saling tuding menjadi gaya hidup para politisi kita.

Apalagi ketika kekuasaan dan pengaruh semakin tidak terpusat maka hal tersebut tidak hanya akan jatuh ke tangan sejumlah pejabat yang kuat, para pemimpin partai, atau petinggi militer yang masih ingin berkuasa, atau pun pengusaha yang berpolitik, tetapi juga akan jatuh ke tangan massa. Kekhawatiran banyak orang beralasan, kalau dulu pers ditekan negara sehingga kebenaran menjadi milik penguasa maka kini pers bisa ditekan massa sehingga kebenaran “di luar sana”. Kita khawatir kalau hukum tak ditegakkan maka massa akan menjadi hukum itu sendiri. Kita layak cemas, karena massa yang sangat emosional bisa saja sewaktu-waktu berubah menjadi anarki dan kebenaran pun akhirnya dipaksakan oleh tirani massa. Ini jelas merupakan salah satu ancaman serius bagi demokrasi.

Kekerasan-kekerasan terhadap pers dan jurnalis memang masih sering terjadi. Data yang dihimpun oleh LBH Pers, misalnya, menunjukkan dengan gamblang bahwa sepanjang 2003–2009 tercatat tidak kurang dari 131 kali kekerasan fisik dan 104 kali kekerasan non-fisik terhadap jurnalis di Indonesia. Tercatat, polisi, masyarakat, petugas keamanan, anggota TNI, dan preman masih menempati posisi teratas dan paling sering melakukan kekerasan terhadap jurnalis. Kekerasan paling fatal bahkan sampai mengakibatkan kematian (Tim LBH Pers, 2010).

Harus diakui bahwa masyarakat memang membutuhkan pemberitaan pers yang didasarkan fakta, jujur, fair, dan berimbang. Seperti halnya kita juga membutuhkan LSM Media atau *media watch* yang netral supaya media tidak keablasan. Kita juga membutuhkan kesadaran masyarakat atas hak-haknya sebagai konsumen yang menjadi kekuatan kontrol atas pemberitaan media yang mungkin saja sudah keablasan sehingga merugikan masyarakat dan misi pers itu sendiri.

Namun, pada saat yang sama, kita juga membutuhkan pers yang tetap kritis terhadap masyarakat dan pemerintah, supaya dialog bisa berlangsung dan kehidupan demokrasi bisa berjalan. Untuk itu, kita membutuh panduan etik dalam kehidupan pers dan dalam kehidupan politik yang mungkin selama ini hanya menjadi impian di atas kertas.

Untuk menumbuhkan budaya jurnalisme investigatif, misalnya, jelas kita membutuhkan pers yang sanggup menjalankan mekanisme *check and re-check* dan melakukan *cover both sides* dalam pemberitaannya. Supaya fakta tidak dikalahkan opini menang sendiri, supaya realitas tidak digantikan ilusi, dan supaya kebenaran tidak dimanipulasi dan dikebiri.

C. Tren Pers Pasca-Soeharto

Menyaksikan dengan saksama wajah pers Indonesia pasca-Orde Baru, memang memperlihatkan ada di antara pers kita yang sudah seperti kuda mabuk kebebasan sehingga tak heran kalau acapkali dituding pers sudah kebablasan. Kalau kita coba melukiskan perkembangan pers Indonesia akhir-akhir ini, setidaknya ada beberapa hal penting yang menunjukkan perubahan wajah pers pasca-Soeharto (Suranto et al., 1999).

Pertama, deregulasi media yang dilakukan rezim pasca Soeharto, seperti ditandai dengan dipermudahnya memperoleh izin dan bahkan akhirnya dicabutnya sistem SIUPP telah menyebabkan maraknya penerbitan pers. Sayangnya peningkatan kuantitas media, belum dengan sendirinya disertai oleh perbaikan kualitas jurnalistiknya. Ini kita rasakan baik dalam bidang media cetak maupun media elektronik atau digital, terutama media yang muncul selama era pasca-Reformasi ini.

Dalam dunia media cetak, bahkan mulai menguat tanda-tanda adanya di antara media yang hanya menjual gosip alias desas-desus dengan warna pemberitaan yang kental keberpihakan atau penyudutan kepada suatu tokoh/golongan tertentu. Sering kali ini di lakukan tanpa didukung fakta yang kuat, selain hanya potongan-potongan komentar yang tidak seimbang dari hasil wawancara yang kurang mendalam. Kalau kita cek sumber beritanya tidak akan sulit menemukan bahwa

mereka belum melakukan teknik *cover both sides*, yakni meliput sesuatu peristiwa dari dua sisi supaya seimbang.

Sementara media yang cenderung partisan terus melakukan “sensasionalisme bahasa” seperti tampak lewat pemilihan judul (*headlines*) yang bombastis atau desain cover yang norak, majalah dan tabloid hiburan justru melakukan “vulgarisasi” dan “erotisasi” informasi seks. Mereka mengemas pornografi atas nama seni dan estetika. Oleh karena itu, ketika ada protes dari sebagian komunitas pembaca yang masih menjunjung tinggi nilai dan norma agama, pengelola majalah dan tabloid populer yang menjual keseronokan itu dengan mudahnya berdalah: “Jangan sok moralis elu!”, “Ah, mereka kan enggak ngerti seni, enggak punya selera estetis.” atau, “Ah, mereka kan enggak menghargai keindahan tubuh perempuan!” stau, celakanya lagi ada pembela “seni untuk air seni” ini yang mengatakan: “Ah, porno itu kan hanya tafsiran dan persepsi mereka saja.”.

Di Indonesia, tabloid dan majalah “kuning” yang mengkomoditaskan sensasi di sekitar wilayah dada dan paha, atau yang mengumbar bahasa-bahasa konsultasi seks yang vulgar dan norak di media (termasuk juga kini sejumlah acara bernuansa seks yang vulgar di TV dan radio swasta), memang muncul bersamaan dengan angin kebebasan pers pada umumnya. Media yang menjual seks ini, sekalipun rendah dari segi kualitas jurnalistiknya, tetapi tetap bisa bertahan hidup. Ini bukan hanya karena ia punya segmen pembaca, pendengar, atau pemirsanya yang setia.

Akan tetapi, mungkin karena mereka punya massa dan ideologi pendukungnya. Salah satunya adalah pendukung pendapat yang mengatakan bahwa membicarakan perkara seks secara terbuka itu dianggap baik bagi pendidikan seks dan memamerkan perempuan lebih dari setengah telanjang itu dianggap wujud dari kreativitas seni atau ungkapan estetik. Padahal yang sebenarnya sedang berlangsung adalah sebuah keberhasilan ideologi kapitalisme membungkus eksplorasi perempuan atas nama seni. Yang terjadi bukanlah seni untuk seni, tapi seni untuk air seni. Untuk meminjam kata-kata dramawan W.S. Rendra.

Selanjutnya, melihat perkembangan media elektronik, secara kuantitas stasiun televisi di tanah air kini sudah mencapai angka ratusan stasiun. Belum lagi kalau kita memasukkan berkembangnya televisi lokal, televisi berjaringan, televisi kabel dan berbayar (berlangganan) yang juga semakin menunjukkan perkembangannya. Namun, menyambut semakin banyaknya stasiun televisi swasta akhir-akhir ini kita layak prihatin dengan persoalan kualitas budaya televisi kita karena tayangan televisi tampak masih terjebak dengan logika keseragaman (homogenitas) mata acara. Kalau suatu stasiun dianggap berhasil menayangkan kuis, dangdut, telenovela Amerika Latin, serial romantis India atau serial laga Mandarin, dan hantu sensual atau adu jotos di tengah malam maka stasiun yang lain pun bisa dipastikan akan mengikuti kemudian. Bahkan, kini nyaris semua stasiun televisi swasta memiliki acara-acara bernuansa kriminalitas, gosip, mistik, dan seks yang terkesan dikemas dengan vulgar dan gampangan. Vulgarisasi pengemasan acara bernuansa seks yang sering diberi embel-embel "17 tahun ke atas" bahkan ada kesan ingin menunjukkan secara gampangan bahwa "seks itu bukan sesuatu yang tabu". Padahal, yang terjadi acara-acara seperti itu malah bisa memerosotkan perkara kehidupan seks hanya sebatas onderdil atau instrumen pemuasan hawa nafsu atau hubungan badan saja.

Begitu pula dengan sistem bintang di layar kaca. Kita akan melihat logika keseragaman isi. Acara-acara baik kuis, sinetron, atau pun drama komedi hanya berkisar di seputar artis yang itu-itu saja. Hal yang lebih menggelikan lagi, untuk acara kuis justru hanya sekadar gonta-ganti peran beberapa artis saja. Pada suatu acara, seorang artis yang kebetulan lagi laris menjadi pembawa acara, pada acara lain, dia sebagai pesertanya, atau pada suatu acara, artis A mewawancara hobi artis B, dan pada acara lain, artis B mewawancara kegiatan akhir pekan artis A. Tampaknya tayangan remeh-temeh seputar gosip artis atau sinetron dengan dialog-dialog yang masih terkesan dangkal dan dibuat seadanya masih akan menjadi primadona televisi swasta kita. Rupanya, kini bersamaan dengan kebangkitan industri hiburan di tanah air, artis dan selebritas—sekalipun prestasinya biasa-biasa saja—benar-benar lagi naik daun. Mungkin fenomena ini lebih mencerminkan budaya masyarakat kita yang suka bergosip dan bersantai.

Kedua, maraknya apa yang disebut sebagai “media baru” (*new media*) dan “media sosial” (*social media*) di kalangan masyarakat kita akhir-akhir ini. Untuk menyebut di antaranya adalah Internet dan teknologi multimedia yang semakin canggih. Akses Internet yang semakin mudah dan murah kini juga membawa budaya baru dalam pemanfaatan waktu luang (*leisure time*). Dengan Internet, batas-batas ruang dan waktu telah hancur. Anak-anak begitu mudah mengakses segala jenis informasi yang mereka inginkan. Baik yang bisa kita kategorikan informasi yang positif maupun yang negatif. Semakin banyak mereka menghabiskan waktu di depan komputer, semakin berkurang waktu mereka untuk melakukan aktivitas lain. Membunuh waktu luang dengan main *video games*, berselancar di dunia maya (*cyberspace*), bergosip atau *chatting* dengan internet atau telepon seluler kini sudah menjadi gaya hidup anak-anak muda.

Ketiga, menguatnya fenomena apa yang dikenal sebagai tesis “imperialisme media”. Fenomena ini disebabkan globalisasi media transnasional dan invasi produk hiburan impor yang menguasai pasar media dalam negeri. Selain dominasi film-film Hollywood yang biasanya sarat seks dan kekerasan, akhir-akhir ini serial telenovela Amerika Latin dan serial laga Mandarin, serta serial romantis India dan gelombang hiburan Korea tampaknya mendominasi tayangan acara stasiun televisi swasta di tanah air. Untuk jenis sinetron atau film, misalnya, kini lebih dari 60% masih diisi oleh produk impor.

Kalaupun kita melihat produk lokal, yang kita saksikan adalah wajah yang tidak jauh berbeda dengan gaya kemasan produk impor ini. Simaklah tema-tema sinetron kita akhir-akhir ini. Paling-paling hanya satu dua sinetron saja yang berbicara tentang persoalan-persoalan nyata yang dihadapi masyarakat. Hal yang dominan, tetap saja masih romantis percintaan kelas menengah dan impian kemewahan hidup yang hanya bisa dinikmati lewat budaya visual televisi. Ada indikasi kuat tema-tema sinetron kita tidak banyak berbeda dengan tema-tema film dari India dan Amerika Latin. Tampaknya ini masih menjadi sindrom industri hiburan *Dunia Ketiga: Menjual Mimpi!*.

Akhir-akhir ini, fenomena “imperialisme media” juga bisa kita lihat dari kian mengguritanya media yang dikuasai oleh perusahaan-

perusahaan multinasional. Media jenis ini jelas menawarkan gaya hidup bagi kalangan kelas menengah ke atas. Tidak hanya dari segi daya beli atau gaya hidupnya, tetapi juga selera budayanya. Ia jelas menawarkan nilai tertentu bagi penikmatnya. Dari rubrik dan selera budaya yang ditawarkannya, kita bisa memastikan corak kelas menengah macam apa yang disasarnya. Sebut saja salah satu contoh, kalau membaca iklan *Cosmopolitan*, misalnya, sudah cukup serem bagi ukuran rata-rata budaya kita. Ia menawarkan tips-tips panas dengan sensasi foto dan vulgarisasi bahasa yang menjanjikan kepuasan seks bagi pasangan dalam bercumbu atau bercinta. Namun, jangan lupa, majalah dan tabloid dalam negeri pun sudah banyak yang melampaui ideologi selera seks yang ditawarkan media semacam itu. Ini jelas sisi lain lagi dari perkembangan wajah “jurnalisme lherr” pasca-Soeharto yang masih membutuhkan studi tersendiri yang lebih mendalam.

Wajah pers pasca-Orde Baru yang dilukiskan secara sekilas di sini menunjukkan bahwa persoalan kebebasan dan tanggung jawab masih menjadi hal yang serius bagi insan pers di Indonesia. Kebebasan dan ketidakbebasan adalah dua wilayah di mana pers selalu bergulat untuk mendamaikan kedua titik ekstrem itu. Pendapat Albert Camus yang dipertikai awal tulisan ini menggambarkan dilema tersebut. Sekalipun, pada akhirnya, kebebasanlah yang bisa membuat pers berarti bagi masyarakat. Hanya saja, kalau kebebasan sudah diraih, pertanyaan selanjutnya yang perlu dijawab: Pers itu sudah “bebas dari apa” (*free from what*) dan “bebas untuk apa” (*free for what*)? Pertanyaan ini mungkin tak akan sepenuhnya bisa dijawab secara memuaskan. Ia mungkin hanya bisa didekati dengan kearifan bahwa pada akhirnya kebebasan yang diperjuangkan itu adalah kebebasan demi kemanusiaan itu sendiri.

Pada gilirannya, di antara harapan dan kecemasan yang mengiringi perjalanan kita sebagai bangsa, kita berharap tampilnya kekuatan massa yang digunakan untuk menekan pers mudah-mudahan tidak akan terjadi lagi. Kita ingin masyarakat memanfaatkan institusi hukum untuk menegakkan keadilan, untuk menggugat pemberitaan pers yang mungkin menyimpang atau merugikan publik. Akan tetapi, kita juga tidak ingin “atas nama” hukum, pemilik modal menekan

pers sehingga mereka menyimpan fakta yang seharusnya diketahui publik. Dengan maraknya pengaduan dan gugatan kepada pers dari sebagian masyarakat, pers harus lebih berani sambil tetap hati-hati dalam mengungkap fakta ke publik.¹⁹ Tidak sedikit penguasa dan pengusaha yang akan mengambil cara apa pun terhadap pers kalau merasa kepentingan mereka terganggu. Bahkan, atas nama hukum dan kebebasan pun tak jarang ada di antara para pemangku kekuasaan dan pemilik modal yang ingin “menghukum” pers, kalau perlu sampai pers tersebut benar-benar mati sebagai penyuara nurani pembacanya.

Kalau kondisi demikian yang terjadi, pers benar-benar akan menjadi *capitalist enterprise* yang tidak akan banyak memberi arti bagi pencerdasan masyarakatnya. Pers menjelma menjadi semata-semata “mesin bisnis penghasil kapital” yang tugas sucinya hanya memberi keuntungan sebanyak-banyaknya kepada pemilik modalnya. Pers bahkan bisa melupakan misinya dalam memberikan informasi yang

¹⁹ Sebagai salah satu contoh saja, kasus gugatan Tomy Winata terhadap *Tempo*. Perkara yang berpangkal pada pemberitaan Koran *Tempo* mengenai rencana Tomy Winata membangun sarana judi di Sulawesi Tenggara yang sudah memuat bantahan dari yang bersangkutan itu, yang sesungguhnya sudah melakukan peliputan yang berimbang, oleh majelis hakim dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum dan penghinaan dan, karena itu, Koran *Tempo* mesti dihukum. Anehnya, hukuman yang dijatuhkan sangat berlebihan, yaitu menghukum Koran *Tempo* untuk membuat pernyataan maaf di sejumlah media nasional dan internasional, termasuk di media elektronik. Lalu ditambahkan lagi hukuman ganti rugi sebesar US\$ 1 juta. Menurut Todung Mulya Lubis, seorang pengacara terkemuka yang juga Koordinator Tim Kuasa Hukum *Tempo*, hukuman ini jelas sangat tidak proporsional karena pemberitaan harian tersebut jelas tidak dibaca secara sangat meluas, apalagi sampai keluar negeri. Majelis hakim tampaknya tak paham benar tentang fungsi dan peran media dan, karena itu, seenaknya menjatuhkan vonis yang eksesif. Terlepas dari kontroversi kasus itu, dengan maraknya pengaduan dan gugatan kepada pers, masyarakat pers harus mulai bersiap mengalokasikan dana yang tidak kecil untuk membiayai pembelaan terhadap pers. Ini juga menjadi salah satu cermin dari betapa mahalnya harga sebuah kebebasan. Pers jelas harus semakin berani, tapi juga harus tetap berhati-hati mengungkap fakta yang setelah sampai ke publik seringkali tampil sebagai wacana (*discourse*) yang multi-interpretasi dan tidak bisa lagi dikendalikan sepenuhnya oleh media. Untuk kontroversi kasus Tomy Winata dan *Tempo* ini, lihat ulasan yang menarik dari Lubis, T. M. (2004, 22 Februari). Perang sudah dimulai. Dalam MBM *Tempo*, khususnya, hlm. 58–59.

kritis dan cerdas kepada masyarakat yang menjadi landasan hidup pers itu sendiri.

D. Jurnalisme di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga telah mengubah wajah pers Indonesia dalam dua dekade terakhir. Era digital dan AI, misalnya, sedang merevolusi budaya ruang redaksi dan budaya jurnalisme nyaris total. Budaya jurnalisme memaksa jurnalis untuk beradaptasi dengan logika media digital umumnya karena kini aktivitas jurnalistik dibanjiri data tentang cerita mana yang paling banyak memikat klik, suka, komentar, dan bagikan.

Logika metrik digital telah mengubah kerja jurnalis, memengaruhi cerita yang ditulis, bagaimana berita dilaporkan, dan bahkan mungkin bila dianggap perlu, jurnalis mana yang pantas dipekerjakan atau dipecat karena dianggap tidak mampu beradaptasi dengan tuntutan logika jurnalisme di era digital tadi. Persoalan yang muncul, apakah algoritma dan metrik digital akan membuat jurnalis lebih bertanggung jawab kepada publik? Itu seperti perkara lain. Atau, apakah kemajuan teknologi digital ini bisa mengubah insan ruang redaksi menjadi seperti mesin pabrik perakit viral yang justru memperburuk kondisi kerja redaksi dan kualitas jurnalisme?

Pertanyaan seperti itu, misalnya, telah merisaukan Caitlin Petre seperti dalam *All the News That's Fit to Click* (2021). Ia menjelaskan bagaimana metrik digital menjadi bentuk pengawasan dan disiplin manajerial baru yang kuat namun berbahaya dalam kerja jurnalisme di era digital. Alat analitik *real-time* ini dirancang untuk memenangkan kepercayaan dan loyalitas jurnalis yang waspada dengan cara meniru-niru fitur-fitur utama dari *game* adiktif, termasuk tampilan imersif, umpan-balik instan, dan “skor” serta peringkat yang terus diperbarui.

Transformasi budaya digital saat ini mendorong banyak jurnalis terpikat pada digital metrik—dan memaksa mereka bekerja lebih keras untuk meningkatkan skor berita dari aspek kuantitatif. Jurnalis menjelma menjadi mesin pembuat dan perekaya berita. Jika logika ini yang mendominasi kinerja jurnalis maka jurnalisme pencari sensasi akan menemukan ruang hidupnya sehingga jurnalis akan dipaksa untuk

selalu bersaing memburu dan menulis sebanyak-banyaknya berita meski dengan risiko mengabaikan sisi kualitas dan kedalamannya.

Saat ini dampak kemajuan AI bagi industri pengetahuan seperti media berita pers kian dirasakan terbitan-terbitan harian yang selama ini mengandalkan edisi cetak dengan pembaca setia generasi Baby Boomer dan generasi X yang masih suka membaca koran tercetak. Dalam beberapa hal, media-media arus-utama ini mampu beradaptasi dengan selera generasi layar (generasi Milenial, generasi Z, generasi Alpha) yang membaca berita atau mengonsumsi informasi dan hiburan dari layar gawai, telepon pintar, dan tablet.

Mencermati lebih dalam perkembangan dunia digital ini, tantangan yang akan dihadapi media di era digital tidak lagi berupa ancaman kekuasaan dan modal semata, meskipun ini tidak bisa diremehkan dalam upaya untuk membangun budaya demokrasi yang sehat dan memberi informasi yang mencerdaskan publik. Namun bagaimana memanfaatkan potensi masa depan yang terbuka di era digital dan AI ini, agar membuat para insan media dan budaya jurnalisme yang dibangunnya tetap berkomitmen untuk mengusung jurnalisme yang memberdayakan, mencerahkan, dan mentransformasikan kehidupan menjadi lebih baik dan tetap tidak kehilangan misinya seperti membela kaum rentan dan miskin serta kalangan yang tidak berdaya dan kurang beruntung.

Baik pada era pra-digital maupun era digital, pada prinsipnya, pers yang gagal menangkap nurani masyarakatnya lambat laun akan ditinggalkan pembacanya. Pers yang kritis menuntut pembaca yang cerdas. Begitu pun sebaliknya, pembaca yang kritis menuntut pers yang cerdas. Tidak ada gunanya kalau pers cerdas, tetapi masyarakatnya bodoh. Atau, kalau masyarakat kritis, tetapi persnya tumpul. Kedua unsur ini—pers dan masyarakat yang cerdas dan kritis—sejatinya berjalan berkelindan untuk menjadi landasan membangun budaya demokrasi. Pers dan masyarakat perlu saling mengingatkan, perlu saling mencerdaskan. Barulah kebebasan media itu mempunyai makna bagi apa pun yang ingin diperjuangkan atas nama apapun—demokrasi, kebebasan, atau kemanusiaan.

Akhirnya, apa pun yang akan menghadang kebebasan haruslah kita hadapi bersama-sama. Meskipun sebagian suara kebebasan kini bisa disalurkan lewat aneka platform media sosial, jurnalisme warga, dan media alternatif lainnya, tetapi kita tidak ingin media arus-utama jadi tiarap dan kehilangan daya kritisnya sehingga masyarakat kehilangan salah satu ruang informasi yang mungkin dibutuhkan untuk mencerdaskan bangsa ini. Apalagi, kalau mengingat, seperti kata-kata dari sejarawan kawakan, Taufik Abdullah (1999), “Pers bukanlah hanya pembawa berita, tetapi juga pelopor diskursus kecendekiaan”.

Karena itu, iklim keterbukaan dan hilangnya rasa takut dan cemas dalam berpendapat dan berekspresi penting dikembangkan tidak hanya karena ia akan mempersehat perkembangan budaya politik dan industri media itu sendiri, tetapi lebih dari itu, hanya dalam alam yang bebaslah kita dan kebanyakan rakyat bisa berimajinasi. Barangkali inilah relevansi dari gaung kata-kata Voltaire ketika ia mengatakan, “Saya tidak setuju dengan apa yang Anda katakan, tetapi saya akan memperjuangkan hak Anda untuk mengatakannya.”.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB V

Facebook sebagai Media Komunikasi Politik Baru

“Dunia maya menjadi penghubung dan tempat pertemuan yang vital bagi lapisan masyarakat yang terlibat secara sipil dan tergerak secara politik. Dalam hal ini, dunia maya mendorong munculnya berlipat ruang publik mini.”

(Peter Dahlgren)

“Bagi para penggemar, Internet menjanjikan bentuk-bentuk baru komunikasi horizontal dan vertikal yang dapat memfasilitasi dan memperkaya deliberasi di ruang publik.”

(Pippa Norris)

Dalam lintasan sejarah gerakan sosial di awal perkembangan lanskap digital di negara-negara Asia, Gerakan Sejuta Facebook dalam perlawanan publik terhadap kriminalisasi KPK pada tahun 2009, telah tercatat sebagai peristiwa fenomenal dalam hal penggunaan media sosial untuk gerakan sosial di Indonesia. *Cyberdemocracy* atau *Cyberpolitics* atau *Cyberprotest* benar-benar menemukan ruang mobilisasi dan partisipasinya dalam kasus ini. Kasus ini fenomenal karena mampu melibatkan lebih dari sejuta Facebooker dalam waktu yang relatif singkat (kurang dari sebulan) dan mendapat perhatian yang cukup besar dari masyarakat, aktivis, politisi, analis, dan media arus-utama seperti televisi dan surat kabar. Sejumlah televisi memberitakan

secara rutin perkembangan jumlah Facebooker yang bergabung dan membahas isinya. Sementara sejumlah surat kabar mengulas kasus ini dalam tajuk rencananya. Peristiwa tersebut juga mendapatkan tempat dalam pemberitaan media internasional seperti *BBC*, *Al-Jazeera*, *New York Time*. Kenyataan tersebut menandakan munculnya kesadaran umum tentang manfaat media baru dalam gerakan sosial di Indonesia.

Sentimen masyarakat yang meluas pada kasus antara KPK dan Polri merupakan fenomena luar biasa. Pada masa lalu mungkin hanya pemberitaan media massa mengenai unjuk rasa atau jajak pendapat yang bisa dijadikan alat pengukur pendapat umum. Sementara pernyataan tanda tangan, ungkapan keprihatinan, atau pita hitam tanda solidaritas kini sudah berganti (atau ditambah) corat-coret (graffiti), lukisan mural, dan pernyataan lewat Internet yang tidak kalah dahsyat efektivitasnya. Jumlah Facebooker pendukung Bibit dan Chandra yang mencapai ratusan ribu hanya dalam waktu beberapa hari menunjukkan bukan hanya kian meluasnya jumlah pengguna Internet di Indonesia, tetapi juga besarnya potensi penggunaan sarana ini dalam komunikasi politik warga di masa depan.

A. Alat Politik dan Media Baru Keterlibatan Warga

Manfaat penggunaan Internet bagi aktivisme atau aktivitas politik sebenarnya sudah cukup banyak dikaji dengan kadar efektivitas yang beragam. Sassi (2000), misalnya, mulai mengkaji Internet pada pertengahan 1990-an dengan minat utama pada kemunculan bentuk-bentuk baru politik akar-rumput (*grassroots politics*) dan cara ikatan-ikatan sosial (*social bonds*) terbentuk pada dan melalui Internet. Ia ingin mengetahui lebih jauh bagaimana jaringan, *the Net*, memengaruhi “politik yang tak terlembagakan” (*non-institutionalized politics*). Kajian seperti itu memperkuat pandangan bahwa Internet adalah media komunikasi baru yang bisa digunakan untuk meningkatkan keterlibatan warga (*the Internet as a new medium of civic engagement*) dalam

kehidupan politik (Sassi, 2001) sehingga Internet juga bisa digunakan sebagai alat politik (*the Internet as a political tool*) (Sparks, 2001).²⁰

Dalam kajian-kajian awal mengenai penggunaan Internet di kalangan warga yang terlibat secara politik, Fisher dkk. (1996) berhasil memisahkan beberapa tipe ideal interaksi warga (*civic interaction*) di Internet. Di antaranya termasuk apa yang mereka namakan komunitarian, yang menekankan ideal-ideal demokrasi partisipatoris dan mutualitas, mobilisasi politik, di dalamnya ruang maya (*cyberspace*) digunakan oleh para aktivis dari kelompok-kelompok kepentingan untuk mengorganisasikan diri, bertukar gagasan yang sama, tempat berdiskusi untuk meneguhkan nilai dan persepsi kelompok, dan mengurangi kontak dengan orang-orang yang berpandangan berbeda dengan mereka.

Kajian lain juga menunjukkan potensi Internet dalam membangun komunitas virtual. Pippa Norris (20000), misalnya, mengutip beberapa hasil penelitian yang menunjukkan kemungkinan Internet untuk membangun komunitas (*building community*) (Schwartz, 1996), meningkatkan kapital sosial (*social capital*) melalui pertukaran informasi dalam buletin di Internet (Rheingold, 1995), dan menghapus jarak kekuasaan antara pemerintah dan yang diperintah (Grossman, 1995). Menurut Norris (2000), dengan secara tegas mereduksi kendala-kendala keterlibatan warga (*the barriers to civic engagement*), Internet akan mengatasi beberapa kendala finansial, dan memperluas peluang bagi perdebatan politik, penyebaran informasi, dan interaksi kelompok sehingga bisa dikatakan bahwa Internet bisa mereduksi ketidakadilan sosial dalam kehidupan publik.²¹

²⁰ Colin Sparks (2001) mengakui bahwa akses komunikasi merupakan prediktor yang signifikan dari “kekuasaan dan kesetaraan dalam demokrasi modern” (hlm. 2). Ia mengamati bahwa “Komunikasi dapat membentuk kekuatan dan partisipasi dalam masyarakat dengan cara negatif, dengan mengaburkan motif dan kepentingan di balik keputusan politik, atau dengan cara positif, dengan mempromosikan keterlibatan warga negara dalam keputusan tersebut.” (hlm. 2), yang kemudian merupakan akar dari banyak penelitian ilmiah mengenai politik dan Internet.

²¹ Pippa Norris (2000) mengakui bahwa spekulasi tentang pengaruh Internet terhadap politik tampak terpolarisasi di antara mereka yang mendukung teori mobilasi (*mobilization*), atau teori peneguhan (*reinforcement*). Sebagaimana diidentifikasi

Kalangan yang optimis juga memandang bahwa Web akan mampu memberdayakan komunitas daring dari para warga yang berpikiran sama (Keane, 1995), dan mempromosikan sebuah demokrasi yang lebih baik dengan para pemilih yang lebih tercerahkan (*more informed voters*) (Sullivan, 1995). Para peneliti lain menyajikan pandangan yang lebih seimbang mengenai peluang dan kendala yang bisa berdampak pada potensi Internet untuk berkontribusi bagi demokrasi yang lebih partisipatoris dan langsung (*a more participatory, direct democracy*) (Barber et al., 1997).²²

Penggunaan Internet dalam gerakan sosial dan politik di Indonesia muncul seiring berkembangnya gerakan Reformasi. Hal itu dapat disimak dalam karya-karya oleh Spyer (2002), Hill dan Sen (2005), Lim (2005) dan masih banyak lagi. Akan tetapi, studi-studi tersebut dilakukan sebelum jejaring sosial Facebook digunakan secara dominan oleh para penggunanya di Indonesia. Menurut data awal, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 11 juta (*Kompas*, 8 April 2009). Kondisi tersebut didukung oleh kemudahan akses terhadap

oleh Norris, “Di satu sisi, teori mobilisasi mengklaim bahwa ‘demokrasi virtual’ menjanjikan kelimpahan pemberdayaan di dunia digital. Sementara itu, di sisi lain, ‘teori penguatan’ menyatakan bahwa penggunaan Internet akan memperkuat, bukan mengubah secara radikal, pola kesenjangan sosial dan partisipasi politik yang ada” (Norris, 2000, hlm. 121). Banyak penelitian komunikasi politik mengenai Internet menunjuk salah satu dari pandangan yang berbeda ini, baik dalam teori maupun dalam penerapannya. Setidak-tidaknya *common denominator* bagi mayoritas penelitian politik Internet didasarkan atas apakah media ini memperkuat bentuk baru keterlibatan warga atau apakah ia sedang membangun benteng pertahanan struktur kekuasaan yang ada.

²² Tinjauan luas menunjukkan bahwa Internet mengandung kemungkinan-kemungkinan struktural sebagai berikut bagi demokrasi yang berkembang secara elektronik (*electronically enhanced democracy*): “(a) interaktivitas yang inheren; (b) potensi komunikasi lateral dan horizontal; (c) mode komunikasi titik-ke-titik dan non-hierarkis; (d) biaya rendah bagi pengguna (setelah pengguna disiapkan); (e) kecepatan sebagai media komunikasi; (f) tidak adanya batas negara atau batas lainnya; dan (g) bebas dari gangguan dan pemantauan pemerintah.” Lihat Barber dkk. (1997). *The state of “electronically enhanced democracy”: A survey of the internet*. The Walt Whitman Center atau the Culture and Politics of Democracy, khususnya hlm. 8.

media baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kemudian, kemudahan akses terhadap Internet tidak hanya dapat dilakukan melalui fasilitas di kantor, warnet, rumah, tetapi juga melalui telepon seluler pribadi di manapun dan kapanpun. Oleh karena itu, penelitian penggunaan Facebook dalam gerakan sosial kontemporer di Indonesia khususnya gerakan sejuta Facebook dalam melawan kriminalisasi KPK menjadi penting untuk dilakukan terutama dalam kaitan dengan bidang kajian politik komunikasi.²³

B. Facebook dan Perasaan akan Komunitas

Ketika Facebook²⁴ muncul dan digandrungi terutama oleh masyarakat yang melek teknologi informasi, pandangan mata terarah kepadanya. Facebook mampu menghidupkan kembali perasaan akan komunitas (*sense of community*) lewat dunia virtual, terutama ketika kehidupan komunitas urban di dunia aktual mulai luntur.

Fenomena “Facebook-mania”, kalau kata ini bisa digunakan, menegaskan bahwa dalam dunia kehidupan yang berubah demikian cepat dan tak terduga, manusia membutuhkan ruang tempat kita merasa “ada”, didengar, diperdulikan, dan diakui. Apalagi ketika dalam

²³ Terima kasih kepada Hanif Suranto selaku Direktur LSPP (Lembaga Studi Pers dan Pembangunan) saat itu, yang telah banyak berdiskusi tentang peran Facebook dalam gerakan sosial di Indonesia. Juga kepada Lucius Karus dan Dedi Sukendar yang banyak membantu mengumpulkan data terkait dalam penelitian ini. Dedi telah ikut mengamati perkembangan hari demi hari perbincangan di Facebook dari pelbagai kelompok pro dan kontra kriminalisasi KPK, ketika kasus ini sedang hangat dan ketika penelitian yang mendukung bahan bab ini dilakukan.

²⁴ “The fb”, namanya saat itu, pertama kali diperkenalkan oleh Mark Zuckerberg (lahir 1985), pada Februari 2004, dari kamarnya di asrama Harvard University. Dengan dibantu beberapa temannya, dia membuat jaringan mahasiswa melalui Internet agar mereka bisa saling mengenal. Dalam 24 Jam, 1.200 mahasiswa Harvard bergabung dan segera jaringan ini menyebar ke kampus lain. Zuckerberg menciptakan Facebook bersama rekannya Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Setelah Facebook populer, dia di-drop-out dari Harvard, lalu pindah ke Palo Alto California, dan di sana dia mulai merangkul investor. Zuckerberg yang lahir dari keluarga dokter kaya memiliki 20 persen saham di Facebook, senilai 3 miliar dolar AS. Majalah Forbes mendeklarasikan Zuckerberg sebagai miliuner “self-made” termuda di planet ini. Dia juga mendapat julukan sebagai “salah seorang paling berpengaruh pada tahun 2008” versi Majalah Time.

kehidupan sehari-hari, kita tak sepenuhnya sadar bahwa kita mulai “saling-meniadakan”. Ketika kita mulai tak saling kenal dan saling sapa dalam kehidupan antarwarga dan antartetangga.

Ketika jaring-jaring komunikasi sosial tradisional yang lama mengikat mulai pudar, Facebook hadir meretas kembali impian yang mulai sirna itu. Facebook mengantar kembali “dunia privasi” ke tengah “dunia komunitas” kita, atau persisnya *“virtual community”*. Tak heran kalau Facebook menjadi tempat “curhat”, curahan hati dan sekaligus curi perhatian.

Media sosial seperti Facebook memang muncul memenuhi pergeseran selera sebuah generasi yang disebut oleh Don Tapscott (2009) sebagai “the Net Generation”, atau oleh John Palfrey & Urs Gasser (2008) sebagai “Digital Natives”. Tapscott berbicara tentang bagaimana generasi Net sedang mengubah dunia kaum muda. Sementara Palfrey dan Gasser menyoroti generasi yang lahir setelah 1980, ketika teknologi digital sosial, seperti *Usenet* dan *bulletin board systems*, muncul secara daring. Generasi baru punya akses terhadap teknologi digital berjaringan dan mereka semua punya keahlian menggunakaninya.

Tak heran kalau muncul harapan bahwa Facebook juga bisa menjadi tempat tersendiri untuk membangun “kapital sosial” bagi generasi Net, modal hidup bersama dalam sebuah masyarakat madani yang menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi dan keadaban. Bukankah di dalamnya, juga ada proses “deliberasi”, proses perbincangan, dialog, diskusi, dan berbagi. Singkatnya, ada proses komunikasi timbal-balik di sana. Sebagai salah satu situs media sosial, Facebook bisa menjadi senjata ampuh untuk meraih kemenangan gemilang dalam dunia bisnis dan politik. Tidak kalah menarik, juga bagaimana gerakan akar-rumput yang melibatkan kaum muda bisa menggunakan Facebook untuk menggalang kekuatan dalam mencapai tujuan bersama. Para pakar di bidang pemasaran sosial telah mengajukan berbagai resep menjanjikan bagaimana memanfaatkan media sosial via internet baik bagi organisasi-organisasi profit, non-profit maupun pemerintah (Evans, 2008).

Facebook untuk menggalang kekuatan bisa kita telaah dari kasus penahanan pejabat KPK, Bibit Samad Rianto dan Chandra

Hamzah. Penggerak facebooker dalam melakukan dukungan terhadap pejabat KPK tersebut juga melibatkan media massa. Dalam kasus ini, media massa, setelah menjajaki pendapat dan sentimen publik, telah mengkonstruksi pemberitaan sedemikian rupa sehingga simpati publik kepada dua pejabat KPK nonaktif tersebut terus meningkat. Ada semacam pola pemberitaan: yang jahat menyalimi yang baik. Di sini media dengan sengaja menggiring masyarakat lewat pemberitaannya untuk memihak kepada "yang baik". Semboyan, media massa harus objektif, tidak memihak dan adil, untuk sementara disisihkan demi melawan apa yang dianggap sebagai ketidakadilan. Pengadilan opini publik ini agaknya tidak boleh dipandang remeh dan harus ditangani secara bijak.

Editorial *Media Indonesia* (4 November 2009) menuliskan bahwa,

Dukungan terhadap Bibit Samad Rianto dan Chandra M Hamzah, pimpinan nonaktif KPK datang dari dua dunia, yaitu dunia nyata dan dunia maya. Di dunia nyata, para tokoh nasional dengan sukarela menjaminkan diri untuk membebaskan Bibit dan Chandra. Mereka pun dengan penuh semangat turun ke jalan bergabung dengan elemen masyarakat lain untuk berunjuk rasa. Dukungan di dunia nyata tersebar dari Jakarta hingga ke berbagai daerah. Yang lebih fantastis terjadi di dunia maya. Dukungan untuk Bibit dan Chandra di jejaring sosial Facebook sudah menembus angka 500 ribu dari target 1 juta. Inilah dukungan yang hebat melalui Facebook itu merupakan tanda bangkitnya kekuatan masyarakat sipil yang harus diperhitungkan oleh yang berkuasa karena dukungan itu bisa saja berubah menjadi *people power*.

Kemudian, tajuk rencana *Kompas* (3 November 2009) juga menulis sebagai berikut,

Seiring dengan maraknya kasus penahanan dua unsur pimpinan nonaktif KPK, Chandra Hamzah dan Bibit Samad Rianto, muncul dukungan luas dan sangat besar. Dukungan muncul dari berbagai kalangan, mulai dari tokoh masyarakat, organisasi

masyarakat, hingga masyarakat luas, di dalam dan luar negeri. Selain mewujud di jagat riil seperti demo, dukungan juga mewujud di jagat maya (virtual). Senin (2/11), dukungan melalui situs jejaring sosial Facebook dilaporkan sudah mendekati 300.000. Fakta di atas meneguhkan setidaknya dua hal. Pertama, dukungan terhadap Chandra dan Babit dari berbagai kalangan sangat besar. Ini mungkin di luar dugaan otoritas pemerintahan yang mengambil keputusan penahanan kedua tokoh KPK di atas. Berikutnya, kita melihat bahwa dukungan tersebut telah melintas batas, tidak hanya di dunia riil, tetapi juga di dunia maya, yang hari-hari ini semakin besar pengaruhnya.

Oleh karena itu, tampak bagaimana potensi Facebook dalam gerakan sosial dan khususnya pemanfaatannya dalam gerakan antikriminalisasi KPK.

C. Facebook sebagai Faktor

Ketika penelitian yang mendukung bab ini dilakukan pada 2009 silam, kajian tentang penggunaan Facebook di Indonesia secara ilmiah belum pernah dilakukan, bahkan bisa dikatakan belum ada. Facebook sendiri baru menjadi perhatian penting publik pengguna Internet setelah Obama memanfaatkannya untuk kampanye politik pemilihan Presiden Amerika Serikat pada tahun 2008. Priyatna (2009), misalnya, mengungkapkan,

Facebook dan Barack Obama, atau kampanye pemilu AS 2008 secara umum, memiliki hubungan yang saling menguatkan. Obama menang antara lain karena memanfaatkan jejaring sosial, diantaranya Facebook yang paling besar. Sebaliknya, Facebook sendiri jadi semakin besar dan penting serta semakin banyak anggotanya karena dipopulerkan oleh kampanye Obama (Priyatna, 2009: 70).

Kemudian, koran nasional seperti *Kompas* (27 Desember 2008) juga mengungkapkan bahwa salah satu faktor penentu kemenangan Barack Obama dalam pemilihan presiden di Amerika Serikat, awal November

2008, adalah karena ia berhasil menggaet pendukung di dunia maya. Selain membuat situs Barackobama.com, ia juga mendekatkan diri dengan pendukungnya melalui banyak situs, termasuk situs jejaring sosial, salah satunya Facebook.

“Kelompok yang paling terpengaruh dengan media alternatif itu adalah pemilih pemula yang relatif merupakan *swingvoters*,” kata pakar komunikasi Emerson College’s Department of Communication Studies di Boston, Amerika Serikat, J. Gregory Payne, dalam sebuah diskusi di Makassar. Payne menyatakan bagaimana Obama memanfaatkan portal jaringan Facebook, “Di Facebook, Obama memiliki 300.000 teman yang terhubung langsung. Sementara, Hillary hanya memiliki 30.000 teman,” katanya.

Menghadapi Pemilu 2009, para bakal calon presiden di Indonesia juga tidak mau ketinggalan. Mereka semua memanfaatkan Facebook. Anggota DPR pun banyak yang memiliki akun di Facebook. Bahkan, ada beberapa anggota legislatif yang setiap saat memutakhirkkan informasi di Facebook, seolah-olah hal itu menjadi pekerjaan utamanya. Sebagai bakal calon presiden mereka merasa perlu berinteraksi dengan pendukung melalui Facebook. Jusuf Kalla, sebagai bakal calon presiden tertua, juga tidak mau ketinggalan membuat Facebook. Facebook juga dilirik mantan Presiden Megawati Soekarnoputri yang kembali mencalonkan diri maupun Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang akan mempertahankan kursinya. Bakal calon presiden lain pun tak mau ketinggalan kereta. Sebut saja Wiranto, Amien Rais, Sutiyoso, Sultan Hamengku Buwono X, Prabowo Subianto, dan Hidayat Nur Wahid. Saat itu semuanya memiliki akun Facebook yang aktif.

Sekalipun studi tentang penggunaan media baru untuk gerakan sosial di Indonesia belum banyak dilakukan, tetapi penggunaan media baru itu sendiri terbukti mengesankan. Ini terlihat dari begitu banyak grup-grup yang menyuarakan isu atau kepentingan khusus. Mereka tampak berupaya menarik dukungan publik dan untuk menjadi anggota facebooker grup mereka. Tak heran kalau kemudian Facebook tidak hanya bermanfaat untuk membangun komunitas virtual, tetapi juga telah menjadi bagian penting dari media komunikasi politik baru, bagi “generasi Net”.

Mike Westling, misalnya, seorang ilmuwan dari Universitas Wisconsin, Amerika Serikat, telah menguji fitur-fitur Facebook yang digunakan untuk komunikasi politik serta keefektifannya bagi aktor politik dan anggota komunitas. Dari hasil pengamatannya dihasilkan bahwa kandidat hanya akan melanjutkan secara aktif penggunaan Facebook jika mereka mengantisipasi harapan untuk jabatannya kembali di masa depan. Sedikit fitur-fitur yang diadakan oleh Facebook yang original sama sekali, tetapi kombinasinya yang membuat Facebook itu efektif. Signifikansi Facebook adalah bahwa Facebook mengombinasikan semua layanan dalam suatu jaringan anggota. Kemudian kebanyakan komunikasi yang dilakukan antara kandidat dan anggota masih satu arah, tetapi nilai Facebook berasal dari kekuatan anggotanya untuk mengorganisasi diri dan menanggapinya dalam setting publik (Westling, 2007: 11–12).

D. Pro dan Kontra KPK di Dinding Facebook

Facebook.com adalah situs jaringan sosial yang memungkinkan para anggotanya untuk saling berbagi informasi, opini, dan media personal. Para anggota dapat berkomunikasi secara privat satu sama lain via pesan atau secara publik via pos-pos pada dinding (*wall*) Facebook dengan para anggota lainnya.

Facebook terdiri atas sejumlah fitur yang menarik. Facebook bisa digunakan untuk menggalang dukungan lewat fitur-fitur yang tersedia untuk membentuk “grup-grup” atau menggalang “event-event”, masing-masing dengan sebuah *homepage* yang menayangkan deskripsi, gambar, dan *message board*. Sebuah grup dapat menjadi publik dengan membuka keanggotaan atau publik dengan keanggotaan yang tertutup atau bersifat privat. Di bawah profil grup akan muncul komentar yang biasanya berisi tanggapan yang memancing tanggapan-tanggapan baru dari para anggota lainnya.

Dalam bab ini, analisis ditujukan pada beberapa sampel fitur Facebook yang dipilih secara purposif sesuai dengan tema yang dibahas, yakni berkaitan dengan kriminalisasi pimpinan KPK. Setelah menelusuri literatur kepustakaan yang terkait dengan komunikasi politik dan Internet serta peran Facebook di dalamnya. Kemudian memperkaya

pembahasan dengan berita-berita dan komentar-komentar di media yang relevan, analisis teks sebagai suatu proses dekonstruksi teks untuk memahami beroperasinya teks, melakukan konstruksi teks, dan cara-cara teks menghasilkan makna, guna menunjukkan kemungkinan maknanya.

Sebaimana kita tahu, metode analisis teks ada bermacam-macam. Kita bisa memusatkan pada ciri-ciri teks yang berbeda, konvensi-konvensinya dan mitos-mitos budayanya. Analisis teks adalah sebuah istilah umum yang mencakup metodologi-metodologi tertentu dan beragam. Ia bisa berupa analisis isi, analisis linguistik, analisis semiotik, analisis naratif, analisis ideologis, analisis wacana (kritis), atau pun analisis pemosisan sosial yang bersifat kritis. Analisis ideologis (*ideological analysis*) terhadap suatu teks akan memusatkan kajian pada makna mengenai kekuasaan, dan mencoba untuk menyingkapkan kontradiksi-kontradiksi di antara posisi-posisi ideologis yang membentuk teks (Burton, 2005: 49). Ideologi di sini diartikan berdasarkan pandangan Hall (1996), yang menyatakan bahwa “Ideologi merupakan sistem representasi yang dimaterialisasikan dalam praktik.” (*Ideologies are systems of representation materialized in practices*) (Hall, 1996). Realitas virtual yang terbentuk dalam jaringan komunitas di Intenet telah memunculkan banyak isu tentang strategi wacana dan teks yang digunakan oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dari analisis terhadap sebanyak tujuh grup Facebook yang berkaitan dengan kasus KPK, dapat digambarkan beberapa temuan menarik sebagai berikut:

Pada fitur pertama topik forum ialah grup yang bertajuk “Gerakan 1.000.000 Facebooker Ganyang Susno Duaji”. Topik ini menyatakan dengan lantang perlawanan facebooker terhadap pihak kepolisian yang terlibat dalam kasus kriminalisasi KPK. Secara tekstual dapat diamati tanggapan anggota Facebook terhadap komentar profil grup, “*Isu tak sedap mampir ke polisi dalam kasus Bank Century yang diduga melibatkan Kabareskrim Mabes Polri Komjen Pol Susno Duaji. Demi membersihkan citranya, polisi seharusnya legowo untuk menyerahkan Susno Duaji untuk diganyang masyarakat bersama-sama.*”

Komentar ini kemudian ditanggapi oleh anggota facebooker dalam berbagai gaya bahasa dan bentuk wacana yang bernada kegeraman dan kemarahan, yang jika dikategorikan berisikan sebagai berikut.

- 1) Menantang polisi untuk membuktikan kebenarannya, pada kalimat: “*buktikan saja*”.
- 2) Menunjukkan kekuatan facebooker, pada kalimat “*kami juga bisa kerahkan jutaan massa di Facebook*”.
- 3) Bernada ledekan atau olok-olok, pada kalimat “*Anggodo itu enaknya digodok jadi namanya Anggodok (Anggodo digodok)*” serta “*dari muka, bicara, senyum aja dah kliatan... Tukang tipu!!!*”.
- 4) Bernada menyumpah-serapah, pada kalimat “*ya harap maklum nama nya udah masuk daftar cekal dunia akhirat ... ketulis besar-besar di pintu neraka ni orang berani sumpah bawa nama tuhan dan agama segala*”.
- 5) Menuntut penegakan hukum, pada kalimat “*tidak akan berubah dari tuntutan semula: KAPOLRI + KABARESKRIM = MUNDUR harga mahal sebuah rekayasa hukum yang mencoreng, melukai dan membuat Ibu Pertiwi menangis kembali.....*”.

Dari kategori tersebut, secara tekstual, fitur Facebook memang terlihat cocok sekali untuk komunikasi yang ditujukan dengan maksud menggalang, mengorganisasikan, atau mengerahkan para anggotanya untuk bertindak dengan tujuan politik yang sama. Pada fitur ini, organisasi pesan diarahkan pada pengadilan untuk Susno Duaji yang juga dikaitkan dengan pengadilan untuk Anggodo. Di sini muncul tuntutan atas tindakan nyata penegak hukum. Pengerahan sikap dan tindakan pada tujuan yang sama juga bisa diamati pada fitur-fitur lain seperti grup berikutnya.

Tema yang diusung dalam fitur ini ialah “Gerakan 1.000.000 Facebookers dukung Chandra Hamzah dan Bibit Samad Riyanto”, dengan komentar pada profil grupnya ialah “*Pro atau kontra silahkan gabung. Kemerdekaan bersuara dijunjung tinggi. Dukung KPK! Dukung Reformasi Hukum!*”.

Kemudian, juga ada komentar di dinding grup Facebook, “*Akil menilai alasan pembuatan RPP Penyadapan tidak logis. Ia juga tidak*

setuju dengan gagasan perlunya izin kepada satu badan khusus di bawah Menkominfo jika ingin menyadap. Akil mempertanyakan pula dasar pemberian kewenangan kepada lembaga baru itu. Ia menjelaskan pemberian kewenangan kepada satu badan tidak dapat dibenarkan.”

Komentar tersebut mendapat berbagai tanggapan dari para anggota grup Facebook ini yang menyatakan sebagai berikut.

- 1) Dukungan kepada komentar di dinding, pada kalimat: “*jadi kalo mau nyadap harus izin dulu...capek deh...*”, “*negara kita penuh skenario*”.
- 2) Himbauan kepada rakyat dan menyudutkan DPR, pada kalimat: “*masalah Century serahkan saja ke KPK yang masih dianggap kredibel. Tidak usah terlalu dipolitisir, nanti yang senang DPR bisa sok pahlawan. Para pakar berdirilah di atas aturan, jangan ikut-ikutan bicara ngawur. Rakyat harus peka jangan sampai di manfaatkan oleh para petualang politik*”. Tanggapan ini didukung oleh yang lain, “*betul sekali, memang DPR saat ini se dang mencari sensasi murahan, katanya pansus dibentuk krn suara rakyat...???* pertanyaannya rakyat yang mana...”.
- 3) Pembantaian korupsi, pada kalimat: “*anehnya lagi ...?? Pansus minta anggaran 5 M ... kayaknya Pengusung Pansus mulai membuat korupsi gaya baru dgn cara yg lebih halus deh...biar nanti ngeruk uang rakyat tp gak ketahuan KORUPSI...*” serta pada “*korupsi emang musti kita bantai sampai kedalam-dalamnya...Nah siapa yang mau bantai kalau semua urusan ada yang nunggangi.*”.
- 4) Dukungan moril kepada Bibit-Chandra pada kalimat: “*Bibit dan Chandra sudah kembali ke aktivitas rutinnya..., semoga tetap bertahan di jalur bersih..., ingatlah beribu orang percaya anda orang yang jujur...*”.

Pada dinding grup Facebook ini tanggapan-tanggapan yang muncul kurang terarah kepada topik forum. Meski demikian, pola teksnya menunjukkan arah yang sama, yakni tetap mengarahkan kepada tindakan pemberantasan korupsi dan dukungan pada Bibit dan Chandra.

Berikutnya topik forum ialah “Gerakan 1.000.000 Facebooker Dukung Penjarakan Anggodo Wijoyo”, dengan komentar pada profil grup ialah “*Aparat hukum dalam kasus hukum yang dihadapi Minah berusaha menegakkan hukum seakan demi keadilan. Hal ini seakan kontras dengan apa yang terjadi, terhadap dugaan penyuapan yang dilakukan Anggodo Widjojo.*”.

Komentar ini mendapatkan tanggapan dari anggota Facebook dalam berbagai bentuk.

- 1) Menyangsikan ketidakpastian penegakan hukum, pada kalimat: “*presiden aja nggak berikut...apalagi kita rakyat jelata...*”, kemudian “*kita ini kayak wayang saja, mau melakukan sesuatu muter-muter dulu, sudah dekat, mundur lagi?*” serta “*ada apa dengan hukum di negeri ini?*”.
- 2) Tindakan penghukuman, pada kalimat: “*Anggodo ketemu lang sung kubur hidup-hidup,*” “*penjarakan di dalam tanah*” kemudian “*gak usah banyak komentar...langsung penjarakan aja daripada malah bikin susah*” serta “*memang koruptor perlu dihukum gantung, kalau tidak mereka tidak akan pernah kapok/takui*”.
- 3) Tindakan pengambilalihan fungsi legislatif dan yudikatif oleh rakyat, pada kalimat: “*ketika DPR masih tuli dan buta, sudah saatnya palemen jalanan mulai bersikap, saat lembaga hukum masih dikuasai para mafia, sudah semestinya pengadilan rakyat mulai jalankan*”, serta “*jika aparat penegah hukum tidak sanggup memberikan hukuman terhadap anggodo, serahkan saja pada kami rakyat Indonesia. Biar kami yang memberikan hukuman buat anggodo!!!*”.
- 4) Menyudutkan keterlibatan Polri, pada kalimat “*jika Polri memenjarakan anggodo sama saja dengan membuat lubang jebakan sendiri buat Polri...saya yakin ada beberapa ‘oknum’ Polri yang pasti terlibat dengan kasus ini...sehingga lembaga ini berusaha mati-mati mempertahankan citranya di mata masyarakat.*”.

Tanggapan-tanggapan yang muncul berkaitan dengan penegasan sikap atas ketidakpastian hukum dan penegak hukum, juga kegeraman atas keputusan hukum khususnya terhadap Anggodo, hingga memunculkan seruan untuk membuat parlemen dan penegak hukum

tandingan yang berasal dari gerakan rakyat. Tanggapan-tanggapan ini jelas akan menstimulasi munculnya tindakan nyata anggota Facebooker sebagai bagian dari rakyat dan pemilik kedaulatan tertinggi bangsa ini karena kekecewaannya terhadap kasus Anggodo. Stimulasi ini jelas dapat mengorganisasikan dan mengarahkan anggota Facebook (rakyat) untuk bertindak demi penegakan hukum.

Kemudian juga muncul topik yang mengetengahkan dua lembaga penting negara, KPK versus Polri. Diawali terlebih dahulu oleh fitur tentang KPK, baru kemudian Polri.

Pada fitur di bawah ini, topik forum ialah “Gerakan Massa Dukung KPK”. Dengan komentar profil grupnya ialah “*Banyak dari kita prihatin terhadap nasib KPK. Tapi keprihatinan kadang tak cukup, apalagi jika hanya di Facebook atau Twitter semata. Ayo turun ke jalan dukung KPK, agar suara kita tidak diacuhkan begitu saja*”.

Komentar ini betul-betul mengajak Facebooker untuk bertindak dan menyatakan dukungannya secara nyata di depan publik. Tanggapan pun bermunculan dari para Facebooker dalam berbagai bentuk wacana.

- 1) Dukungan moral, pada kalimat “*Buktikan jika KPK Mampu!!!*”, kemudian “*KPK..harapan rakyat yang masih tersisa akan pemberantasan korupsi di negeri ini ada padamu*”, juga dipertegas oleh “*KPK buktikan dirimu sebagai satu-satunya lembaga anti korup di negeri ini!!! Bravo KPK*”, “*Ayo KPK maju tak gentar... lah, berani karena benar takut karena salah*”, serta “*aaayoooooooo KPK...*”.
- 2) Sumpah serapah pada pihak yang berseragam (Polri) sebagai lawan KPK, pada kalimat “*aku malu dengan orang-orang berseragam yang tidak punya malu.... sedangkan mereka kenapa juga gak punya malu sama aku ya?? Sukses buat mereka..sukses biar masuk neraka maksudnya!!!*”.
- 3) Sindiran pada ‘lawan’ lain, pada kalimat “*Memang zaman telah berubah...sudah menjadi suatu kebanggan kalau kita bisa mencapai kesuksesan merampok uang rakyat, gengsi jadi naik di masyarakat..., hidup jadi terhormat...*”.
- 4) Ajakan untuk bersikap, pada kalimat “*Mari kita rayakan hari Anti-Korupsi*”.

- 5) Ajakan untuk melakukan aksi, pada kalimat “*Mari bergabung dalam.... Aksi Besar Rakyat Indonesia. Selasa, 1 Des 2009, pkl 10.00 WIB sd Selesai. Bundaran HI—BI—KPK. Usut tuntas Kasus Bank Century...Adili Boediono dan Sri Mulyani...Gebrak (Gerakan Bersama Rakyat Anti Korupsi)*”.

Pada fitur tersebut, jelas terlihat bagaimana Facebook dapat mengorganisasikan masyarakat (Facebooker), tidak hanya untuk menyatakan sikap dan dukungan, bahkan hingga mengerahkan masyarakat untuk melakukan tindakan nyata.

Fitur berikutnya berbicara tentang ‘lawan’ KPK, yakni Polri. Misalnya, pada fitur di bawah ini topik yang diusung ialah “*Gerakan 1.000.000 Facebooker untuk Tempatkan Polri dibawah Depdagri!*”. Komentar yang dimunculkan dalam profil grup ialah “*Gerakan ini berasal dari keprihatinan anak-anak muda Indonesia terhadap kondisi Polri yang carut marut akibat rongrongan dari dalam dan dari luar institusi kepolisian sendiri, terutama makelar kasus yang bisa mendikte kasus. Ayo “kandangkan” buaya!*”. Topik ini bernada provokatif, terutama pada akhir kalimat, yang jelas-jelas akan memicu tanggapan yang seru dari para netizen.

Tanggapan-tanggapan yang muncul bernada pro dan kontra.

- 1) Menyatakan pro, pada kalimat “*setuju.... Cuma pengaturan lebih lanjut...khususnya kewenangan yang jelas*”, kemudian “*setuju banget...buktinya di negara-negara maju yang korupsinya rendah polisi di bawah Depdagri...cuman di Indonesia Polri dibawah presiden langsung...TNI aja dibawah Dephan*”, “*setuju*”, “*..amat sangat setuju...kembalikan ke habitatnya aja...*”, dan “*setuju lanjutkan.....*”, meski ada juga yang meragukan dan mencoba lebih realistik, yaitu, “*setuju.. namun tidak mudah untuk mewujudkannya*”.
- 2) Menyatakan kontra, pada kalimat: “*tidak setuju...*” serta “*wacana gak jelas, gak mungkin terealisir*”, serta “*menurut saya gerakan ini hanya untuk mengalihkan perhatian kita*”.

Meskipun yang menyatakan dukungan lebih banyak, namun pada dinding Facebook tersebut juga muncul tanggapan yang tidak setuju Polri di bawah Depdagri, bahkan ada yang beranggapan tidak mungkin terwujud.

Fitur berikutnya masih bertopik tentang Polri, yakni “Dukung Polri”, dengan komentar profil grup ialah, *“Saya bukan mau bikin gerakan tandingan, tapi saya cukup prihatin dengan diposisikannya Polri seolah-olah sudah salah, padahal sebenarnya kita belum tahu mana malaikat dan setannya, beri kesempatan Polri membuktikannya, ini taruhan jabatan loh, saya tidak berpihak pada Pak Polisi, tapi pada kebenaran, bisa saja cicaknya beracun siapa tahu. Pak Polisi kan juga sekolah juga tidak buta huruf”*.

Dari komentar tersebut bermunculanlah berbagai tanggapan dari anggota, berikut bentuknya.

- 1) Menyatakan dukungan pada Polri, pada kalimat *“Ayo dukung Polri”*.
- 2) Himbauan sekaligus menghakimi Polri, pada kalimat *“Coba institusi Polri introspeksi. Kalau banyak dihujat itu karena pada kenyataannya banyak sekali tindakan anggota Polri di lapangan yang semena-mena. Kalau memang Polri memang bersih dan mengayomi, pasti masyarakat akan cinta Polri. Tapi kenyataannya?? Menyedihkan!”*.
- 3) Mendukung himbauan karena Kontra Polri, pada kalimat *“paling-paling yang gak setuju polri bobrok dan realitasnya tidak melindungi dan mengayomi rakyat cilik itu adalah masih keluarga Polri... Jangan menutup mata bung... Kenyataannya yang ada polisi hanya mau menangani kasus kalo ada uang”*.
- 4) Menyerang himbauan karena Pro Polri, pada kalimat *“jangan hanya Polri yang disuruh introspeksi, tapi mari kita mulai dari diri sendiri, jangan hanya menilai buruknya, yang baiknya terlupakan, kita sendiri tidak adil kalau menilai begitu”*, kemudian juga didukung oleh kalimat lain, *“kalo introspeksi itu untuk semua kita, termasuk yang menghujat, tidak perlu menghujat, yang diperlukan sekarang ini adalah komunikasikan dengan baik satu dengan yang lain”*, kemudian juga *“bagi yang tidak puas kepada kinerja anggota polri, anda bisa mencatat nama dan pangkatnya, dan segeralah melapor pada jalur yang telah ditentukan”* buktikan bahwa ada anggota polri yang menyalahi aturan jangan hanya ngomong saja”, serta *“Polisi bukan robot, polisi juga manusia yang tak luput dari kesalahan, semua sudah ada jalurnya, apabila diantara anda-anda semua yang*

tidak puas pada kinerja anggota Polri/ada yang menyalahi aturan segera dilaporkan kepada Kompolnas”.

Tanggapan-tanggapan ini jelas menunjukkan polemik di antara para pendukung dan bukan pendukung Polri. Dengan begitu, Facebook juga menjadi sarana untuk berpolemik atas suatu masalah secara terbuka di antara para Facebooker. Selanjutnya, polemik ini bisa jadi mengorganisasikan dan mengarahkan publik dengan tegas pada dua kubu, pro dan kontra Polri. Fitur terakhir, memiliki topik forum “200-juta Dukungan untuk Polri Tegakkan Hukum di Indonesia”, dengan komentar pada profil grupnya yakni “*maju terus Polri pantang Menyerah*”.

Komentar ini juga memunculkan dua kelompok yang berseberangan, pro dan kontra Polri, dengan ditandai oleh tanggapan berikut.

- 1) Kelompok Pro-Polri, pada kalimat “*jalankan tugasmu dengan hati yang bersih.....demi masa depan Indonesiaku*”, kemudian “*Anggota Polri yang Pinter, Kuat, Bersih, Beriman, Santun, dan Jujur adalah kebanggaanku*”, serta “*kebanggaan kita semua*”.
- 2) Kelompok Kontra-Polri, pada kalimat: “*aduh susah kayaknya, kalau sebagian makin realistik maka yang anda maksud itu sifat para Nabi:*”, serta “*begitu mudah kau ngomong dan janji dan begitu mudah engkau ingkari...begitu bangga engkau membela korps dan begitu bangga engkau membohongi.... begitu citra dan profil seorang korps?? Asal bunyi, asal ngomong, asal bangga...*”.

Tanggapan-tanggapan ini semakin memperjelas adanya “perseteruan” di antara Facebooker yang pro dan kontra KPK dan Polri. Facebook karenanya bisa menciptakan kelompok-kelompok persaingan dengan kekuatan mengorganisasikan dan mengarahkan anggotanya, pada satu tujuan yang tidak lagi hanya satu, melainkan juga bisa lebih, dan itu bisa saling berseberangan. Di sini tampak bahwa publik yang terbentuk lewat Facebook begitu mudah terfragmentasi dan pada keadaan tertentu kohesivitas kelompok mereka menjadi lemah, ketika dihadapkan dengan kekuatan-kekuatan yang lebih besar, yang berada di balik perseteruan KPK-Polisi ini.

E. Gerakan Antikorupsi

Sampai akhir Agustus 2008 saja, pengguna Facebook di seluruh dunia tercatat 100 juta. Catatan comScore menunjukkan, pengunjung Facebook pada Juni 2008 mencapai 132,1 juta, lebih tinggi dibandingkan pengunjung jaringan sosial lainnya, MySpace, yang tercatat 117,6 juta (*Kompas*, 8 April 2009). Facebook bahkan menjadi situs ketiga yang paling sering dikunjungi di dunia.

Beberapa hal yang membuat Facebook begitu popular, yakni di Facebook anggota bisa berkomunikasi dengan orang-orang yang betul-betul mereka kenal atau juga yang baru dan akan mereka kenal, bukan hanya dengan tokoh atau selebritas, juga dengan tokoh fiksi ciptaan perusahaan humas. Desain Facebook juga lebih enak dilihat dan dijelajahi dibandingkan jaringan sosial lainnya. B. J. Fogg, guru besar pengampu mata kuliah Psikologi Facebook di Universitas Stanford mengatakan, “Facebook saat ini memang menempatkan teman pada posisi terpenting, Cara kita berteman membentuk pengalaman kita di internet. Tidak ada teknologi yang lebih baik daripada pertemanan” (Priyatna, 2009: 70).

Kita juga melihat bahwa fitur Facebook paling sering digunakan untuk komunikasi politik dalam fungsi grup atau forum. Para anggota dapat mengkreasi kelompok dengan tema mereka sendiri tentang sebuah topik dan mengundang para anggota lain untuk bergabung. Dalam fungsi kelompok ini, para anggota dapat memposkan ke *message board*, menambahkan gambar, dan memposkan berita dan link.

Dari analisis di atas kita bisa melihat bahwa dalam beberapa hal, Facebook telah teruji efektivitasnya untuk kepentingan politik. Apalagi kalau kita melihat kasus pemanfaatannya oleh Presiden Amerika Serikat seperti Barack Obama, yang juga menggunakan Facebook. Obama mendapatkan sumbangan kampanye Rp 6,9 triliun dari 3 juta pengguna internet melalui situsnya dan melalui Facebook di My.BarackObama.com.

Di mancanegara, Facebook juga terbukti mampu menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi para karyawan Toyota, Ernst and Young, serta perusahaan kaliber dunia lainnya. Di Amerika Serikat, Facebook

menemukan perannnya yang baru, yaitu sebagai penasihat panduan masuk perguruan tinggi. Melalui grup-grup calon mahasiswa yang dibuat di Facebook, bisa didapatkan kiat-kiat masuk perguruan tinggi.

Selain itu, Facebook juga dapat digunakan untuk menggalang kepedulian sosial. Ada kasus antikekerasan di rumah tangga, antikorupsi, gerakan mengurangi pemakaian plastik, gerakan menanam pohon, antifundamentalisme, bahkan gerakan berdoa bersama antaragama untuk menghentikan dan membalikkan perang dan resesi global. Salah satu pusatnya di Kanada dan memiliki anggota di berbagai negara, termasuk Indonesia. Perjalanan politik di Asia Tenggara juga dipengaruhi dunia maya dalam menggerakkan unjuk rasa dan dukungan publik.

Pada bab ini, tampak Facebook mengambil peran dalam memberikan dukungan terhadap Babit Samad Rianto dan Chandra M. Hamzah, pimpinan nonaktif KPK yang pernah mendekam dalam tahanan kepolisian. Dukungan datang dari dua dunia: dunia nyata dan dunia maya. Di dunia nyata, unsur masyarakat berunjuk rasa tersebar dari Jakarta hingga ke berbagai daerah. Sementara itu, dukungan terjadi di dunia maya lebih fantastis, seperti dicontohkan dalam wacana di fitur Facebook yang disorot di atas. Dukungan untuk Babit dan Chandra di jaringan sosial Facebook pernah menembus angka 500 ribu dari target 1 juta dengan rata-rata 100 orang setiap menit yang memberikan dukungan. Inilah dukungan yang menembus batas ruang dan waktu. Harus diakui, dukungan yang hebat dari dunia nyata dan dunia maya itu telah mampu menekan Presiden. Buktiya, Presiden kemudian membentuk Tim Pencari Fakta. Yang perlu ditekankan ialah munculnya dukungan yang hebat melalui Facebook itu merupakan tanda bangkitnya kekuatan masyarakat sipil yang harus diperhitungkan oleh mereka yang berkuasa karena dukungan itu bisa saja berubah menjadi *people's power*.

Suka atau tidak suka, saat itu telah terjadi pembangkangan sipil. Kasus yang amat merusak citra kepolisian, kejaksaan, dan pemerintah ini telah memperkuat posisi gerakan masyarakat sipil di Indonesia. Ketidakpuasan tentang berbagai hal mendapat muara dalam kasus

penahanan Bibit dan Chandra. Penahanan kedua orang tersebut telah menjadikan keduanya simbol ketidakadilan yang terjadi di negara kita.

Dukungan publik di Facebook untuk Bibit dan Chandra adalah nyata. Disebut nyata karena mereka yang memberikan dukungan itu tidak pernah mengenal secara dekat dengan Bibit dan Chandra. Mereka tergerak memberikan dukungan berdasarkan bisikan hati nurani. Mereka terpanggil memberikan dukungan karena mereka yakin seyakin-yakinnya bahwa Bibit dan Chandra adalah korban kriminalisasi.

Kebangkitan rakyat seperti yang diperlihatkan di Facebook merupakan reaksi atas tersumbatnya saluran komunikasi politik dan demokrasi resmi. Sekaligus reaksi terhadap kartel politik yang dipertontonkan partai politik dengan koalisi besarnya. Partai politik yang sejatinya alat perjuangan rakyat lebih suka bersekutu dengan pengusa. Tidak mengherankan jika partai sering memilih bungkam. Sama sekali tidak bersuara atas kriminalisasi KPK.

Anggota DPR pun tidak bisa sepenuhnya diharapkan sebagai penyalur aspirasi rakyat. Sebab 75% anggota DPR bersatu dengan pemerintah. Yang terjadi adalah demokrasi prosedural, yang mengabaikan substansi. Di dunia hukum terjadi hegemoni prosedur, yang mengabaikan nalar dan rasa keadilan publik. Akibatnya, seperti timbulnya perlawanan yang luas dari masyarakat melalui Facebook.

Menurut Indrajit Banerjee (2003: 22) seperti dikutip oleh Jan Servaes dalam *Knowledge is Power: Internet and democracy* (hlm.1), "Asia masih menemukan Internet dan isu-isu akses, dalam pengertian yang lebih luas, penyensoran dan regulasi, serta depolitisasi dan penyensoran diri masih membatasi dampak politik Internet di Asia. Relatif belum matangnya demokrasi Asia sendiri merupakan hambatan penting bagi perdebatan publik dan politik yang lebih besar, partisipasi, dan promosi kebebasan sipil dan politik. Terlepas dari keterbatasan ini, internet, sampai batas tertentu, telah menyediakan ruang politik dan publik yang lebih luas dan menyuarakan pandangan politik alternatif. Dalam konteks di mana media massa sering kali dikontrol ketat oleh negara, internet menawarkan saluran komunikasi baru, suara baru, harapan baru bagi mereka yang telah terpinggirkan dan dicegah untuk

berpartisipasi dalam proses politik.” Kemudian Indrajit Banerjee bahkan lebih lantang. Ia berpendapat, “Internet akan sepenuhnya menghancurkan kontrol politik dan menimbulkan ancaman bagi semua rezim otoriter” (Banerjee, 2003: 11). Setelah mengkaji argumen dan temuan dari sejumlah ilmuwan politik dan peneliti Internet, ia mengidentifikasi adanya korelasi antara Internet dan demokratisasi, dan antara koneksi jaringan dan kebebasan politik.

Sebuah jaringan sosial baru yang dikenal sebagai Facebook telah menjalankan fungsi ini. Ia memperlengkapi kampanye dengan kemampuan untuk mengorganisasikan dukungan dan membangun komunikasi dengan para pendukung dengan cara yang sangat efisien. Pada saat yang sama, Facebook juga memperlengkapi anggota dari kalangan publik dengan kemampuan untuk menyuarakan opini mereka dan mengorganisasikan diri secara independen.

Dalam kaitan ini, titik pijak yang tepat untuk mendefinisikan arena positif komunikasi politik ini ialah konsep ruang publik dari Jurgen Habermas. Habermas membayangkan tempat dimana anggota komunitas bisa secara kolektif membentuk opini publiknya dalam suatu lingkungan yang terlepas dari pemerintah dan ekonomi.

Suatu komunitas yang menunjukkan komunikasi politik yang sehat menuntut partisipasi dari aktor politik, media, dan publik. Suatu komunitas yang memfasilitasi komunikasi politik yang sehat juga akan memungkinkan warga negara untuk mengorganisasikan, merancang *event*, dan membentuk kelompok agar memberikan opini mereka yang lebih berbobot. Komunitas juga bisa mengorganisasikan kekuatan akar-rumput untuk melakukan gerakan dari sebuah gagasan atau keprihatinan.

Facebook sebagai situs jaringan sosial memungkinkan anggota untuk berbagi informasi personal, opini, dan media. Anggota Facebook juga dapat mendukung kandidat politik, namun mereka juga bisa memunculkan pandangannya tentang isu-isu partikular. Oleh karenanya, Facebook lebih berarti dalam mencapai ruang publik yang benar daripada segala hal yang telah ada sebelumnya, baik daring maupun luring. Karena, menurut Westling (2007: 4), “tidak ada komunitas daring lainnya yang mengoneksikan anggotanya pada

komunitas dunia yang nyata (geografis, ideologis, ataupun lainnya) dengan cara yang efektif.”

Facebook berfungsi untuk menambah hadirnya komunitas dunia nyata, isu-isu politik dunia nyata, dan kisah-kisah berita dunia nyata. Kekuatan Facebook terletak pada kemampuannya untuk memungkinkan anggota terkoneksi dan mengorganisasikan diri. Facebook juga memperlengkapi aktor politik dengan lebih efektif dalam meraih konstituen dan pemilih.

Dengan demikian, tema internet sebagai ruang publik (*public sphere*) kini telah memiliki tempat yang mantap dalam agenda penelitian dan penjelajahan intelektual di bidang komunikasi politik. Internet bahkan terus memasuki arus-utama kajian komunikasi politik. Oleh seorang ilmuwan komunikasi politik seperti Pippa Norris (2001) bahkan internet dipandang sebagai salah satu contoh media komunikasi politik postmodern.

Lebih jauh, internet semakin berperan penting baik dalam perspektif ruang publik maupun sebagai media komunikasi politik. Peter Dahlgren (2000 & 2001a), misalnya, secara ringkas menekankan unsur-unsur utama dalam perspektif ruang publik dan menggarisbawahi tiga dimensi analisis utama, yaitu struktural, representasional, dan interaksional. Kemudian ia menunjuk ke beberapa tema sentral mengenai kesulitan-kesulitan yang dihadapi demokrasi mutakhir, yang dibiaskan melalui lensa perspektif ruang publik. Khususnya, destabilisasi (terganggunya kestabilan) sistem-sistem komunikasi politik dipandang sebagai konteks untuk memahami peran Internet.

Dahlgren (2000b) juga menunjukkan contoh bahwa Internet memperluas dan mempluralisasikan ruang publik. Selanjutnya, fokusnya beralih ke dimensi interaksional dari ruang publik, khususnya dalam hubungan dengan penelitian mutakhir mengenai bagaimana wacana deliberasi berlangsung dalam ruang publik daring dalam lingkungan komunikasi politik kontemporer. Akhirnya, kategori analisis demokrasi deliberatif dikaji secara kritis; meski dianggap bermanfaat, beberapa bias rasionalisnya, khususnya dalam konteks politik ekstraparlamentar, justru dianggap membatasi kegunaannya. Dahlgren (2000) mengusulkan bahwa konsep budaya kewargaan (*civic cultures*)

menawarkan suatu alternatif cara untuk memahami signifikansi diskusi politik daring.

Dalam konteks ini, fungsi ruang publik dipahami sebagai suatu konstelasi ruang komunikasi dalam masyarakat yang memungkinkan beredarnya informasi, ide, perdebatan—idealnya dengan cara yang bebas—and juga pembentukan kemauan politik (yakni, opini publik). Ruang-ruang ini, yang di dalamnya media massa dan kini, lebih baru lagi, media interaktif yang lebih baru muncul secara menonjol, juga berfungsi untuk memfasilitasi hubungan komunikasi antara warga negara dan pemegang kekuasaan masyarakat. Pandangan ini tentu saja mendapat inspirasi dari gagasan awal Jurgen Habermas (1989).

Kemudian, dalam pandangan Dahlgren (2000), bermanfaat untuk mengkonseptualisasikan ruang publik sebagai memiliki tiga dimensi konstitutif, yaitu struktur, representasi, dan interaksi. Dimensi struktural harus dilakukan dengan sifat-sifat institusi formal. Singkatnya, ini termasuk organisasi media, ekonomi politik, kepemilikan, kontrol, regulasi, isu-isu finansial, dan juga kerangka hukum yang menentukan kebebasan—and kendala-kendala—komunikasi.

Dimensi struktural dengan demikian mengarahkan perhatian kita ke isu-isu demokrasi klasik seperti kebebasan berbicara, akses, dinamika inklusi/eksklusi. Di luar organisasi media itu sendiri, dimensi struktural juga menunjuk ke institusi-institusi politik, yang muncul sebagai semacam “ekologi politik” bagi media dan menentukan batas-batas bagi sifat informasi dan bentuk-bentuk ekspresi yang beredar.

Sebuah masyarakat dimana kecenderungan demokratiknya lemah tidak akan memunculkan struktur institusional yang sehat bagi ruang publik, yang selanjutnya bermakna bahwa dimensi representasionalnya tidak akan memadai. Dalam hubungannya dengan Internet, dimensi struktural mengarahkan perhatian kita pada cara di mana ruang-ruang komunikatif yang relevan bagi demokrasi secara luas dikonfigurasikan. Ini harus dilakukan dengan cara-cara yang di dalamnya *cyber-geography* di organisirkan dalam istilah-istilah hukum, sosial, ekonomi, kultural, teknis, dan bahkan segi arsitektur-Web. Faktor-faktor seperti itu memiliki dampak pada cara-cara dimana jaringan tersebut bisa diakses (atau tidak) untuk digunakan demi kepentingan warga (*civic use*).

Dimensi representasional merujuk pada output media, media massa dan juga “minimedia” yang menargetkan kelompok-kelompok kecil spesifik via, misalnya, *newsletters* atau materi-materi kampanye promosi. Karena meningkatnya “masifikasi” komunikasi di Internet, dimensi representasi menjadi sangat relevan untuk konteks ruang publik daring. Dalam dimensi ini, kita bisa mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah akrab dan kriteria mengenai output media untuk komunikasi politik, termasuk *fairness*, akurasi, kelengkapan, pluralisme pandangan, agenda-setting, tendensi ideologis, modus bicara, dan seterusnya.

Dari segi dimensi interaksi, mungkin perlu diingat kembali Habermas dan juga para penulis yang lain, seperti Dewey (1954), yang berpendapat bahwa “publik” harus dikonseptualisasikan sebagai sesuatu yang lain daripada sekadar khalayak media. Publik, menurut Habermas dan Dewey, eksis sebagai proses interaksi diskursif; individu-individu yang teratomisasikan, yang mengkonsumsi media di rumah-rumah mereka, tidaklah termasuk publik.

Dengan kemajuan jaringan internet, interaksi warga mengambil langkah sejarah yang besar dengan berlangsung secara daring, dengan karakter ruang publik yang tersebar menjadikan semuanya lebih teraksentuasikan. Dalam pandangan Dahlgren (2000), kita harus mengakui bahwa, secara empiris, kategori-kategori representasi dan interaksi di Internet sering mengaburkan satu sama lain. Kita cenderung berpikir baik dari segi bentuk “komunikasi satu orang ke banyak orang” (“*one to many*”), sebagaimana dicirikan oleh media massa, atau “komunikasi satu orang ke satu orang” (“*one to one communication*”) yang merupakan paradigma interaksi. Pembedaan yang cerdik ini mengurai kekusutan di Internet, dimana, misalnya, komunikasi kelompok (*group communication*) bisa memiliki atribut, baik komunikasi maupun interaksi.

Uraian bab ini menunjukkan bahwa sebagai media sosial Facebook telah menjadi kekuatan media komunikasi politik baru. Sebagai ruang publik digital, Facebook memiliki potensi yang luar biasa sebagai media tempat warga bisa mengekspresikan pandangan dan perdebatan

tentang persoalan-persoalan bersama yang mereka hadapi, sementara ia juga menggeser politik ke arah bentuk-bentuk yang lebih diskursif.

Jelas bahwa untuk perkembangan demokrasi di masa depan, pertalian antara diskusi di Internet dan prosedur politik formal harus dibangun dan bentuk-bentuk demokrasi baru yang tercipta via internet dapat menunjukkan kepada kita transformasi kompleks dari masyarakat demokrasi modern.

Dalam kaitan dengan penggunaan media sosial, dalam hal ini penggunaan Facebook dalam gerakan antikorupsi di Indonesia, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang penting menyangkut bagaimana internet dalam tingkat tertentu telah mampu menjadi ruang publik dan media komunikasi politik baru bagi masyarakat Indonesia yang mendambakan perubahan politik ke arah yang lebih baik dan transparan.

Facebook telah berfungsi sebagai media komunikasi politik interaktif dari berbagai kekuatan masyarakat sipil yang saling berbagi informasi dan pada akhirnya menjadi kekuatan sosial yang mampu memberikan tekanan signifikan terhadap kebijakan yang menyangkut kasus kriminalisasi KPK. Facebook juga telah berhasil digunakan sebagai media sosial baru untuk menggalang simpati dan dukungan dalam menekan pihak pemerintah untuk mengambil tindakan nyata dalam kasus kriminalisasi KPK. Para Facebooke menggunakan Facebook sebagai tempat melakukan kritik terhadap kekuasaan dengan gaya bahasa informal, dengan ungkapan-ungkapan yang jenaka dan plesetan-plesetan yang memparodikan praktik penegakan hukum di Indonesia. Kekuasaan tidak dilawan dengan kekerasan, tetapi dengan wacana yang santai. Kekuasaan diolok-olok, diledek, atau dicemooh, dalam wacana-wacana yang sengaja dibuat untuk mendeligitimasi praktik-praktik kekuasaan yang dinilai korup.

Dalam kasus penggunaan Facebook untuk gerakan sosial antikriminalisasi KPK, beberapa catatan perlu dibuat, yaitu bahwa gerakan yang berlangsung di level daring, juga telah diikuti dengan gerakan di level luring. Artinya, gerakan politik itu tidak hanya berlangsung di ruang maya, tetapi juga bergerak di lapangan nyata. Dalam hal ini, kita bisa menarik kesimpulan bahwa pemanfaatan

Facebook ternyata cukup efektif untuk mendukung dan memperkuat gerakan sosial antikriminalisasi KPK.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB VI

WikiLeaks, Perlawanan Siber, dan Kebebasan Informasi

Ketika dua media Australia, *The Age* dan *The Sydney Morning Herald* (edisi 11 Maret 2011) menurunkan ‘bocoran’ dokumen dari situs WikiLeaks yang menyebut keterlibatan skandal beberapa nama pejabat penting di Indonesia, pihak-pihak yang merasa terkait seperti tersentak. Tak ayal, kalau pemerintah Indonesia saat itu berang. Berbagai jurus tangkisan digelar dengan melibatkan sejumlah juru bicara dan media. Apa daya, coreng moreng wajah bangsa kita juga disaksikan publik global. Bab ini menyoroti bagaimana kemunculan WikiLeaks dan kemudian menjadi fenomenal dalam gerakan politik kontemporer dalam upaya melawan korupsi. WikiLeaks telah memunculkan kembali debat seputar batas-batas kebebasan memperoleh dan menyebarkan informasi dalam masyarakat kontemporer.

Dari kedua media Australia tersebut, WikiLeaks telah memberikan dokumen kawat-kawat diplomatik Kedutaan besar Amerika Serikat di Indonesia kepada mereka secara eksklusif, dan kehebohan pun mencuat. Bagi sebagian kalangan, dokumen yang didapat oleh WikiLeaks dianggap tidak legal. Pemerintah Indonesia membantah kebenaran informasi yang dibocorkan. Duta besar Amerika Serikat untuk Indonesia dipanggil Kementerian Luar Negeri. Dubes Scott Marciel saat itu menyampaikan penyesalan atas apa yang terjadi pada Presiden SBY dan rakyat Indonesia. WikiLeaks ternyata memiliki strateginya

sendiri. WikiLeaks menanggapi dengan mengatakan, masih ada 3.059 kawat dari Kedubes Amerika Serikat di Jakarta di tangan mereka.

Ketika pertama mendengar kontroversi berita yang ditimbulkan WikiLeaks, yang berkelebat dalam pikiran: Apa lagi yang mau dilakukan negara adidaya Amerika Serikat? Siapakah yang membocorkan dokumen-dokumen rahasia itu? Apakah ada ‘agenda terselubung’ di balik tindakan pembocoran itu?

Salah satu cara mencermati kemunculan ‘media baru’ bernama WikiLeaks adalah dengan memahami cara kerjanya. Situs ini mengklaim sebagai media baru yang dalam hal cara bekerja sedikit mirip dengan pola jurnalisme investigatif. Ada janji jaminan kerahasiaan sumber demi keamanan. Ada jaminan keamanan akses dari ‘penyusup’ atau kontra-intelijen yang ingin menjebol atau memberangus sumber atau dokumen. Dengan begitu WikiLeaks sedang memainkan beberapa fungsi: *Cyber-Investigative Journalism*, *Cyberresistance*, atau *Cyberprotest*. Sebagai bentuk Cyberactivism di dunia Virtual Politics yang membangun dan mengutamakan kekuatan dan dukungan jaringan global, yang pada awal abad ke-21 memang sedang mendapatkan perhatian dari Cyberactivist dan sudah tentu juga Hacktivist (Jordan 1999; Vegh, 2003).

A. Jurnalisme Media Baru

Keberadaan WikiLeaks setidaknya bisa dilihat dari dua sisi. Pada satu sisi, di tengah arus-utama dunia jurnalisme yang kian didikte oleh kepentingan kapital dan aktivitas jurnalistik digerakkan oleh pasar, WikiLeaks menjanjikan apa yang mereka sebut sebagai “sebuah model baru jurnalisme”. Pengelolanya kebanyakan sukarelawan yang tidak dibayar dan mengaku tidak berpihak pada suatu kekuatan modal atau politik. Sudah lama diyakini bahwa media independen bisa membantu pertumbuhan masyarakat sipil. Suatu komponen penting dalam demokrasi. Mereka memandang bahwa media yang ada, kurang independen sehingga kritiknya tumpul pada pemerintah, korporasi, dan lembaga lain. Mereka meyakini kondisi ini perlu diubah. Di sini WikiLeaks memiliki postur media radikal yang mengusung suara perlawanan.

Mereka memilih menjadi “jurnalisme pembocoran rahasia” dengan argumentasi dan alasan yang untuk beberapa hal bisa diterima tetapi sekaligus kontroversial. Dengan cara bekerja seperti ini, mau tak mau mereka tak luput dari kritik seperti dinilai melanggar etik. Beberapa pihak juga mempertanyakan keaslian dokumen. Serangan balik yang tampaknya sudah diramalkan sebelumnya. Seperti terbaca di situsnya: “Pembaca bisa memverifikasi sendiri kebenaran dari apa yang telah kami laporan.” WikiLeaks percaya bahwa media dunia harus sebisa mungkin bekerja sama “untuk membawa kisah-kisah itu ke pembaca internasional yang luas”.

Pada sisi lain, WikiLeaks bisa dilihat sedang menyuguhkan ‘fakta’ dan ‘kebenaran’ yang datang terlambat atau tidak pada waktu dan tempat yang tepat. Melihat sekilas beberapa dokumen yang dikeluarkan WikiLeaks, kita disuguhi informasi yang sebagian besar berupa agenda-agenda penting berbagai pejabat/pemerintah/negara yang sifatnya ‘rahasia’, tetapi setelah segalanya terjadi sebenarnya makna ‘kerahasiaan’ menjadi tidak terlalu berarti lagi. Dokumen rahasia yang dihimpun tidak dibuka sekaligus, tetapi pelan-pelan, sedikit demi sedikit sehingga memancing sensasi di belahan dunia yang tidak terkait langsung dengannya. Di sini informasi berupa fakta yang terfragmentasi disuguhkan ke tengah dunia maya yang justru sedang memfragmentasikan warga masyarakat virtual (Schiller, 1999).

Oleh karena itu, di antara dokumen rahasia itu adalah sesuatu yang harus dijaga dengan mati-matian maka tindakan membongkar rahasia itu jelas adalah tindakan yang berani. Inilah yang membuat sosok pendiri WikiLeaks, Julian Assange, juga tampak kontroversial. Suka atau tidak, ia membuka mata kita tentang adanya desain dan agenda kebohongan, dan bahkan kekejaman dan kejahatan, yang sekian lama berselimut di balik jubah diplomasi atau baju birokrasi. Inilah potret paling mutakhir kisah pengusung suara keterbukaan dalam berjuang melawan manipulasi informasi di dunia yang masih ditopang sensor, ketertutupan, dan kerahasiaan.

B. B. Perlwan Siber oleh Aktor Non-Negara

Mengkaji fenomena WikiLeaks menyadarkan kita seberapa dalam kemajuan jaringan Internet telah mentransformasikan dunia politik kontemporer dan memberi ilham bagi gerakan sosial yang berdimensi global berakibat lokal, atau sebaliknya, berdimensi lokal berakibat global. Kemajuan teknologi informasi, khususnya sistem jaringan komputer, dan ketergantungan kita padanya, bersama dengan globalisasi ekonomi, politik, dan budaya, sedang mengubah sifat dasar “perang informasi”. Semakin banyak teknologi yang tersedia; ekonomi, jaringan yang mendukung kehidupan sehari-hari, dan militer kian bergantung pada jaringan komputer. Dalam situasi ini, gerakan-gerakan sosial melawan globalisasi, atau perlawanan lebih agresif terhadap dominasi korporasi raksasa dan hegemoni pemerintahan despotik dan korup, menjadi lebih terorganisi secara global. Baik di level fisik maupun ideologis, jaringan informasi dan komunikasi dan sistem pengetahuan masyarakat menjadi semakin rentan.

Fenomena WikiLeaks memperkuat argumen yang hidup di kalangan para pengkaji gerakan budaya dan politik kontemporer yang melihat bangkitnya peran aktor non-negara di pentas politik global. Individu-individu bisa bergerak bebas atau organisasi-organisasi kecil di tingkat lokal bisa memanfaatkan dan memaksimalkan potensi jaringan internet untuk membangun identitas gerakan dalam komunitas virtual dengan misi yang jelas dan tujuan yang dirumuskan secara spesifik (Jordan, 1999).

Dengan watak keintiman dan interaksi yang terbangun lewat jaringan internet, mobilisasi dukungan bisa dioptimalkan dalam skala dan intensitas yang tak terbayangkan. Akses internet yang semakin mudah dan murah, didukung teknologi telepon seluler yang memfasilitasinya, memungkinkan warga biasa pun bisa mengakses secara bebas informasi yang tidak lagi bisa disensor atau dikontrol oleh pemerintah. Dalam konteks ini WikiLeaks bisa kita tempatkan.

Revolusi informasi, difasilitasi iInternet, tak terbayangkan sebelumnya, tiba-tiba sedang memberdayakan individu dan membuatnya lebih berani untuk melawan aktor-aktor atau rezim rezim penindas yang terus berusaha memanipulasi informasi dan persepsi

serta mengontrol warganya. Kini pesan-pesan e-mail pribadi, blog-blog dan situs-situs yang dikelola secara pribadi bahkan bisa memengaruhi aksi dan opini publik. Kita melihat dalam bab sebelumnya bagaimana efektifnya aksi “gerakan sejuta Facebook melawan kriminalisasi KPK” atau efek bola salju yang ditimbulkan oleh kontroversi e-mail seorang pasien perempuan korban arogansi sebuah rumah sakit yang telah menimbulkan simpati luar biasa dari masyarakat dunia maya dan dunia nyata di Indonesia.

Jauh-jauh sebelumnya Steven Levy (1994), penulis *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, pernah mengutip pendapat Ed Roberts, orang paling pertama yang mendesain komputer personal (meski kemudian sering dilupakan), mengatakan pandangannya mengenai potensi komputer: “Jika saya memberimu seorang prajurit dari 10.000 rakyat,” demikian kata Roberts, “bisakah kamu membangun sebuah piramid? Sebuah komputer memberi orang biasa, seorang mahasiswa tingkat awal, kekuatan untuk melakukan hal-hal dalam seminggu yang tidak bisa dilakukan oleh semua ahli matematika yang pernah hidup sampai 30 tahun yang lalu.” Kata-kata itu muncul jauh sebelum Facebook digandrungi dan WikiLeaks diluncurkan.

Bagi Levy, kekuatan Internet tidak mengkorupsi, tetapi justru membebaskan. Hal tersebut bisa meningkatkan kemampuan seseorang secara dramatis, komputer merupakan “penyetara yang hebat” (*a great equalizer*), sebuah media emansipasi dan egaliter. Levy jelas tidak memperhitungkan apa yang kemudian dikenal sebagai “ketidaksetaraan akses” atau “ketimpangan digital” di antara orang-orang di negara maju dan miskin, laki dan perempuan, kulit putih dan kulit berwarna, kota dan desa, yang mewarnai profil pengguna internet dunia. Tetapi memang ada keyakinan kuat bahwa dengan internet, individu, dan kelompok kecil yang punya akses bisa menduplikasi upaya-upaya yang sebelumnya hanya bisa dilakukan oleh pemerintah atau institusi besar. Seorang mahasiswa di sebuah kamar asrama atau seorang pembangkang politik yang sendirian di sebuah lantai dasar apartemen, dapat menghasilkan dokumen yang berkilauan dengan otoritas profesional, seperti kelahiran kembali apa yang disebut Levy sebagai “pembuat

selebaran yang bekerja sendirian” (*the lonely pamphleteer*) yang bisa menghasut gerakan sosial ke arah demokrasi di manapun.

C. Tantangan Kebebasan Informasi

Di tengah keyakinan seperti itu, era informasi dan digital, yang membuka ruang-ruang kebebasan baru ternyata juga memunculkan berbagai masalah. Walter B. Wriston, menulis dalam *The Twilight of Sovereignty*, menunjukkan inilah era dimana, “setiap orang tiba-tiba memiliki akses pada segala hal.” Dalam pandangan ini, teknologi informasi diyakini mampu memfasilitasi dan mendorong partisipasi, mobilisasi, dan bahkan pembangkangan. Setiap orang yang sadar dengan potensi yang dimiliki internet tahu betul bagaimana kekuatan ini bisa digunakan dan disalahgunakan.

Sejak awal 1990-an, sudah banyak buku ditulis mengenai kemunculan masyarakat jaringan yang ditopang internet dan implikasinya bagi bidang ekonomi, budaya, dan masyarakat (Castells, 1996). Sebutlah, misalnya, untuk menyebut beberapa, *The Condition of Postmodernity* karya David Harvey (1989), *The Rise of the Network Society* dan *The Internet Galaxy* karya Manuel Castells (1996 dan 2001), *Digital Capitalism* karya Dan Schiller (1999), *Web Studies* karya David Gauntlett dkk. (2000), dan *The Internet and Society* karya James Slevin (2001) yang bisa memberikan wawasan dasar dalam mendeskripsikan dan menganalisis cikal-bakal dan proses perkembangan masyarakat jaringan.

Di tengah-tengah pandangan itu, kita melihat hidup pandangan diametral mengenai peran internet dalam komunitas virtual. Pertama, Cyberphilia, memandang internet adalah segalanya. Mereka melihat potensi positif yang dimiliki internet entah itu untuk tujuan lebih serius atau sekadar berbagi informasi untuk membunuh waktu luang atau bersenang-senang. Mereka tidak peduli dengan apa yang dirisaukan sebagai dampak negatif internet, seperti kolonisasi Cyberporn atau Cybersex di dunia maya. Kedua, Cyberphobia, sebaliknya, memandang negatif internet dan mengecamnya serta melulu melihat potensi negatif yang bakal ditimbulkan internet. Yang satu kecintaan berlebihan, yang lain ketakutan berlebihan, pada Internet. Di luar dua pandangan itu,

ada dua kubu lagi, yaitu Cyberneutralist dan Cyberstructuralist yang melihat potensi internet bergantung pada struktur dan kultur pembuat dan penggunanya.

Tak heran kalau kemudian muncul nuansa pandangan tentang media ini. Dalam *The People's Right to Know: Media, Democracy and the Information Highway*, Frederick Williams & John. V. Pavlik (1994) dengan penuh keyakinan memandang bahwa gagasan pemberdayaan hanya bisa dicapai melalui komunikasi dan informasi yang bebas bagi semua warga. Sebuah pandangan yang sepertinya hendak mempusus apa yang diragukan oleh Bill McKibben (2006) dalam *The Age of Missing Information*, “Kita juga hidup dalam suatu momen kebodohan yang dalam, ketika pengetahuan vital yang senantiasa manusia miliki tentang siapa diri kita dan di mana kita hidup tampaknya di luar jangkauan kita. Sesuatu yang tak mencerahkan. Sebuah abad informasi yang melenceng.” Pandangan nyaris senada sebelumnya juga disuarakan oleh Paul Virilio. Virilio adalah pemikir perintis tentang efek kecepatan terhadap kekuasaan, strategi militer, budaya, dan ekonomi. Dalam *Information Bomb* (2000), Virilio berpendapat bahwa “prosedur digital, instrumental” menjadi tiang fondasi “akselerasi kehidupan”, membawa pada “akselerasi realitas”. Ia kemudian mempertajam pemikirannya dengan menghubungkan “akselerasi realitas” dengan revolusi dalam teknologi komunikasi/ informasi dan pergeseran ke arah neoliberalisme. Melalui globalisasi digital, menurut dia, kita “sedang menghadapi suatu fenomena baru: hilangnya orientasi (yang muncul dari) liberalisasi dan deregulasi pasar finansial”.

Sementara Zygmunt Bauman (1998) lebih khusus berpendapat bahwa “masalah kondisi kontemporer adalah bahwa masyarakat telah berhenti mempertanyakan dirinya sendiri”. Atau, apa yang dalam istilah David Shenk (2001), disebut sebagai “hilangnya memori” di tengah kondisi kontemporer yang ditandai akselerasi realitas di tengah “bom informasi”. Shenk menyebutnya sebagai ketidakmampuan untuk menyaring dan mengingat informasi yang datang kepada kita karena semakin banyak dan cepat—dimana konteks, contoh, peristiwa, sejarah, basis kognisi kita untuk refleksi-diri, tampak “menghilang dalam lautan

data". Persis seperti apa yang dimaksudkan Milan Kundera (1997) dalam novelnya *Slowness*, ketika dia menulis bahwa "derajat kecepatan secara langsung sepadan dengan intensitas melupakan" (*the degree of speed is directly proportional to the intensity of forgetting*).

Lalu, bagaimakah kita menempatkan fenomena WikiLeaks dalam konteks masyarakat Indonesia atau lebih khusus pemerintah Indonesia? Dengan membuat dokumen rahasia tersedia secara bebas, apakah itu pertanda apa yang dibayangkan oleh Jean Baudrillard (2000/2020) sebagai "era akhir rahasia"²⁵ (bahkan timbunan rahasia), untuk keluar dari masyarakat yang dicemaskan Michel Foucault (1979) sebagai "masyarakat pengawasan". Dengan membawa rahasia tampil ke permukaan dan ketelanjangan (transparansi) informasi tampil ke muka publik global, apakah demokrasi global yang dibayangkan akan tercipta, apakah kewargaan sipil global akan terbentuk? Atau, apakah pembocoran kerahasiaan negara yang diperjuangkan situs seperti WikiLeaks dan dimotori oleh Julian Assange hanya akan membenarkan apa yang pernah dicemaskan Guy Debord (1981) bahwa masyarakat kapitalis suatu saat akan bergerak ke masyarakat tontonan, termasuk "tontonan kerahasiaan"?

Bagi banyak bangsa di dunia atau khususnya bagi individu-individu yang sadar-diri dan sadar-politik, dunia virtual yang disediakan Internet jelas bisa digunakan sebagai 'medan pertempuran virtual' untuk melakukan hegemoni digital atau pengawasan virtual, di satu sisi, dan di sisi lain, untuk melawan tirani ketertutupan atau rezim

²⁵ Dalam sebuah wawancara Jean Baudrillard (2000) mengatakan, "Saya tidak berbicara tentang transparansi dalam artian Anda melihat segala sesuatu di televisi, tetapi televisi itu sedang menonton Anda. Ini semua tentang pembalikan, dalam artian terburuk. Ini tentang visibilitas, hilangnya kerahasiaan secara total. Segala sesuatu harus terlihat, bukan dengan cara panoptik di mana segala sesuatu terlihat oleh mata telanjang. Transparansi lebih dari sekadar visibilitas, ia bebas dari rahasia. Ia tidak hanya transparan bagi orang lain, tetapi juga bagi diri sendiri. Tidak ada lagi substansi rahasia ontologis. Saya menganggap ini sebagai nihilisme, bukan postmodernisme. Bagi saya, nihilisme adalah hal yang baik – saya seorang nihilis, bukan postmodernis." Baudrillard, J. (2020). *The art of disappearing. Baudrillard Now*, 28 Juni. <https://baudrillard-scijournal.com/the-art-of-disappearing/>

kerahasiaan, dan menentang hegemoni budaya serta dominasi global dalam berbagai wajahnya.

Dengan munculnya fenomena situs-situs perlawanan seperti WikiLeaks, tampak akan dibutuhkan orang-orang cerdas digital, sekaligus berani dan kreatif, yang menggunakan dunia maya sebagai dunia ‘hacktivisme’²⁶ untuk membangun kesadaran publik akan dunia masa depan lebih baik yang kita impikan. Dengan begitu, kita akan menyaksikan lebih banyak aktivisme perlawanan, pembangkangan, atau mungkin perang militer yang akan terjadi di masa datang —jika memang tidak bisa kita hindari—tidak hanya terjadi dalam ‘RL war’ (*Real Life war*) melainkan ‘Cyberwar’. Dengan potensinya yang luar biasa dalam mendukung cita-cita demokrasi dan pemerintahan terbuka, media seperti WikiLeaks bisa digunakan sebagai ‘Cyberweapon’ untuk berjuang tanpa kekerasan, membeberkan apa yang diyakni sebagai persoalan kemanusiaan yang harus diketahui warga global. WikiLeaks tampil menyuguhkan suara lain di balik pertempuran hangat yang berlangsung dalam ‘galaksi Internet’. Yang terpenting, situs seperti WikiLeaks bisa mengingatkan kita mengenai betapa mulianya tindakan untuk membuat semua pemerintahan di mana pun agar bertindak jujur, adil, dan terbuka.

²⁶ Menurut Tim Jordan, ‘hacktivisme’ adalah suatu gerakan sosial, suatu tipe baru aksi langsung, suatu aktivitas berbasis-Internet yang terpusat pada politik virtual. Untuk lebih jauh, lihat Jordan, T. (1999). *Cyberpower: The culture and politics of cyberspace and the internet*. Routledge.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB VII

“Reportase Berpusat pada Orang” dan “Reportase Berpusat pada Peristiwa”

“Masa depan pers pada milenium baru tampaknya suram.”

(Carl Jensen)

Jurnalis dan penulis Kolombia Gabriel Garcia Marquez (2008), pemenang hadiah Nobel Sastra 1982, pernah mengatakan bahwa jurnalis adalah profesi paling baik di dunia. Pandangan wajar dari seseorang mengenai profesi yang mereka geluti. Meski harus diakui bahwa profesi apa pun yang ditekuni dengan tulus dan sepenuh hati mungkin akan sampai pada apa yang dimaksudkan oleh Marquez. Profesi jurnalis dianggap unik. Barangkali karena ia hidup dari menjual berita atau informasi ke publik sehingga ia dianggap istimewa.

Dalam pandangan Marquez, praktik profesi jurnalistik membutuhkan latar belakang budaya yang kuat, yang diberikan lingkungan kerja itu sendiri. Namun, memasuki abad ke-21, lingkungan kerja jurnalis menghadapi tantangan. “Dehumanisasi telah menyebar dengan kecepatan yang mengerikan,” demikian kata Marquez, menggambarkan kehidupan di ruang berita. Ketika persaingan antarperusahaan pers meningkat tajam, semangat kerja sama meluntur. Masing-masing hidup dalam isolasi dan alienasi, dan komunikasi lewat dunia maya lebih gampang daripada untuk menyentuh hati pembaca.

Marquez berbicara tentang Kolombia, bukan tentang kita. Tetapi ada hal-hal relevan yang dikatakannya. Ia menyebut sifat yang mulai

merenggut kita: ketergesaan dan keterbatasan dalam arti ruang yang telah mereduksi kedudukan reportase yang dulu mereka anggap sebagai genre paling bergengsi, tetapi juga memerlukan waktu, penelitian, refleksi, dan keterampilan menulis yang istimewa dari para jurnalis. Bukankah melakukan peliputan pada dasarnya adalah merekonstruksi fakta dengan cermat dan akurat.

Memasuki abad ke-21, jurnalisme menangkap paradoks di dalam dirinya, seperti dikatakan oleh Ian Hargreaves (2003), dalam *Journalism: Truth or Dare?* Berita yang dulu sulit dan mahal diperoleh, kini mengitari kita seperti udara yang kita hirup. Berita begitu mudah kita peroleh. Ia mengepung kita ke mana kita pergi, atau dalam kata-kata Hargreaves, “*Today it is ubiquitous and very largely free at the point of consumption*” (Saat ini, hal ini ada di mana-mana dan sebagian besar gratis dalam hal konsumsi). Dalam dunia politik, misalnya, proses demokrasi sendiri sedang berada dalam sebuah dunia kecepatan tinggi, peristiwa-peristiwa politik bagi banjir. Belum selesai satu kasus, muncul kasus lain, tumpang-tindih. Tetapi di tengah melimpahnya kasus dan berita, ada masalah dengan budaya berita (*culture of news*) yang baru ini. Semakin sulit kita membedakan mana berita yang bagus dari yang buruk.

Dalam dunia seperti ini, “Jurnalisme bukanlah urusan yang gampang,” demikian kata Hargreaves. Jurnalisme bahkan sedang dalam masalah. Demikian menurut Hargreaves kembali. “Masa depan pers pada milenium baru tampaknya suram,” demikian kata Carl Jensen (2003), pendiri Project Censored. Setelah menelusuri isu-isu pers di Amerika Serikat selama 25 tahun, Jensen sampai pada kesimpulan:

Pers memiliki kekuatan untuk mendorong orang-orang membersihkan lingkungan, mencegah penyebaran nuklir, menyingkirkan politisi yang korup dari jabatannya, mengurangi kemiskinan, menyediakan layanan kesehatan yang berkualitas untuk semua orang, dan bahkan menyelamatkan nyawa jutaan orang seperti yang terjadi di Ethiopia pada tahun 1984. Namun, kita justru menggunakan untuk mempromosikan seks, kekerasan, dan sensasionalisme, serta untuk memperkaya

kantong para maestro media yang sudah kaya (Jensen, 2003: 15).

Pernyataan Jensen mempertegas adanya paradoks dalam dunia jurnalisme yang semakin digerakkan oleh pasar. Sebuah isu yang sudah lama disorot oleh John McManus (1994). Tekanan pasar yang menggerakkan seluruh logika praktik ruang berita telah mendesak idealisme profesi jurnalisme hanya ke pinggir perbincangan dan etika jurnalistik disorot hanya ketika ada kasus-kasus besar, seperti yang melibatkan kalangan pejabat di seputar kekuasaan. Terutama apabila sebuah berita dianggap telah ‘mencemari’ nama baik seseorang atau lembaganya.

Dalam bukunya, *Uncertain Guardians*, Sparrow (1999), berbicara tentang posisi dan peran media berita sebagai sebuah institusi politik di tengah lingkungan ekonomi dan politik yang tidak pasti. Sparrow menyebut media berita sebagai aktor politik, yang memainkan peran tidak pasti dalam fungsinya sebagai “kekuatan keempat”. Dalam karyanya, Sparrow berupaya membongkar sejumlah peran media yang sering digambarkan para pengamat, menurutnya, sesungguhnya tidak lebih dari sekadar mitos.

Mengikuti uraian Sparrow, fungsi pengawas atau *watchdog* pada kenyataannya merupakan peran utama media berita dalam sistem politik. Pandangan-pandangan lain juga lebih berkaitan kembali dengan citra pengawas tersebut. Beberapa berpandangan bahwa media berita perlu menjadi pengamat netral dalam mentransmisikan informasi—dengan cara demikian berarti bahwa publik bisa dicerahkan dan pemerintah bisa diberi tanggung jawab. Sementara pendapat lain mengatakan bahwa media berita perlu menjadi partisipan atau advokator dalam proses politik, terutama bagi kelompok marginal atau minoritas—hal ini dilakukan demi menjaga keseimbangan dari kekurangan advokasi di pihak politisi dan pemimpin sipil. Media berita juga digambarkan sebagai suatu forum bagi ekspresi pandangan berbeda—ini disebabkan “pasar gagasan ide-ide” yang tersedia bagi warga perlu diperkaya. Akhirnya, tak kalah penting, media berita juga bisa menjadi penjaga

moral publik dan pribadi—persisnya sejauh bahwa peran penjagaan seperti itu kurang tampak pada aktor-aktor politik lainnya (Sparrow, 1999).

Atas semua penonjolan mengenai peran pengawasan, *watchdog*, atau *guardian* media berita, Sparrow berpendapat bahwa model “kekuatan ke empat” (*the fourth estate*) media berita secara fundamental keliru. Argumentasi Sparrow didasarkan atas pendekatan sistem terbuka: organisasi berita hidup dalam suatu lingkungan politik dan ekonomi yang tidak pasti, salah satunya karena media harus selalu menstabilkan posisinya agar tetap berkembang. Ini untuk mengatakan bahwa media berita hidup dalam suatu bidang interorganisasi dalam hubungan dengan komunikator-komunikator politik lainnya (baik media maupun non-media) dan aktor-aktor pasar lainnya (baik media maupun non-media) (Sparrow, 1999).

Sudah tentu banyak faktor yang memengaruhi daya hidup industri media. Kelangsungan hidup industri media, misalnya, tergantung pada negara yang mengaturnya, sistem politik media yang melingkupinya, pemodal yang menopangnya, pendekatan manajemen yang dipegangnya, kecerdasan pengelola dan jurnalisnya, selain juga pada belanja iklan yang dikeluarkan para pemasang iklan dan publik pembaca yang dilayani. Menyeimbangkan berbagai faktor tersebut tentu saja tidak mudah. Dalam momen-momen tertentu mungkin media akan menekankan satu faktor di atas faktor yang lain. Pada saat lain, media akan mengambil posisi kritis bahkan mungkin bermusuhan pada salah satu faktor, atau pembelaan pada faktor yang lain. Namun, posisi ini tidak pernah permanen. Barangkali satu-satunya yang lebih ajeg adalah ‘pembelaan’ terhadap pemilik modal itu sendiri, baik disadari atau pun tidak.

A. Beberapa Contoh

Kita bisa mengambil beberapa contoh bagaimana media memposisikan diri menyoroti pidato Presiden SBY pada 23 November 2009, menanggapi konflik KPK-Kepolisian yang sangat menyita perhatian media. Sehari setelah Pidato Presiden yang ‘mengecewakan’ beberapa kalangan menanggapi rekomendasi Tim 8, media nasional menurunkan

berbagai liputan menanggapi suasana dan substansi pidato tersebut. Sebagian besar menunjukkan fokus pada kekecewaan berbagai kalangan terhadap kegamangan pidato tersebut. Sebagian yang lain menyoroti ketidaktegasan Presiden dan kesan kekurangseriusan pemerintah menangani secara tuntas masalah ini.

Sementara itu, sebagian media lainnya menyoroti suasana ‘nonton bareng’ yang sengaja dilakukan berbagai kelompok untuk menyaksikan pidato tersebut. Sebagian yang lain menekankan pada suasana di lingkungan keluarga Bibit dan Chandra yang sedang was-was menanti dan mendengarkan Pidato Presiden yang sebelumnya disebut-sebut bakal menentukan nasib kedua pejabat tinggi KPK non-aktif tersebut.

Bab ini akan menunjukkan beberapa hal menarik. Sehari setelah Pidato Presiden tersebut, *Republika*, edisi 24 November 2009, menurunkan tulisan “Terkabulnya Doa Bibit”, yang menekankan sinyal bahwa Pidato Presiden tersebut mencerminkan bahwa doa seorang Bibit terkabul, oleh karena pidato tersebut ditafsirkan oleh si jurnalis sebagai sinyal tidak akan dibawanya kasus ini ke pengadilan.

Kemudian *Media Indonesia*, edisi 24 November 2009, menurunkan kepala berita (*headline*), “Audit Century Ungkap Peran Boediono dan Sri Mulyani”, dengan dua berita tambahan, “SBY Minta Bibit-Chandra tidak ke Pengadilan” dan “Sikap Presiden Yudhoyono Membingungkan”. Ketiga berita itu dipertegas dengan ‘Editorial’ *Media Indonesia* yang dikenal lugas bertajuk “Pidato Antiklimaks”.

Dengan nada yang hampir sama, *Kompas*, edisi 24 November 2009, pada halaman pertama menurunkan *headline* “SBY: Tak Perlu ke Pengadilan”, dilengkapi dua berita terkait yang memberikan setting kepada peristiwa tersebut, dengan judul “Bank Century: Ada Rekayasa, Hak Angket Menguat” dan “KPK versus POLRI: Penantian Bibit dan Chandra Belum Berakhir”. Sementara itu, ‘Tajuk Rencana’ *Kompas* hari itu juga mengangkat tema Pidato tersebut dengan tekanan khusus “Tidak Dibawa ke Pengadilan!”.

Dari rangkaian pemberitaan media mengenai Pidato Presiden tersebut kita bisa melihat munculnya beragam perspektif atau sudut pandang yang tampak menggambarkan sikap media yang bersangkutan.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar media yang kritis, telah mengambil posisi berada di garda depan dalam menyuarakan pembelaan terhadap dua pemimpin KPK dan memediakan suara kritik yang keras terhadap kecaburan sikap pemerintah dalam mengambil posisi, terutama dalam memberikan rasa kepastian hukum dan keadilan yang diharapkan masyarakat sipil. Namun, apabila disimak dari orientasi dasar jurnalistik yang selalu kita jumpai dalam ranah interaksi politik dengan media, kita akan melihat kuatnya tekanan pada praktik “jurnalistik yang berorientasi pada orang” daripada yang “berorientasi pada peristiwa atau fakta”.

Misalnya, salah satu berita *Kompas*, edisi 24 November 2009, menurunkan paragraf pembuka (*lead*) berita seperti: “Ditemani sepiring tahu goreng, Bibit Samad Rianto menyimak siaran langsung Pidato Presiden dari televisi 20 inci di ruang depan. Istrinya, Titik Sugiharti, menonton di ruang dalam bersama anak-anak dan cucu”. Kemudian pada bagian akhir berita dikutip kebingungan beberapa narasumber dan juga sejumlah wartawan yang hadir terutama mengenai ke mana arah isi Pidato Presiden tersebut, dengan menyitir pernyataan keheranan dengan bahasa seperti: “Lho, apa kesimpulannya?”.

B. Berita sebagai Konstruksi

Berita adalah konstruksi sosial yang melibatkan berbagai relasi kepentingan yang berlangsung dalam ruang pemberitaan. Tidak hanya ideologi dan preferensi jurnalis yang terlibat di dalamnya, tetapi juga kepentingan modal dan komersial juga ikut menentukan praktik jurnalistik di ruang redaksi. Hubungan-hubungan ekonomi-politik media juga bertarung dalam ruang pemberitaan yang akan memengaruhi bagaimana sebuah berita dikemas, disajikan, dan ditempatkan di ruang media.

Tidak heran kalau preferensi jurnalis dan kebijakan redaksi juga bisa saling bertentangan, bergantung pada sejauh mana tingkat kepentingan media terhadap suatu kasus dihubungkan dengan pemerintah, pemilik modal, dan publik pembacanya. Adakalanya kepentingan pemerintah, pemilik modal, dan publik pembacanya bisa

dipenuhi secara bersamaan, akan tetapi, adakalanya tidak, terutama ketika ketiga pemangku kepentingan pada posisi saling bertentangan.

Dalam kasus KPK versus Polisi (dan Kejaksaan Agung), kita bisa melihat sebagian besar media pada posisi yang terlihat berada di pihak KPK dan ini tampaknya cukup seirama dengan opini publik. Bahkan pada tingkat tertentu media ikut memengaruhi opini publik dalam kasus Bibit-Chandra ini, misalnya media. telah menyuarakan dengan keras ‘perlawanan’ terhadap mafia peradilan, makelar kasus, dan praktik kriminalisasi KPK yang melibatkan sejumlah nama di institusi hukum.

C. Transparansi Kejahanatan?

Kemudian, tepat pada Selasa, 3 November 2009, publik telah dibuat terpana dengan ”dagelan” yang ditayangkan langsung oleh sejumlah televisi swasta dari Gedung Mahkamah Konstitusi. Ratusan orang menyaksikan langsung sidang terbuka yang memperdengarkan rekaman percakapan telepon seluler Anggodo Widjojo dengan sejumlah pejabat kepolisian dan kejaksaan. Rekaman itu dengan vulgar menyebut nama-nama pejabat tertentu dan bagaimana merancang kasus hingga tawar-menawar imbalan kepada pihak-pihak yang diduga ikut merekaya. Sejumlah tokoh masyarakat hingga aktivis politik dan mahasiswa berdatangan ke gedung Mahkamah Konstitusi (MK) (*Kompas*, 4 November 2009).

Dalam kaitan dengan kasus tersebut, peran media tidak perlu diragukan lagi. Media telah ikut menjadi aktor politik yang penting dalam menyuarakan tegaknya keadilan. Ini dimulai sejak ditayangkannya hasil rekaman telepon pengusaha Anggodo Widjojo dengan sejumlah pejabat yang diputar di Mahkamah Konstitusi (MK)

dan dipancar-luaskan secara langsung oleh beberapa stasiun televisi.²⁷ Peristiwa ini dianggap telah menguak tabir kelam terjadinya rekayasa kriminalisasi atas KPK. Penahanan Bibit Samad Rianto dan Chandra M. Hamzah, dua pejabat komisi itu, akhirnya memang sempat ditangguhkan kepolisian. Ini juga adalah bagian dari terungkapnya konspirasi dan skandal kelas tinggi yang melibatkan lingkaran pejabat di lingkungan penegakan hukum. Sejarah mencatat, media berperan sangat penting dalam soal ini.

Dari perspektif komunikasi politik, kita bisa melihat bahwa selama ini aktor-aktor politik yang sedang bertarung berusaha menyembunyikan keterlibatannya, meski dengan melakukan kontradiskursus yang tak jarang mematahkan argumentasinya sendiri. Dalam wawancaranya di stasiun TVOne, misalnya, Anggodo telah berupaya menunjukkan perannya dalam memelintir argumentasi-argumentasi hukum untuk mengamankan dirinya, sekaligus juga menunjukkan kedangkalan cara berpikirnya di tengah-tengah meningkatnya kecerdasan publik memahami proses politik yang berlangsung di seputar peran “buaya versus cicak” yang dikonstruksi sedemikian rupa untuk menyembunyikan subjek-subjek pelaku kejahatan itu.

²⁷ Sebuah rekaman pembicaraan—yang dicurigai berisi rekayasa “kriminalisasi” Komisi Pemberantasan Korupsi oleh sejumlah oknum telah diputar oleh Mahkamah Konstitusi (MK) pada 3 November 2009. Terobosan Mahkamah Konstitusi yang memerdengarkan rekaman percakapan antara Anggodo Widjojo dan lawan bicaranya mengejutkan banyak orang. Ini adalah skandal hukum paling menghebohkan. Pemutaran rekaman hasil penyadapan Komisi Pemberantasan Korupsi atas telepon Anggodo dilakukan atas perintah majelis hakim konstitusi dalam rangka uji materi UU Komisi Pemberantasan Korupsi yang diajukan Wakil Ketua (nonaktif) KPK, Chandra Hamzah dan Bibit Samad Rianto. Tindakan MK bakal tercatat dalam sejarah pengungkapan skandal penegakan hukum di Indonesia. Siaran langsung televisi terkait sidang MK selama 4,5 jam menambah efek dramatis persidangan tersebut. Emosi dan perasaan publik terlibat secara penuh saat mendengarkan percakapan Anggodo dengan sejumlah lawan bicaranya. Banyak pihak hampir tak percaya terhadap apa yang dipercakapkan Anggodo dengan antara lain Wisnu Subroto dan penyidik bisa terjadi dalam negara hukum Indonesia. Namun, muncul juga pertanyaan dalam hati, jangan-jangan praktik seperti itulah yang selama ini terjadi, jual beli perkara, tetapi tidak pernah terungkap. Lihat “Skandal penegakan hukum!”, Tajuk Rencana *Kompas*, 4 November 2009.

Bahkan strategi PR (*public relations*) dianggap perlu dilakukan oleh pihak Kepolisian dan Kejaksaan Agung dengan berbagai cara agar tak luput dari sorotan media, selain juga sebagai upaya untuk keluar dari citra buruk yang menimpa kedua institusi yang disebut-sebut sebagai bagian dari pilar penting penegakan hukum di tanah air.

Strategi-strategi PR seperti itu kadang-kadang mempertontonkan absurditas institusi hukum yang terkesan kuat melawan kehendak publik agar pihak-pihak yang namanya disebut dalam pembicaraan di telepon itu segera diusut tuntas. Tayangan langsung pemutaran rekaman itu juga membuat praktik kejahatan semakin telanjang di tengah logika politik yang sudah seperti teater atau bahkan panggung hiburan seperti saat itu.

Drama kasus kejahatan yang sedemikian telanjang dan disaksikan jutaan mata publik dalam ruang keluarga Indonesia membuat praktik kejahatan semacam itu akan semakin membangkitkan ketidakpercayaan publik terhadap pemerintah untuk memberantas akar korupsi. Peran media dalam membuat ‘ketelanjangan’ terhadap peristiwa memang patut diacungkan jempol.

Penayangan rekaman tersebut juga sekaligus mempertontonkan “kontradiksi citra” dari para pejabat publik. Bagaimana retorika citra aparat yang selalu mengkonstruksi dirinya sebagai individu dan institusi yang bersih, tetapi dari kasus itu “citra” mereka benar-benar ditelanjangi. Celakanya, semakin mereka melawan logika fakta itu, semakin telanjang kejahatan itu.

Inilah yang disebut oleh pemikir postmodernis seperti Jean Baudrillard sebagai “transparansi kejahatan” (*transparency of evil*) di era media. Bukankah para aktor yang diduga kuat sebagai bagian dari pelaku konspirasi justru diberi ruang bersuara lantang pada jam-jam tayang utama (*prime time*) dan mengisi waktu luang dalam ruang keluarga Indonesia? Potret absurd dari bagaimana logika drama dan informasi politik telah berbaur di dalam logika industri *infotainment* yang membuat tayangan kejahatan harus dikemas dalam format hiburan agar menarik pemirsa dan dengan demikian berarti pula meningkatkan rating dan menambah pemasukan iklan.

D. Beberapa Kemungkinan

Ada beberapa kemungkinan yang menjadi penyebab mengapa tekanan reportase berita lebih kuat pada orang atau pribadi (*person*) daripada pada peristiwa (*event*) dalam kasus ini. *Pertama*, personalisasi. Media, khususnya jurnalis, cenderung melakukan personalisasi pada pemberitaan, oleh karena pengaruh subjektivitas individu yang begitu kuat. Subjektivitas yang kuat memengaruhi cara jurnalis mengumpulkan fakta dan menyajikannya menjadi berita. Bahkan juga dalam cara mereka berhubungan dengan narasumber dan memberikan perspektif pada pemberitaan tentang narasumber tersebut.

Personalisasi berita ditandai dengan tekanan berita yang berpusat pada sisi-sisi kehidupan pribadi yang sering tidak ada hubungannya dengan fakta atau peristiwa yang menjadi substansi berita. Mungkin itu sebabnya mengapa media sering kali menyoroti sisi-sisi kehidupan pribadi Bibit, misalnya, menunjukkan sisi-sisi subjektif dari si narasumber dan memungkinkan munculnya subjektivitas si jurnalis dalam pemberitaan tersebut.

Kedua, emosionalisasi. Konsekuensi logis dari personalisasi adalah berlangsungnya apa yang disebut sebagai emosionalisasi berita. Seorang jurnalis yang merasa terlibat dalam peristiwa yang diliputnya, menyelami berbagai fakta yang ditemukan di lapangan, dan berhubungan dengan berbagai sumber berita yang ia pilih, tak mungkin bisa menghindar dari keterlibatan perasaan atau emosi yang terkadang mendalam dengan peristiwa itu.

Oleh karena itu, tak jarang kita temui berita yang sarat emosi dan perasaan si jurnalis begitu kental di dalamnya. Berita penuh emosi ini bahkan begitu mewarnai perspektif pemberitaan si jurnalis dalam meliput dan menuliskan reportasenya terhadap suatu kejadian yang memang sedang melibatkan emosi publik.

Cobalah kita lihat, misalnya, bagaimana *Republika* menyoroti Pidato Presiden sebagai potret terkulunya doa seorang Bibit yang sedang dilanda cobaan yang berat dalam hidupnya. Meski sebenarnya sudah jelas bagi publik bahwa secara umum isi pidato tersebut

sama sekali tidak menunjukkan keputusan yang jelas, untuk tidak mengatakan cenderung kabur.

Akan tetapi, *Republika* perlu menekankan pada ‘doa Bibit’, mungkin oleh karena orientasi jurnalismenya yang selalu berpikir dalam bingkai agama sehingga dengan cara itu sadar atau tidak media ini sedang memenuhi kebutuhan sebagian besar segmen pembacanya, yakni komunitas Muslim yang mengutamakan simbol-simbol keislaman agar selalu kental dalam pemberitaan. Mereka inilah bagian inti pendukung jurnalisme Islam yang sedang diusung *Republika*, yang mau tidak mau harus menjadi bagian penting dari politik pemberitaannya.

Ketiga, dramatisasi. Proses dramatisasi juga sangat sering kita temui dalam kasus pemberitaan yang berpusat pada individu atau orang. Tayangan berita tentang perseteruan “cicak vs buaya” di televisi telah berubah menjadi drama dan berkembang sedemikian rupa sehingga mirip kisah opera sabun. Memang di era hiburan seperti sekarang ini, proses konstruksi demokrasi bisa langsung diakses oleh publik secara bebas, bahkan dari ruang keluarga sendiri. Televisi membuktikan dirinya sebagai agen yang menyebarkan nilai-nilai itu, tanpa prosedur birokrasi yang rumit. Di sini televisi patut mendapat apresiasi.

Kisah perseteruan “cicak vs buaya” dan yang terkait dengannya hampir memenuhi semua unsur opera sabun. Di sana ada tokoh protagonis dan antagonis, konspirasi, perselingkuhan, drama, dan air mata. Kisah ini juga memiliki *ending* yang selalu terbuka dan penuh kejutan. Dan di televisi, semua ini dikemas dengan begitu memikat di mata khalayak pemirsra.

Berita sebagai drama jelas sekali dalam kasus pemberitaan kriminalisasi KPK ini. Unsur-unsur dramatis, misalnya, begitu menonjol dan mendapatkan tekanan dalam hal penayangan ‘sumpah’ orang-orang yang diduga kuat telah menerima suap dari Anggodo. Tontonan ‘sumpah’ ini memadukan dramatisasi media dan drama yang dikonstruksi oleh individu-individu yang dengan sadar ingin menjadikan media sebagai ‘panggung pribadi’. Bahkan Anggodo dengan caranya yang canggih dan lihai (untuk tidak mengatakan licik) memengaruhi ‘persaingan media’ yang sedang memperebutkan dirinya sebagai sumber berita yang dinilai eksklusif. Dalam berbagai

kesempatan Anggodo mendramatisasi keluarga Anggoro yang telah menjadi korban dan dirinya memohon agar masyarakat Indonesia memaafkan dan memakluminya. Dengan lihai dan licik pula, dia ingin mengalihkan isu dari “pelaku kejahatan” menjadi “korban kejahatan”.

Dalam kasus penayangan berbagai wawancara dan konferensi pers orang-orang yang berkecenderungan membela Anggodo, media jelas ikut terjebak dalam logika dramatisasi ini. Dalam kasus drama media, lagi-lagi Anggodo adalah ‘pemenangnya’. Sekalipun nama presiden, jelas-jelas ‘dicatut’ dalam rekaman tersebut, tetapi nama Anggodo sama sekali tidak disinggung dalam Pidato Presiden yang menuai banyak kontroversi itu. Ini jelas menunjukkan bahwa Anggodo memang lihai dalam membuat drama dan media bisa jadi terjebak dalam dramanya. Sekiranya media hanya bertumpu pada eksklusivitas narasumber, tanpa menyadari bahwa media sendiri bisa digunakan oleh orang semacam Anggodo dan orang-orang yang pro kepadanya sebagai corong propaganda untuk mengalihkan isu dan mengelabui aparat hukum—tentu saja publik menyadarinya kerena mereka tidak bodoh. *Keempat*, sensasionalisasi. ‘Menjual’ hal-hal yang sensasional jelas adalah salah satu cara yang sering dilakukan oleh televisi. Tak pelak lagi kejadian yang kontroversial seperti kasus “cicak versus buaya” adalah hal yang sensasional.

Pemberitaan di seputar perseteruan hukum dan skandal politik tingkat tinggi adalah pemberitaan yang sarat sensasi dan kontroversi. Media televisi akan berupaya melakukan politik sensasi ini dengan harapan khalayak semakin tertarik dan pada giliran rating meningkat. Oleh karena itu, publik perlu disuguhhi dan dikejutkan oleh rangkaian kisah yang dijalin sedemikian rupa dengan efek sensasional yang kental. Semua bagian kisah ini ditayangkan televisi setiap hari. Tidak hanya itu, kasus ini juga dikupas habis atau dibantah habis pula dalam acara bincang-bincang (*talk show*) yang menghadirkan semua pihak terkait, mulai dari polisi, KPK, jaksa, tersangka, pengamat, anggota DPR, hingga makelar kasus. Anggodo, misalnya, tampil di TVOne untuk membantah isi rekaman percakapannya yang dibuka oleh Mahkamah Konstitusi. Edi Soemarsono muncul di MetroTV untuk membantah pernyataan Anggodo.

Sensasi adegan saling bantah terkait kasus tersebut begitu serunya sampai-sampai seorang pengacara dan seorang anggota DPR nyaris baku jotos di acara bincang-bincang yang ditayangkan secara langsung oleh TVOne. Adegan tersebut diputar berulang kali, dengan efek sensasi ini.

Tak heran kalau ‘episode demi episode’ dalam kisah “cicak *vs* buaya” memang tidak kalah menarik dibandingkan dengan kisah opera sabun yang sebenarnya. Apalagi televisi mengemas berita tersebut sebagai sebuah drama. Di televisi Indonesia, drama identik dengan air mata. Oleh karena itu, jangan heran jika televisi mengekspos habis gambar Susno Duadji yang bersumpah tidak menerima suap dengan suara bergetar dan mata berkaca-kaca.

E. Tekanan Orientasi Pemberitaan ke Depan

Bab ini menunjukkan beberapa kecenderungan kuatnya orientasi praktik reportase jurnalistik yang berpusat pada diri orang (*the person-centered reporting*) dibandingkan yang berpusat pada peristiwa (*the event-centered reporting*). Telah coba dilihat pula beberapa penyebab dan akibat dari praktik ini dikaitkan dengan pemberitaan kasus kriminalisasi KPK yang melibatkan sejumlah nama dan institusi hukum. Uraian bab ini secara khusus menyoroti bagaimana pemberitaan media dalam kaitan dengan dugaan kriminalisasi KPK terutama setelah pemutaran rekaman pembicaraan Anggodo yang kontroversial itu.

Dari contoh kasus dan uraian ini kita bisa melihat bahwa kuatnya kecenderungan reportase yang berpusat pada pribadi atau orang sebagian disebabkan oleh sejumlah faktor seperti kecenderungan media dan jurnalis untuk melakukan personalisasi, emosionalisasi, dramatisasi, dan sensasionalisasi terhadap narasumber dan peristiwa, dengan tujuan menarik perhatian khalayaknya.

Dalam lingkungan jurnalisme dengan orientasi pemberitaan seperti itu, peran pengawas media pantas dipertanyakan secara kritis. Sebagaimana dikatakan oleh Jay G. Blumler & Michael Gurevitch (1995),

Peran jurnalisme sebagai pengawas (*watchdog*) sering kali dialihkan ke saluran personalisasi, dramatisasi, perburuan penyihir, sinetron, dan berbagai hal remeh-temeh lainnya. Sulit bagi opini yang tidak konvensional untuk masuk ke ‘pasar ide’ yang sudah mapan, dan argumen politik sering kali direduksi menjadi slogan dan ejekan. Kecurigaan manipulasi merajalela, dan sinisme berkembang. Kepentingan publik dalam komunikasi sipil yang konstruktif telah diabaikan (Blumler & Gurevitch, 1995: 1).

Harus diakui bahwa dalam beberapa kasus, media masih menunjukkan keberimbangan dalam menonjolkan kedua aspek, baik pada orientasi orang maupun pada orientasi peristiwa. Meski memang tetap ada perbedaan tekanan yang kuat pada salah satu dari kedua orientasi itu.

Pengamatan bersifat umum menunjukkan bahwa praktik jurnalistik yang berorientasi pada orang tampaknya lebih menonjol dan menjadi kecenderungan umum dalam praktik jurnalisme di Indonesia dalam dua dekade terakhir, terutama jurnalisme televisi. Sedangkan pada jurnalisme cetak masih terlihat ada sejumlah pemberitaan yang berorientasi pada fakta atau peristiwa.

Bab ini juga menunjukkan bahwa media ternyata masih memegang peran penting dalam memengaruhi opini publik, atau paling tidak dalam memberikan ruang, bagi dimediasikannya berbagai pandangan berbeda dan saling bertentangan mengenai suatu isu yang dianggap kontroversial. Dalam beberapa segi di sini media masih menunjukkan bahwa dirinya cukup *powerful*, meski harus diakui bahwa desakan komersialisasi dan kapital juga semakin menonjol dalam kasus informasi politik. Logika demi keuntungan dan rating, misalnya, masih lebih kuat daripada logika demi demokrasi.

Kasus pemanggilan dua media nasional terkait dengan laporan Anggodo membuktikan bahwa media masih dianggap *powerful* oleh aparat penguasa sehingga mereka merasa perlu membungkamnya. Sebagaimana kita tahu, redaktur dua koran nasional, *Kompas* dan *Seputar Indonesia (Sindo)*, pernah dipanggil oleh polisi. Masing-masing adalah Redaktur Pelaksana Koran *Sindo* Nevy Hetharia dan Redaktur

Pelaksana *Kompas* Budiman Tanuredjo. Surat panggilan itu berdasarkan laporan Anggodo dan Indra Sahnun Lubis. Pada 30 Oktober 2009, Anggodo melapor kepada polisi karena merasa dicemarkan nama baiknya. Atas laporan Anggodo yang merasa haknya dilanggar, polisi memanggil redaktur pers untuk diminta keteranganya.

Sedangkan Indra Sahnun Lubis adalah kuasa hukum Bonaran Situmeang, pengacara Anggodo, tidak mau menerima karena pembicarannya disadap oleh KPK. Transkrip rekaman pembicaraan yang diduga Bonaran dan Anggodo sempat dimuat di sejumlah media massa sebelum Mahkamah Konstitusi memutarnya di persidangan. Indra melapor kepada polisi mewakili kliennya pada 2 November 2009.

Menurut pihak polisi sendiri, pemanggilan itu merujuk pada laporan polisi pada 30 Oktober 2009 tentang dugaan telah terjadi tindak pidana penyalahgunaan wewenang, pencemaran nama baik, dan fitnah. Rujukan yang satu lagi adalah laporan polisi tertanggal 2 November 2009 tentang dugaan telah terjadi penyalahgunaan wewenang dan penyadapan melalui media elektronik.

Dari contoh kasus tersebut, kita melihat bahwa ancaman atas kebebasan pers ternyata masih tetap hidup. Oleh karena itu, ranah hubungan pers dengan penguasa akan tetap ikut memengaruhi tekanan orientasi dasar jurnalistik di masa-masa yang akan datang. Bisa jadi tekanan kuat praktik orientasi pemberitaan pada orang daripada pada peristiwa ini adalah bagian dari strategi media dan jurnalis untuk mudah membuat berita tanpa mengambil resiko yang berat. Bisa jadi pula ini strategi untuk menarik khalayak yang cenderung tertarik pada aspek-aspek personal dari suatu pemberitaan. Sejauh mana kualitas berita akan merosot dan distorsi berita akan terjadi disebabkan kuatnya praktik jurnalistik yang berorientasi pada orang ini, jelas masih membutuhkan kajian dan penelitian yang lebih dalam.

Kesimpulan sementara yang bisa ditarik dalam bab ini, jurnalis tampaknya tidak bisa menjadi seorang *neutralist* tulen, terutama ketika hati nurani dan rasa keadilan terpanggil untuk menjadi bagian dari penyuarai kebenaran dalam ruang publik yang sedang terdistorsi dan mulai dikudeta oleh kepentingan kuasa dan modal.

Dalam ideal-ideal seperti itu, tak bisa tidak, pemberitaan yang berorientasi pada fakta atau peristiwa perlu dijadikan tekanan ke depan agar koruptor tidak diberitakan dengan hanya menyorot terus-menerus kesedihan keluarga atau kemurahan hatinya terhadap kolega atau bawahannya, tetapi pada fakta atas apa yang telah dilakukannya dalam kaitan dengan kepentingan publik, seperti bagaimana ia memperlakukan jabatan, apakah untuk kepentingan diri dan kelompoknya, ataukah untuk kepentingan publik.

Ini jelas hanya salah satu contoh. Contoh lain tentu masih banyak, karena sebagaimana dijelaskan sebelumnya disebabkan aliran peristiwa dan kejadian berlangsung setiap hari maka mustahil kalau dalam sehari kita tidak menjumpai apa yang disebut sebagai ‘berita’ politik.

BAGIAN II

MEDIAKRASI DAN BUDAYA KEKERASAN DI RUANG PUBLIK

buku ini tidak diperjualbelikan

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB VIII

Mediakrasi, Teknologi Demokrasi dan Teknologi Dominasi

“Ruang simbolik bangsa terutama direpresentasikan dalam media dan menjelaskan perjuangan yang sering kali sengit di antara kelompok-kelompok atas penggambaran identitas, perilaku, dan nilai-nilai dalam berita dan hiburan.”

(James W. Carey)

Demokrasi sejatinya dipandang lebih sebagai proses daripada tujuan dalam dirinya. Oleh karena itu, hampir mustahil mengharapkan adanya jalan tunggal menuju demokrasi. Demokrasi menemui ajalnya ketika ada orang atau sekelompok orang yang menjadi pemilik tunggal pemaknaan kata ini. Demokrasi jelas bukan milik satu orang, partai, jenis kelamin atau ras tertentu. Ia adalah impian manusia yang tak pernah berhenti di satu titik akhir pendakian. Kematian demokrasi justru terjadi pada saat kita menganggap diri telah menggapai tujuan akhir demokrasi. Karena sebagai proses, setiap saat kita merasa berkepentingan untuk mendekonstruksi atau merekonstruksi kata itu dalam konteks kekinian, terutama di saat perjuangan demokrasi masih sering mengalami jalan terjal atau bahkan jalan buntu.

Bab ini memfokuskan pada suatu terminologi yang cukup signifikan dalam kajian media dan komunikasi kontemporer, yakni *Mediocracy*

(Mediakrasi).²⁸ Uraian ini tidak dimaksudkan untuk menjelaskan semua duduk persoalan yang kompleks. Misalnya, kompleksitas relasi sistem media dengan sistem-sistem lainnya, seperti sistem sosial-budaya, sistem ekonomi, sistem politik yang memengaruhi sistem komunikasi atau sistem media di sebuah negara plural seperti Indonesia. Uraian lebih dipusatkan pada salah satu isu yang paling diminati selama berabad-abad yakni relasi media dengan demokrasi. Karena demokrasi bukanlah suatu barang jadi maka bab ini akan menyotori bagaimana mediakrasi menjadi kekuatan yang kalau tidak menopang, sebaliknya, bisa merintangi proses demokrasi itu sendiri.

Dalam *Technology of Power*, Majid Tehranian (1990), pakar komunikasi dari Universitas Hawaii, mengungkapkan bahwa sesuai dengan konsepsi kita tentang teknologi sebagai perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*), seperti halnya struktur kognitif terdalam yang menyangga sistem teknologi, diskusi tentang teknologi demokrasi perlu “mempertimbangkan seluruh jaringan kekuasaan yang telah menopang atau pun yang telah merusak sistem demokrasi” (Tehranian, 1990).

Kemudian, untuk memahami secara lebih baik bagaimana hubungan antara teknologi informasi dan pembentukan demokrasi, mengikuti pandangan Tehranian, kita perlu meninjau empat model komunikasi dan demokrasi yang selama ini saling bersaing dan telah diterapkan dalam konteks nasional yang berbeda di berbagai belahan bumi. Keempat model itu adalah (1) Model demokrasi kapitalis; (2) Model demokrasi komunis; (3) Model demokrasi komunitarian; dan (4) Model kontra-demokrasi otoriter-totalitarian.

Tiap-tiap model mempunyai keunggulan dan kelemahan yang melekat dalam dirinya. Semuanya berjalan secara evolutif dan saling melengkapi. Dalam pergolakan negara-bangsa di dunia selama beberapa abad ini, masing-masing model itu telah diterapkan di sejumlah negara meskipun dengan kadar yang tidak seideal seperti yang dimaksudkan

²⁸ Jika demokrasi, dari akar kata Yunani, *demokratia*, berarti ‘pemerintahan oleh rakyat’ maka mediakrasi adalah ‘pemerintah oleh media’. Untuk gagasan awal yang menarik mengenai mediakrasi, misalnya, bisa dilihat dalam Phillips, K. (1975). *Mediocracy*. Doubleday.

model tersebut. Namun, dominasi dari suatu model yang mungkin diterapkan oleh sebuah negara akan ikut menentukan apakah ia menopang atau menghalangi jalan yang ingin dilalui negara-bangsa tersebut untuk membentuk sistem komunikasi atau sistem media yang demokratis.

A. Karakteristik Model Teknologi Demokrasi

Sebelum beranjak ke pokok perbincangan mengenai mediakrasi, ada baiknya disinggung, secara singkat, karakteristik dari keempat model tersebut. Model mana yang kira-kira bisa diadopsi atau diterapkan—tentu saja dengan terlebih dahulu dilakukan berbagai modifikasi di sana-sini—agar lebih membumi dalam konteks Indonesia sehingga akan memungkinkan jaringan kekuasaan (kapital/pengusaha atau politik/penguasa) untuk membangun (bukan malahan merusak) sistem komunikasi demokratis yang selama ini kita perjuangkan, baik di dunia ideal maupun di lapangan nyata kehidupan kita sebagai bangsa.

Bagaimanapun, keempat model tersebut masing-masing telah memiliki andil sejarah dalam apa yang bisa disebut sebagai proses “teknologi demokrasi” dan strategi-strategi pembangunan di negara-negara yang menerapkannya. Karakteristik keempat model tersebut bisa diuktisarkan secara ringkas.

Pertama, model demokrasi kapitalis. Model ini melambangkan strategi-strategi pembangunan yang berupaya mengkombinasikan akumulasi kapital yang sangat besar dan pertumbuhan dengan mekanisme distribusi pendapatan yang dinilai akan “menetes ke bawah” (*trickle-down effect*) dan menjamin kebebasan sipil. Model ini menekankan pada kata kunci “kebebasan” (*liberty*) dalam persaingan dan hak-hak menyatakan pendapat. Model komunikasi dan demokrasi liberal ini bersumber pada kelahiran kapitalisme Barat yang sekarang sedang meluas ke seluruh penjuru dunia.

Kedua, model demokrasi komunis. Model ini merepresentasikan strategi yang menggabungkan “lombatan besar ke depan” dan “tekanan kuat” pada pembangunan dengan tingkat mobilisasi yang tinggi, sementara konsumsi massa dan kebebasan sipil berada di bawah kendali negara. Model ini menekankan pada kata kunci “persamaan” (*equality*)

di antara para warganegara. Sistem komunikasi di bawah model sosialisme sering dijuluki sebagai “sentralisme demokratis”. Sebuah model demokrasi yang sangat tersentralisasi dan di bawah kendali negara.

Ketiga, model demokrasi komunitarian. Model ini memperkenalkan suatu tipe perkembangan berdasarkan pemikiran filsafat pembangunan yang menuntut strategi yang peka terhadap persoalan-persoalan ekologis dan kultural yang kemudian dikombinasikan dengan struktur kekuasaan yang terdesentralisasi dan demokrasi partisipatoris. Model ini menekankan pada kata kunci “komunitas” (*community*) dan “persaudaraan” (*fraternity*) di kalangan masyarakat.

Keempat, model kontra-demokrasi otoriter-totalitarian. Model ini secara sederhana biasanya sering disebut sebagai model totalitarian. Model ini menampilkan strategi yang berupaya memadukan akumulasi kapital yang sangat besar dengan distribusi pendapatan yang tidak merata, represi politik yang tinggi, dan tingkat keamanan yang buruk.

Karakteristik yang diketengahkan secara singkat tersebut tentu saja belum bisa menjelaskan secara gamblang kompleksnya realitas yang dimaksud. Apalagi bukti-bukti historis yang kita temui senantiasa jauh lebih kompleks, lebih kaya, dan senantiasa berubah-ubah dalam perkembangan, keanekaragaman, dan maknanya.

Namun, dari karakteristik keempat model tersebut tampak bahwa ada tiga penekanan demokrasi pada bidang kehidupan yang paling menonjol yang hendak dicapai, yakni: demokrasi politik (kebebasan), demokrasi sosial (persamaan), dan demokrasi kultural (persaudaraan). Oleh karena itu, Tehranian (1990), misalnya, mengidentifikasikan tiga corak demokrasi seperti dinyatakan dalam tradisi demokrasi kapitalis, demokrasi komunis, dan demokrasi komunitarian.

Dalam perjalanan dan penerapannya, ketiga tradisi demokrasi tersebut saling memperkaya dan memperluas konsep demokrasi. Bahkan, masing-masing juga dianggap telah memperoleh manfaat dari kritik-kritik yang diajukan perspektif lain sehingga saling melengkapi satu sama lain.

B. Teknologi Kontrol versus Teknologi Partisipasi

Mediakrasi menunjukkan bahwa media komunikasi dengan dukungan teknologi telah menjadi semacam kekuatan; “kekuatan media” atau “pemerintahan media”. Dengan mediakrasi ingin ditunjukkan bahwa kaitan antara media dan kekuasaan tidak bisa dipisahkan. Media adalah alat kekuasaan dan sekaligus kekuasaan itu sendiri. Bahkan, kadang-kadang fenomena mediakrasi dalam politik sering dianggap sebagai sisi gelap dari kemajuan teknologi komunikasi baru.

Oleh karena kemajuan tertentu revolusi komunikasi dan informasi dianggap bisa mengawali konsentrasi kekuasaan informasi baru di tangan orang-orang yang mengontrol teknologi. Tingkat penguasaan atau kontrol terhadap teknologi, akan menentukan apakah media bisa menopang teknologi demokrasi atau menjadikan media sebagai teknologi kekuasaan yang ada dalam genggaman sekelompok penguasa atau pengusaha.

Lalu, dalam tradisi demokrasi atau model komunikasi bagaimana agar mediakrasi minimal bisa “dijinakkan” sehingga bukan untuk menjadi teknologi kontrol kekuasaan elit politik atau pemilik kapital, tetapi menjadi teknologi partisipasi “akar-rumput” atau komunitas yang sekian lama terabaikan. Selanjutnya, model atau teori yang mana yang kira-kira lebih mendekati konteks sosio-kultural-politik yang ada di Indonesia.

Pertanyaan ini, bisa dijawab dengan melacak sejarah kritik atas dua model atau tradisi demokrasi yang pernah coba diterapkan atau hidup di Indonesia yang masing-masing telah menciptakan trauma dan lembaran hitam dalam sejarah Indonesia, yakni komunisme dan liberalisme.

Liberalisme yang terlalu menekankan pada kebebasan individu, ternyata dinilai sering mengabaikan persamaan. Komunisme dengan jargon populisme justru menjanjikan persamaan, tetapi dengan mengebiri kebebasan. Ketegangan kedua kubu baru usai ketika Liberalisme atau Kapitalisme dianggap tampil sebagai pemenang di ujung Perang Dingin yang

dilukiskan dengan cukup meyakinkan oleh Francis Fukuyama (1992), dalam *The End of History and the Last Man*.

Kalau begitu, masih ada satu model ideal, yakni demokrasi komunitarian yang menekankan pada persaudaraan dan komunitas. Kaum komunitarian ingin mengembalikan prakarsa dan partisipasi kelompok yang terpinggirkan dalam proses modernitas. Ia menggugat segala otoritas dan sentralisasi kekuasaan. Ia menyuarakan arti penting kekuasaan yang terdesentralisasi dan demokrasi partisipatoris.

Pendeknya, demokrasi komunitarian bisa mengurangi tirani mediakrasi dari alat teknologi kontrol menjadi teknologi partisipasi. Media tidak perlu membuka akses bagi komunitas akar-rumput, menebarkan berita yang menumbuhkan pentingnya makna solidaritas, kesetiakawanan, dan persaudaraan. Selain itu, media juga perlu melepaskan diri atau paling menjaga jarak dari relasi-relasi kekuasaan kapital dan politik yang selama ini membuat mereka hanya setengah hati menyuarakan aspirasi publik atau jeritan kaum papa.

Di balik peristiwa politik yang terjadi, posisi media memang bisa penuh paradoks. Media belum bisa sepenuhnya keluar baik dari kendali negara maupun kapital. Buktinya, masih banyak pers yang hanya menjual gosip politik dan tetap berwarna “kekuning-kuningan” sehingga atas nama kapital mereka menjauhi nilai idealisme dengan mengeksplorasi selera rendah dan bawah sadar masyarakat.

Memang dalam sejarah pertumbuhannya pers senantiasa mempunyai hubungan yang paradoks dengan khalayaknya. Sebuah suratkabar berkembang sebagai entitas bisnis dengan cara bergantung kepada warga dan organisasi masyarakat. Namun, ia berhasil sebagai jurnalisme yang baik dengan cara mempertahankan suaranya yang mandiri sehingga dengan kemandirian itu, suratkabar membangun kepercayaan publik.

Dalam membantu membangkitkan rasa percaya diri masyarakat yang sekian lama dihempas krisis, pers memang harus lebih mandiri. Dalam momen tertentu, media dengan

tanpa pamrih bisa punya andil untuk menyembuhkan luka-luka psikologis karena kolonialisme, trauma politik Orde Lama, atau kekerasan dan konflik politik yang muncul selama Orde Baru, dengan menegaskan kembali arti penting persaudaraan dan memberikan ruang ekspresi kebudayaan yang lebih kaya dan beragam (Kuntowijoyo, 1987; Hooker, 1993). Alienasi yang disebabkan oleh tekanan kebebasan atau ketatnya persaingan hidup yang dalam tingkat tertentu telah menumbuhkan sikap individualis dan egois jelas membutuhkan perasaan kembali akan komunitas dan kewargaan yang sempat hilang.

Dalam suasana kehidupan politik dan ikatan komunitas dan kewargaan seperti itu, kita dituntut untuk menghidupkan kembali ikatan-ikatan tradisional, memperkuat solidaritas sosial, dan membangkitkan kembali hak dan tanggung jawab komunal, serta partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan. Barangkali itulah sebabnya sekarang banyak orang seperti meratapi kembali tradisi yang mulai hilang dihantam modernitas. Kadang-kadang seperti kebangkitan neo-tradisionalisme. Orang seolah sedang menangisi surga yang hilang, karena dunia yang diimpikan kemudian menjelma menjadi semacam neraka yang dibuat manusia dan pada akhirnya bisa menyengsarakan.

C. Teknologisasi Budaya dan Komunikasi Politik: Tiga Metafora

Setidaknya dua isu krusial yang sering dibicarakan menyangkut kemajuan di bidang teknologi komunikasi dan informasi dan kekhawatiran mengenai dampak sosial budaya dan politik yang ditimbulkannya. *Pertama*, regulasi di bidang teknologi informasi (setelah RUU ITE [Informasi dan Transaksi Elektronik] disahkan pada akhir Maret 2008), khususnya menyangkut kontrol atas kandungan informasi yang terdapat di dunia maya (internet) yang kini dengan bebas beredar di tanah air. Langkah pemerintah untuk memblok situs-situs yang dinilai bernuansa pornografi adalah salah satu contoh implementasi regulasi di sektor informasi dan komunikasi ini.

Kedua, isu advokasi pengambilalihan atau lebihnya pembelian kembali (*buy back*) Indosat yang sebelumnya dimiliki oleh Temasek dari Singapura, setelah aset negara yang sangat berharga ini justru dijual begitu saja di bawah kebijakan liberalisasi yang waktu itu dijalankan oleh orang-orang di balik pembuat kebijakan ekonomi dan politik di bawah pemerintahan Megawati Sukarnoputri.

Kekhawatiran atas kebebasan pihak Singapura dalam mengawasi lalu-lintas informasi di Indonesia adalah hal yang wajar. Terutama menyangkut informasi-informasi penting berkaitan dengan rahasia negara yang tak mungkin bebas dari pemantauan, pengawasan, atau penyadapan pihak luar. Lalu, muncul pertanyaan bagaimana dengan kedaulatan informasi dan komunikasi kita.

Kedua isu tersebut sangat krusial, karena yang disebut pertama bisa menjadi titik pijak dan contoh ketika kita ingin berbicara tentang teknologi kontrol dan kebebasan, dan yang disebut kedua bisa menjadi titik pijak dan contoh ketika kita ingin berbicara tentang teknologi kekuasaan dan demokrasi.

Tak disanggukan bahwa kemajuan teknologi informasi dan komunikasi senantiasa mengandung risiko-risiko yang menyertainya. Di sini kita perlu memusatkan kembali pandangan mengenai dampak dan risiko dari kemajuan teknologi komunikasi lewat tiga buah metafora yang diangkat dari dunia mitos dan cerita yang dalam beberapa hal sudah sangat kita kenal.

Sebagaimana kita mafhum, dasar dari kemajuan informasi adalah inovasi dalam perkembangan dan penerapan teknologi informasi itu sendiri. Inovasi adalah bagian dan paket dari budaya teknologi kontemporer yang dicirikan oleh interaksi manusia-teknologi yang hingga kini masih dianggap problematik. Interaksi ini sangat ditentukan oleh irasionalitas dan irresponsibilitas, yang bisa disimpulkan dengan tiga metafora: *Titanic*, *Cassandra*, dan *Dr Frankenstein* (Hamelink, 2002).

Pertama, Metafora *Titanic* mewakili pandangan dan keyakinan yang kuat akan kesempurnaan teknologi: kapal canggih tidak mungkin akan tenggelam sehingga tidak perlu dilengkapi dengan cadangan perahu penyelamat yang cukup memadai. Sebagai akibat dari

keyakinan ini risiko nyata dari inovasi teknologi justru harus dihadapi secara serius. Budaya teknologi modern menunjukkan dorongan kuat ke arah masyarakat bebas risiko. Namun, keinginan untuk mencapai kendali bebas risiko atas proses sosial secara serius terkendala karena aktor manusia sendiri yang sering berubah dan tak bisa diprediksi.

Secara aktual, manusia justru semakin dipandang sebagai faktor risiko yang nyata. Sebagai akibatnya, masyarakat modern mengembangkan semua jenis aktivitas untuk mereduksi risiko, seperti memantau secara ekspansif tingkah laku manusia melalui pengawasan kamera yang dipasang di mana-mana dan registrasi secara elektronik gerakan orang. Logika selanjutnya dalam proses ini adalah menggantikan tempat manusia (*human being*) dengan robot *humanoid*.

Kedua, Metafora Cassandra. Cassandra adalah anak perempuan Trojan raja Priamus, yang memperingatkan Trojan bahwa ada orang-orang Yunani yang menyusup dalam patung kayu kuda. Cassandra diberi kemampuan untuk meramal masa depan, tetapi ia juga dikutuk oleh Apollo dengan hukuman sehingga tak seorang pun yang mau mendengar peringatannya.

Metafora ini bisa merefleksikan karakteristik budaya teknologi modern: resiko ketika suara peringatan diabaikan. Dalam situasi di mana para pembuat kebijakan memasuki era baru, gairah keunggulan, dan tekanan waktu serta kompetisi yang kuat: semua rambu akan diterabas, pembangkang akan dibungkam, dan pilihan teknologi menjadi masalah yang membabi buta.

Ketiga, Metafora Dr. Frankenstein. Dr Frankenstein adalah bintang dalam novel yang ditulis oleh Mary Shelly, ketika sang dokter yang menciptakan monster melarikan diri dari laboratoriumnya dan sering dihantui oleh si monster yang menuntutnya agar bertanggung jawab atas apa yang telah ia ciptakan. Metafora ini memunculkan pertanyaan kritis dan etis tentang tanggung jawab atas inovasi teknologi (Hamelink, 2002). Siapa yang bertanggung jawab ketika hal-hal berbahaya dan keliru terjadi? Siapa yang bertanggung jawab ketika kita menghadapi masalah lingkungan fisik dan budaya yang terjadi disebabkan penerapan suatu kekuasaan teknologi dan teknologi kekuasaan? Siapa yang bertanggung jawab atas peningkatan angka emisi CO₂ mulai

dari printer dan computer, serta volume pemborosan elektronik yang disebabkan oleh tingkat keusangan yang cepat dari pemakaian telepon seluler dan komputer?

Sebagai tambahan ciri-ciri tersebut, budaya teknologi modern diilhami oleh keyakinan kuat dalam kemajuan moral sejarah. Dalam tulisan-tulisan para pemikir, seperti Joachim di Fiori, Lessing, Hegel, Comte, dan para pengarang revolusi informasi kontemporer (Toffler, Negroponte, Gates, Sloka), sejarah dipandang berlangsung dalam tahap-tahap yang progresif: melalui pencerahan dan rasionalitas, dan terutama melalui sains dan teknologi, kemanusiaan bergerak ke arah harmoni dan damai. Mitos kemajuan moral dalam modernitas ini bagaimanapun telah dibongkar dan dijungkirbalikkan setelah kasus Auschwitz dan Hiroshima.

Peristiwa-peristiwa tersebut menegaskan bahwa sesungguhnya tidak ada proses kemajuan yang liner, dan dengan demikian, pandangan tentang kemajuan moral sejarah ternyata bisa menyesatkan. Sejarah bersifat sirkular dan spesies manusia terkunci di dalam gelombang berulang, baik perilaku imoral yang kasar maupun refleksi moral yang beradab. Kekejaman (*inhumanity*) dan kekerasan (*violence*) adalah bagian yang abadi dari kondisi manusia. Tak heran kalau muncul keyakinan bahwa hanya penciptaan spesies *Brave New World* barulah yang bisa merealisasikan utopia masyarakat bebas resiko (*a risk-free society*) dan lingkungan budaya teknologi yang bebas polusi. Namun, sayangnya, karakter-karakter dari *Brave New World* itu pun bukan lagi sesosok manusia dan sudah tak manusiawi.

Pengawasan ala Orwellian dan kebebasan ala Huxleyian ternyata tidak mampu membebaskan manusia dari kendali dan kekuasaan teknologi. Bahkan, ia menjadi contoh bahwa pemasungan terhadap kebebasan manusia justru bisa dilakukan dengan kontrol ketat dan kebebasan yang sebebas-bebasnya. Sekalipun, kalau kita mengikuti logika Gandhian, bahwa meski secara fisik seseorang dibatasi ruang geraknya, namun secara batin ia tetap bebas. Mungkin dalam hal-hal tertentu pendapat Gandhi ini benar adanya.

Akan tetapi, Gandhi tidak hidup di era revolusi informasi yang sangat dahsyat, ketika batas antara ruang publik dan ruang privat

sedang runtuh lewat kehadiran media yang langsung ke kamar keluarga bahkan kamar tidur kita. Ruang privat dirayakan untuk konsumsi publik di ruang privat. Ruang publik hadir setiap hari di ruang privat. Hal-hal yang terjadi di ruang publik dirayakan untuk konsumsi publik di ruang privat. Bahkan, ruang publik hadir setiap hari menyerbu ke dalam ruang privat, lewat internet dan televisi, bahkan lewat telepon seluler dalam genggaman.

Terbukti hingga kini, sebagian (besar) pengguna internet di tanah air masih *doyan* melirik dunia “cyberpornotainment” dan televisi masih menjadi saluran utama dunia mimpi, gosip, mistik, dan klenik, serta para pengguna telepon seluler pun terbukti masih gandrung akan gosip dan ramalan. Sementara konten bernuansa religi dan pendidikan ternyata tidak banyak digandrungi oleh pelanggan jasa layanan via SMS dulu dan media sosial kini.

Industri budaya dan komunikasi via internet, televisi, dan telepon seluler, menunjukkan bahwa bisnis industri hasrat dan industri gosip telah menjadi bisnis besar dan kolonialisasi budaya yang menyertainya dalam jangka panjang akan mengubah nilai dan budaya waktu luang (*leisure*) dan kesenangan (*pleasure*) untuk lapis masyarakat yang menerima begitu saja dan kurang kritis atas kandungan informasinya.

Sejumlah pertanyaan muncul. Bagaimana nilai dan budaya yang akan hadir dalam sebuah “*glocal village*” seperti ini? Bagaimana watak informasi yang dibawanya? Ketika nilai-nilai dari berbagai sudut dunia dan para produser budaya terus menciptakan kriterium nilai dan budaya yang terus-menerus disosialisasikan dan dikonsumsi di ruang publik dan ruang privat. Dalam era ketika revolusi teknologi informasi dan komunikasi sedang mengubah wajah teknologi partisipasi menjadi teknologi dominasi, teknologi kebebasan menjadi teknologi kontrol dan kekerasan maka proses komunikasi politik justru mengubah ruang-ruang aspirasi dan partisipasi menjadi ruang alienasi dan marjinalisasi (Tehranian, 1992). Singkatnya, sarana komunikasi menjadi sarana kooptasi dan demagogic, sekalipun mungkin bentuknya dikemas dengan cara-cara menghibur, yaitu *cooptainment* dan *demagotainment*.

Dalam konteks ini, kita melihat bahwa masih akan muncul beberapa isu besar yang dalam jangka panjang yang pasti akan

memancing perdebatan dan persoalan etis. Setelah melihat berbagai wajah teknologisasi, tantangan moral bagi kita menjadi semakin realistik karena risiko-risiko budaya yang dihasilkan dari kemajuan teknologi budaya dan teknologi kekuasaan semakin terasa, dan dalam beberapa hal semakin berbahaya, tidak hanya bagi lingkungan dan budaya, tetapi juga bagi kehidupan dan kemanusiaan itu sendiri.

Apakah di masa depan kita mampu membawa revolusi inovasi, kemajuan, dan penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang dahsyat itu ke arah teknologi kebebasan dan partisipasi daripada teknologi kontrol atau dominasi, atau ke arah teknologi demokrasi daripada teknologi dominasi? Jawaban atas pertanyaan ini menuntut pemikiran kritis bahwa pilihan dan penggunaan suatu produk teknologi tak mungkin bisa dilepaskan dari pertimbangan nilai. Ini akan menjadi salah satu isu krusial dan tantangan moral yang mendesak untuk membentuk masa depan masyarakat sipil yang komunikatif.

Apalagi kalau kita sepakat dengan apa yang dinyatakan oleh James W. Carey (1998) bahwa ruang publik dari suatu bangsa terutama direpresentasikan di dalam media dan penjelasan-penjelasan tentang perjuangan yang sering kali ganas di antara kelompok-kelompok mengenai penggambaran identitas, tingkah laku dan nilai-nilai di dalam berita dan hiburan.

Demokrasi bukanlah suatu barang jadi, ia adalah proses yang memerlukan berbagai kondisi, salah satunya adalah media yang demokratis. Tetapi media bisa pada posisi menopang atau bisa juga bahkan merintangi proses demokrasi itu sendiri. Dalam pergolakan negara-bangsa di dunia selama beberapa abad ini, telah muncul berbagai model demokrasi dan masing-masing model itu telah diterapkan di sejumlah negara meskipun dengan kadar yang tidak seideal seperti yang dimaksudkan model tersebut. Dominasi dari suatu model yang mungkin diterapkan oleh sebuah negara ikut menentukan apakah ia menopang atau menghalangi jalan yang ingin dilalui negara-bangsa tersebut untuk membentuk sistem komunikasi atau sistem media yang demokratis.

Bab ini menunjukkan betapa perlu menyusun agenda untuk mendesain pengembangan teknologi media dalam iklim kebebasan

dan kompetisi yang sehat, dalam batas-batas tanggung jawab yang menjunjung tinggi akuntabilitas, dan mendorong kesetaraan sebagaimana nilai-nilai yang hendak diperjuangkan secara ideal oleh makna dasar dari kata demokrasi itu sendiri.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB IX

Budaya Kekerasan di Ruang Publik

“Pemerintah dapat dan harus memainkan peran utama dalam memperbarui budaya sipil. Negara dan masyarakat sipil harus bertindak dalam kemitraan, masing-masing untuk memfasilitasi, tetapi juga bertindak sebagai pengontrol terhadap, yang lain. Tema komunitas merupakan hal mendasar bagi politik baru, tetapi bukan hanya sebagai slogan abstrak.”

(Anthony Giddens)

Kekerasan dalam beberapa dekade terakhir ini kian mengkhawatirkan. Jika pemberitaan televisi dan konten digital bisa dijadikan barometer, kekerasan kian menjadi mimpi buruk. Kekerasan mengusik naluri cinta dan rasa kemanusiaan kita. Ungkapan bahwa kekerasan telah membudaya (budaya kekerasan) bukan hal yang berlebihan.

Ketika ‘kotak ajaib’ bernama televisi menjadi primadona dalam ruang keluarga, menggeser perabot rumah tangga yang lain maka dalam ‘masyarakat tontonan’—untuk meminjam istilah Guy Debord (1981)—kekerasan benar-benar telah menjadi tontonan, ‘tontonan kekerasan’ dalam ruang keluarga. Belum pernah terjadi semenjak era akhir 1990-an, kebanyakan orang tua dan pendidik yang peduli mulai mengkhawatirkan akibat tontonan dan berita kekerasan yang ditayangkan berulang-ulang di televisi yang sering kali tanpa konteks. *Running text* di televisi tak jarang berupa wacana kekerasan meski

semula dengan maksud memberitahukan pemirsa bahwa sebuah acara tertentu layak ditonton karena ia melibatkan aksi yang seru. Kejadian-kejadian bengis dan di luar batas kewajaran seperti mutilasi makan kodok mentah, kerusuhan brutal, kekerasan aparat atau warga, aneka perundungan, diulang-ulang sebagai pembuka berita dan diselipkan di tengah-tengah acara *prime-time*, yang banyak ditonton keluarga. Terobsesi untuk menyampaikan berita secara seketika, media sering kali cenderung memberitakan peristiwa daripada melakukan analisis terhadapnya (Nordholt, 2002).

Semantika dan wacana kekerasan yang marak di media dalam berbagai intensitas, gambar-gambar dan kejadian-kejadian kekerasan yang dibangun dengan narasi yang sering kali hanya bertumpu pada drama dan sensasi, membuat kita pantas cemas akan efek yang ditimbulkannya pada lapis-lapis masyarakat yang belum sepenuhnya bisa memahami betapa tipis batas antara kekerasan visual dan kekerasan aktual.

Kekerasan sepertinya dianggap sebagai kebiasaan hidup (*habitus*) yang telah berlangsung lama. Kekerasan bahkan dianggap sebagai salah satu ekspresi peradaban kita. Beragam bentuk kekerasan begitu sering kita temui. Baik kekerasan fisik ataupun non-fisik, baik kekerasan nyata maupun kekerasan simbolik, baik kekerasan verbal maupun kekerasan visual. Ia seperti menjadi bagian dari hidup sehari-hari. Dalam beberapa segi, bahkan sudah seperti udara yang dihirup atau air yang direguk.

Anehnya, naluri kekerasan ini bersebelahan dengan naluri kelembutan. Naluri cinta dan kasih sayang justru tak jauh dari naluri benci dan hantam ganyang. Budaya tunduk patuh justru bersebelahan dengan budaya memaksakan kehendak. Budaya tebar senyum penuh citra lemah lembut justru berdampingan dengan budaya mudah mengamuk dan melampiaskan sumpah serapah di ruang publik.

Mengapa bangsa yang terlihat lunak, ramah, dan santun, ternyata sering tampil menjadi masyarakat suka baku hantam, baku ancam, baku sogok, baku teror, dan bahkan baku tembak. Begitu sering kita terenyak terhadap tindak kekerasan tak terbayangkan, yang menunjukkan bagaimana hukum rimba masih hidup dalam lingkungan budaya kita.

Hingga kini di kalangan ilmuwan sosial, pemikir bahkan sampai penyair, perdebatan terus berlanjut mengenai bagaimana menjelaskan akar kekerasan dan akibatnya bagi kebudayaan (Rendra, 1999). Beberapa analisis, mulai dari penjelasan biologis, psikologis, sosiologis, politis, struktural, dan kultural sudah ditempuh untuk mengurai berbagai kaitan tindak kekerasan individu, kelompok, institusi, ideologi, dan negara (Galtung, 1980; Giddens, 1987; Ibrahim, 1999; Fromm, 2000; Camara, 2000; Bhakti et al., 2001; Heryanto, 2006). Bab ini akan menguraikan secara sepintas benang kuat beberapa akar aksi kekerasan yang sering kita saksikan.

A. Kekerasan sebagai Letusan Depresi Kolektif

Dari psikologi kontemporer kita melihat bahwa perasaan rendah diri, serba lemah, dan depresi serta frustrasi bisa ditemukan di antara beragam penjelasan yang diajukan bagi orang-orang yang terlibat aksi kekerasan. Kekerasan dijadikan cara untuk melampiaskan rasa depresi dan frustrasi dan bahkan dianggap jalan satu-satunya untuk menyelesaikan persoalan. Di sini deraan hidup sebagai faktor utama. Beratnya himpitan kehidupan sehari-hari memaksa orang melakukan jalan pintas. Anak dijadikan kurir narkoba, anak dipaksa bekerja, anak dianiaya sebagai ajang pelampiasan kegundahan, atasan menindas bawahan, bawahan melawan atasan. Orang menjadi cepat marah dan begitu gampang menyakiti hati, psikis dan bahkan fisik orang lain. Kata-kata sumpah serapah digunakan di berbagai kesempatan, lokasi umum, saling sindir hidup dalam persaingan tidak sehat di tempat kerja dan kehidupan bertetangga, dan tak jarang ceramah-ceramah keagamaan tertentu juga berisi hujatan dan sinisme terhadap kelompok lain (Latif & Ibrahim, 1994).

Menurut pandangan ini, individu-individu yang terdepresi secara kolektif kalau berkumpul akan meletuskan kekerasan jika ada faktor-faktor lain yang menyulutnya (ekonomi, politik atau ideologi). Mereka akan mudah melakukan kekerasan sebagai saluran katarsis dan eskapisme untuk melampiaskan beban psikologis, baik secara sendiri-sendiri, kolektif, atau massal.

Dalam sebuah masyarakat dengan tingkat kecerdasan intelektual minim, dengan sejarah kekerasan yang laten, puluhan tahun memandam depresi kolektif dan belitan hidup individual yang menghimpit, lumrah saja bila ekspresi kekerasan itu mencapai tingkat radikal dan ekstremnya (Sihbudi et al., 2001).

B. Kekerasan sebagai Hukum

Ketika hukum dianggap tak memberi rasa aman dan perlakuan adil bagi masyarakat bawah, kekerasan dijadikan hukum itu sendiri. Ketika hukum tidak berpihak pada rakyat, mereka menciptakan hukumnya sendiri. Hukum menuntut rasa keadilan bagi semua pihak. Kenyataannya, sebagian kalangan masih merasakan bahwa hukum belum memenuhi rasa keadilan. Sanksi hukum yang berat baru dirasakan oleh kalangan bawah. Demonstrasi premanisme dan percaloan dipertontonkan tanpa ada tindakan hukum. Koruptor kelas kakap seperti tak terjamah hukum. Sementara maling-maling kelas teri diganjar tanpa ampun. Makelar kasus yang melibatkan pejabat tinggi dibela mati-matian dan dielu-elukan di televisi, diwawancara sambil memaki-maki seperti pahlawan kesiangan, sementara maling ayam diarak massa, dijerat dengan pasal-pasal yang tak mengenal belas kasih.

Bahkan kekerasan menjadi komoditi ketika politik yang tak punya hati nurani justru melakukan swastanisasi kekerasan, membisiskan premanisme, baik untuk tujuan politik maupun ekonomi. Tak heran kalau sebagian masyarakat membuat hukumnya sendiri. Kekerasan dijadikan jalan untuk melecehkan hukum. Pencuri diadili sendiri oleh massa di ruang publik. Di jalan-jalan orang begitu mudah mengeluarkan kata-kata kasar dan menganiaya secara fisik. Di berbagai institusi, termasuk institusi pendidikan, praktik kekerasan dan perundungan begitu mudah terjadi. Demonstrasi tak jarang berakhir dengan bentrokan. Penggusuran rumah dan pedagang tak jarang berujung dengan kekerasan. Pengadilan massa menjadi potret belum berfungsinya institusi hukum. Kekerasan aparat menjadi potret belum berjalannya demokrasi.

C. Kekerasan sebagai Gaya Hidup

Ariel Heryanto, professor dari Universitas Monash Australia, pernah mengatakan bahwa kekerasan di kalangan masyarakat mutakhir sudah seperti gaya hidup. Kekerasan hanya jiplak-menjiplak, tiru meniru. Bahkan, menurut seorang pengamat, semua itu hanya mode saja, *fashion*, yang produsen adibusananya juga dari negeri yang mengklaim dirinya sebagai pionir dan superhero demokrasi (Dahana, 2006).

Ketika kekerasan menjadi gaya hidup, ia tampil seperti ritual dalam kehidupan. Kekerasan di satu tempat akan ditiru di tempat lain. Modus kekerasan menjadi mirip di berbagai tempat. Seperti pakaian seragam, ia bisa digunakan untuk memaksakan kehendak dan menindas yang lemah. Praktik perundungan adalah contoh mutakhirnya. Sementara jabatan digunakan sebagai jalan untuk praktik korupsi, percaloan, dan bahkan premanisme. Jalan raya digunakan untuk perilaku ugat-ugalan. Ajang pertandingan sepak bola atau pentas hiburan dijadikan panggung untuk adu jotos atau tempat amuk. Demonstrasi dijadikan saluran yang sah untuk unjuk kekuatan atau tindakan destruktif, dan seterusnya.

Orang-orang yang melakukan kekerasan bukan merasa bersalah, apalagi menyesal, malahan merasa bangga dan senang kalau orang lain terganggu. Persis seperti apa yang disebut oleh psikolog Erich Fromm (2000), sebagai kaum nekrofilus, yang cinta kekerasan daripada kelembutan, suka kekacauan daripada kedamaian, suka keburukan daripada keindahan.

D. Kekerasan sebagai Hiburan

Kekerasan semakin mencemaskan, ketika tayangan aksi kekerasan di internet, televisi, film, bioskop, bacaan, dan siaran berita semakin melimpah. Berbagai dampak tayangan aksi kekerasan diperdebatkan oleh para peneliti. Perdebatan ini meluas ke persoalan mengenai berapa banyak tipe aksi kekerasan yang sebenarnya kita saksikan di media setiap harinya.

Dalam teks dan imaji budaya populer, pementasan kekerasan dijadikan cara untuk mengomunikasikan pesan peringatan, ancaman,

teror, dan horor dari suatu kelompok ke kelompok lain. Tak jarang kekerasan sengaja dipertontonkan sehingga menjadi semacam “horrorainment”. Kekerasan dianggap sebagai ‘hiburan’ untuk saluran eskapisme, katarsis, dan bahkan ritualisme. Kekerasan menjadi komoditas pemberitaan dalam bisnis *infotainment*.

Ini ditambah lagi ketika budaya kekerasan yang ditayangkan di media elektronik sering kali tidak proporsional. Tokoh-tokoh kekerasan tak jarang mendapatkan liputan yang lebih banyak daripada korban-korban kekerasan. Ketika “sekolah-sekolah kekerasan” yang disajikan media massa, khususnya kekerasan aktual dan visual yang ditayangkan media elektronik, semakin telanjang menampilkan aksi dan korban kekerasan maka semakin tuntaslah teater teror itu dipentaskan di ruang publik.

Sosialisasi kekerasan lewat media massa (tontonan, bacaan, hiburan) ke dalam ruang keluarga Indonesia telah mengubah wajah saluran hiburan dan informasi menjadi saluran pendidikan kekerasan. “Sekolah-sekolah kekerasan” itu sedikit banyak juga telah diperankan oleh televisi (Wertham, 1968). Visualisasi aksi dan korban kekerasan yang berlebihan dengan maksud efek dramatis, jelas bisa berakibat trauma psikologis dan sosial, tidak hanya bagi korban dan saudaranya, tetapi juga bahkan bagi penonton, terutama di kalangan anak-anak.

Dalam bentuk apa pencegahan aksi kekerasan bisa meningkatkan kualitas hidup banyak orang merupakan topik hangat yang terus memancing debat di kalangan pengkaji budaya dan media hingga saat ini. Kekerasan berdampak sangat mendalam terhadap kondisi fisik dan psikologis banyak orang. Tetapi, lebih dari itu, kekerasan juga akan berdampak pada upaya-upaya jangka panjang dalam mengembangkan masyarakat sipil.

E. Keruntuhan Spirit Kewargaan

Pernyataan bagi masyarakat sipil adalah bagaimana di dalam lingkungan yang sarat kekerasan, spirit kewargaan bisa dibangun? Harus diakui bahwa kemerosotan semangat kewargaan (*civic decline*) adalah gejala yang nyata dan kasat mata dalam banyak sektor masyarakat sipil. Sebagaimana pernah digambarkan oleh Anthony Giddens (1999), hal

ini tampak dari melemahnya rasa solidaritas (*sense of solidarity*) di beberapa komunitas lokal dan kehidupan bertetangga di perkotaan, tingkat kejahatan yang tinggi, dan putusnya tali perkawinan dan keluarga.²⁹

Kemerosotan ikatan kehidupan masyarakat warga ini memperlemah kehidupan komunitas dan meruntuhkan kepercayaan terhadap otoritas. Upaya-upaya untuk mengatasi erosi kewargaan ini perlu dilakukan dengan melakukan perbaikan komunitas yang melibatkan inisiatif komunitas lokal. Kemudian upaya untuk mengurangi kekerasan dan kejahatan perlu dilakukan berbasiskan komunitas pula. Tetapi upaya ini perlu dilakukan bersama-sama, kolaborasi antara masyarakat sipil dan pemerintah.

Pemerintah dapat dan perlu memainkan peran penting dalam memperbarui atau memperbaiki budaya kewargaan (*civic culture*). Negara dan masyarakat sipil perlu bertindak sebagai mitra, masing masing memfasilitasi, tetapi juga bertindak sebagai kontrol, satu sama lain. Tema komunitas adalah hal yang fundamental bagi politik baru, tetapi ia bukan hanya sebuah slogan kosong (Giddens, 1999).

Uraian bab ini menunjukkan tiga hal penting dalam melihat hubungan ekspresi kekerasan dan demokrasi. Pertama, perlu ditegaskan bahwa berbagai aksi kekerasan merupakan barometer kualitas demokrasi dan kebebasan sebuah negara-bangsa. Kedua, demokrasi mengandaikan penerapan hukum dan rasa keadilan agar kekerasan bisa dieliminasi. Ketiga, demokrasi juga mengandaikan ekspresi kebebasan yang tidak mengganggu hak asasi orang lain.

Karena itu, menegakkan supremasi hukum dan rasa keadilan serta meningkatkan kesejahteraan rakyat hendaknya bukan hanya slogan kosong melainkan nyata kebijakan pemerintah. Dari sisi warga, upaya-upaya menanamkan sejak dulu sikap toleransi terhadap

²⁹ Dalam kata-kata Anthony Giddens, “Kemunduran kewarganegaraan adalah hal yang nyata dan terlihat di banyak sektor masyarakat kontemporer... Hal ini terlihat dari melemahnya rasa solidaritas di beberapa komunitas lokal dan lingkungan perkotaan, tingginya angka kejahatan, dan hancurnya pernikahan dan keluarga.” Giddens, A. (199). *The third way: The renewal of social democracy*. Polity Press, hlm. 78.

perbedaan, kompetisi secara adil, membangun solidaritas dan cinta kehidupan, dan kejujuran dalam keluarga, serta lingkungan pendidikan mungkin akan bisa menjadi jalan kecil untuk mengurangi budaya kekerasan seperti perundungan di masa depan.



BAB X

Teater Nekrofilia dan “Pornografi Kekerasan”

“Di mana pun kelembutan menyentuh hati, ketidakadilan melukai hati, perdamaian adalah cita-cita.”

(Dom Helder Camara)

Memang benar apa yang dikemukakan oleh pejuang anti-kekerasan dari Brasil tersebut bila mengingat situasi Indonesia yang kadang-kadang masih diselimuti awan kegelapan. Akhir-akhir ini, masyarakat membutuhkan perenungan sukma yang lebih dalam agar bisa menyentuh hati kita untuk merefleksikan kembali apa itu nilai (*values*), makna (*meaning*), dan harapan serta cita-cita (*hopes and ideals*) kemanusiaan yang dalam beberapa hal tampaknya sedang dijungkirbalikkan dan dilecehkan.

Entah sudah sekian ratus atau bahkan ribuan bukti yang kian bertumpuk bahwa proses transisi demokrasi bangsa ini telah menyita ongkos dan menelan korban jiwa. Entah sudah berapa ratus ribu nyawa yang melayang secara sia-sia. Entah sudah berapa gedung musnah, rumah hancur, fasilitas umum rusak, tempat ibadah luluh lantak, sekolah ambruk, dan desa terbakar dengan percuma. Entah sudah berapa suami yang hidup tanpa istri, istri tanpa suami, orang tua yang kehilangan anak dan anak-anak yang hidup tanpa asuhan orang tua. Entah sudah berapa ratus ribu orang yang hidup tanpa tempat berteduh, menjadi pengungsi di negeri sendiri, sambil merajut harapan

yang tak pasti di kamp-kamp pengungsian akibat konflik yang pernah terjadi.

A. Mediatisasi “Pornografi Kekerasan”

Tak jarang apa yang namanya cinta, pengertian, dan kelembutan itu dicampakkan dalam kehidupan sebagian orang. Tak jarang pula meski khutbah agama terdengar keras bahwa perikemanusiaan merupakan prinsip yang penting, tetapi manusia dapat dibakar hidup-hidup di kota seperti Jakarta, diarak di depan umum, dan dipertontonkan di ruang publik terbuka. Sebuah potret “pornografi kekerasan”, “pornografi kebrutalan”.

Pornografi kekerasan muncul manakala orang tidak merasa sungkan, malu apalagi takut untuk melakukan kekerasan. Orang bahkan merasa bangga, berkacak pinggang, membussungkan dada, mengepalkan tinju, mengacung-acungkan senjata sambil tertawa, meskipun di sekitarnya bergelimpangan korban. Tak jarang, kekerasan dianggap sebagai sebentuk aktualisasi diri dan dipandang sebagai ekspresi politik. Dalam keyakinan sebuah komunitas tertentu, menghilangkan nyawa—terutama atas nama balas dendam—bahkan dianggap aktualisasi diri, sebagai simbol kejantanan. Begitupun, dalam ritual protes dan demonstrasi yang tak terkendali, tak jarang kekerasan juga sering muncul dalam bentuk penjarahan, perusakan fasilitas umum, bentrokan, pemukulan bahkan sampai penganiayaan, dan pemerkosaan.

Sebagai aktualisasi di ruang publik, pornografi kekerasan, misalnya, juga bisa dilihat dari fenomena tawuran. Para siswa pelaku tawuran biasanya selalu ingin dilihat oleh umum dan mereka akan bangga kalau orang-orang di sekitar mereka merasa terganggu, ketakutan atau terteror atas “kehebatan” dan “keberanian” mereka. Sayangnya, kita sering melupakan bahwa dengan posisi sebagai anak muda dan selalu bergerombol, sekalipun melakukan kekerasan, mereka dapat berlindung aman karena seakan mereka bisa bebas dari tanggung jawab dan jeratan hukum.

Apalagi, belakangan para pelaku tawuran sering disorot televisi dan “tokoh”-nya diwawancara pula maka dengan melihat ekspresi

mereka saat diwawancara tampaklah tidak ada wajah bersalah, apalagi penyesalan di sana. Oleh karena itu, tak jarang media pun bisa terbawa arus menjadi sekadar pementasan “pornografi kekerasan”. “Lihat tuh gua nongol di televisi,” kata seorang siswa yang melihat dirinya di televisi setelah terlibat tawuran.

Dalam era kedigdayaan kebudayaan massa, memang segala hal bisa menjadi komoditas berita. Pelaku tawuran pun bisa mengalami proses yang dalam kajian media disebut “mediatisasi”, pemediaan segala realitas politik. Dengan kesadaran bahwa apa pun yang mereka lakukan akan menarik perhatian orang-orang media, tak jarang lokasi tawuran pun perlu dipilih supaya mudah didatangi reporter. Dengan begitu, mereka bisa tampil sebagai “artis atau aktor kekerasan”, karena sebagaimana logika kebudayaan pop mereka juga mengalami proses “selebritisasi”. Buat apa belajar susah-susah dan busyet, busyet, busyet... itu yang namanya disiplin, yang penting tampil norak, yang penting buat ulah.

Di sinilah tragedi massa kesepian dalam budaya massa, untuk meminjam istilah dari David Riesman (1956) lewat bukunya, *The Lonely Crowd* yang terkenal itu. Di sinilah ironi perilaku individu-individu di tengah lautan massa yang anomali, yang tanpa nilai bahkan *chaos* nilai (Redana, 2002). Siswa-siswa yang menjadi pelaku vandalisme dan brutalisme justru mendapat tempat di media, sementara mereka yang rajin dan berprestasi sering hanya memperoleh kolom kecil di media dan kecerdasan disederhanakan hanya sebatas tontonan kuis di televisi.

Pornografi kekerasan juga bisa dilihat dari perilaku para supoter dari sebuah klub yang terlalu fanatik. Pertandingan yang dianggap tidak *fair*, kepemimpinan wasit yang tidak tegas, mentalitas pemain yang mencemaskan, dan ketidakdewasaan menerima kekalahan klub kesayangan, sudah cukup sebagai alasan untuk berbuat onar dan huru hara sambil merusak fasilitas umum.

Tentu saja, ini juga bisa diamati dari peryataan dan perilaku para “juru bicara” atau pendukung suatu parpol atau tokoh politik yang terlalu fanatik buta. Padahal, hilangnya sikap kritis menjadi awal bencana bagi sikap seorang politisi, karena pembelaan yang tidak didasari oleh logika dan nalar yang sehat, pasti suatu saat yang bersangkutan akan termakan sendiri oleh ucapannya. Bukankah kesalahan berbahasa

akan dihancurkan oleh bahasa kesalahan itu sendiri. Inilah parafrase yang pernah diingatkan oleh George Orwell (1946), bahwa siapa yang mengorupsi bahasa akan dikorupsi oleh bahasa. Kalau pikiran bisa mengorupsi bahasa maka bahasa juga bisa mengorupsi pikiran.

Dalam situasi resah dan keadaan sosial psikologis yang tak menentu, orang-orang di dalam masyarakat tanpa disadari bisa terseret arus dalam adu pernyataan bernada provokasi dan kebencian dan bahkan melakukan aksi yang mungkin (sesaat) bisa meredakan ketegangan jiwnya. Terutama apabila aksi itu dilakukan bersama-sama dengan massa lainnya sehingga tidak memerlukan tanggung jawab pribadi. Logika yang hidup begitu sederhana: hantam dulu, bicara belakangan! Bakar dulu, persoalan nanti!

B. “Teater Kebengisan” Kaum “Nekrofilus”

Dalam rangkaian kekerasan yang kita saksikan selama beberapa tahun terakhir, kita benar-benar menyaksikan pementasan secara telanjang apa yang disebut oleh pemikir post-strukturalis Prancis, Jean Baudrillard (1983), sebagai “teater kebengisan” (*theater of cruelty*). Sebagai teater, kekerasan, kekejaman, dan kebengisan telah menjadi semacam ritual yang dipentaskan dalam ruang publik. Kekerasan telah menjadi wacana di ruang publik. Kekerasan bahkan telah menjadi media komunikasi atau ekspresi massa.³⁰

Mengapa, misalnya, orang begitu mudah melakukan kekerasan bahkan sampai membunuh hanya karena sebab-sebab sepele? Mengapa senggolan kecil saat menyaksikan goyang dangdut bisa berakibat bentrokan yang melibatkan masyarakat luas? Mengapa pertengkarannya kecil sopir angkot/kernet bis dengan penumpang bisa memancing prasangka etnis yang berakibat pembakaran? Mengapa pula, seperti banyak terjadi, percecakan kecil dalam rumah tangga—biasanya

³⁰ Schmid dan de Graaf (1982) dalam studi mereka tentang terorisme menunjukkan bahwa liputan media atas tindak kekerasan bisa mengintimidasi anggota kelompok yang menjadi korban. Media biasanya memfokuskan pada tindakan agresi ketimbang konsekuensi sosialnya, dengan menekankan peristiwa ketimbang proses. Lihat Schmid, A. P. dan de Graaf, J. (1982). *Violence as communication: Insurgent terrorism and the Western news media*. Sage.

karena sebab ekonomi—seorang suami tega menikam istrinya? Mengapa orang begitu mudah melakukan penjarahan, penodongan, pencopetan, dan melakukan segala corak kejahatan dan kekerasan justru di tempat-tempat milik publik yang terbuka? Mengapa para elit politik sering menggunakan kata-kata kasar untuk membantah atau menyudutkan lawan politiknya? Mengapa para pelaku KKN (korupsi, kolusi, nepotisme) yang sering berjubah kesalehan bisa hidup bebas leluasa berkeliaran tanpa tersentuh hukum?

Mengapa wajah kekerasan sampai beranak-pinak, mengapa kekerasan itu seakan turun temurun? Dari kekerasan vertikal—penguasa/pengusaha dengan masyarakat —hingga kekerasan horizontal—masyarakat dengan masyarakat. Mengapa kekerasan itu seperti telah menjadi semacam ritual, simbol, dan bahasa sebagian masyarakat untuk berucap terhadap “Sang Liyan” (*the other*) di luar kelompoknya? Mengapa logika “kita” dan “mereka” masih menjadi bahasa politik, agama, dan etnis di tanah air?

Memang ada sejumlah pemikiran yang mencoba membongkar fenomena kekerasan dalam sejarah relasi manusia. Di antaranya adalah konsep “kekerasan struktural” (*structural violence*) yang melihat kekerasan sebagai fenomena nyata dalam masyarakat Dunia Ketiga. Tokoh yang berbicara panjang-lebar tentang konsep ini adalah Johan Galtung (1990), lewat bukunya yang terkenal, *The True World: A Transnational Perspective*. Dalam pendekatan ini, kekerasan dipandang telah menjadi bagian dari struktur kehidupan sehari-hari—politik, ekonomi, sosial, budaya. Kekerasan itu dilihat seperti halnya air yang direguk, udara yang dihirup, bahasa yang dipakai, atau tempat yang dihuni. Dalam pandangan Galtung, fenomena kekerasan struktural tidak bisa dilihat secara terpisah, melainkan harus dilihat sebagai hasil dari keterkaitan banyak faktor. Dalam perkembangannya, pendekatan struktural yang menekankan pada sistem, telah memperkaya pedekatan kultural yang menekankan pada agen atau subjek pelakunya.

Selain konsep kekerasan struktural, dikenal pula teori “spiral kekerasan” (*spiral of violence*) dari Dom Helder Camara (1971/2000) yang juga amat penting, bahkan bisa disejajarkan dengan teori Galtung. Dalam pandangan ini, kekerasan diyakini akan memancing

kekerasan. Kekerasan yang dilawan dengan kekerasan akan melahirkan kekerasan-kekerasan baru dan aneka kekerasan lainnya. Camara memandang kemiskinan dan ketidakadilan sebagai kekerasan yang mengubah manusia menjadi “sub-human”, setengah manusia, alias seperti binatang.

“Bom kemiskinan” dianggap sama mematikannya dengan bom nuklir. Camara pernah mengatakan, “Dunia merintih karena ketidakadilan. Ketidakadilan adalah kekerasan no. 1”. Sementara ketidakadilan akan menimbulkan pemberontakan (kekerasan no. 2) maka dengan dalih memelihara ketertiban umum, keamanan nasional, dan dunia bebas, pemerintah tidak akan segan-segan memberangus pemberontakan dengan memakai kekuatan dan represivitas. Inilah kekerasan no. 3 (Camara, 1971/2000).

Selanjutnya, pendekatan analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) juga memperkaya varian untuk membongkar kekerasan sebagai gejala produksi dan reproduksi bahasa. Dalam pandangan ini, kekerasan simbolik dan kekerasan wacana hanya cerminan dari realitas kekerasan yang hidup dalam masyarakat. Biasanya pihak yang kuat selalu menjadi pemegang kendali (re)produksi wacana kekerasan itu. Wacana kekerasan dipandang sebagai bagian dari konstruksi sosial kelompok yang berkuasa.

Bab ini tidak berpretensi mengulas secara panjang lebar berbagai pendekatan yang ada. Di sini akan diperkenalkan secara sepintas beberapa inti gagasannya. Berbagai pendekatan yang ada sebenarnya bisa saling memperkaya dan menutupi kelemahan satu sama lain. Untuk memperkaya pelangi perspektif dalam memahami akar-akar kekerasan, bab ini mengangkat kembali pemikiran seorang psikolog humanis, Erich Fromm, lewat bukunya yang sudah menjadi klasik ketika berbicara tentang kekerasan, yakni *The Anatomy of Human Destructiveness* (1973).

Menyaksikan pornografi kekerasan, tragedi demi tragedi akhir-akhir ini, kita berharap agar negeri kita tidak terperangkap dalam semacam krisis kemanusiaan yang melahirkan anak haramnya dengan “karakter” masyarakat sakit—sakit sosial, sakit budaya, sakit politik, sakit ekonomi, sakit spiritual, sakit emosional, dan sakit individual.

Sebuah masyarakat yang dijangkiti “wabah” yang disebut oleh Fromm sebagai *human destructiveness*, *human illness*, *human violence*, *human brutality*, *human unconsciousness*, *human crisis*, dan *human tragedy*.

Dalam konteks inilah pemikiran Fromm mendapati titik temunya dengan kondisi kejiwaan sebagian masyarakat akhir-akhir ini. Fromm membedakan antara kecenderungan *biofilus* (cinta kehidupan) dan *nekrofilus* (cinta kematian). Penelitian Fromm berupaya memperjelas sifat dari hasrat nekrofilia dan kondisi sosial yang membiakkannya. Karakter nekrofilia punya kecenderungan ketertarikan yang amat kuat terhadap sesuatu yang mati, membosuk, tak bernyawa, destruktif, dan mekanis. Ketertarikan khas orang nekrofilus terhadap kematian sering terlihat bukan hanya pada percakapannya, melainkan juga caranya memilih berita dalam surat kabar. Ia paling tertarik dengan berita-berita kematian dan pembunuhan sehingga berita-berita seperti itulah yang akan dilahap terlebih dahulu saat ia membaca koran atau melihat televisi.

Fromm menyebut adanya tindakan-tindakan nekrofilus yang tak disadari berupa perilaku yang sudah menjadi kebiasaan, seperti kecenderungan seseorang untuk merusak benda-benda indah yang ada di wilayah public, seperti bangunan, perabotan, mencabuti daun-daun, bunga, atau dalam kasus lebih ekstrem, merobek lukisan di museum atau bahkan menyayat dan melukai tubuhnya sendiri. Inilah barangkali akar kejiwaan dari perilaku vandalisme (merusak), brutalisme, dan kekerasan yang berwajah banyak yang seolah-olah mulai membudaya di sebagian kalangan dalam masyarakat.

Di samping itu, menurut Fromm, orang-orang nekrofilus, dalam suatu kelompok, biasanya suka mengganggu kesenangan orang lain dan membuat orang lain susah. Sikapnya membosankan, ia suka mementahkan kesepakatan, dan mematahkan semangat orang lain. Berseberangan dengan orang biofilus yang suka membuat orang lain bergairah dan bersemangat.

Para pengidap nekrofilus kini sedang meningkat pada hampir seluruh lapisan masyarakat industri. Tampaknya, di tanah air pun kaum nekrofilus sedang mendapatkan tempat dalam sebuah teater kebengisan yang menelan korban-korban. Di jalan raya, kita melihat

orang-orang tampak kian tidak sabaran, saling mendahului, dan saling serobot. Budaya terabas di jalan raya, hanya menjadi cermin paling absurd dari budaya KKN (korupsi, kolusi, nepotisme) di lapisan elit yang menerabas semua kaidah-kaidah profesionalisme, hukum, bahkan etika. Menurut Ignas Kleden (2000), mereka yang tidak menghormati proses, akan memakai tangan kekuasaan dan tangan birokrasi untuk melakukan kekerasan.

Perilaku kekerasan dalam bentuk kebiasaan merusak dan memaksa juga sudah menjadi budaya masyarakat di lapisan bawah. Lihatlah di banyak perempatan atau di persimpangan jalan. Di mana orang meminta-minta dengan paksa, tak jarang ada yang menggores mobil atau bahkan memecahkan kaca spionnya. Ini sebenarnya hanya menjadi cermin perilaku elit yang juga suka memaksakan kehendak dan menghalalkan segala cara dalam mencapai tujuannya. Selain tentu saja ada juga di antaranya yang sekadar memanfaatkan kesempatan untuk menumpahkan kejengkelan atas sikap suka pamer kekayaan sebagian masyarakat justru persis di depan penderitaan rakyat.

Perilaku pengidap nekrofilus juga bisa dilihat dari kebiasaan merusak fasilitas umum, telepon umum, mencoret WC umum, bangku, atau dinding sekolah. Juga sikap semena-mena untuk hal-hal kecil seperti kebiasaan membuang sampah, membuang puntung rokok, dan bekas makanan seenaknya. Sikap egoisme juga tercermin dari pemusatan berlebihan terhadap kepentingan pribadi jauh di atas kepentingan umum. Orang berlomba membangun rumah mewah atau memiliki mobil mewah, apa pun caranya. Ironisnya, justru ruang publik yang carut-marut, jalan sesak, penuh lubang, dan hanya dibatasi oleh pagar rumah atau pintu mobil mewah pribadi. Logikanya, tak penting jalan diperbaiki, yang penting mobil diperbaiki. Toh, dalam mobil yang enak dan sesumpek apa pun jalan tetap asyik.

Perwujudan lain dari karakter nekrofilus, demikian kata Fromm, adalah keyakinan bahwa satu-satunya cara untuk menyelesaikan masalah atau konflik adalah dengan kekuatan dan kekerasan. Solusinya mirip dengan keputusan Sang Ratu dalam *Alice in Wonderland*: “Penggal kepala mereka!”. Atau bisa juga, “Gebuk mereka!”, “Hajar saja!”, “Tembak di tempat!”, “Bunuh saja!”. Corak bahasa orang nekrofilus

dicirikan dengan dominannya pemakaian kata-kata yang berhubungan dengan kehancuran, tinja, dan toilet. Bahkan, orang itu dengan bangga menyebut dirinya sebagai “perancang kehancuran”.

Di situ tak ada upaya simpatik, konstruktif, apalagi keteladanan. Manusia akhirnya hidup dalam rangkaian krisis demi krisis, yaitu krisis sosial, krisis budaya, krisis spiritual, yang berakar mendalam pada apa yang disebut oleh Danah Zohar & Ian Marshall dalam *SQ: Spiritual Intelligence, the Ultimate Intelligence* (2000), sebagai “krisis makna” (*the crisis of meaning*). Menyitir Viktor Frankl, penulis *Man's Search for Meaning*, orang-orang seperti Zohar & Marshall (2001) berkeyakinan bahwa pencarian manusia akan makna merupakan motivasi terpenting dalam hidup.

Pencarian inilah yang menjadikan kita, manusia beradab, sebagai makhluk spiritual. Manakala kebutuhan akan makna tak terpenuhi maka hidup kita akan terasa dangkal dan hampa. Bagi sebagian besar dari kita kebutuhan itu tidak —atau lebih pasnya mungkin belum— terpenuhi.

Padahal krisis fundamental zaman ini adalah krisis spiritual. Penganut agama dianggap belum sepenuhnya tampil sebagai kekuatan penggerak pluralisme bagi mekarnya masyarakat madani. Agama justru sering begitu mudah terkooptasi, atau sekadar pelipur lara di tengah kerinduan umat manusia untuk mereguk tetesan anggur spiritualitas di ladang gersang humanitas. Bahkan, tak jarang logika atas nama agama justru digunakan untuk melegitimasi tindak kekerasan (Latif & Ibrahim, 1994). Hal inilah mungkin yang lebih mengkhawatirkan justru atas nama hal-hal yang paling dekat di hati, seperti perbedaan agama, aliran, mazhab, atau bahkan penafsiran atas suatu teks keagamaan bisa membuat orang saling curiga, saling benci, atau bahkan saling menegasikan satu sama lain.

Pemikir Islam terkemuka, Muhammad Iqbal, pernah mengingatkan di dalam karyanya, *Javid Namah* (Kitab Keabadian), “Sang pencari cinta bakal beroleh petunjuk Tuhan dalam menempuh jalan. Dia akan jadi teman hangat penuh pengertian bagi manusia, Mukmin atau kafir.” Tetapi mengapa kecemasan akan timbulnya bahaya kekerasan dan fanatisme sempit dalam agama tokh masih saja mengusik hati

para pemikir, seperti Jonathan Swift yang pernah berujar, “*We have just religion enough to make us hate but not enough to make love one another.*” (Kita hanya menjadikan agama sebagai alat untuk saling membenci tetapi bukan sebagai alat untuk saling mencintai satu sama lain).

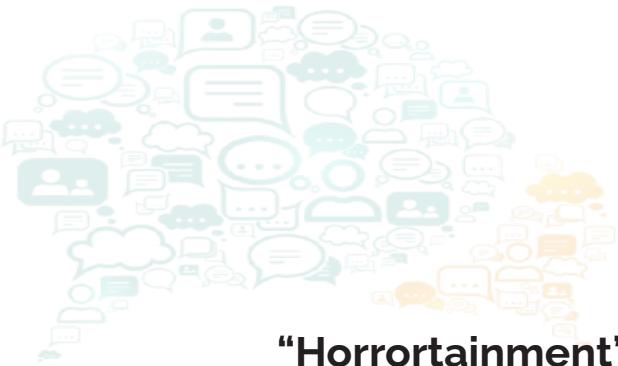
Jika kita melihat perkembangan kontemporer, tampak bahwa industri kekerasan di era digital mengkomodifikasi aksi agresi dalam aneka permainan (*games*) dan tontonan (*spectacle*) bernuansa kekerasan. Kekerasan telah menjadi industri tontonan. Bahkan, persaingan pemberitaan dan tayangan berorientasi viral, cenderung membuat sebagian media (seperti tayangan televisi dan YouTube) tidak hanya tergoda tetapi penuh dengan logika tabloidisasi kekerasan. Kekerasan sebagai tontonan nyata dan fiksi/fantasi kian mendominasi ruang publik digital. Kejahatan dan perang menjadi hiburan (*horrorainment*) pada jam tayang utama, mengisi waktu senggang, dan menyesaki pesan gawai. Komedi situasi yang hendak menghibur tak jarang berisi agresi kata-kata berprasangka pada perempuan dan disabilitas, serta masyarakat bawah (pembantu, satpam, sopir, pemulung, tukang sapu, dan lain-lain) sebagai bahan olok-olok.

Melihat berbagai wajah kekerasan tersebut diperlukan budaya dan pemahaman kemanusiaan baru agar generasi kini dan ke depan tidak mengalami desensitisasi atau kehilangan rasa akan makna dan akibat kekerasan tersebut. Peran pendidikan kewargaan dan kemanusiaan yang secara aktif menumbuhkan budaya anti-kekerasan dan anti-perundungan akan menjadi agenda kemanusiaan yang tidak ringan di masa kini dan masa depan. Sekolah-sekolah kebaikan jangan sampai dikalahkan oleh “sekolah-sekolah kekerasan”.

Uraian bab ini diharapkan memperkaya pelangi perspektif kita dalam memahami akar-akar kekerasan yang terjadi di masyarakat dengan berbagai wajah yang membuat rasa kemanusiaan kita tersentuh. Melihat berbagai perang, konflik, kekerasan, atau perundungan yang terjadi, kita berharap dunia global, umumnya, dan negeri kita, khususnya, tidak terperangkap dalam semacam krisis kemanusiaan yang melahirkan anak haramnya dengan “karakter” masyarakat sakit—sakit sosial, sakit budaya, sakit politik, sakit ekonomi, sakit spiritual, sakit emosional, dan sakit individual. Sebuah masyarakat yang dijangkiti

“wabah” yang disebut oleh seorang humanis, Erich Fromm, sebagai *human destructiveness, human illness, human violence, human brutality, human unconsciousness, human crisis, dan human tragedy.*

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB XI

“Horrortainment” dalam Industri “Infotainment”

“Media tidak hanya melaporkan peristiwa-peristiwa yang secara alamiah memiliki nilai berita. Berita merupakan hasil akhir dari proses yang kompleks yang dimulai dengan penyortiran dan pemilihan peristiwa dan topik secara sistematis berdasarkan serangkaian kategori yang dikonstruksi secara sosial.”

(Stuart Hall)

Sejak akhir 1990-an dan memuncak sejak awal 2000-an, genre hiburan atau *infotainment* bernuansa kekerasan, mistik, dan klenik mulai mendominasi tayangan media hiburan dan terutama program acara televisi di tanah air.³¹ Tayangan dan pemberitaan kasus-kasus kekerasan, kejahatan, atau kriminalitas tidak hanya menjadi bahan berita keras (*hard news*) atau kisah opera sabun (*soap opera*) yang ditayangkan pada jam-jam tayang utama (*prime-time*), tetapi juga menjadi bahan baku utama acara *infotainment* (Hobart, 2006; Arps & van Heeren, 2006; van Heeren, 2007). Kekerasan dan kriminalitas, terutama yang melibatkan orang-orang yang dipandang beken dan

³¹ Tentu saja perlu dicatat bahwa dalam konteks historis, kekerasan dan kengerian (*violence and fright*) telah lama digambarkan dalam film dan televisi bahkan sejak saat-saat awal media ini. Bukankah tidak sedikit horor-horor sinematik dan serial televisi yang memfokuskan pada cerita-cerita teror, horor, dan ketegangan (Brooks & Marsh, 1988: 24; Hoffner & Levine, 2007: 215).

terkenal seperti artis, olahragawan, politisi atau selebritas menjadi ‘makanan empuk’ bagi industri *infotainment* media hiburan. Modus kekerasan yang bernuansa seksual atau yang dianggap jarang, langka, atau tidak biasa terjadi, yang melibatkan selebritas, entah itu persoalan internal dalam rumah tangga mereka, atau yang melibatkan pihak-pihak di luarnya, akan diburu habis-habisan oleh para reporter dan kru fotografer media *infotainment*, disorot dari berbagai sisi (baik atau buruk), dan ditayangkan dalam berbagai versi (jelas atau kabur), untuk konsumsi publik, terutama para penikmat tayangan *infotainment* yang memang cenderung meningkat kegandrungannya terhadap kisah kehidupan pribadi orang-orang terkenal. Tema-tema kekerasan mendominasi program televisi dan produser-produser yang bermain di balik layar terus mengkonstruksi realitas dan budaya televisi (Gunter et al., 2003; Tunstall, 1993). Industri *infotainment* kita seperti semakin menegaskan apa yang pernah dikatakan oleh Hoffner & Levine (2007) bahwa orang-orang tampak menikmati ketakutan dan kekerasan yang ditayangkan media (*mediated fright and violence*).³²

Salah satu contoh yang dibahas dalam bab ini adalah kasus yang telah melibatkan dua selebritas nasional, pembalap Ananda Mikola dan

³² Menurut catatan Hoffner & Levine (2007), para peneliti telah lama tertarik dengan cara bagaimana orang-orang terlihat menikmati hiburan yang menggambarkan viktimsasi yang sesungguhnya dan orang lain yang terancam. Lihat Hoffner, C. A. & Levine, K. J. (2007). Enjoyment of mediated fright and violence: A meta-analysis. Dalam Preiss, R. W. dkk. (eds.). *Mass media effects research: Advances through meta analysis*. Lawrence Erlbaum Associates (LEA), hlm. 215-244. Media sering melukiskan sesuatu sebagai menakutkan, menimbulkan horror dan teror. Media kekerasan umumnya suka menggambarkan karakter karakter yang sedang diserang, dihujat, dimaki, atau bahkan dilukai atau dicederai secara fisik oleh orang lain. Media kekerasan atau media horror (horrormedia atau terrormedia) ini sering menggambarkan kekerasan seakan seakan sebagai sesuatu yang baik, tetapi ia dirancang untuk menakuti atau mencekam psikologi khalayak. Karena itu, horror juga biasanya melibatkan hal-hal yang supernatural atau yang tak alami. Karena yang diharapkan adalah mencari sensasi untuk menimbulkan dramatisasi kekerasan dan ketakutan itu sehingga ia perlu dibingkai dan dikemas dengan format hiburan. Karena itu, saya menyebut gejala ini sebagai “horrtainment” atau “terrortainment”, di mana peristiwa-peristiwa kekerasan, kebrutalan, atau kriminalitas di dunia real, justru dikomodifikasi oleh industri infotainment menjadi bisnis tayangan horror atau kekerasan yang dimaksudkan agar tayangan seperti itu bisa dinikmati oleh pemirsa.

bintang film Marcella Zalianty. Menurut sebuah versi, dua selebritas nasional ini dinyatakan sebagai tersangka kasus penganiayaan. Pihak kepolisian memeriksa Ananda dan Marcella, dengan tuduhan melakukan penculikan, penyanderaan, dan perbuatan tidak menyenangkan. Kisahnya bermula dari kontrak bisnis antara PT Kreasi Anak Bangsa milik Marcella dan Agung Setiawan, seorang desainer interior, setahun sebelumnya. Marcella ingin ruang kerja di kantornya dipermak dan setuju membayar ratusan juta rupiah. Namun, kerja Agung dinilai buruk sehingga kerja sama diputus. Marcella meminta biaya proyek yang sudah dia kucurkan sebesar Rp 30 juta dikembalikan.

Karena uang tak kunjung kembali, kesabaran Marcella menipis. Kemudian sejumlah karyawan Marcella menjemput paksa Agung dari sebuah karaoke di Menara Imperium, Kuningan, Jakarta Selatan, dan menyeretnya ke sebuah hotel di Jalan Wahid Hasyim, lalu ke kantor PT Kreasi di Cikini, Jakarta Pusat.

Di sana, menurut Agung, dia ditelanjangi dan diperlakukan tak senonoh. Masih menurut Agung, Ananda Mikola ada di antara para penganiaya. Agung sempat mengirim pesan pendek ke telepon kawan dekatnya, yang lalu meminta bantuan polisi. Dalam waktu singkat, tim buser Polda Metro Jaya membebaskan Agung. Semua keterangan Agung dibantah oleh kuasa hukum Ananda dan Marcella. "Mereka tidak terlibat," kata Sandhi Arifin, pengacara Ananda. "Ini rekaya," kata Marcella sebelum diperiksa polisi (*Tempo*, 8–14 Desember 2008: 20).

Pemberitaan dan tayangan kasus kekerasan sejenis yang dilakukan media hiburan dengan penekanannya pada dramatisasi dan sensasionalisasi kasus tertentu, dengan cara penggambarannya, dengan konstruksi kejadiannya, dengan pemilihan narasumbernya, dengan format acaranya, jelas menggiring pembaca, pendengar, dan pemirsa memiliki kesan dan citra tertentu terhadap sosok atau peristiwa. Misalnya, kita bisa melihat begitu cepat dan mudah perubahan arah pemberitaan *infotainment* terhadap sosok Marcella dan Agung. Konstruksi citra sosok, peristiwa, atau realitas sosial yang tersaji di media dalam bentuk penggambaran "Marcella sebagai gadis cantik yang kejam" atau "Agung sebagai si korban tak berdaya yang ternyata suka menipu

dan dengan orientasi seksual yang ganjil". Jelas, di balik itu semua ada tekanan-tekanan komersial yang secara ekonomi-politik berada di balik praktik jurnalisme pemberitaan dan tayangan *infotainment*. Tingkat persaingan media yang kian ketat dan godaan rating yang menjadi kriteria utama untuk mengukur kesuksesan sebuah acara yang berarti melambungkan pemasukan iklan, jelas langsung atau tak langsung, ikut memengaruhi ruang-ruang pemberitaan. Tidak heran, kalau acara *infotainment* bernuansa kekerasan, atau *infotainment* horor (*horrorainment*), justru slotnya dipenuhi dengan iklan komersial dan juga iklan politik yang silih berganti mengisi di tengah-tengah tayangan semacam itu. Perlu ditegaskan pula, bahwa tayangan-tayangan semacam itu justru sengaja dibuat dengan format hiburan dengan presenter yang terlihat santai, berbusana informal dan ber-style artis, berbahasa gaul, yang menyapa pemirsanya dengan hangat dan *fun*, layaknya sedang membawakan acara-acara *infotainment* berupa gosip dan remeh-temeh kisah kehidupan pribadi para selebritas.³³

Beranjak dari paparan sekilas tentang kasus pemberitaan kekerasan dan kriminalitas yang melibatkan sejumlah selebritas terkenal, semakin jelas bahwa jurnalis, fotografer, atau media tidak hanya memberitakan sebuah kejadian sebagaimana adanya, tetapi juga terlibat di dalam apa yang disebut dalam kajian media sebagai konstruksi realitas. Media sengaja mengonstruksikan kejadian atau peristiwa, mengumpulkan fakta, memilih narasumber, mengambil sudut pandang tulisan atau gambar, memilih kutipan, menarik kesimpulan, atau singkatnya membungkai berita dengan kerangka dan ideologi tertentu. Implikasi lebih jauh akan sangat signifikan apabila melihat kenyataan bahwa tayangan-tayangan *infotainment* kekerasan, kriminalitas, atau *horrorainment* yang dikonstruksi dengan kepentingan tertentu itu disiarkan berulang-ulang dan tanpa bisa ditolak terus hadir menawarkan versinya tentang nilai dan pandangan dunia ke dalam ruang keluarga.

³³ Untuk pengamatan awal terhadap fenomena tayangan *infotainment* bernuansa horor, lihat, misalnya, berita-berita seperti, "Acara Horor di TV dan Radio; Iiiih Ngerii... tetapi, Bikin Penasaran Lho", *Kompas*, 13 Januari 2002; "'Infotainment' Horor di Televisi Hasratnya Mencekam, Wujudnya Menggelikan', *Kompas*, 22 September 2002.

Untuk itu, bab ini lebih jauh akan memaparkan kajian media yang melihat pada potensi dan kemampuannya untuk melakukan konstruksi realitas berita. Sebelumnya sekilas akan dipaparkan mengenai teori konstruksionisme sosial, akar historis, asumsi-asumsi filosofis, dan beberapa penelitian yang menggunakan cara pandang teori ini. Penerapannya untuk menjelaskan fenomena konstruksi realitas dalam tayangan kekerasan dan/atau kriminalitas (*horrorainment*) dalam industri hiburan di Indonesia juga akan disorot. Akhirnya, pandangan kritis perlu dibuat baik pada konstruksi tayangan *horrorainment* yang berkembang akhir-akhir ini maupun pada teori konstruksionisme sosial itu sendiri, dengan harapan ada peningkatan kualitas pemberitaan dan tayangan media di tanah air dan untuk kepentingan kajian media itu sendiri, termasuk kelemahan-kelemahan yang ada pada teori tersebut.

A. Konstruksi Sosial: Sekilas Sejarah

Dalam *Dictionary of Media Studies*, “konstruk” (*construct*) sebagai kata kerja, bermakna, “untuk membuat sesuatu seperti teori, konsep, gambar atau teks media dengan menyatukan bagian-bagiannya secara sistematis”; dan sebagai kata benda, bermakna, “gagasan bahwa produk media ‘dibuat’ secara artifisial dan tidak diambil langsung dari alam”. Sementara dalam kamus tersebut kata “konstruktivisme” (*constructivism*, kata benda) bermakna, “Teori yang menyatakan bahwa persepsi seseorang terhadap realitas bergantung pada bahasa yang digunakan untuk membangun dan menafsirkan realitas tersebut”.

Dari sini jelas bahwa baik pada makna konstruk maupun konstruksionisme ada kata-kata kunci yang penting seperti “mengkreasi sesuatu” seperti citra dan teks media dan “gagasan bahwa produk media” “dibuat” secara artifisial dan “tidak diambil secara langsung dari alam”. Sedangkan makna kata “konstruksionisme” dalam kamus itu jelas adalah “teori bahwa persepsi seseorang mengenai realitas tergantung pada bahasa yang digunakan untuk mengkonstruksi dan menafsirkan realitas tersebut”.

Lalu, apa itu konstruksi(-onisme) sosial? Teori konstruksionisme sosial dikaitkan dengan pemikiran Berger dan Luckmann (1967), mengenai konstruksionisme sosial atas realitas, seperti tercermin

dalam karya mereka, *The Social Construction of Reality*. Gerakan konstruksionisme sosial sebenarnya bisa dilacak dari gagasan psikolog Kenneth J. Gergen (1985) yang menyebut gerakan ini sebagai “*the social constructionist movement*”. Gerakan konstruksionisme sosial tumbuh berkat dorongan kaum interaksionisme simbolik dan karya Schutz, Berger, dan Luckmann (Rakhmat, 1996). Perspektif interaksionisme simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek yang diteliti. Dalam pandangan interaksi simbolik, oleh karena makna adalah produk interaksi sosial maka makna mungkin berubah lewat interpretasi individu ketika situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial juga berubah.³⁴

Oleh karena perspektif interaksi simbolik melihat realitas sosial diciptakan melalui interaksi simbolik, tak heran kalau ia amat erat kaitannya dengan teori konstruksionisme sosial. Teori konstruksi sosial dan konstruktivisme sebenarnya memiliki akarnya dalam sibernetika dan biologi (Bateson, 1979). Seperti halnya postmodernisme, teori ini bersikap skeptis terhadap kemungkinan objektivitas dalam ilmu sosial. Dalam pandangan konstruksionisme sosial, pengetahuan (*knowledge*) merupakan konstruksi dari pemegang pengetahuan atau yang mengetahui (*knower*) dan apa yang diketahui tidak bisa dipisahkan dari pengalaman subjektif, lingkungan historis, asumsi budaya dan praktik bahasa yang dibawa oleh yang mengetahui dalam pengamatannya.

Meskipun istilah konstruktivisme dan konstruksionisme sosial kadang-kadang digunakan secara bergantian oleh banyak ilmuwan sosial yang menganut perspektif yang sama (misalnya, Neymeyer, 1993), namun ilmuwan yang lain menekankan perbedaan antara

³⁴ Perspektif interaksionisme simbolik melihat makna dalam kaitannya dengan pengalaman intersubjektif manusia. Pengalaman ini terkait erat dengan arti penting simbol dalam komunitas dan masyarakat. Pada satu sisi, masyarakat bergantung pada simbol untuk kelangsungannya. Akan tetapi, pada sisi lain, manusia individu juga merupakan produk simbol. Pentingnya makna simbol dalam komunikasi manusia, seperti ditegaskan oleh J. M. Charon (1979), dalam karyanya, *Symbolic interactionism*, “Simbol penting bagi realitas sosial dan kehidupan sosial. Realitas sosial tercipta dalam interaksi simbolik, dan kehidupan sosial bergantung pada simbol untuk sosialisasi, saling pengertian, dan akumulasi pengetahuan.” (hlm. 56).

konstruktivisme dan teori konstruksi sosial (Gergen & Gergen, 1991). Pada satu sisi, teori konstruksionis sosial bersama dengan konstruktivis menolak pandangan yang diterima atau representasi tentang pengetahuan dan ide bahwa pengetahuan bisa dipisahkan dari yang mengetahui. Namun, pada sisi lain, teori konstruksi social menekankan proses-proses sosial, interaktif, dan performatif dalam kreasi realitas dan makna. Gergen & Gergen (1991) berargumen bahwa “pendekatan konstruktivis cenderung mengarah ke dalam” dalam pendiriannya bahwa tak ada yang bisa bebas dari subjektivitas personal. Sementara “pandangan konstruksionis sosial mengundang peneliti keluar—ke dalam ranah bahasa bersama yang lebih penuh” (hlm. 79).³⁵

Dalam perspektif teori konstruksi sosial, dunia tempat realitas berada dan makna tertentu yang sesuai dengan situasi yang membentuk objek, dibentuk oleh para pelaku sosial. Para penganjur konstruksionis sosial berusaha memahami bagaimana realitas secara intersubjektif diciptakan melalui tindak komunikasi. Menurut Gergen (1985), “Dari sudut pandang konstruktivis, proses pemahaman tidak secara otomatis didorong oleh kekuatan alami, tetapi merupakan hasil dari usaha kooperatif yang aktif dari orang-orang yang saling berhubungan.” (hlm. 267).

Paradigma konstruksionisme memandang bahwa realitas tidak bisa terlepas dari pengalaman subjektif manusia. Artinya, bahwa realitas sosial dan realitas simbolik, dalam hal ini realitas yang tampil di media, sebenarnya bukanlah realitas yang objektif, karena ia melibatkan relasi-relasi intersubjektif antara wartawan, redaksi, pemilik media, dan sumber berita, serta fakta sosial yang akan diangkat sebagai objek pemberitaan.

³⁵ Menurut T. A. Schwandt (dalam Denzin & Lincoln, 1994: 118), para pendukung gerakan konstruktivisme dan interpretivisme memberikan pengertian bahwa konstruktivisme dan interpretivisme memiliki tujuan untuk memahami dunia pengalaman hidup yang kompleks dari sudut pandang orang yang hidup di dalamnya. Perhatian terhadap masalah ini biasanya diungkapkan secara beragam dengan istilah-istilah seperti *“life world”*, *“emic point of view”* (sudut pandang atau perspektif emik), *“understanding meaning”* (pemahaman akan makna), *“grasping the actor’s definition of situation”* (memperoleh definisi pelaku tentang situasi), dan *“verstehen”* (pemahaman).

Gagasan “konstruksi sosial atas realitas” yang pertama kali di nyatakan oleh Alfred Schutz tersebut berpandangan bahwa makna dan pemahaman kita dihasilkan dari komunikasi kita dengan orang lain. Ide dasar dari teori ini adalah bahwa realitas dapat dipahami secara berbeda oleh orang yang berbeda. Banyaknya pemahaman kita terhadap objek menjadi tidak terbatas. Robin Penman berupaya meringkaskan asumsi-asumsi yang dimiliki teori ini, yaitu (1) tindakan komunikasi bersifat sukarela, (2) pengetahuan merupakan produk sosial, (3) pengetahuan bersifat konstekstual, (4) teori menciptakan realitas, dan (5) aliran pemikiran tidak bebas nilai (Littlejohn, 2000: 175–176).

B. Kajian Konstruksi Realitas Media

Paradigma konstruksionisme dari Berger dan Luckmann telah dikembangkan lebih jauh oleh sejumlah peneliti media untuk memahami realitas simbolik di media, antara lain, misalnya, oleh Tuchman (1978), Adoni & Mane (1984), untuk studi konstruksi sosial atas realitas di media (Tuchman, 1978). Kemudian juga oleh Goode & Ben-Yehuda (1994), melihat bagaimana media mengkonstruksi penyimpangan yang mencerminkan semacam kepanikan media (Goode & Ben-Yehuda, 1994).

Selain itu, beberapa ilmuwan sudah sejak lama menjelaskan kaitan antara media dan kebangkitan imajinasi mengenai nasionalisme karena media dipandang bertanggung jawab bagi konstruksi identitas nasional, atau bahkan bagi banyak gagasan mengenai bangsa (*nation*) (Anderson, 1983; Heryanto, 2000). Salah satu gagasan sangat terkemuka adalah dari Benedict R. O’G. Anderson yang berpendapat bahwa bangsa adalah suatu komunitas yang dibayangkan (*an imagined community*)—kita tidak akan pernah melihat semua warga negara kita atau tinggal bersama-sama dengan mereka; tetapi kita menciptakan konstruk-konstruk dan citra-citra (*constructs and images*) tentang apa itu bangsa, apa makna memiliki bangsa itu, siapa yang termasuk dan bukan termasuk bangsa kita, dan apa tujuan dan karakter bangsa kita. Pada tingkat tertentu, masing-masing dari kita mungkin menggunakan gagasan dengan sedikit berbeda tentang apa bangsa itu sesungguhnya, karena beberapa dari tindakan konstruksi nasional itu akan berlangsung

pada level pribadi. Meski semua warga bangsa juga terlibat secara komunal dan tindakan konstruksi bersama.³⁶

Media juga berperan penting sebagai ruang konstruksi identitas. Dalam dunia yang termediasi (*mediated world*) saat ini, konsumsi media populer dan ikon-ikonya telah menciptakan suatu ruang alternatif bagi pembentukan dan negosiasi identitas, dengan demikian dianggap bisa mengisi kekosongan yang diciptakan oleh sekularisasi kehidupan modern. Gray dkk. (2007), misalnya, telah mencoba mengoleksi sejumlah esai mutakhir yang menunjukkan bahwa konstruksi citra orang-orang tenar dan terkenal dalam media telah berakibat pada identitas dan komunitas para pengagum atau penggemarnya (Gray et al., 2007).

Media juga bisa dilihat dari kapasitasnya untuk merepresentasikan kelas. Oleh karena media mengabaikan keadaan struktural yang bekerja melawan kecairan kelas (*class fluidity*), perbedaan kelas terlalu mudah dianggap sebagai sumber patologi individu dan pilihan gaya hidup. Konstruksi media berita atas “kesejahteraan ibu” di Amerika Serikat menggambarkan pola ini. Sejak reformasi kesejahteraan meraih perhatian politik pada 1980-an, kisah berita telah menggambarkan pihak penerima secara tipikal sebagai perempuan, muda, tak bertanggung jawab, malas, tak bermoral, dan sering kali berkulit hitam. Bahkan, meski orang kulit putih secara historis memperoleh keuntungan paling besar dari program-program pemerintah yang berbasis keuntungan. Dengan cara demikian, media telah mendukung suatu tren kebijakan yang didasarkan atas argumen bahwa program-program kesejahteraan sosial yang dirancang untuk memperlemah pukulan paling keras dari ekonomi kapitalis tak lagi diperlukan (Gilens, 2000).

Konstruksi media atas realitas ini juga cukup banyak mendapatkan perhatian dalam kajian media feminis. Mereka bermaksud membongkar representasi perempuan di media. Mereka juga berupaya

³⁶ Untuk konteks konstruksi budaya nasional Indonesia, televisi, misalnya, menurut seorang pengamat, memegang peran penting bagi sosialisasi mengenai gagasan-gagasan mengenai budaya bangsa yang diidealkan oleh negara. Lihat Kitley, P. (2000). *Television, nation, and culture in Indonesia*. Ohio University Centre for International Studies.

menjelaskan konstruksi sosial atas stereotipe-stereotipe gender dalam media. Perempuan memang telah lama direpresentasikan secara visual dalam lukisan dan ukiran. Konstruksi visual atas perempuan ini telah berlangsung jauh sebelum kemajuan media modern. Akan tetapi, penyebaran media yang luar biasa dalam kehidupan kita kini telah memicu perdebatan mengenai representasi perempuan di media. Ini terutama sejak ilmuwan media mulai mengakui bahwa media ternyata menampilkan fungsi ideologis yang penting dalam membantu kita mendefinisikan cara-cara suatu masyarakat memahami dunianya, dan karena itu memiliki dampak politik yang signifikan (Boile, 2005; Carter & Weaver, 2003).

Dari contoh-contoh kajian tersebut, tampak bahwa media berperan dalam mengkonstruksi realitas tertentu baik itu bagi bangsa, identitas, maupun stereotipe gender (Ibrahim & Suranto, 1998). Oleh karena media adalah produser teks berita dan dengan demikian berita adalah industri yang tak luput dari kepentingan komersial maka tepat seperti dikatakan Fowler (1991: 2), berita adalah sebuah praktik: sebuah wacana (*discourse*) yang, lebih dari sekadar mencerminkan secara netral realitas sosial atau fakta empiris, ia juga campur tangan dalam apa yang disebut oleh Berger & Luckmann (1967) sebagai “konstruksi sosial atas realitas”.³⁷

C. Konstruksi Sosial atas Berita

Media massa jelas memainkan peran yang sangat penting dalam produksi berita dan konstruksi realitas simbolik dalam ruang publik keindonesiaan (Gazali, 2003; Hamad, 2004). Media bisa berfungsi sebagai jaringan komunikasi untuk pembentukan dan perkembangan wacana dalam ruang publik.³⁸ Pandangan bahwa berita sebagai

³⁷ Dalam kata-kata S. Hall (1978), pada saat dia membahas “The Social production of news”, “Media tidak hanya melaporkan peristiwa-peristiwa yang secara alamiah memiliki nilai berita. Berita merupakan hasil akhir dari proses yang kompleks yang dimulai dengan penyortiran dan pemilihan peristiwa dan topik secara sistematis berdasarkan serangkaian kategori yang dikonstruksi secara sosial.”

³⁸ Bahkan kalau kita melihat ke gagasan lama W. Schramm, yang dikenal sebagai salah seorang bapak pendiri bidang akademis komunikasi, pada 1949, ia sudah menerbitkan sebuah artikel berjudul “The nature of news”. Dalam tulisannya itu, Schramm mendefinisikan berita (*news*) secara sederhana sebagai “*an attempt to*

representasi dunia sosial dan hasil konstruksi realitas sosial dari para pekerja media, misalnya, begitu kuat mewarnai gagasan dari kritikus budaya dan media dari Glasgow University Media Group atau Centre for Contemporary Cultural Studies Universitas Birmingham (Fowler, 1991: 2). Dalam model ini, “*News is socially, constructed. What events are reported is not a reflection of the intrinsic importance of those events, but reveals the operation of a complex and artificial set of criteria for selection*” (Fowler, 1991: 2).

Hal senada juga dinyatakan oleh Adoni & Mane (1984) yang mengemukakan bahwa dalam penelitian komunikasi peran media massa dalam proses konstruksi sosial memiliki tempat yang penting. Ada dua pendekatan mengenai masalah ini, yaitu yang lebih memfokuskan kepada konstruksi sosial atas realitas sebagai aspek penting dari hubungan antara budaya dan masyarakat, dan mereka yang memfokuskan pada konstruksi sosial atas realitas sebagai salah satu bentuk pengaruh media. Mereka menyarankan dengan dasar pandangan Schutz (1967), serta Berger & Luckmann (1967), kedua pendekatan dapat dipadukan ke dalam kerangka teori yang umum dalam mengkaji masalah tersebut yang akan memberi kontribusi kepada dua hal. *Pertama*, kerangka teori itu akan memperjelas dan menghilangkan kebingungan karena kurangnya pemahaman yang sistematis terhadap masalah itu selama ini. *Kedua*, kerangka teori itu akan membantu pengembangan pendekatan yang menyeluruh akan hal itu.

Kerangka teoretis yang dikembangkan Adoni & Mane memberikan landasan kuat untuk menganalisis realitas simbolik yang ditampilkan media, sebagai bagian penting dan tak terpisahkan dari proses konstruksi sosial realitas di masyarakat modern yang memberi peranan berarti kepada media. Konstruksi sosial atas realitas oleh pekerja media biasanya melibatkan proses seleksi dan proses transformasi. Proses

reconstruct the essential framework of the event” (upaya untuk merekonstruksi kerangka penting dari peristiwa tersebut) (hlm. 288). Definisi Schramm mengenai berita ini tampaknya memperlihatkan bahwa sejak awal upaya (re-)konstruksi kerangka hakiki dari peristiwa telah dipandang sebagai hal yang penting untuk memahami sifat dasar atau hakikat (*nature*) dari sebuah berita.

seleksi melibatkan mana berita yang akan dimuat, mana berita yang akan disingkirkan, dan di halaman mana ia akan ditempatkan, serta akan dilaporkan dari sudut pandang siapa.

Dalam praktik kerja jurnalistik, proses konstruksi realitas mengacu pada proses-proses yang digunakan para wartawan untuk memutuskan apa yang akan diabaikan dan apa yang akan dimasukkan dalam materi pemberitaan media. Oleh karena itu, dalam memahami kinerja jurnalistik dalam proses konstruksi berita ini, Burns (2002), misalnya, berpendapat:

‘Konstruksi’ di sini merujuk pada proses yang digunakan jurnalis dalam memutuskan apa yang harus dihilangkan dan apa yang harus disertakan dari materi penelitian mereka. Konstruksi dalam pengertian ini lebih seperti proses yang digunakan seorang pembangun untuk membangun rumah dari bahan mentah. Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh pembangun untuk menyatukan bagian-bagian untuk membuat rumah, dan cara yang dilakukannya mencerminkan anggaran atau sumber daya yang tersedia, dan juga gaya rumah yang diinginkan pelanggannya (Burns, 2002: 110).

Proses seleksi ini pada gilirannya disertai proses transformasi dalam penyajian (presentasi) berita di halaman media. Para jurnalis biasanya memperlakukan secara berbeda fakta-fakta sosial yang ditemukan di lapangan dalam penyajian berita mereka. Hal ini biasanya amat dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, politik, dan sosial. Oleh karena itu, semua berita bisa dilaporkan dari beberapa sudut pandang tertentu, bergantung predisposisi jurnalis dan kebijakan redaksi media.

Di sini pemahaman terhadap proses pembingkaian (*framing*) yang dilakukan oleh media menjadi penting untuk melihat lebih jauh kinerja pemberitaan media mengenai suatu isu dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi proses pembingkaian media tersebut. Jakubowicz & Palmer (2002), misalnya, telah melakukan studi terhadap sejumlah media Australia pada saat Reformasi Mei 1998. Studi kedua penulis tersebut mengkaji hubungan jangka panjang yang kompleks antara

Australia dan Indonesia melalui analisis *framing* di media Australia. Dari analisis Jakubowicz dan Palmer tampak bahwa peristiwa-peristiwa tentang pergantian Presiden Soeharto pada bulan Mei 1998, jelas dari proses framing bisa membuktikan bagaimana media Australia mencoba menciptakan pengertian bangsa Australia di luar tragedi-tragedi yang menimpa Indonesia pada penghujung abad ini. Menurut kedua penulis tersebut, media merupakan partisipan aktif dalam seleksi berita dan framing dunia, kemudian mentransformasikan hasil seleksi ini melalui praktik-praktik budaya, selanjutnya, menyampaikan pengalaman yang kaya makna kepada khalayaknya (Jakubowicz & Palmer, 2002: 200).

C. Konstruksi Realitas dan Industri “Infotainment”

Di antara beberapa temuan penting yang dihasilkan selama tujuh dekade penelitian dalam bidang komunikasi massa terangkum dalam diktum bahwa “*news is socially created product, not a reflection of an objective reality*” (Shoemaker & Reese, 1996: 21). Pandangan ini jelas berbeda dengan pendirian kaum positivis. Pandangan konstruksionisme sosial merupakan kritik yang tajam atas posisi epistemologi positivisme mengenai objektivitas dalam berita. Dalam pandangan konstruksionis, reportase berita (*news reporting*) adalah konstruksi dunia sosial (*a construction of the social world*), sebagai refleksi atasnya. Bagi mereka, jurnalisme objektif hanyalah gagasan ideal, karena pengetahuan tentang dunia yang terlepas dari sudut pandang pengamatnya adalah hal yang mustahil. Klaim-klaim untuk mencapai objektivitas dalam berita, harus dipandang sebagai penegasan kekuasaan untuk mendefinisikan realitas daripada klaim-klaim untuk memiliki pengetahuan yang akurat tentangnya (*as assertions of the power to define reality, rather than legitimate claims to have accurate knowledge of it*) (Andersen dan Grey, 2008).

Konsep bahwa berita adalah produk yang dimanufakturkan, diproduksi, atau dikonstruksi secara sosial, menunjukkan adanya sejumlah besar pengaruh faktor-faktor ekonomi, politik, dan ideologi dalam proses pencarian fakta sosial, penentuan sumber berita, pengumpulan, penyortiran, dan penyeleksian, hingga akhirnya

pembuatan berita seperti yang tampil sebagai realitas simbolik di media (*second hand reality*).

Misalnya, salah satu faktor yang memengaruhi konstruksi sosial atas berita adalah *framing* (pembingkaian). Pada level yang paling dasar, bingkai berita (*news frame*) merupakan skemata kognitif (*cognitive schemata*). Artinya, bahwa gagasan tentang berita yang “dikonstruksi secara sosial” mengisyaratkan bahwa “kisah-kisah berita dikonstruksi atas dasar kategori-kategori mental yang ada pada pembaca dan yang menjadi sandaran oleh media.” (Fowler: 1991: 19).

Proses konstruksi ini melibatkan sudut pandang dan perspektif wartawan yang dipengaruhi oleh politik redaksional media, predisposisi wartawan, dan lingkungan eksternal (politik, ekonomi, dan budaya) yang menjadi tempat wartawan mencari, menuliskan, dan menyebarkan beritanya. Oleh karena itu, kita bisa mengemukakan proposisi dalam kaitan dengan konstruksi realitas tayangan kekerasan dan kriminalitas dalam industri *infotainment*, yakni “Konstruksi pemberitaan kasus kekerasan seksual yang melibatkan selebritas dalam format hiburan oleh media massa akan membentuk pandangan publik terhadap korban, pelaku, dan makna kekerasan itu sendiri dalam masyarakat”.

D. Korban-korban “Horrorainment”

Televisi telah menjadi pusat informasi dan hiburan terpopuler dalam hampir sebagian besar ruang keluarga Indonesia. Menurut Garin Nugroho (2008), televisi menjadi buku bergambar dan bersuara terpopuler, refleksi orientasi budaya lisan, ketika budaya baca belum begitu berakar kuat. Televisi juga menjadi bagian dari sejarah barang-barang konsumsi yang masuk ke ruang keluarga. Televisi menjadi mimbar terbesar urbanisasi nilai-nilai. Sebuah kebudayaan massa yang digerakkan dengan kultur teknokapitalis, yang tiap detik programnya dibiayai untuk mendapatkan perhatian dari anggota-anggota keluarga di depan televisi. “Televisi sesungguhnya mimbar pameran perhatian terbesar abad ini,” demikian kata Garin Nugroho (2008).

Berbagai berita dan tayangan hadir bagi banjir informasi dan hiburan dalam ruang keluarga. Tekanan kompetisi dan rating ditanggapi oleh pengelola televisi dengan cara membuat acara murah dan instan.

Banyak berita dan tayangan penuh kekerasan disajikan tanpa peduli apa dampaknya bagi korban dan pemirsa, terutama anak-anak. Banyak program yang ditayangkan jauh dari nilai-nilai jurnalisme damai, tak peduli dampaknya pada anak-anak dan remaja. Kemasan acara yang diklaim sebagai *infotainment* tak luput dari logika asal jadi dan cepat kejar jam tayang.

Surat pembaca di media cetak sudah sering menampung kritik dan keluhan mengenai tayangan televisi yang dinilai tidak mendidik. Seorang perempuan menulis surat pembaca,

Dunia pertelevision sekarang ini seolah sudah ‘mati fungsi’. Berjuta mata setiap hari menonton, tetapi sangat disayangkan, televisi yang menjadi media komunikasi yang sangat efektif itu, kini seolah suram dengan suguhan-suguhan yang kurang mendidik dan tidak membangun moral bangsa. Banyak suguhan sinetron yang ceritanya memberi gambaran kekejaman, kekerasan, perceraian, termasuk trik-trik perampokan atau pencurian seolah memberikan masukan dan pelajaran untuk merampok...

Adanya berita-berita pembunuhan, pembantaian, pemerkosaan yang hampir setiap hari memenuhi layar kaca dan bukan menjadi hal asing lagi karena sering diberitakan. Kalau latar belakang, proses pembunuhan, pemerkosaan, pencurian direka-ulang untuk dikonsumsi publik, bisa menjadi suatu pelajaran yang negatif dan bisa saja diikuti. Tidak hanya hal itu saja, pemberitaan para selebriti hingga kegiatan keseharian mereka seperti pakaian, gaya rambut, bisa ikut memengaruhi masyarakat dengan gaya-gayanya yang kebanyakan tidak mendidik (Nuraeni, dalam *Tempo*, 2008: 4).

Kemudian seorang anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat menayangkan sepucuk surat yang isinya menanggapi sebuah kolom berjudul “Belajar dari Empat Mata” (*Tempo*, 14 Desember 2008). Isi surat pembaca tersebut menegaskan bahwa kini televisi mengemas sebuah isu publik yang serius menjadi sesuatu yang menghibur. Akibatnya, masyarakat bisa kehilangan konteks dalam

membaca sebuah isu yang sebenarnya serius. Selanjutnya, isi surat pembaca tersebut antara lain berbunyi, “Kini, coba lihat kembali bagaimana Tukul menggambarkan Sumanto di acara Empat Mata yang dihentikan Komisi Penyiaran Indonesia. Sumanto sudah jelas-jelas dihukum pengadilan karena dia telah melanggar norma kemanusiaan”. Lalu, di Trans7 ada adegan makan ikan dan kodok hidup-hidup hingga mulutnya dipenuhi darah. Menurut saya, ini abnormal meskipun dikemas menghibur.

Persoalannya, pertama, stasiun Trans7 merupakan televisi terrestrial *free to air*. Tanpa dibayar pun ia bisa masuk ke ruang tamu kita. Kedua, stasiun ini menggunakan frekuensi milik publik yang bersifat terbatas. Trans7 meminjam kanal dari publik di setiap daerah yang seharusnya bisa saja diberikan ke televisi lain yang sanggup menyajikan program yang lebih baik. Ketiga, Trans7 bersiaran secara nasional dan seharusnya lebih sensitif terhadap isi siarannya”³⁹.

Kedua surat pembaca tersebut mencerminkan pandangan kritis terhadap mata acara yang dikemas dan ditayangkan dalam industri *infotainment*. Kalau kita melihat ke kasus penganiayaan dan pelecehan seksual terhadap Agung Setiawan yang diduga melibatkan artis Marcella Zaliandy dan pembalap Ananda Mikola, jelas ia benar-benar akan menjadi santapan empuk *infotainment*. Konstruksi realitas atas peristiwa yang jelas-jelas bersifat kekerasan ini justru menjadi bahan kemasan acara-acara *infotainment* di semua televisi swasta.

Mengapa acara kekerasan dan kriminalitas dikemas dalam format hiburan dan ditayangkan di program-program *infotainment*? Pertanyaan ini, sebenarnya mudah dijawab dengan melihat siapa yang menjadi objek pemberitaannya, yaitu artis, olahragawan, politisi, atau selebriti dianggap pantas masuk tayangan program *infotainment*, sekalipun itu kasus kekerasan dan kriminalitas. Inilah logika jualan *infotainment*.

³⁹ Sofyan Herbowo, Manajer Program Pemantauan Langsung KPI Pusat, “Tanggapan kolom Wilson Sitorus,” ‘Surat Pembaca’, dalam *Tempo*, 15–21 Desember 2008. Penulis surat pembaca ini merasa perlu menegaskan isi surat pembaca tersebut bahwa “Tulisan ini merupakan pendapat pribadi”. Kolom Wilson Sitorus berjudul “Belajar dari empat mata,” dimuat minggu sebelumnya, dalam *Tempo*, 8–14 Desember 2008.

Kasus yang melibatkan Marcella-Mikola-Agung jelas memenuhi semua kriteria dan logika *infotainment*, yaitu ketenaran, tidak biasa, kehebohan. Siapa yang tidak akan tertarik dengan jualan kasus yang melibatkan orang-orang terkenal. Cobalah simak bagaimana tayangan *infotainment* di televisi mengangkat kasus tersebut ke layar kaca. Awalnya, *infotainment* mengulas seputar penyidikan kasus tersebut. Kemudian, mereka menelusuri sisi gelap kehidupan pribadi Agung hingga orientasi seksualnya (*Kompas*, 14 Desember 2008).

Pemberitaan kasus tersebut terus berkembang dalam berbagai versi di media nasional, terutama di media hiburan dan tayangan *infotainment* televisi. Ketika kasus penganiayaan atas Agung mencuat ke permukaan pada awal Desember 2008, hampir semua kamera *infotainment* menyorot ke arah Marcella dan Ananda. *Infotainment* mengulas proses penyidikan dan berupaya merekonstruksi penganiayaan atas Agung. Tidak berhenti di situ, mereka juga mengulas remeh-temeh tentang Marcella yang tak ada hubungannya dengan kasus penganiayaan, seperti masa kecilnya, status hubungannya dengan Ananda Mikola, hingga gosip soal ganti-ganti pacar.

Ada juga *infotainment* yang berusaha menduga-duga siapa sosok Marcella yang sebenarnya. *Infotainment* itu mengatakan, “Di balik wajah cantiknya, ternyata Marcella terlibat dalam kasus kekerasan.” Pemberitaan itu menggiring pemirsanya untuk berpikir bahwa Marcella adalah sosok si cantik tetapi kejam. Sementara itu, Agung digambarkan sebagai sesosok korban tetapi suka menipu. *Infotainment* serentak menampilkan Agung sebagai pelaku penipuan yang sudah makan banyak korban. Espresso (Antv) dan Insert (Trans TV) sampai harus mengirim kru ke kampung Agung di Bantul, Yogyakarta, untuk menemui orang-orang yang mengaku korban penipuan Agung. Agung yang semula digambarkan sebagai korban, dalam beberapa hari digambarkan sebagai “pesakitan” di layar kaca.

Akibat pemberitaan kasus tersebut ternyata luar biasa dan dirasakan kedua belah pihak. Pemberitaan semacam itu membuat Marcella tersudut dan keluarga Agung syok. Ternyata mereka semua merasakan efek tayangan *infotainment* mengenai diri mereka sendiri. Mereka pun menjadi bagian dari “korban-korban” horrtainment. Mereka merasakan teror psikologis setelah menyaksikan tayangan

kasus yang mereka sendiri justru menjadi bagian di dalamnya. Tak heran, kalau Ibu Marcella, Tetty Liz Indriati, harus memohon kepada infotainment agar tidak memberitakan kasus ini secara berlebihan (*Kompas*, 14 Desember 2008). Sejak kasus itu mencuat, Anang Heru, Kakak Agung, melarang ibunya menonton televisi dan menerima wartawan. “Akibat kasus Agung ini, Ibu kaget dan masuk rumah sakit,” kata Anang (*Tempo*, 15–21 Desember 2008: 90). Sementara. Menteri Pemuda dan Olahraga saat itu, Adhyaksa Dault, prihatin dengan nasib yang menimpa Ananda. Menurut Adhyaksa, ia sudah meminta Ananda berhati-hati dalam bergaul. “Karena saya lihat anak ini dekat sekali dengan selebritas, dekat dengan *infotainment*,” katanya (*Tempo*, 15–21 Desember 2008: 90).

Memang, kita melihat bahwa sejak tahun 2000-an semakin meningkat kecenderungan tayangan televisi menggambarkan kekerasan, darah, dan air mata sebagai bentuk populer dari hiburan yang dihadirkan di rumah-rumah, mengisi kekosongan waktu senggang, dan dikonsumsi oleh semua umur yang jelas memprihatinkan, terutama kalau melihat dari segi efek sosio-psikologis yang bisa ditimbulkannya. Sekalipun penelitian yang lebih cermat tetap dibutuhkan, tetapi dampaknya sudah mulai kentara, mengingat tayangan-tayangan *infotainment* kekerasan dan kriminalitas yang bernuansa seksual semakin banyak masuk ke dalam ruang keluarga, sering kali tanpa peduli dengan jam-jam yang penting buat keluarga, seperti waktu belajar dan beribadah anak-anak dan anggota keluarga.

Nitibaskara (2008) memaparkan mengenai bagaimana seharusnya kejahanatan diberitakan di tengah perlombaan televisi nasional dalam menghadirkan peristiwa-peristiwa kejahanatan secara *on the spot*. Menurutnya, masyarakat tentu mempunyai berbagai persepsi terhadap tayangan tersebut. Sebagian ada yang menilai bahwa pekerjaan polisi ternyata cukup berbahaya, penuh risiko, dan ketegangan. Sebagian lagi mungkin ada yang memandang bahwa tindakan polisi tidak jarang berlebihan mengingat bahwa orang yang ditindak masih diduga sebagai pelaku kejahanatan.

Bahkan, penampilan wajah tersangka di televisi kita, umumnya juga dianggap melanggar asas praduga tidak bersalah. Memang, pemberitaan semacam ini, sudah dapat dikategorikan sebagai pemberian hukuman

oleh pers. Terlebih bila seluruh identitas dan gambar tersangka leluasa ditampilkan. Secara kriminologis, penayangan tersebut dapat dianggap telah memberikan label kriminal kepada seseorang secara publik. Tindakan ini akan sangat membahayakan bagi tersangka karena memunculkan kebencian hingga menjadi sasaran kemarahan. Dalam konteks teori pelabelan (*labelling*), pemberitaan sebagai penjahat melalui televisi justru dapat menjerumuskan seseorang lebih dalam pada kejahatan. Ia akan senantiasa diposisikan sebagai penjahat oleh lingkungannya, meskipun tidak lagi pernah melakukan tindak pidana.⁴⁰

Dari sini kita bisa melihat konstruksi realitas atas berita kejahatan jelas tidak luput dari distorsi. Apalagi dalam program tayangan *infotainment* yang sering kali lebih kuat pada unsur hiburannya tidak menutup kemungkinan terjadi *false and distorted information* (informasi palsu dan terdistorsi) sehingga merugikan pihak-pihak tidak bersalah. Perlu ditegaskan bahwa selama ini belum ada mekanisme rehabilitasi korban pemberitaan yang salah. Memang ada mekanisme penyampaian hak jawab sebagai bagian dari *rights of correction, right to reply*, dan *right to explanation* (hak koreksi, hak jawab, dan hak untuk penjelasan). Tetapi untuk kasus dalam tayangan *infotainment* melalui media televisi pada praktiknya nyaris tidak mungkin dilakukan mengingkat terbatasnya ruang dan jam tayang. Padahal, menurut James Lull (1998), televisi mempunyai kemampuan yang tiada taranya untuk memperlihatkan, mendramatisasi, dan mempopulerkan potongan-potongan kecil fragmen kultural dari informasi. Atau, menurut Martin

⁴⁰ Guru Besar Kriminologi FISIP UI, Tb Ronny Rahman Nitibaskara, meminjam teori definition and dramatization of evil dari Frank Tannenbaum, untuk menjelaskan bahwa proses pemberitaan buruk tersebut dapat dikategorikan sebagai proses "penciptaan" penjahat. Mula-mula seseorang diberitakan melakukan kejahatan, kemudian didefinisikan sebagai pelanggar hukum, ditunjukkan korbannya, dan dicari alasan-alasan yang dapat membenarkan bahwa orang tersebut pantas melakukan kejahatan. Semua label tersebut disiarkan secara luas, dan terkadang dilakukan berkali-kali sehingga membuat yang bersangkutan menyerah dan akhirnya menerima tanpa perlawanannya semua tudungan tersebut. Ringkasnya, apa yang digambarkan buruk oleh media merupakan hukuman tanpa perlawanannya. Anehnya, "hukuman" media ini juga tidak jarang dinikmati oleh aparat penegak hukum. Lihat Tb Ronny Rahman Nitibaskara, T. R. R. (2008). Berita kejahatan di tengah persaingan industri televisi, dalam *Suara Pembaruan*, 28 Mei.

Esslin (1982), televisi menjadi cermin retak atau fragmen-fragmen realitas kehidupan yang tidak utuh.

Karena itu, siapa pun yang dikonstruksi di media televisi dengan citra tertentu, tanpa ada usaha mengubah citra itu, berarti menerima tanpa syarat apa yang digambarkan oleh tayangan itu. Ini akan semakin kuat efeknya, terutama apabila gambar dijadikan bukti faktual. Oleh karena itu, tak jarang gambar yang tersaji di televisi—yang telah melalui proses seleksi itu—alah-alah dianggap sebagai sensasi atau sekadar berita, malah dipandang sebagai fakta objektif. Padahal jelas pemilihan gambar, penayangan kasus, penentuan fokus kamera sangat fragmentatif. Ada kejadian-kejadian yang dimuat dan ada yang tidak. Ada fakta-fakta yang ditonjolkan dan ada juga yang disamarkan. Di sinilah proses konstruksi realitas berita bermain untuk mendefinisikan mana yang layak berita dan mana yang tidak. Mana yang layak kamera dan mana yang tidak. Televisi menjadi bagian dari produser realitas yang secara halus mendiktekan kriteria kehidupan dalam dunia hiburan di mana hal-hal yang luar biasa dan tidak biasa terus-menerus dikonstruksi, direkonstruksi, dan didaur-ulang dalam bisnis *infotainment*.

Kekhawatiran melihat kian maraknya tayangan kekerasan dan kriminalitas pada stasiun televisi memang beralasan. Daya tarik pemirsa terhadap *infotainment* bernuansa kejahatan telah dan sedang menjadi ladang bisnis yang tidak habis-habisnya digali dan didaur-ulang. Bahkan, dari kacamata kriminologi pun, tayangan-tayangan seperti itu senantiasa perlu diawasi oleh karena setiap penciptaan realitas mengenai kejahatan mengandung banyak bahaya (Nitibaskara, 2008). Apalagi dalam konteks persaingan media, di mana masing masing sedang berlomba untuk menyajikan siaran *live* atau *reality show* (Andrejevic, 2004; Holmes & Jermyn, 2004; Hill, 2005). Gambar kejadian diambil tanpa proses penyutradaraan. Pemirsa seolah-seolah diajak berada dan merasa terlibat di tengah-tengah peristiwa maka dramatisasi efek sengaja dihadirkan ke benak pemirsa, tanpa peduli apa yang bakal terjadi kemudian.

Dalam hal kasus tayangan *infotainment* bernuansa kriminalitas dan kekerasan, tampak ada logika yang umum dalam kinerja jurnalisme populer untuk melakukan semacam selebritisasi korban dan pelaku

kekerasan. Pemberitaan dan tayangan kasus-kasus kekerasan dan kriminalitas yang melibatkan kalangan selebritas jelas mengandalkan logika ini. Personalisasi tayangan juga menjadi cara *infotainment* menimbulkan efek dramatis dan rasa simpati terhadap korban dan bahkan juga pelaku kriminalitas. Tak jarang seorang selebritas yang jelas-jelas terlibat dalam suatu kasus kriminalitas (misalnya, penggunaan narkoba) justru ditayangkan berulang-ulang, bukan pada kasusnya, tetapi kehidupan pribadinya sehari-hari, kesedihan istrinya yang digambarkan tabah dan cantik, dan suka-duka kolega atau kerabatnya, yang berkisah tentang ‘kebaikan’ hidup si artis pelaku kriminalitas tersebut. Efeknya, jelas terjadi pengalihan isu yang tak di sengaja, bahwa persoalan pribadi adalah satu hal, dan tindakan kriminalitas yang dilakukan adalah hal yang lain. Namun, jelas dengan konstruksi pemberitaan seperti itu bukan mustahil menggiring persepsi pemirsa untuk melihat bahwa batas menjadi ‘orang baik’ dan ‘orang jahat’ menjadi kabur dalam tayangan *infotainment* yang hanya mengandalkan ‘logika SKS’ (sensasi, seks, dan kekerasan).

Industri horrortainment jelas menggunakan ‘bingkai SKS’ untuk mengkonstruksi kasus-kasus yang melibatkan orang-orang terkenal. Ada beberapa cara yang mereka lakukan untuk mendukung konstruksi realitas tayangan *infotainment* yang menurut pengelolanya harus dibuat sedemikian rupa agar terlihat menghebohkan dan bisa bertahan lama di tengah-tengah tekanan rating dan desakan persaingan televisi.

Pertama, dramatisasi kekerasan. Tak jarang drama penganiayaan direkam secara rinci dan ditayangkan secara lengkap, tak peduli apa maknanya bagi pemirsa yang tak terlibat dalam kasus tersebut. Mereka mencari dan mengonstruksi sisi-sisi yang dianggap sebagai puncak sensasi dari seluk-beluk perkara kejadian.

Kedua, banalisa faktta, pendangkalan peristiwa. Fakta dibaurkan dengan opini. Kejadian sesungguhnya dicampur dengan imajinasi wartawan, presenter, atau produser beritanya. Keinginan untuk menggali lebih dalam fakta, dikalahkan oleh godaan sensasi dan kejar jam tayang.

Ketiga, konstruksi diskursif. Konstruksi dalam hal pemilihan kosakata atau bahasa untuk melukiskan. Mereka melakukan apa

yang dalam pendekatan konstruksi sosial disebut sebagai “konstruksi diskursif”. Mereka menggunakan kata-kata yang di luar dari konvensi umum, agar bisa mendramatisasi peristiwa seheboh mungkin.

Keempat, konstruksi sudut pandang. Konstruksi dalam hal pengambilan sudut pandang pemberitaan. Mereka mengambil sudut pandang dari kacamata logika jurnalisme umumnya dianggap kontradiktif. Marcella semakin dilihat dari sudut fisikal (wajah) dan Agung semakin dilihat dari orientasi seksualnya.

Kelima, konstruksi material. Konstruksi dalam hal visualisasi penggambaran kejadian. Dalam kacamata konstruksi sosial dikenal apa yang biasa disebut sebagai “konstruksi material”. Di sini materi-materi peristiwa dikumpulkan sebanyak-banyaknya, dipilah mana yang paling sensasional, dan setelah itu ditayangkan dengan seheboh-hebohnya.

Keenam, konstruksi citra. Konstruksi dalam hal pelukisan orang-orang yang terlibat. Dalam perspektif konstruksi sosial dikenal sebagai “konstruksi citra”. Tayangan infotainment dengan sengaja menggambarkan sosok secara paradoks: cantik-kejam atau korban-penipu. Citra itu dibangun untuk menimbulkan imaji dalam bisnis hiburan yang mengutamakan hal-hal yang kontradiktif sebagai menu utama dalam proses dramatisasi dan sensationalisasi tayangan tersebut.

Ketujuh, Konstruksi kasus dan korban kekerasan dalam format hiburan. Konstruksi dalam hal pencampuran fakta kekerasan dan logika hiburan merupakan puncak dari logika tayangan *horrorainment*. Di sini batas antara keseriusan dan main-main menjadi kabur, leburnya batas antara logika hukum dan logika hiburan menjadi gamblang ketika fungsi seorang pengacara atau penasihat hukum berubah menjadi juru bicara korban atau pelaku dalam tayangan infotainment. Mirip dengan kebiasaan sebagian selebritas (artis, ulama, bahkan intelektual) yang merasa perlu melakukan konferensi pers untuk menyatakan kekisruhan rumah tangga mereka dan kesiapan mereka untuk bercerai atau melakukan poligami. Sementara pada saat yang sama berkelebat pula gambar-gambar yang menunjukkan kenyataan sebaliknya, mereka digambarkan dalam keadaan mesra, nyaris tak ada angin kecil yang terlihat bakal mengguncang bahtera rumah tangga mereka. Apakah

yang mereka cari sekadar sensasi, sekadar untuk tetap masuk tayangan *infotainment*, hitung-hitung nanti bakal ada pengiklan yang mau order.

Kedelapan, Pencampuran fakta dengan gosip dan opini bahkan imajinasi. Logika *infotainment* yang paling mendasar adalah ketika dengan canggih mereka berhasil meyakinkan pemirsa bahwa tak ada lagi batas yang jelas antara fakta, gosip, opini, dan imajinasi produser acara. Di sini tayangan kriminalitas dan kekerasan terutama yang bernuansa seksual bukan lantas menjernihkan masalah, tetapi malah menggeruhkan masalah.

Baru apa yang pernah dikemukakan Golding & Murdock (1996: 11), media paling tidak sebagian bisa dikatakan ikut membentuk “citra dan wacana melalui mana orang memahami dunianya.” (*the images and discourses through which people make sense of the world*). Akan tetapi, para pemirsa televisi, misalnya, mungkin tidak hanya menafsirkan apa yang mereka saksikan secara sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan oleh para produser televisi, mereka mungkin benar-benar mengabaikan pesan tersebut demi sekadar menikmati citranya (Hobart, 1999: 281).

Kini ketika zaman pasar mendikte negara, ruang publik bergeser fungsi menjadi ruang iklan. Publikasi kepentingan privat mengatasnamakan kepentingan rakyat mengepung ruang privat. Di era ini memang media tak lagi sepenuhnya melayani propaganda, tetapi ia menjadi panggung bagi kepentingan kapital. Dalam konteks ini, informasi kekerasan dan kriminalitas tak luput menjadi komoditas berita. Komodifikasi isu-isu kekerasan dan kriminalitas yang melibatkan artis-selebritas adalah jualan yang mudah dan murah, terutama ketika kriteria kualitas kehidupan beradab mengalami pemerosotan. Keburukan dan kejahatan dirayakan dan dipertontonkan, sementara kebaikan dan kebijakan disembunyikan, karena dianggap ketinggalan zaman dan tidak menimbulkan sensasi.

Tak heran, kalau Hardiman (2008) menyebut media sudah cenderung menjadi “fasistik”. “Entertainment menjadi cuci otak untuk patuh pada impian hasil rekayasa rezim media itu,” kata Hardiman. Dalam bingkai *infotainment*, dimana politik menjadi panggung yang dikonstruksi media, janji negara untuk kesejahteraan juga dirasa

tak perlu menjadi *reality* karena cukup dipamerkan sebagai *show*. Parlemen berubah dari institusi perdebatan publik menjadi lembaga *show* untuk para selebritas partai, dan juga forum-forum dialog begitu cepat menyulap keluhan-keluhan warga menjadi *entertainment* penuh gelak tawa.⁴¹

Uraian bab ini sampai pada kesimpulan bahwa kejahatan dan kriminalitas adalah sesuatu yang nyata. Tayangan kekerasan adalah konstruksi atas realitas kekerasan di media dalam bentuk wacana atau citra. Tayangan kekerasan dalam format dan bingkai hiburan jelas menyebabkan distorsi pemberitaan, oleh karena itu, berbagai proses seleksi yang berlangsung dalam ruang pemberitaan sedikit-banyak menggambarkan kuatnya pengaruh ekonomi politik media yang bersangkutan.

Wajah kekerasan dalam tayangan *infotainment* menggambarkan bagaimana pelaku media menegosiasiakan makna berita kekerasan di tengah-tengah tekanan rating dan desakan persaingan media, yang membuat pertimbangan kapital menjadi primadona. Potret dan pelukisan kasus-kasus kekerasan dan kriminalitas yang ditayangkan media tidak hanya memengaruhi persepsi khalayak terhadap fakta dan makna kekerasan, tetapi juga mengubah kasus kekerasan itu menjadi komoditas. Ketika kekerasan menjadi komoditas *infotainment* maka yang menjadi korbannya adalah hampir semua pihak yang terkait dengan kasus tersebut, baik pelaku atau pun korbannya.

Dalam hal tertentu, ini menunjukkan bahwa kejahatan dunianyata (*real-life crime*) menjadi program unggulan, seakan melengkapi program-program realitas klenik (*supernatural reality*) yang hadir sebagai saudara-tuanya. Ini sedikit-banyak merefleksikan realitas yang lebih luas dalam budaya bangsa ini bahwa dunia mistik dan kejahatan

⁴¹ Menurut Hardiman, dalam kehidupan politik yang seringkali berubah menjadi *reality show* dan *reality show* yang beralih menjadi politik itu, “fasisme” media berutang budi pada penduduk yang dalam keseharian bertubi-tubi dikecewakan oleh politik, mengabaikannya dan lalu menjerumuskan diri ke dalam impian terad-ministrasi itu. Mungkin itulah sebabnya bisnis tayangan infotainment laris-manis. Lihat Hardiman, F. B. (2008). ‘Fasisme’ media dalam demokrasi sms (acara kontes Tv-3). *Kompas*, 6 April.

begitu dekat dengan kehidupan, hadir begitu meriah, dan dengan menawan dibawakan oleh para presenter yang berparas cantik.

Seiring dengan kerapnya kasus kriminalitas dan kekerasan yang menimpa artis-selebritas maka aneka tayangan tindak kekerasan semakin lumrah dalam industri *infotainment*. Ini bisa jadi membuat khalayak terbiasa sehingga merasa nyaman, tumpul rasa, miskin empati, atau tak hirau dengan nestapa dan derita yang terjadi di sekitarnya.

Dalam psikologi media, efek semacam itu biasa disebut sebagai “desensitisasi”. Ketika seorang menjadi pecandu berat *infotainment* kekerasan dan kriminalitas, bisa jadi lambat-laun akan melunturkan kepekaannya, tidak hanya terhadap fakta kekerasan yang terjadi, tetapi juga bahkan pada makna sesungguhnya dari kata kekerasan itu. Tentu saja, ada faktor latar belakang pribadi dan konteks sosio-budaya yang juga perlu dipertimbangkan ketika berbicara tentang efek media kekerasan.

Akan tetapi, jelas bahwa fenomena tayangan kekerasan dan kriminalitas yang dibingkai dengan kemasan dan format hiburan *infotainment* bisa berakibat secara halus tetapi mendalam. Tayangan-tayangan semacam itu sesungguhnya sedang meneror psikologi massa dengan kekerasan dan kebrutalan yang banal dengan cara-cara yang menghibur dan menina-bobokan. Ia hadir menyapa di kala pemirsanya sedang bersandar mengisi waktu luang dalam ruang keluarga yang mulai digantikan atau berbaur dengan ruang televisi.

Maraknya tayangan *infotainment* kriminalitas dan kekerasan di televisi dan di platform media sosial tidak hanya menjadi tantangan bagi gagasan ideal mengenai praktik-praktik jurnalistik profesional. Ia juga mencerminkan tantangan etis bagi media arus-utama dan media sosial untuk menetapkan pedoman bagi standar-standar tayangan yang baik dan berkualitas dalam batas-batas yang memungkinkan daya-daya kreatif tetap berkembang, tanpa mengabaikan unsur-unsur etis dan estetis dalam masyarakat tontonan yang beradab.

buku ini tidak diperjualbelikan

BAGIAN III: HEDONISME DAN BUDAYA MEDIA DI RUANG PUBLIK

buku ini tidak diperjualbelikan

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB XII

Televisi Hedonis, “Makanan Surga” dari Hollywood

“Narasi televisi sekuler merupakan suara nubuat bagi kebudayaan yang lebih luas; mereka menafsirkan dunia di sekitar kita dan meritualisasikan pengalaman kita.”

(Quentin J. Schultze)

“Televisi adalah makanan surga dari Hollywood!” Demikian kira-kira apa yang dimaksudkan oleh Quentin J. Schultze, seorang professor seni dan ilmu komunikasi dari Calvin College, Amerika Serikat, seperti judul bukunya, *Television: Manna from Hollywood?* (1986). Televisi dipandangnya telah menjelma lebih dari sekadar produk teknologi, tetapi juga adalah suatu “bentuk budaya” (*cultural form*), sebagaimana dimaksudkan oleh kritikus budaya terkemuka, Raymond Williams dalam bukunya, *Television: Technology and Cultural Form* (1974).

Apakah dengan menyebut televisi sebagai “‘manna’ atau santapan surga dari Hollywood”, Schultze terkesan berlebihan dan membesar-besarkan pengaruh yang dibawa oleh televisi terhadap pemirsa, yang disebutnya sebagai “generasi baru televisi”? Dalam pandangan Schultze (1990), sebagaimana dipetik di awal bab ini, “Narasi televisi sekuler merupakan suara nubuat bagi kebudayaan yang lebih luas; mereka menafsirkan dunia di sekitar kita dan meritualisasikan pengalaman kita”.

Dengan berpikir lebih kritis dalam menyikapi kemajuan yang dicapai dunia televisi dan sejauh mana pengaruhnya bagi kehidupan, mungkin pendapat kita tidak akan banyak berbeda dengan Schultze. Apalagi kalau menelusuri sejarah ke belakang. Lebih dari tujuh dasawarsa yang lalu, ilmuwan politik, Harold D. Laswell (1948), pernah mengemukakan bahwa media massa telah menggantikan katedral dan gereja di masa lalu sebagai guru bagi anak muda masa kini.

Kemudian, George Gerbner dan Kevin Conaly (1978), dalam esainya *The New American Religion*, mengatakan bahwa televisi benar-benar telah merampas hak-hak istimewa agama tradisional dalam membantu para penganutnya mendefinisikan realitas. Televisi, menurut mereka, telah menjadi “agama baru” di abad media. Kemudian, dengan nada parodi, Billy Graham (1983), seorang *televangelist*, dengan yakin berkata, “*I can preach to more people in one night on TV than perhaps Christ did in his entire time*” (Saya bisa berkhutbah kepada lebih banyak orang dalam semalam di TV daripada yang mungkin telah dilakukan Kristus dalam seluruh hidupnya).

Sebagai bentuk budaya dan dengan karakter budaya visualnya, kehadiran televisi telah membawa konsekuensi-konsekuensi budaya yang mendalam. Karena itu, di mana pun kehadiran “kotak ajaib” ini di muka bumi, ia senantiasa memancing kontroversi. Televisi dipuja dan sekaligus dikecam. Tak jarang ia juga digunakan oleh rezim otoriter sebagai corong propaganda dan dikuasai oleh segelintir elit penguasa dan pengusaha untuk menjaga citra diri di mata publik dan sebagai aparatus *public relations* (PR) untuk menjaga kepentingan citra kekuasaan dan bisnisnya.

Perkembangan kemudian menunjukkan bahwa para politisi sudah berbondong-bondong memanfaatkan potensi televisi sebagai media kampanye dan iklan politik.⁴² Televisi benar-benar menjadi kanal

⁴² Untuk langkah awal mencermati perlombaan menuju kursi nomor satu di Republik ini misalnya terekam dalam salah satu laporan majalah periklanan, *Cakram*, edisi No. 236, Oktober 2003. Sebagai salah satu contoh, Surya Paloh, bos H.U. *Media Indonesia*, menurut sumber *Cakram* telah mengeluarkan dana sebesar Rp 5 miliar untuk menopang keperluan kampanyennya sebagai bakal calon presiden dari Partai Golkar. Untuk lebih jauh lihat laporan utama, “Gerilya promosi calon presiden”, *Cakram*, *ibid.*, hlm. 9–20.

politik di ruang keluarga. Pengetahuan masyarakat di negara maju mengenai informasi politik sebagian besar diperoleh lewat televisi. Cobalah lihat, mulai Pemilu 2004 silam, Surya Paloh sering tampil di MetroTV dengan tebaran senyumannya, Amien Rais juga hadir ke acara semacam Akademi Fantasi Indosiar, Susilo Bambang Yudoyono juga “beriklan” dan bersenandung di televisi lewat imbauan soal keamanan Pemilu, Megawati pun tak perlu lagi ragu mengucapkan selamat tahun baru bagi etnis Tionghoa di televisi, sekalipun secara visual masih terlihat agak kaku. Tentu saja, masih ada sejumlah elit politik di Jakarta yang rajin tampil di televisi, sekalipun harus membayar mahal, tidak lain demi *image building* atau pembentukan citralah sebenarnya yang menjadi latar itu semua.

Tampaknya para politisi di tanah air kini mulai berkiblat ke pemilu seperti di Amerika Serikat di mana calon presiden menjadi seperti “produk kemasan” yang dirancang secara apik oleh tim pengiklan dan praktisi PR yang sangat profesional. Bahkan, tak jarang para politisi pun, sadar atau tak sadar, telah dijadikan “figur entertainer” (penghibur), layaknya para selebriti yang harus mengemas diri untuk tampil di panggung media. Tentu saja, masuknya artis ke panggung politik adalah hal yang menarik. Namun, pasti masih menarik dibandingkan dengan politisi yang masuk panggung hiburan. Apalagi sampai menjadikan pentas politik atau parlemen sebagai panggung hiburan.

Dengan diterapkannya sistem pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung sejak Pemilu 2004, perkara pencitraan dan manajemen kesan di hadapan publik kian menjadi faktor penting untuk menarik simpati massa dan pada gilirannya untuk meraih suara sebanyak-banyaknya.⁴³ Jelas televisi adalah media pencitraan yang

⁴³ Dalam konteks ini penulis merasakan sekali euforia ini. Bahkan beberapa kali penulis mendapat tawaran dari sejumlah tim sukses bakal calon presiden yang akan bersaing pada Pemilu 2004 untuk menjadi anggota Tim Kampanye mereka. Sampai naskah buku ini dirampungkan setidaknya saya sudah mendapatkan tawaran dari lima tim sukses dari lima bakal calon presiden. Sebagian besar menawarkan keterlibatan dalam bidang-bidang seperti *media relations*, *speech writer*, kampanye publik, atau singkatnya pencitraan. Saya melihat bidang ini akan menjadi lahan yang menantang bagi para teoretisi dan praktisi komunikasi di tanah air.

kuat, karena terbukti dalam berbagai momen yang cukup penting dan dramatis, televisi sangat sering dimanfaatkan untuk membangun atau memanipulasi citra, sekalipun media sosial dan media digital mulai mendominasi juga. Hal ini sudah banyak diperbincangkan oleh para pengkaji budaya dan media. Bahkan, di antara kritikus budaya yang kini dikenal sebagai pemikir kajian budaya (*cultural studies*) menyebut televisi telah berhasil membangun “kejayaan citra” (*triumph of the image*) (Mowlana et al., 1992).

A. Budaya Simbolik Pasca-Orde Baru

Kalau kita melihat kilas balik sejarah perkembangan industri televisi di tanah air, terutama dalam sepuluh tahun setelah kemunculan TV swasta, kita akan melihat bagaimana berlangsungnya pergeseran yang mendasar dalam budaya simbolik dari Orde Baru ke Pasca-Orde Baru. Sebagaimana kita tahu, sebelum 1990-an, tembok kekuasaan Orde Baru begitu kokoh. Dengan kepiawaianya, rezim ini membatasi media dan menjadikan TVRI sebagai satu-satunya corong propaganda dan media ritualisme pernyataan pejabat serta acara seremonial negara. TVRI seperti mengemban misi suci sebagai “TV pembangunan” dan untuk menokohkan Presiden Soeharto sebagai “Bapak Pembangunan”.

Setelah Orde Baru runtuh, merekah pula harapan akan berlangsungnya reformasi politik informasi yang lebih memberikan suara bagi rakyat dan terbukanya ruang publik bagi suara-suara alternatif yang memberdayakan wacana politik masyarakat (Budiman et al., 1999). Namun jangan lupa, rezim Orde Baru memang terlalu cerdas, terutama ketika ia mulai membuka belenggu monopoli televisi dan mengintegrasikan sektor televisi ke dalam ekonomi pasar, ia justru hanya memberi izin pendirian televisi swasta kepada kroni rezim. Cobalah cermati siapa nama-nama sebenarnya pemilik modal di balik pendirian televisi-televizi swasta di tanah air. Dengan sekali pukul saja bisa dikatakan bahwa mereka adalah anak, keluarga, atau kroni Soeharto juga.

Dalam konteks historis ini kita harus memahami ekonomi politik di balik beroperasinya beberapa stasiun televisi swasta di tanah air dan bagaimana politik pemberitaannya. Dan, dalam konteks ini pula

kita bisa memahami bagaimana pergeseran budaya simbolik setelah dominasi TVRI mulai memudar di mata masyarakat.

Pergeseran yang tampak menyolok adalah proses “ideologisasi” televisi yang semula secara sadar dilakukan rezim Orde Baru telah digantikan oleh proses “kapitalisasi” televisi yang secara tidak sadar dilakukan rezim-rezim pasca-Orde Baru. Secara simbolik, kita menyaksikan kebangkitan dan kian menguatnya “TV hedonis” menggantikan “TV ideologis”. Pakar komunikasi dari Universitas Padjadjaran, Deddy Mulyana, menggambarkan dengan bagus pergeseran budaya visual ini, ketika ia mengatakan bahwa kalau dulu televisi menjadi saluran propaganda penguasa maka setelah 1990-an, televisi adalah sarana untuk mempromosikan gaya hidup hedonistik (Mulyana, 2000).

Kalau TV ideologis mengajarkan masyarakat supaya menjadi warga negara yang baik dan patuh kepada penguasa maka TV hedonis mengajarkan masyarakat supaya suka berbelanja dan pandai memanfaatkan waktu luang untuk bersenang-senang, berhura-hura, atau bahkan berpoya-poya. Tak ayal lagi, kini TV hedonis menguasai lingkungan simbolik kita. Kalau TV ideologis didominasi oleh tayangan acara resmi dan pernyataan birokrat maka TV hedonis didominasi oleh gosip dan acara remeh-temeh aktivitas dan kehidupan artis dan selebritas. Bila dalam TV ideologis, masyarakat dicekoki oleh pesan-pesan pembangunan maka dalam TV hedonis, masyarakat diteror oleh pesan-pesan iklan.

Singkat kata, TV ideologis mengajarkan budaya afirmatif dan konformistik, TV hedonis menganjurkan budaya permisif dan konsumtif. Tak heran, menurut seorang peneliti TV dari Australia, Philip Kitley (2000), “Televisi menyebarkan secara luas sajian gaya hidup, gaya perilaku, dan representasi diri lebih daripada yang sudah-sudah”.

B. Promosi Gaya Hidup Hedonis

Untuk memahami promosi gaya hidup hedonis yang secara terus-menerus dijejaskan kepada pemirsa lewat media, khususnya televisi, kita bisa menggunakan pemikiran beberapa kritikus budaya yang

menjelaskan kaitan antara kemunculan kelas menengah baru dan praktik konsumsi dalam masyarakat konsumen.

Gejala perkembangan kelas menengah baru biasanya ditandai dengan usaha menegaskan identitas diri lewat penggunaan barang-barang konsumsi. Menurut Mike Featherstone (1991), kelas menengah baru bisa dibedakan dari yang lain oleh pengejaran mereka terhadap gaya hidup bebas dan ekspresif. Promosi gaya hidup ini paling nyata terlihat di dunia media, desain, dan mode. Gaya hidup ini membungkus manifestasi cita-cita kesadaran sosial baru yang mempersoalkan perbedaan yang tajam antara kerja dan kesenangan.

Pierre Bourdieu (1984), menyatakan bahwa kelas menengah baru menemukan para juru bicara yang bersemangat dalam diri para direktur dan eksekutif perusahaan pariwisata dan jurnalisme, penerbitan dan bioskop, mode dan periklanan, dekorasi dan pengembangan properti. Identitas kelas menengah ini juga dikembangkan dan dipromosikan melalui peniruan gaya hidup kelas atas. Akan tetapi, dikatakan juga bahwa konsumsi bukan hanya didorong oleh hasrat terhadap status; bahwa rangsangan untuk meniru bukan satu-satunya mesin permintaan konsumen, tetapi juga didukung oleh hedonisme, eskapisme, fantasi, dan hasrat akan sesuatu yang baru.

Dalam masyarakat konsumsi, senantiasa muncul pencarian abadi terhadap sesuatu yang baru, karena hasrat hedonistik konsumen modern yang selalu berubah dan tidak pernah terpuaskan. Siklus terus-menerus terhadap harapan yang tak jarang berbuah kekecewaan ini menjelaskan sifat konsumsi modern yang tak pernah terpuaskan dan tak ada habis-habisnya sehingga orang terus-menerus ingin belanja sampai mereka lelah.

Kelompok kelas menengah baru ini meyakini moralitas hedonistik sebagai sebuah tugas. Menurut Colin Campbell (1989), hedonisme modern ditandai keinginan untuk mewujudkan kesenangan-kesenangan yang diciptakan dan dinikmati melalui imajinasi ke dalam kenyataan. Keinginan inil menyebabkan praktik konsumsi yang tiada hentinya terhadap sesuatu yang baru.

Menurut Bourdieu (1984), logika ekonomi baru menolak etika asketis produksi dan akumulasi, menolak pantangan, ketenteraman,

penyisihan dan perhitungan, mendukung moral hedonistik terhadap konsumsi kredit, pengeluaran dan kesenangan. Ekonomi ini menuntut suatu dunia sosial yang menilai orang hanya dari kemampuan konsumsi, standar hidup dan gaya hidup mereka, sama dengan kapasitas mereka untuk produksi.

Saat ini moralitas hedonistik diajarkan dengan begitu menawan oleh karakter-karakter fantasi dalam program-program televisi dan dunia digital yang menawarkan gaya hidup yang serba mewah, serba wah, serba kemilau, serba menyenangkan. Siapakah yang tidak akan terlena oleh godaan figur-firug simbolik yang menawarkan aroma “santapan surga” dari Hollywood ini?

C. Desensitisasi dan Masyarakat “Mati Rasa”

Lalu, bagaimana memahami kaitan antara zaman emas TV hedonis dengan fenomena menguatnya “desensitisasi”. Untuk itu, kita perlu melihat pengaruh atau efek media terhadap khalayaknya. Salah satu teori yang cukup dikenal dalam penelitian mengenai efek media adalah teori belajar sosial (*social learning theory*). Salah satu tokoh penganjurnya adalah Albert Bandura, lewat bukunya *Social Learning Theory* (1977). Menurut Bandura, teori ini menjelaskan bagaimana orang belajar dari pengalaman langsung atau dari pengamatan (mencontoh model). Orang belajar dari apa yang ia baca, dengar, dan lihat di media, dan juga dari orang lain serta dari lingkungannya.

Diterapkan pada kajian efek media, teori belajar sosial memperkirakan bahwa tindakan antisosial atau prososial dapat dipelajari lewat menonton film atau televisi. Model ini lebih jauh memandang bahwa orang yang menyaksikan tindakan antisosial secara berulang-ulang akan lebih memungkinkan mereka melakukan tindakan ini dalam kehidupan nyata. Selain itu, juga akan menyebabkan fenomena “desensitisasi” (*desensitization*), yakni bahwa orang yang sangat banyak diterpa oleh informasi atau citra kekerasan dan tindakan antisosial akan menjadi kurang cemas akan akibatnya.

Desensititasi juga disebabkan luberan informasi hedonistik yang ditayangkan setiap hari lewat televisi atau digital sehingga membuat masyarakat kian merosot dan tumpul sensitivitas atau kepekaannya

terhadap kenyataan. Di layar kaca, kekerasan menjadi kesenangan, ejekan menjadi gelak tawa, penghinaan menjadi hiburan, dan penderitaan menjadi tontonan.

Kita pun menjadi masyarakat yang “mati rasa”. Kita kehilangan empati dalam berperilaku dan berbahasa. Para pengelola televisi pun tampaknya bisa kehilangan empatinya terhadap nasib sebagian besar pemirsanya. Kita senang memamerkan kemewahan hidup dalam mimpi-mimpi iklan rumah mewah, tetapi kita kehilangan empati terhadap kaum miskin yang suaranya kurang mendapatkan tempat yang layak di media. Kita lebih senang membuat sinetron dengan latar perumahan mewah, dengan bintang serba bermobil mewah, berdasir, krang-kring dengan telepon seluler terkini, berbicara remeh-temeh tentang kecengengan cinta keluarga kelas menengah, ketimbang mengangkat nasib kaum bawah. Kita membuat kuis yang menawarkan janji-janji mandi uang dan mandi hadiah justru ketika keterpurukan ekonomi sedang menghempaskan banyak rakyat bawah. Kita baru sebatas bangga membuat program acara gosip dan *ngerumpi* artis, daripada merekam denyut nadi perjuangan hidup para pengemis dan pemulung.

Desensitisasi disebabkan figur fantasi TV hedonis ini juga bisa dilihat dalam industri humor. Kita bisa melihat betapa masyarakat bawah dan buruh kecil masih sering menjadi bahan olok-olok dan dagelan para pelawak di televisi. Padahal mungkin kebanyakan di antara mereka adalah pemirsa acara itu. Para sopir angkot, pembantu rumah tangga, satpam, tukang becak, tukang ojek, petani, buruh kecil adalah golongan masyarakat yang masih menjadi bahan ejekan untuk sindiran atau untuk merendahkan lawan bicara. Dengan begitu kita semua, para pemirsa pun, ikut tertawa. Bukan karena lucu, tetapi karena tidak lucunya. Rupanya, kecerdasan pelawak kita tampaknya baru sebatas keberanian memparodikan perilaku orang kecil, daripada memparodikan kegenitan gaya hidup anak, istri dan keluarga para pejabat. Bahkan terkesan masih ada profesi-profesi yang dianggap istimewa sehingga tidak berhak dikritik.

Akhirnya, bersama budaya simbolik yang dibawa layar kaca, kita sedang melahirkan sebuah generasi yang belajar menghubungkan

citra dan informasi kekerasan, penderitaan, dan kemiskinan dengan kesenangan. Karena terus-menerus dijejali dengan informasi seperti itu, lambat laun hati kita pun bisa kian mengeras dan menumpul sehingga empati terhadap korban, rasa sakit, dan penderitaan pun mungkin perlahan pudar dari hati yang paling dalam.

Kecenderungan acara-acara televisi menayangkan, menanamkan, dan mempromosikan gaya hidup hedonis di kalangan sebagian pemirsa yang tidak kritis bisa berakibat pada munculnya generasi konsumtif daripada generasi produktif. Kemudian, promosi gaya hidup ini juga mengabaikan kenyataan bahwa sebagian besar pemirsa televisi adalah kalangan masyarakat yang mungkin tidak mampu menjangkau gaya hidup yang ditawarkan dalam tayangan itu.

Bukankah kita iklan-iklan rumah mahal, mobil mentereng, dan barang mewah justru ditonton sebagian masyarakat yang dalam tahap berjuangan memenuhi kebutuhan harian untuk bertahan hidup. Potret kesenjangan ini menggambarkan sisi lain dari bagaimana media membangun harapan dan fantasi dalam ruang keluarga. Harapan hidup yang tak terjangkau itu bisa jadi menimbulkan kecemburuan atau mungkin juga frustrasi, yang suatu saat bisa menjadi pemicu ketegangan sosial jika ada kondisi sosial politik yang memicunya.

Kita juga masih sering menyaksikan tumpulnya empati di kalangan beberapa pembawa acara atau presenter di televisi. Misalnya, muncul pertanyaan mengapa masih ada saja di antara para penyiar atau presenter di televisi kita yang tetap senyum cengar cengir sekalipun ia sedang membacakan berita mengenai bencana, kerusuhan, kemalangan, penderitaan, kemiskinan, kekerasan, atau perang yang mungkin telah menyebabkan banyak orang kecil menderita dan nyawa melayang. Mengapa? Barangkali memang karena mereka adalah bagian dari generasi baru TV hedonis yang hanya diajari bagaimana agar tetap selalu tampil terlihat necis, kinclong, segar, prima, kritis, dan menawan di layar kaca. Namun sayangnya, kurang dibekali pemupukan rasa empati yang seharusnya juga terekspresi di wajah terutama saat seorang pembaca berita atau presenter sedang memberitakan masalah luka, derita, dan nestapa kemanusiaan.

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB XIII

Krisis Demokrasi dan Komodifikasi Budaya Televisi

“Para pemirsa TV menjadi paket komoditas yang dibeli oleh para pengiklan.”

(Dallas Smythe)

Televisi, sebuah benda perabot rumah tangga yang ditempatkan secara khusus di salah satu sudut ruang dalam rumah kita, barangkali adalah produk kemajuan teknologi yang paling banyak memperoleh “gelar”, seperti “jendela dunia” (*window of the world*), “kotak ajaib” (*miracle box*), “kotak dungu” (*stupid box*), “orang asing” yang akrab dengan anak-anak, atau juga “sahabat keluarga” di kala suka maupun duka, atau bahkan “setan jahat”, seperti judul buku Jean Baudrillard, *The Evil Demon of Images* (1988).

Televisi bisa pula dikatakan sebagai “anak ajaib” industrialisasi yang dikandung oleh ibu modernitas. Sebagai hasil kemajuan teknologi, televisi tidak punya jenis kelamin, tetapi konon ia memainkan ideologi gender secara amat halus. Sekalipun tak jarang pula ia mempertontonkannya begitu telanjang di ruang keluarga. Bahkan, bagi para penganut “anthropomorfisme teknologi”, televisi dimetaforakan seperti “makhluk” hasil produk teknologi yang kini membalik logika: Kalau dulu “Manusia yang menonton TV”, tetapi kini “TV-lah yang menonton manusia”. Karena itu, “*Kill your TV?*”, demikianlah salah satu esai dari penyair Afrizal Malna.

Menurut pemikir *post-structuralist* Prancis, seperti Baudrillard, dalam tingkat tertentu televisi tidak hanya menjadi objek tontonan manusia, tetapi televisi-lah justru yang telah menonton Anda (“*TV watches you!*” demikian kata Baudrillard). Untuk tingkat tertentu, televisi bahkan telah “menertawakan” atau “melecehkan” Anda. Anda akan ditertawakan, misalnya, kalau Anda masih menggunakan merk jam tangan atau kompor, yang “kata televisi” sudah ketinggalan zaman. Hal tersebut terjadi karena Anda merasa terus “ditonton televis”, Anda harus tetap menjaga penampilan. Untuk itu, Anda merasa perlu mengganti busana atau perabot rumah Anda dengan mode terkini sesuai “tuntunan dan tontonan televisi”. Apalagi bila Anda tidak mau lagi ditertawakan oleh bintang iklan di televisi kesayangan Anda. Jika besok Anda menyalakan televisi dan di sana muncul kembali iklan yang mengingatkan agar Anda mengganti perabot Anda dengan keluaran terbaru, sementara Anda belum mengantinya, bagaimakah perasaan Anda?

“*TV watches you!*” bisa dijelaskan lewat percepatan dalam pergantian produk komoditas yang terus mengalami peng-estetika-an (estetisasi) atau proses estetika komoditas. Siklus dunia mode yang terus berputar dalam percepatan irama kehidupan dan hasrat manusia sedang mencapai titik balik ketika televisi menjadi ajang estetisasi komoditas, di satu sisi, dan komodifikasi estetika, di sisi lainnya. Barangkali inilah sinyal mulai munculnya semacam “serangan” bahkan dalam dunia puisi ketika kekuatan teks syair atau sajak telah diserap dan digantikan oleh estetika “syair” atau “sajak” dalam iklan. Bukankah kini semua unsur dan teks budaya dan sastra terus terserap ke dalam ideologi hiburan dan bisnis komoditas tontonan? Untuk menggunakan ungkapan Neil Postman (1985), dalam *Amusing Ourselves to Death*, hiburan telah menjelma menjadi “supra-ideologi segala diskursus dalam televisi”.

A. Komodifikasi Budaya

Kekuatan televisi menghadirkan peristiwa sebagai realitas simbolik dan tontonan pada gilirannya telah membentuk “peristiwa semu” (*pseudo-event*) (istilah Daniel Boorstin, 1962) di dalam lingkungan komunikasi baru yang disebut-sebut sebagai “lingkungan semu”

(*pseudo-environment*) (istilah Walter Lippmann, 1922). Memang kini televisi telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Televisi tidak hanya menjadi “teman” untuk membunuh waktu luang, tetapi telah menjelma menjadi saluran komoditas di ruang keluarga. Proses penyerapan nyaris semua unsur kebudayaan menjadi komoditas tontonan pada gilirannya telah menjadikan televisi sebagai agen, produsen, atau bahkan mesin kebudayaan pasar dalam masyarakat mutakhir.

Cobalah simak, di layar kotak ajaib ini, spot iklan yang semula dimaksudkan hanya sekadar untuk menginformasikan produk terbaru dari sebuah lembaga/perusahaan, ternyata dalam prosesnya telah berubah menjadi wahana pencitraan, pengemasan, perekayasaan, atau katakanlah di situ sedang berlangsung proses “estetisasi” produk barang atau “estetika komoditas” via media. Realitas benda atau produk yang dimediakan menjadi realitas simbolik dan citra tentang komoditas. Bahkan, realitas komoditas itu dikonstruksi sedemikian rupa seolah-seolah “lebih real daripada yang real”, atau bahkan menjadi “realitas baru” di luar realitas benda atau produk yang direpresentasikannya.

Oleh karena itu, untuk membangun citra, produk barang atau komoditas yang diiklankan harus lebih dulu diperindah, dipoles, atau dikemas dengan semenarik mungkin supaya sedapat mungkin bisa memikat khalayak. Semua ini tidak lain untuk memenuhi prasyarat komoditas tontonan yang akan dipajangkan di etalase kebudayaan pop.

Tak heran, kalau kita menyaksikan dilayar kaca, tak jarang tayangan iklan justru lebih menarik daripada sebuah mata acara yang justru semula dirancang untuk menghibur. Dengan estetika komoditas, kita justru merasa senang dan larut meskipun sebenarnya kita sedang dihibur oleh berondongan dan bujuk rayau iklan barang-barang komoditas yang menyihir kita untuk selalu membeli, berbelanja, dan hidup dalam gaya yang tak pernah merasa terpuaskan.

Di dalam proses estetika komoditas itu, yang dipaketkan bukan hanya barang yang diiklankan atau lembaga pemasang iklannya, tetapi juga figur sang bintang iklan atau *pop icon*. Kalau Anda melihat iklan sabun Lux di televisi, misalnya, tidak peduli apakah Anda sehari-hari menggunakan sabun mandi merk tersebut. Namun, bukankah diri

Anda sedang disugesti supaya memproyeksikan diri atau seolah-olah menjadi bagian dari citra yang hendak dibangun lewat bintang iklan tersebut.

Itu artinya, ketika kita menghadapi kotak ajaib bernama televisi, kita sesungguhnya tidak hanya sedang berhadapan dengan informasi *an sich*. Tetapi, pada saat yang sama, kita juga sedang menyaksikan proses komodifikasi kebudayaan (penyerapan unsur-unsur kebudayaan sebagai produk komoditi) tontonan. Singkatnya, kita sedang berhadapan dengan kebudayaan yang dipaketkan atau kebudayaan kemasan. “Dengan demikian, penonton TV menjadi komoditas kemasan yang dibeli oleh pengiklan,” demikian kata Dallas Smythe (1981).

Di dalam budaya kemasan, sering kali citra lebih penting dari realitas, dan bahkan citra menjadi realitas baru (realitas citra). Bahkan, tak jarang pula kita lebih mempercayai realitas baru atau citra tersebut ketimbang yang nyata. Citra dianggap lebih nyata daripada yang nyata (benda konkret yang bisa kita pegang). “*It's the real thing!*”, seperti janji sebuah iklan. Kita justru lebih mempercayai sesuatu imaji karena ia senantiasa menjadi bayangan dalam imajinasi. Manakala citra mendominasi imajinasi kita maka bukan mustahil pula ia menjadi lebih penting daripada makna. Akhirnya, citra lambat-laun yang memengaruhi nilai-nilai kita dalam memandang sesuatu.

Di dalam eseinya, *The Reality Effects of Tabloid Television News*, Graham Knight (1989), menjelaskan bahwa,

Apa yang terjadi dalam pembalikan ini adalah transformasi dalam hubungan nilai dan kekuasaan. Komodifikasi budaya—komersialisasi makna dalam arti luas—harus dipahami dalam kaitannya dengan pergeseran ekonomi politik umum kapital dari produksi nilai surplus absolut ke relatif (Knight, 1989: 111).

Tampaknya kini proses estetika komoditas menjadi sisi lain dari pertumbuhan masyarakat kapitalisme kontemporer yang telah berhasil menjarah dan menaklukkan ruang rumah tangga kita termasuk yang paling privasi sekalipun. Perlahan tetapi pasti, kita pun sudah terbiasa dihibur bahkan diteror oleh iklan. Iklan dengan kekuatan budaya citra

telah menjelma menjadi semacam mesin kapitalisme yang menyihir hati konsumen untuk senantiasa haus akan sesuatu yang baru, untuk kemudian ingin memiliki dan mengenyahkan yang lama yang sudah dianggap kuno dan usang. Barang yang diiklankan itu bisa jadi hanya komoditas biasa-biasa saja (secara mutu), tetapi dengan trik-trik dan manipulasi yang bermain di balik ideologi iklan ia berubah menjadi produk yang begitu menawan dan memikat hati konsumen. Dengan cara ini, logika dari estetika komoditas tersebut bermain, membuat kebaruan dan memiliki hal-hal yang baru menjadi obsesi dan mimpi manusia kontemporer.

Rengekan anak-anak agar orang tua mereka membeli barang mulai dari berbagai jenis mainan hingga merk sampo, sabun mandi, perlengkapan belajar, dan bahkan hingga kegandrungan akan dunia fantasi yang dikonstruksi oleh pasar kini telah hadir sendiri ke ruang keluarga mendiktekan budaya selera, soal gaul, kencan, dan kemesraan dunia rumah tangga dengan dunia idola yang berpusat pada remeh-temeh kehidupan selebritas.

Dengan televisi pula, “industri gosip” kian merajalela, melahirkan bintang-bintang gosip, yang menangguk hidup dari masa kebangkitan dunia hiburan dan lanskap digital kita yang masih serba gandrung dengan siapapun mereka asal bisa bikin dagelan konyol. Selain itu, “industri nasihat” juga meruyak di televisi mulai dari yang mengajarkan manajemen kalbu sampai dengan yang mengajarkan manajemen kesan, termasuk untuk tubuh dan perkara seks. Semua itu, tidak lain karena televisi adalah media yang dianggap paling ampuh untuk melakukan estetisasi remeh-temeh omongan, gosip, nasihat, dan dagelan konyol ke dalam dunia yang serba gemerlap.

Fenomena seperti itu kian menunjukkan bahwa televisi masih dianggap bagian yang amat penting sebagai perpanjangan tangan pasar. Tak heran kalau idola anak-anak sekarang juga sudah bergeser ke idola-idola seperti yang sering diidolakan oleh dan di media. Idola-idola yang dikonstruksi media perlahan tetapi pasti telah menggeser idola-idola pahlawan sejati yang hidupnya mungkin tidak banyak tersentuh oleh media (Chaerowati, 2014). Bukan mustahil pula idola anak-anak sekarang justru adalah pribadi-pribadi yang sering menghiasi halaman

atau kulit muka media populer atau figur-figrur yang sering tampil sebagai bintang iklan. Dan, saat ini ditambah “idola dunia digital” termasuk bahkan “figur fantasi kemasan AI (*Artificial Intelligence*)”.

Barangkali tak terlalu berlebihan kalau dikatakan bahwa teks-teks dan trik-trik iklan saat ini telah tampil menjadi “wacana” dunia anak-anak yang lebih menarik daripada pelajaran bahasa yang membosankan yang mereka dapatkan di ruang kelas. Dalam hal ini, perlahaan tetapi pasti, media telah menjelma menjadi “lembaga pendidikan imajiner” anak-anak zaman kini. Televisi bahkan telah ikut menjadwal ulang dan mendiktekan waktu belajar, bermain, dan tidur anak-anak. “*TV is powerful educational force, a significant source of orientation*” (TV merupakan kekuatan pendidikan yang bertenaga, sumber orientasi yang signifikan), demikian kata Sari Thomas (1981), dalam esainya, *Myth In and About Television*.

B. Teknologi Pencitraan

Lewat proses estetika komoditas, luberan informasi sarat kekerasan yang muncul lewat film atau genre-genre program televisi lainnya juga berubah menjadi “estetika kekerasan”, pada gilirannya menjelma menjadi “kekerasan estetika” itu sendiri. “Komoditas kekerasan” di televisi pun berubah menjadi sebentuk “kekerasan komoditas”. Seperti halnya tayangan perkara kriminalitas, teror, dan sadisme yang marak di layar televisi seolah-olah sedang dikondisikan menjadi hiburan kita sehari-hari. Informasi kriminalitas, kekerasan, dan perundungan pun telah menjadi santapan pagi, pengisi waktu luang, dan tontonan di tengah malam. Akhirnya, masyarakat kita menjelma menjadi masyarakat yang tercelup dalam budaya kekerasan.

Sejak awal 1990-an, dengan dukungan televisi, perang pun merambah menjadi bagian dari industri tontonan. Perang bahkan adalah bisnis hiburan! Dengan televisi, gejolak perang, ledakan bom, drama tawanan, dan tangisan di kamp-kamp pengungsian hadir ke ruang tamu kita dalam bentuk citraan visual. Lewat televisi, perang bisa dinikmati seperti kita menikmati drama opera sabun atau telenovela (Oliviera, 1992). Dengan kekuatan teknologi visual dalam mendramatisasi konflik atau peristiwa yang terjadi, televisi telah

menyihir perhatian umat manusia di seluruh dunia untuk menyaksikan sejumlah peristiwa seperti Peristiwa Tiananmen, Krisis Teluk, Krisis Bosnia, “Revolusi Mei”, kebengisan dan kejahatan Israel di Palestina, dan lain-lain, dengan berbagai perasaan yang berkecamuk dari kacamata seorang reporter televisi.

Namun, citraan tentang perang dan krisis yang dihadirkan televisi bukanlah realitas yang sepenuhnya netral. Banyak hal yang bertarung di balik sebuah reportase atau liputan krisis dan perang, bisa preferensi si wartawan, ideologi media, atau tekanan eksternal yang tak jarang juga memengaruhi industri berita tentang perang dan krisis. Kegagalan media menangkap unsur-unsur yang paling manusiawi dari akibat perang dan bias pemberitaan yang muncul karena tekanan internal atau pun eksternal yang memengaruhi objektivitas juga berakibat, alih-alih menjadikan media sebagai saluran penyelesaian pertikaian atau krisis, malah menjadikan media sebagai saluran atau media krisis itu sendiri.

Tak heran, kalau kemudian televisi tidak hanya dianggap mampu memotret dan memediakan isu-isu yang berkenaan dengan demokrasi, tetapi ternyata televisi juga bisa ikut berperan dalam menciptakan krisis demokrasi. Demikian kalau kita menyimak karya kritikus media terkemuka, Douglas Kellner (1990), dalam *Television and the Crisis of Democracy*. Sekalipun televisi juga bisa melukiskan *state of affairs* ketika daya hidup demokrasi sedang terancam. Pemikiran Kellner barangkali adalah salah satu wujud kritik paling tajam terhadap proses komodifikasi estetika atau estetika komoditas yang semata-mata berakar dari dunia yang mengkultuskan “moralitas kapitalis” (Kellner, 1990). Moralitas kapitalis ini mengandalkan “teknologi pencitraan”.

Menurut Neil Postman (1985), pada dataran demokrasi liberal dengan perekonomian pasar yang relatif bebas, televisi bahkan dapat mengembangkan potensi habis-habisan sebagai teknologi pencitraan itu. Teknologi pencitraan digunakan oleh negara seperti Amerika Serikat untuk melegitimasi setiap sepak-terjang mereka dalam kasus-kasus campur-tangan mereka, seperti dalam Krisis Teluk yang silam. Pentagon, misalnya, dalam kaitan ini, telah secara canggih dan sukses mengontrol saluran televisi untuk menciptakan “demokrasi” ala Amerika. Televisi yang berkiblat ke Amerika Serikat bahkan telah

berhasil melakukan “demonisasi” (*demonization*) atau pengiblisan terhadap sosok Saddam Hussein dan pada saat yang sama mereka juga menciptakan politik “penuhanan” (*god-ization*) atau “pendewaan” terhadap pemerintah Amerika Serikat untuk membenarkan segala tindakan yang dilakukan oleh tentara Amerika Serikat dan sekutunya.

Semua itu adalah contoh ironi di mana teknologi pencitraan via televisi telah dimanfaatkan secara optimal untuk melegitimasi praktik kekerasan dan kekerasan dijadikan tontonan, pada akhirnya semakin menunjukkan bahwa demi keuntungan segalanya bisa dikorbankan. Termasuk kemanusiaan yang sedang tercabik-cabik untuk dijadikan bahan tontonan sambil mengunyah produk budaya dan kemasan bikinan Amerika. Sebuah potret “McDonalisasi peperangan” di televisi.

Memang muncul semacam perlawanannya terhadap hegemoni siaran televisi global, katakanlah konter-simbolik atau konter-pencitraan terhadap “kekaisaran citra” yang dibangun Amerika, seperti lewat Stasiun Televisi Al Jazeera (Qatar) yang menyuguhkan informasi alternatif dan memberitakan sisi-sisi muram akibat invasi Amerika Serikat di Irak. Namun, jelas hal itu belum sebanding dengan imperialisme media yang sekian lama telah berhasil ditancapkan oleh berbagai agen pemberitaan besar yang sebagian besar berpusat dan berkiblat ke Amerika Serikat.

Apalagi dengan melihat karakter budaya televisi itu sendiri. Kuatnya aspek ideologi hiburan yang menjadi karakter industri tontonan di televisi adalah salah satu persoalan lain kalau kita ingin menjadikan televisi sebagai agen pengusung cita-cita demokrasi dan penguatan masyarakat sipil. Jalan tampaknya masih akan panjang. Televisi Publik belum sepenuhnya berjalan dan menjadi primadona. Sementara munculnya televisi alternatif seperti televisi lokal dan televisi komunitas yang masih berjangkauan terbatas juga belum banyak berperan seperti yang diharapkan. Perihal dana dan sumber daya manusia nyaris adalah persoalan yang sudah menjadi ungkapan klise. Sekalipun kenyataannya memang sering kali demikian.

Lalu, di tengah kebangkitan semangat keagamaan di kalangan masyarakat, muncul pula televisi-televi yang membawa label sebagai TV Islam atau seperti *tvMu*, milik ormas Islam, Muhammadiyah. Kemudian kita juga menyaksikan ceramah-ceramah monoton dengan

kesan kuat terlalu menggurui pemirsa rupanya belum bisa keluar dari budaya oral dan kelisanan yang menunjukkan kebiasaan yang dipakai dari budaya keseharian kita. Kita belum melihat acara-acara berbobot yang menyentuh hati dan membangkitkan emosi kita bukan hanya lewat ceramah atau pagelaran musik rohani saja. Beberapa segmen pemirsa mungkin masih suka mendengar khotbah-khotbah cengeng yang menguras air mata.

Akan tetapi, yang kita butuhkan ke depan adalah bagaimana potret pergulatan hidup atau perjalanan rohani dari orang-orang yang selama ini diabaikan atau dipinggirkan dari perbincangan kebudayaan mulai hadir memperkaya budaya visual kita. Mungkin hal ini bisa menjadi jalan kecil untuk menjadikan budaya televisi sebagai bagian dari sarana komunikasi yang membebaskan kita dari kemiskinan rohani, intelektual, materi, atau rasa hati kita sebagai sebuah bangsa yang bermartabat.

C. Demokrasi Elektronik

Pertanyaan yang muncul kemudian; Apakah televisi sebagai media elektronik sama sekali tidak bisa berperan sebagai sekurang-kurangnya bagian dari institusi masyarakat sipil yang memberi bobot bagi daya hidup kritisisme atau sebagai media pemekaran benih-benih budaya demokrasi? Gagasan “demokrasi elektronik” (*electronic democracy*) (Tehranian, 1990), yakni pemanfaatan semaksimal mungkin media komunikasi elektronik untuk mendukung tujuan-tujuan demokrasi atau penguatan saluran aspirasi masyarakat melalui media elektronik—sebagai salah satu institusi masyarakat yang penting—sesungguhnya masih amat terbuka lebar.

Memang, kajian demokrasi elektronik selama ini menghadapi lebih banyak pertanyaan daripada jawaban. Pertanyaan-pertanyaan seperti: Dengan cara apa, jika ada, media komunikasi elektronik membentuk dan memengaruhi pranata-pranata demokrasi kita? Dengan cara apa pula media komunikasi elektronik membentuk kesadaran politik kita sebagai warga negara?

Menawarkan alternatif jawaban yang pas bagi konteks demokrasi di Indonesia atas pertanyaan tersebut menjadi sangat penting bagi

pengelola televisi kita untuk menjadikannya sebagai penyokong gagasan budaya demokrasi elektronik. Jawaban-jawaban ini perlu diterjemahkan ke dalam bahasa visual televisi yang memperkaya pelangi perspektif tentang wajah Indonesia yang bagaimana yang kita impikan di masa depan.

Apalagi setelah era dominasi pemerintah terhadap TVRI seperti di era 1980-an mulai memudar maka televisi-television swasta pun mulai menjanjikan era pluralisme informasi ke hadapan publik. Setelah munculnya sejumlah televisi swasta, ada keinginan untuk memberikan ruang bagi suara-suara alternatif dan perspektif yang lebih terbuka. Sebutlah, misalnya, di satu sisi, televisi sudah mulai memberikan porsi yang lebih seimbang pada sejumlah lembaga atau tokoh yang dinilai berada di luar atau bahkan berseberangan dengan pemerintah. Namun, di sisi lain, muncul pula upaya untuk mengekspos—tidak jarang terkesan berlebihan—persoalan-persoalan di lapis bawah seperti kasus rekonstruksi dukun maut di Sumatera Utara, kasus Robot Gedek, atau Ratu Ecstasy, beberapa waktu yang lalu yang sempat disorot televisi swasta di tanah air.

Godaan komersialisasi atau komodifikasi isu-isu kriminalitas, seksualitas, dan kekerasan sesungguhnya bisa menjadi pukulan balik bagi pengelola televisi. Alih-alih menjadikan televisi sebagai agen demokrasi untuk membangun budaya emancipatoris, masyarakat malah hanya dijadikan objek yang terus dihibur dengan “teror” atau “kekerasan” komoditas yang bersumber dari informasi sadistik atau isu-isu seksualitas lainnya.

Bagaimanapun, televisi sebenarnya masih bisa berperan sebagai agen perubahan atau sumber informasi yang penting bagi penguatan cita-cita demokrasi. Ada beberapa peran yang bisa dimainkan. Di satu sisi, ia bisa menjadi saluran partisipasi masyarakat untuk menyuarakan tuntutan publik atas kebijakan pemerintah yang dinilai bertentangan dengan cita-cita demokrasi. Di sisi lain pula, ia juga bisa menjadi rujukan bagi pemerintah untuk mengambil keputusan penting atau menentukan kebijakan krusial yang berhubungan dengan hajat hidup orang banyak. Hal ini bisa dilakukan dengan jalan mengembangkan budaya televisi yang akan menumbuhkan seluas-luasnya kapasitas

medium elektronik ini untuk menjadi pilar demokrasi elektronik. Untuk mengambil salah satu contoh saja, misalnya, dalam dunia sinetron. Sudah saatnya muatan sinetron untuk masa-masa yang akan datang mulai mengangkat tema-tema yang bersumber dari dan memotret kehidupan dan keberhasilan masyarakat bawah yang selama ini jarang diperhitungkan.

Persoalan-persoalan menyangkut kehidupan pramuniaga, pramuswi, atau nasib buruh dengan seting kehidupan di sekitar pabrik, atau kisah kampung nelayan dan pergolakan mereka merenda nasib dan mengekspresikan cinta dalam keluarga dan lingkungannya adalah sisi-sisi kehidupan masyarakat kecil yang bisa dijadikan pelajaran oleh banyak pihak terutama anak-anak dan kaum muda. Pengemasannya tidak perlu terlalu serius (tetapi bukan dagelan seperti Baso atau sikap bodoh dan kekanak-kanakan seperti Si Cecep yang terkesan norak dan dibuat-buat) atau bukan pula stereotipe percintaan klasik ala Indonesia (gadis kaya mencintai pria kelas bawah seperti stereotipe kisah Si Doel). Yang ditonjolkan justru adalah bagaimana sebuah kisah bisa membangkitkan kesadaran bahwa dalam banyak hal; hubungan kerja, kesetiakawanan sosial, cinta dan harga diri di masyarakat paling bawah seperti buruh, pekerja kasar, wong cilik ternyata masih bersinar.

Tidak ada salahnya juga kalau penggiat televisi kita mulai rajin mensinetronkan bagaimana hubungan pri-nonpri dan bahkan hubungan antaragama yang sering baru sebatas slogan, karena di dunia nyata ternyata masih sering menimbulkan gejolak prasangka dan tak jarang, ketegangan. Mungkin karena faktor-faktor stereotipe, kesenjangan ekonomi, salah urus negara, atau ketidakbiasaan saling sapa ataupun karena kesenjangan komunikasi yang kian menganga di antara sesama warga bangsa.

Dengan potensi yang dimilikinya, televisi sejatinya bisa menyeimbangkan antara keharusan bisnis tontonan yang mengandalkan logika komodifikasi tayangan dan idealismenya dalam membangun demokrasi elektronik yang mencerdaskan pemirsanya. Sampai tingkat tertentu, industri televisi kita mungkin bisa ikut berperan lebih aktif lagi dalam membangun keterbukaan politik dan menjembatani spirit kesetiakawanan dan saling pengertian, tidak hanya antarsesama pribumi

atau antarpemeluk agama yang sama, tetapi juga antarsesama manusia yang hidup di negeri ini. Dengan demikian, barulah komodifikasi budaya via televisi bisa diimbangi dengan demokratisasi budaya via televisi untuk menyemai benih-benih masyarakat madani yang sama-sama kita dambakan.



BAB XIV

Krisis Kultural di Abad Televisi

“Sebelum berkembangnya media elektronik, cakrawala terjauh hanya sanggup dijangkau manusia dari tempat-tempat menyenangkan di menara pengintai, di puncak bahtera atau dari bukit-bukit yang menjulang. Saat ini luasnya cakrawala kita menjadi tak terbatas. Televisi menjelma menjadi teleskop alias jendela yang menembus tempat-tempat di mana kita bisa menyaksikan sejumlah peristiwa di berbagai belahan bumi. Tinggal di rumah, kita bisa dengan enak menyaksikan penobatan raja-raja, kematian di tengah kancah peperangan, air bah, dan kebakaran di mana pun peristiwa itu berlangsung. Kita sanggup memandang menembus tembok tembok, melintasi samudera, dan melewati pegunungan, bahkan meneliti detail-detail bentangan alam dari planet dan bulan.”

(**Tony Schwartz**)

Sudah lebih dari empat dasawarsa, Tony Schwartz (1983) menuangkan kalimat itu dalam bukunya, *Media: The Second God* (1983). Media, terutama televisi, demikian kata Schwartz, bersama “saudara tuanya”, radio, telah menjelma menjadi “Tuhan Kedua”. Adakah suaranya masih bergema hingga kini? Tony Schwartz mungkin benar, tetapi mungkin juga tidak. Karena justru ada yang mengatakan media televisi sudah menjelma menjadi “Tuhan Pertama” (Rakhmat, 1997). Terutama kalau merasakan perkembangan dan kehadiran teknologi informasi dan

komunikasi dalam kehidupan kita akhir-akhir ini. Bukankah menurut sejumlah pakar komunikasi, semua diversifikasi media elektronika tidak lagi dianggap sebagai salah satu kebutuhan hidup manusia, tetapi malah telah menjadi penentu kebutuhan hidup yang lainnya, setelah Tuhan yang Mahakuasa, yang dianggap sebagai *prima causa* kehidupan manusia. Atas dasar pemikiran demikian Tony Schwartz (1983) tidak ragu-ragu lagi untuk menyebut media sebagai *The Second God* (Tuhan Kedua).

Sesungguhnya jauh lebih awal dari Schwartz, seorang ilmuwan bernama Leo Bogart telah berbicara mengenai kebangkitan era televisi lewat bukunya, *The Age of Television* (1956). Tentu saja, pengamatan Bogart tidak setajam Schwartz, karena memang waktu itu pertumbuhan industri televisi di dunia masih tergolong muda. Namun, karya Bogart bisa dibilang sebagai karya awal yang penting untuk memahami perkembangan teknologi komunikasi ini.

Barangkali karya yang cukup baik mengamati secara tajam perkembangan televisi ini adalah karya Martin Esslin (1982), seorang ahli dan praktisi media terkemuka. Dalam karyanya (dengan judul yang hampir sama dengan karya Bogart), *Age of Television*, Esslin (1982) mengungkapkan bahwa kehadiran media televisi, telah berperan dalam menggiring umat manusia untuk memahami realitas (*reality*) menjadi dunia khayalan (*illusion*), dan sebaliknya, dunia khayalan seakan menjadi realitas. Menurut Esslin, televisi telah berperan dalam menjelaskan warna buram budaya masyarakat karena daya simbolisme dari televisi yang bisa mereduksi dan memanipulasi realitas menjadi “cermin retak” atau fragmen-fragmen tak utuh dari kehidupan.

Barangkali Esslin terlambau membesar-besarkan pengaruh keperkasaan televisi. Namun ada sejumlah catatan yang perlu dikedepankan, dalam kaitan ini. Televisi telah menjadi “kebutuhan pokok” masyarakat kita, baik di kota maupun di desa. Mungkin kalau nenek moyang kita dulu di malam yang hening bisa bercengkerama sambil mendengar “nyanyian” jangkrik atau lolongan anjing, tetapi kini yang kita saksikan TV dan radio telah menggantikan posisi itu.

“Televisi,” demikian menurut Akbar S. Ahmed (1992), “merupakan pemutusan hubungan yang radikal dengan masa lalu.” Simaklah,

televisi telah menjadi teman setia kita di kala suka maupun duka. Tanpa disadari, secara perlahan tetapi pasti, perilaku dan tutur kata anak-anak dan kawula muda kita berasal dari kosakata yang mereka dengar atau tonton dari iklan-iklan atau tayangan film-film di televisi.

Televisi memiliki keunggulannya tersendiri, sebagai media komunikasi massa mutakhir setelah “saudara-saudaranya” yang lebih muda, yakni pers, film, radio; semakin lama semakin tampak dampak televisi, baik yang positif maupun yang negatif pada masyarakat sehingga memperteguh penilaian bahwa media massa televisi memang perkasa. Dengan sifatnya yang audiovisual, televisi memiliki keunggulan dalam hal menampilkan tayangan gambar yang bergerak (*motion picture*) sehingga khalayak pemirsa lebih terlibat secara emosional dibandingkan ketika mereka melihat gambar mati seperti terpampang di media cetak.

Secara universal disepakati oleh pakar komunikasi bahwa televisi berfungsi dalam mendifusikan informasi (*to diffuse information*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan memengaruhi (*to influence*), yang *notabene* sudah dipenuhi oleh hampir semua stasiun televisi. Namun kita juga melihat kenyataan, walaupun semua fungsi universal tersebut sudah dipenuhi, ternyata masih ada fungsi lain yang (mungkin tidak disadari) sering diabaikan atau bahkan dilecehkan. Dalam hal ini, fungsi khas nasional Indonesia yang memberikan basis dan landasan kultural atau “benteng budaya” belum menjadi kenyataan.⁴⁴

⁴⁴ Padahal, menurut Garin Nugroho, seorang pengamat perfilman dan pertelevisian di tanah air, negara yang tidak mempersiapkan desain budaya menghadapi dinamika revolusi multikanal akan menanggung risiko kematian kreator lokal dan hidup sebagai masyarakat pengkonsumsi. Lihat Nugroho, G. (1996). Revolusi multikanal, siapa sajakah yang diuntungkan? *Kompas*, 20 Oktober. Sekalipun pendapat Garin dalam konteks awal pertumbuhan saluran televisi swasta dan awal serbuan saluran televisi seperti MTV dan Indovision, tapi pengamatannya masih cukup relevan dengan konteks dunia pertelevisian awal tahun 2000-an ini. Untuk pembahasan yang menarik coba bandingkan dengan ulasan Kitley, P. (2000). *Television, nation, and culture in Indonesia*. Ohio University Center for International Studies.

A. Krisis Kultural sebagai “Kelesuan Rohani”

Dalam hal tertentu, televisi justru dianggap telah menjadi biang keladi dari “krisis kultural” zaman kita. Krisis kebudayaan yang dialami oleh negara-negara yang secara industrial dan teknologis maju sebagian besar disebabkan kriteria budaya tradisional yang bersumber dari kearifan lokal atau agama tradisional justru telah digeser dan terus-menerus dipermak dan digerus oleh rembesan pesan-pesan media yang sering kali tidak selalu sejalan dengan kepentingan mayoritas penduduk yang justru menjadi konsumen dari “budaya kemasan televisi”.

Di sini muncul ironi, di satu sisi, masyarakat menuntut agar stasiun televisi mengurangi tayangan yang berwajah seks, sadisme, atau kekerasan, tetapi, di sisi lain, ketika buku ini ditulis, tayangan keagamaan hanya ditonton oleh 3% dari pemirsa. Ini menurut catatan SRI (Survey Riset Indonesia). Barangkali cara atau metode tayangan mengenai keagamaan yang ada selama ini memang harus dibenahi supaya lebih menarik pemirsa. Tayangan yang bersifat monolog, skripturalistik, imbauan moralistik, dengan memandang sesuatu persoalan secara hitam-putih; begitupun drama mengenai keagamaan yang simplistik dengan “ending” cerita yang sudah bisa ditebak sehingga terkesan menggurui, dengan penyajian yang membuat jemu dan membosankan juga menyebabkan tayangan keagamaan semakin tidak mendapat tempat di hati khalayak.

Sementara genre tayangan lain seperti iklan, film atau sinetron justru semakin mempercanggih diri lewat trik-trik mutakhir yang ditopang oleh perlengkapan teknologi komunikasi yang sedemikian canggih. Di sini, persoalan yang muncul tidak hanya bagaimana tayangan agama bisa dikemas supaya menarik dengan memanfaatkan secara maksimal kapasitas teknologi komunikasi, tetapi genre tayangan keagamaan menghadapi persoalan mengenai bobot spiritual yang hendak disampaikannya. Apakah ia ingin menyajikan hal-hal yang besar dengan sederhana dan tanpa kedalaman; ataukah, ia lebih menyoroti sekelumit dari belantara kehidupan yang amat kaya dan kompleks dari berbagai sudut pandang yang multi-dimensi atau banyak segi. Kita berharap dalam hal ini pengelola media memilih yang disebut terakhir.

Barangkali salah satu penyebab krisis budaya yang memilukan di zaman media ini adalah bahwa sebagian besar paket acara media massa, khususnya televisi, justru masih didominasi oleh hiburan yang berkolusi dengan cengkeraman gurita kepentingan politik-bisnis. Ini dibuktikan sebagian besar acara televisi kita masih mengandalkan acara-acara dari luar negeri. Sementara acara dari dalam negeri biasanya cenderung mereduksi tontontan menjadi dagelan-dagelan konyol, kuis, atau sinetron padat mimpin gaya hidup dengan bumbu pesona gemerlap kemewahan kelas menengah atas atau hidangan pokok erotisme yang masih kental. Tidak jarang muncul protes dari pemirsanya melalui berbagai surat pembaca di media. Tetapi yang bersangkutan tetap tak bergeming. Tetapi, tak jarang mereka dituduh sebagai “polisi moral” atau “sok moralis” atau tidak tahu perkembangan zaman, atau tanggapan-tanggapan semacamnya. Pengelola media yang seperti ini jelas kurang sensitif dan menutupi kenyataan bahwa umat beragama adalah khalayak yang signifikan.

Dalam konteks ini, kita bisa memperkirakan bahwa sebagai mayoritas, dapat dipastikan misalnya, umat Islam adalah pemirsanya terbesar setiap mata acara di televisi Indonesia. Dengan demikian bisa dipastikan bahwa sebagian besar konsumen potensial juga adalah dari kalangan kaum Muslim sehingga ironis kalau kebutuhan akan tontonan berkualitas yang menjadi ‘aspirasi Muslim’ belum begitu tercermin dalam budaya visual kita. Jika memang demikian yang terjadi, tidak berlebihan kalau muncul keluhan bahwa umat Islam selama ini memang tidak lebih sebagai “pasar” yang mau tak mau terpaksa mengonsumsi acara-acara apa pun yang dikemas oleh stasiun televisi.

Sebagai konsumen, dalam jangka panjang, tampaknya kaum Muslim akan tetap menjadi pasar potensial dari berbagai produk industri budaya yang dijajakan melalui media, khususnya televisi. Sementara gempuran acara-acara negatif terus merembesi alam bawah sadar masyarakat. Tidak heran, kalau sosiolog seperti Bryan S. Turner pernah mengatakan bahwa musuh Islam sekarang ini datang dari “warisan Madonna”. Televisi, dalam hal ini, merupakan instrumen terpenting dari media elektronik yang membagi-bagikan warisan Madonna ke seluruh penjuru dunia. Ia menjual citra, mimpi, ilusi,

gaya hidup, tragedi, duka, cita, cinta, dan terutama pemujaan terhadap tubuh sebagai pusat kesadaran. Karena pesawat televisi telah tampil sebagai fokus kehidupan keluarga, tak jarang para anggota keluarga harus menjadwal-ulang kegiatan sehari-hari mereka karena “dijadwal-ulang” oleh acara-acara televisi yang ada. Televisi pun benar-benar menjadi semacam “kotak ajaib” yang senantiasa hadir di warung-warung, kamar-kamar, dan bahkan gubuk-gubuk reyot penduduk miskin di negara-negara Dunia Ketiga (Mulyana & Ibrahim, 1998).

Tak heran, kalau dalam tatapan kaum postmodernis, tak ada yang lebih mengancam kaum Muslim selain dari media Barat (Ahmed, 1992). Media Barat senantiasa hadir di mana-mana. Ia tak pernah berhenti menyerang dan merembesi pusat kesadaran budaya kita dan tanpa pernah memperlihatkan kasih sayang merasuki alam bawah sadar kita. Yang lebih mengkhawatirkan lagi, tidak semua kaum Muslim menyadari dan memahami serangan atau invasi budaya yang telah memiskinkan imajinasi kita mengenai hidup dan kehidupan. Kini, darah dan air mata seolah telah menjadi santapan dan tontonan. Kekerasan dan kebrutalan telah menjadi penantian. Gelak tawa dan canda menjadi ritual yang diajarkan televisi, seakan hidup hanya jalan pelarian dari kelesuan rohani yang mendalam dan biaya ekologi yang harus ditebus dengan tragis dan tangis yang getir.

Dari rangkaian krisis kebudayaan yang berkelindan dengan perubahan watak informasi seperti yang ditayangkan televisi, ternyata berakar pula krisis identitas yang menampilkan fragmentasi dalam kehidupan. Fragmentasi itu tampil dalam bentuk pudarnya sikap kepedulian, semangat kerja sama, dan rasa memiliki sebuah komunitas yang di dalamnya warga merangkai mozaik kehidupan dan menjalin kasih dengan sesama. Sementara, logika untung rugi menjadi basis perhitungan hubungan sosial sehingga jagat kehidupan perlu dikemas dalam paket-paket bisnis yang menjadi basis rasionalitas instrumental.

B. Krisis Kultural sebagai Polusi “Ruang Batin”

Dalam keadaan demikian, muncul krisis lebih mendalam, yakni “krisis makna”. Krisis yang ditandai oleh penyelewengan komitmen etis dari bingkai kehidupan yang semula bermuara dari nilai-nilai spiritual

tertinggi yang melahirkan kebenaran. Komitmen etis yang menjadi kerangka acuan nilai dan emosional direduksi dan disubordinasikan sedemikian rupa sehingga nilai-nilai agama ditempatkan pada bagian pingiran dari keprihatinan zaman ini. Komitmen agama yang menyajikan struktur makna yang jangkauannya melampaui komitmen politik menjadi tidak terkait dengan kenyataan yang ada. Tataran sekuler pun yang menemukan basis pemberian politik bisnisnya terus diperkisruh oleh tayangan televisi. Seks dan sekularisme menjadi sarana baru serangan terhadap kesakralan dalam kehidupan manusia modern (Cox, 1969).

Walhasil, wajah dunia kita saat ini, khususnya dalam masyarakat-masyarakat yang terseuklerkan dan terorientasikan pada perilaku konsumtif, menjadi dunia di mana muncul banyak dorongan dan godaan yang bergerak untuk melenyapkan kekuatan yang berada pada diri kita yang terdalam. Kekuatan yang membangun inspirasi kita akan budaya rasa yang berhulu pada hati dan kejernihan “ruang batin” yang berbasis pada Agama Langit justru terus mengalami polusi akibat desakralisasi, demoralisasi, dan akhirnya dehumanisasi.

Tidak heran, kalau kadang-kadang kita pun sibuk dan larut dalam arus hiburan dangkal yang tak habis-habisnya, yang disajikan oleh ahli-ahli yang cerdik dan gemar membikin kita sebagai bahan mainan dan olok olok di tengah kacau-balau kebanalan kebudayaan pop yang terus mengepung kita.

Berbagai kriris kultural yang terjadi sering ditampilkan dalam tayangan tontonan yang menciptakan berbagai persepsi dan akibat bagi pemirsa. Melalui media televisi dan digital, pengalaman-pengalaman hidup yang sungguh-sungguh diselami dan nyata tak jarang direduksi menjadi gambar-gambar tayangan dan kepingan-kepingan pengalaman visual yang dangkal.

Dampak keseluruhannya adalah retaknya segala bentuk kesatuan, keengganhan untuk terlibat, dan matinya daya rasa serta kemampuan untuk menilai dan menyelami makna kehidupan menjadi tumpul. Seiring dengan itu, proses politik diubah-ubah bentuknya dan diasingkan dari masyarakat oleh dampak pesan-pesan politik yang dipaketkan melalui figur-firug politik yang dibuat-buat. Itulah, antara

lain, yang dicemaskan oleh pemikir humanis seperti Soedjatmoko (1984).

Atas itu semua, langkah kecil yang mungkin bisa ditempuh apabila kita berniat mengurangi kemungkinan adanya penindasan yang lebih besar pada abad ke-21, menurut Soedjatmoko, bahwa masyarakat harus belajar untuk mengembangkan saluran-saluran komunikasi yang tidak diracuni dan kurang bersifat manipulatif bagi informasi, partisipasi, dan aksi politik (Soedjatmoko, 1984).

Cara yang bisa ditempuh adalah dengan memperluas dan menjernihkan kembali “ruang batin” kita yang menjadi landasan spiritualitas terdalam dan sebagai basis bagi kesadaran Ilahiah zaman kita. Bagi kaum beragama, harapan tetap selalu ada ketika zikir (jalan mengingat dan merenung tertinggi) adalah pintu menuju hikmah. Bukankah bagi seorang Muslim, misalnya, dengan selalu mengingat Allah Swt, hati akan menjadi tenang. *“Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu, hanyalah mereka yang apabila disebut asma Allah, gemetarlah hati mereka....”* (Q.S. Al-Anfaal, 8: 2).



BAB XV

“Panik Media” dan Krisis sebagai Tontonan

“Konflik dan drama krisis, yang didefinisikan secara sempit oleh para gatekeeper media, menaikkan rating, meningkatkan potensi keuntungan, dan menutup makna alternatif... Media mengkonstruksi krisis agar tampak tidak memiliki sejarah dalam versi objektivitasnya: krisis sebagai komoditas.”

(Lorna Roth)

Lorna Roth (1992) adalah seorang konsultan pendidikan dan komunikasi lintas-budaya dari Universitas Concordia, Kanada, yang berupaya membongkar bagaimana media di negara tersebut telah ikut mengkonstruksi “krisis Mohawk” menjadi komoditas berita. Dengan mendefinisikan secara sempit isu konflik dan konfrontasi di antara pihak-pihak yang saling berseteru, media telah menjadikan krisis itu sendiri sebagai komoditas.

Tentu saja, apa yang ditulis oleh Roth adalah pengalaman khas Kanada. Akan tetapi, dari analisisnya seperti tercermin dari petikan singkat di atas, jelas menunjukkan bahwa drama konflik dan krisis yang sempat mencabik-cabik negeri ini juga bisa kita tempatkan dalam konteks kontradiksi ekonomi politik pemberitaan media.

Sebagaimana kita mafhum, pers sendiri adalah sebuah kekuatan yang layak diperhitungkan. Ia sering disebut sebagai pilar keempat dari sebuah bangunan bernama negara-bangsa. Lebih dari itu, pers telah tampil menjadi kekuatan signifikan, mungkin paling dahsyat, dalam

percaturan politik nasional. Dari perspektif ini, pers sebenarnya bisa (dan hampir selalu berhasil) dipergunakan oleh suatu kekuatan politik/ekonomi/golongan/agama/etnis/individu tertentu sebagai aparatur ideologis untuk “kendaraan” politik demi membangun opini publik dalam mencapai tujuannya.

Tentu saja, kekuatan pers tidak hanya sampai di situ. Pers juga berperan dalam memproduksi komoditas informasi dan hiburan sesuai dengan kepentingan dirinya baik sebagai *the fourth estate* maupun sebagai *capitalist enterprises*, untuk meminjam istilah dari Daniel Dhakidae (1991). Dengan dua fungsi—sebagai *the fourth estate* dan *capitalist enterprises*—yang bisa dimainkan itu, pers benar-benar telah tampil sebagai panggung yang secara dramatis terus mementaskan gelombang reformasi dengan segala lika-likunya.

Apalagi ketika pedang pumbedelan dan kepalan tinju penguasa dengan segala kecanggihan alat represinya tak lagi menjadi ancaman serius bagi nyawa pers, api kebebasan informasi seolah menyala kembali sekalipun kadang-kadang di tengah kelamnya rasa persaudaraan kita sebagai bangsa. Ketika tekanan, kooptasi, dan cengkeraman hegemoni penguasa seperti di era Orde Baru dulu tak lagi mencengkeram dan memasung nalar dan nurani masyarakat, orang pun kian meresapi betapa dalamnya makna “kebebasan”.

Kini, nyatalah bahwa media dan insan pers adalah pihak yang paling merasakan langsung euforia reformasi. Seperti terlihat dari teks-teks media yang dengan bebas dan terbuka mengungkap fakta-fakta keras kekisruhan dan pergolakan politik nasional ke dalam ruang publik. Lebih dari itu, tabu-tabu pemberitaan di seputar sepak terjang tokoh-tokoh kunci elit politik nasional yang mungkin telah memanfaatkan jabatan mereka untuk mengelabui rakyat dan mencari nafkah lewat berkah KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme), juga tidak luput dari perbincangan wacana publik.

Bahkan, gosip dan intrik di seputar kehidupan privasi tokoh-tokoh utama politik nasional yang dulu hanya bahan kelakar di balik meja redaksi atau obrolan para wartawan di warung kopi, kini terus digali, disajikan, dan kalau perlu dibumbui dengan isu-isu pemikat bernuansa seksual dan perselingkuhan yang memang bisa menjadi isu

yang “dingin-dingin empuk” di tengah kebingungan dan kebimbangan masyarakat melihat masa depan politik nasional.

Lalu, apakah dengan berhasilnya pers keluar dari lubang jarum tekanan negara dan kenyamanan profesi yang dirasakan oleh para awak pers, berarti jalan untuk menjadikan pers sebagai pilar demokrasi sudah terbentang lebar? Apa makna kebebasan kalau kebebasan itu justru hanya menjadi jalan terjal yang kian menenggelamkan rasa solidaritas dan persaudaraan kita sebagai bangsa ke lembah nista kekacauan atau *chaos* nasional?

A. Media sebagai “Lubang Hitam” Krisis

Barangkali sinyalemen Lorna Roth (1992) di atas benar bahwa disadari atau tidak akan selalu ada perusahaan media yang ikut berperan langsung atau tidak dalam menjadikan krisis sebagai komoditas. Menggunakan pendapat dari para pemikir *postmodernist*, kini media telah tampil sebagai “lubang hitam” (*black hole*), yang menampung dan memuntahkan segala hal ke dalam benak khayalak.

Sebagai “lubang hitam” yang menyerap fakta sosial apa pun, media bisa menjadikan krisis sebagai komoditas berita yang trendi dan “seksi”. Dalam masyarakat kapitalisme mutakhir, segala hal bisa menjadi komoditas, semua hal bisa dikemas dalam paket-paket. Karena itu, untuk urusan selera tersedia paket nasi, paket pernikahan, paket seminar seks, jangan lupa ada berita paket bom, dan bukan mustahil nanti ada paket krisis. Krisis pun dianggap tak lebih seperti halnya pernikahan atau seminar seks yang bisa dikemas sebagai komoditas dalam paket industri (*package of news industry*).

Analisis historis dari Kirsten Drotner (1992), seorang profesor kajian media dari Denmark, tentang “kepanikan terhadap media” (*media panic*) setidaknya bisa memberikan perspektif baru untuk memahami fenomena media. Dalam pandangan Drotner, kehadiran media baru senantiasa menimbulkan kepanikan bagi media lama. Ketika Internet menyerobot waktu menonton televisi, dan menyediakan lebih banyak pilihan informasi dibandingkan koran, kata-kata Drotner dipandang telah memberikan perspektif yang gamblang. “Orang tua kehilangan kendali atas anaknya, sementara televisi dan koran khawatir kehilangan

penontonnya. Keduanya akhirnya justru saling menguatkan,” demikian kata Don Tapscott mengomentari ulasan Drotner (Tapscott, 1998).

Seharusnya semua ini memang tidak mengejutkan kita. Apa yang dilontarkan oleh Drotner dalam *Modernity and Media Panic* (1992) itu dalam konteks di tanah air memang nyata adanya. Ketika muncul televisi swasta, media cetak gelisah soal tersedotnya porsi pembagian iklan, orang pers juga meratapi soal penurunan tiras, dan dunia penerbitan terus menangisi miskinnya minat baca. Akan tetapi, ketika muncul Internet, reaksinya berbeda-beda. Ada koran yang justru melakukan sinergi dan konvergensi sehingga menjadi kekuatan, yakni dengan cara membuka koran online, di samping koran tercetak.

Itu artinya kepanikan para pengelola media sesungguhnya tidak hanya karena kemunculan jenis media lebih baru, tetapi justru pada persaingan antarmedia sejenis dalam menggali fakta yang dianggap paling eksklusif dan memikat perhatian khalayak. Dalam perburuan mencari, mengumpulkan, dan meracik fakta sosial itu berbagai kontradiksi kepentingan bertarung di dalamnya dalam menentukan sumber berita, sudut pandang, memilih dan memilah fakta, serta membungkai pemberitaan yang sedikit banyak mencerminkan kebijakan pemberitaan dan visi editorial sebuah media.

Tak heran, seiring dengan terjadinya beberapa demonstrasi, kerusuhan, kekerasan, dan konflik antaretnis, antaragama atau antaraliran dalam suatu agama seperti yang pernah terjadi maka akan muncul pula media yang menjadi representasi paling absurd sebagai “lubang hitam” krisis. Yakni, media yang menganggap krisis tak lebih sebagai isu yang “seksi” untuk dipentaskan. Mereka memanfaatkan “kekuatan simbolik” media bukan sebagai ajang untuk menumbuhkan saling pengertian, tetapi justru mengangkat sikap kekanak-kanakan bangsa ini, seperti sikap saling tuding dan saling tuduh serta pertengkarannya emosional antaretnis, sikap primordialisme dan sektarianisme sempit dan alienasi politik yang begitu kelam ke dalam ruang publik.

Bahkan, bukan mustahil, di tangan pemilik modal yang tak punya rasa iba, mereka bisa saja meraup untung dengan cara membiayai dua media bagi dua kubu yang saling bertikai. Kacamata kuda yang hanya

melihat pers sebagai *capitalist enterprises* untuk mengeruk keuntungan semata, jelas sama sakitnya dengan efek pemberitaan negatif oleh suatu media atas kelompok-kelompok yang sedang bertikai yang akhirnya bukan mendinginkan suasana tetapi malah memicu kekerasan yang lebih mengerikan lagi di lapangan nyata.

B. Krisis sebagai Tontonan

Seperti halnya tiga kekuatan lainnya (eksekutif, yudikatif, dan legislatif), kekuatan pers juga seperti pedang bermata ganda. Di satu sisi, ia bisa menjadi ruang publik untuk memekarkan gagasan yang beragam untuk membentuk masyarakat yang plural, tetapi di sisi lain, ia juga bisa mematikan benih bagi pembentukan masyarakat madani (*civil society*).

Media bisa mendidik masyarakat untuk bersikap toleran dan terbuka dalam menerima perbedaan, tetapi juga bisa menebar sikap eksklusif, primordialisme dan sektarianisme sempit, taklid buta, dan bahkan bisa dipakai sebagai “lahan” subur untuk menyemai benih kebencian dan menyulut api permusuhan terhadap segala “sang liyan” di luar diri dan kelompoknya.

Pendeknya, pers itu sendiri mengandung dualisme di dalam watak informasinya. Ia bisa menghibur, tetapi sekaligus juga bisa menebar benih-benih horor dan teror ke benak khalayaknya. Ini barangkali, selain disebabkan oleh kerangka ideologi yang memengaruhi watak pemberitaan institusi pers itu sendiri, juga oleh perubahan karakter khalayak itu sendiri. Bukankah dalam mengonsumsi pemberitaan media, khalayak tidak hanya mencari informasi, tetapi ia sekaligus juga ingin mendapatkan apa yang disebut sebagai *infotainment*—kombinasi *information* dan hiburan atau *entertainment*. Singkatnya, lebih dari sekadar informasi, mereka sebenarnya ingin hiburan.

Tak heran, disadari atau tidak, tak jarang pula media me(re) konstruksi fakta-fakta sosial seperti konflik, kerusuhan, kekerasan, atau demonstrasi menjadi wacana dan teks media yang lebih menonjolkan nuansa hiburan daripada informasinya. Bukankah tak jarang kita melihat seorang reporter berparas cantik, berbusana necis di televisi bisa berkomentar dengan ceria saat mereka melaporkan pandangan mata tentang konflik dan kerusuhan yang menelan korban harta benda

dan nyawa manusia persis seperti mereka menyiarkan pertandingan olahraga, pentas musik, atau acara hura-hura lainnya.

Inilah ironi industri berita *infotainment* dalam kebudayaan pop Indonesia. Ia membuat seorang reporter atau pembawa acara harus menyajikan fakta sosial dalam industri berita tentang kegenitan seorang penyanyi dangdut, kebiadaban seorang pembunuh, kebrutalan pelaku kerusuhan sosial, tetapi dalam bingkai paket hiburan yang enak untuk ditonton. Maka dalam kebudayaan pop rasa empati sering dikalahkan oleh gemerlap cahaya lampu kamera atau pesona pembawa acara yang harus selalu tampil trendi di hadapan pemirsanya. Ia membuat figur lebih penting daripada isu, kontroversi lebih penting daripada substansi.

Singkatnya, informasi yang pada mulanya lebih berbobot teror atau horor pun justru bisa berubah menjadi hiburan tentang horor. Bahkan tak jarang semua berita itu bercampur aduk dalam kombinasi “hiburan yang menjadi horor” dan “horor yang menjadi hiburan”— sebuah Horrortainment, kombinasi antara informasi bernuansa horor dan teror dengan hiburan (*entertainment*).

Lebih dari itu, yang kurang disadari, di satu pihak, pers bisa mengangkat fakta sosial yang menjadi “hiburan” bagi suatu kelompok/golongan/agama/etnis tertentu, tetapi di lain pihak, ia justru menjadi semacam “horor” atau “teror” yang mungkin bisa mengendapkan rasa permusuhan dan kebencian bagi kelompok/golongan/agama/suku yang lain.

Tak heran kalau ada orang yang mempertanyakan mengapa ada media yang justru lebih suka membakar permusuhan daripada membantu mendinginkan situasi. Media yang menjadikan krisis sebagai tontonan—untuk meminjam istilah dari Peter A. Bruck (1992) dalam *Crisis as Spectacle: Tabloid News and the Politics of Outrage*—biasanya akan mencari celah untuk melakukan politik sensasi dan dramatisasi dalam mengemas fakta sosial.

Apalagi di tengah kehausan masyarakat untuk mengetahui peristiwa-peristiwa sosial politik yang sedang berlangsung, selalu ada godaan untuk menggali fakta sosial yang dianggap paling eksklusif untuk memikat perhatian khalayak maka sebagai *capitalist enterprises*, media senantiasa akan memanfaatkan setiap celah dan peluang yang

ada untuk mengangkat kejadian terkini ke ruang publik sebagai komoditas berita. Di sini bertemu dua kepentingan, yakni kepentingan media untuk meraih keuntungan dengan kepentingan khalayak untuk memperoleh informasi dan hiburan.

Ketika isu-isu seputar disintegrasi, konflik, kekerasan, kerusuhan, dan demonstrasi dianggap sebagai isu yang “seksi”, media berlomba memburu informasi yang dianggap paling eksklusif. Baik dengan cara terjun langsung ke lapangan maupun dengan hanya menurunkan pernyataan dari sumber kedua, seperti lewat komentar peneliti atau komentator politik yang kini marak bermunculan, seperti jamur di musim hujan maka tak jarang pula krisis pun terkontaminasi dalam wacana simpang siur yang dipertontonkan dalam acara *talk show* yang lebih mengumbar emosi primordialisme dan sektarianisme narasumbernya, daripada pendidikan politik lewat debat publik yang lebih argumentatif dan santun dari para partisipan atau pemirsanya.

Padahal, di lapangan nyata kehidupan kebangsaan, pertikaian antaretnik atau antaragama dan konflik horizontal lainnya tak ubahnya seperti “bom waktu” yang sewaktu-waktu bisa meledak di mana saja dan kapan saja (Sihbudi, 2001). Bukankah belum hilang dalam ingatan kita pembantaian di Sambas, peperangan di Maluku, Papua, Timor Leste, pergolakan di Aceh, dan berbagai kasus sporadis lainnya. Salah satu contoh adalah kasus kerusuhan Sampit dan Palangkaraya yang dalam sepekan telah merenggut sekitar 469 nyawa secara sia-sia. Kerusuhan tersebut kian menambah daftar panjang kelamnya negeri ini.

Kita sudah sering menyaksikan perang, krisis, dan bencana hadir menjadi tontonan dalam ruang keluarga sehingga berubah menjadi “tontonan krisis”. Kini bahkan tontonan krisis itu sudah ada dalam genggaman layar gawai kita. Dalam budaya tayangan di mana krisis begitu melimpah ruah sebagai visualisasi kekerasan, kita melihat sebagai “kepanikan media” dalam menayangkan krisis dan “kepanikan warga” dalam menyikapi krisis.

Dalam memasuki situasi budaya tontonan demikian, sebagai warga bangsa kita membutuhkan iklim pembelajaran bagaimana agar pertikaian dan konflik yang pernah terjadi tidak membawa ongkos kemanusiaan. Dalam pendidikan kewargaan perlu ditumbuhkan

sejak dini kesadaran untuk menghayati dan menanamkan bagaimana hikmah hidup dalam semangat multikultur—kaya dalam etnis, agama, golongan, dan termasuk kaya dalam wacana yang dengan itu pula media hidup dan menghidupi denyut nadi peradaban wacana bangsa multikultur ini.

BAGIAN IV: PERANG BUDAYA CITRA DI RUANG PUBLIK

buku ini tidak diperjualbelikan

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB XVI

Citra Perempuan sebagai Konstruksi Budaya Media

“Perempuan tidak hanya melihat diri mereka sebagaimana pria melihat mereka, tetapi didorong untuk menikmati seksualitas mereka melalui mata pria.”

(**Janice Whinship**)

Petikan di atas dinukil dari analisis Janice Whinship (1980), dalam karyanya *Sexuality for Sale*, ketika dia membongkar relasi-relasi ideologi gender dan kapitalisme di balik penggambaran dan pencitraan perempuan dalam iklan di majalah-majalah perempuan. Pernyataan di atas sesungguhnya tidak hanya pas untuk melihat fenomena citra perempuan seperti yang banyak terpajang dalam iklan, tetapi juga bisa memberikan landasan untuk menjelaskan representasi perempuan dalam media umumnya.

Bukankah saat ini setiap hari kita dibombardir oleh citra-citra “perempuan ideal” yang dikonstruksi melalui dan oleh media? Citra-citra ideal seperti bagaimana seorang perempuan harus selalu tetap tampil mempesona adalah tema sentral iklan media populer dan terutama media perempuan akhir-akhir ini.

A. Citra Perempuan Ideal

Citra perempuan—dalam majalah dan surat kabar, di televisi dan *billboard*, juga di Internet—sesungguhnya berfungsi, sebagaimana dinyatakan oleh Karen Johnson dan Tom Ferguson (1999), dalam karya mereka, *Thrusting Ourselves: The Sourcebook on Psychology for Women*, sebagai “cermin wanita” (*women’s mirror*). “Cermin” itu tidak dengan sendirinya menggambarkan kealamian dan keautentikan dunia wanita, karena tak jarang cerminan itu malahan mempromosikan standar kehidupan yang tidak realistik, alias impian atau ilusi belaka.

Namun, standar kehidupan yang tidak realistik—and tidak jarang tidak mungkin digapai itu—justru menyebabkan tidak sedikit perempuan merasa cemas. Tidak sedikit perempuan modern yang mengidap penyakit gaya hidup seperti sindrom *Anorexia Nervosa*, gangguan makan (*eating disorder*) disebabkan oleh kecemasan berlebihan terhadap peningkatan berat badan karena pencitraan diri yang menyimpang dan tidak sehat sehingga kehilangan nafsu makan yang membahayakan fisik dan mental.

Citra-citra ideal yang terus-menerus dikonstruksi dan ditanamkan serta disosialisasikan lewat/oleh media ini perlahan tetapi pasti berubah menjadi standar budaya mengenai kecantikan perempuan yang mengendap dalam kesadaran sebagian, untuk tidak mengatakan sebagian besar, perempuan. Standar inilah yang kemudian menggiring perempuan ke perburuan kecantikan yang tanpa akhir dalam siklus pencarian kepuasan, yang sebenarnya hanya menceburkan diri mereka ke dalam penjara baru kesepian dan alienasi yang dalam.

Hal inilah yang pada gilirannya telah membawa kepada ketersiksaan batin perempuan, terutama kalau mereka tidak berhasil memenuhi standar ukuran tubuh ideal, standar wajah ideal, standar kecantikan ideal, atau standar kepribadian ideal sebagaimana yang dikonstruksi dan diinjeksikan oleh dan lewat media ke dalam rahim kesadaran perempuan modern.

Tak heran, dengan munculnya kesepian di tengah hiruk-pikuk budaya massa, bujuk rayu komoditas terus menggiring perempuan-perempuan yang merasa tidak memenuhi standar budaya kecantikan

yang ideal ini kemudian lari ke sesuatu yang bisa dijadikan *panacea* atau obat mujarab. Oleh karena itu, tidak sedikit perempuan yang lari ke silikon setelah merasa tidak puas dengan ukuran payudara yang diidealkan oleh model-model perempuan bertampang komersial yang sering menghiasi media-media populer. Tidak sedikit pula yang memoles diri dengan obat-obatan atau cream tertentu untuk memelihara kulit, wajah, atau bagian tubuh tertentu agar tetap menggairahkan dan memesona di pentas media.

Tak perlu heran jika kemudian industri kosmetika dan bisnis kecantikan, serta perawatan tubuh telah menjadi bisnis besar. Belum pernah dalam sejarah betapa urusan kuku, alis, bulu, bibir, dan betis telah menjadi topik seminar yang dihadiri begitu banyak orang. Belum pernah dalam sejarah urusan libido, nafsu, dan bahkan kepuasan seks menjadi bahan perbincangan dan *talk show* di media seperti marak akhir-akhir ini. Media mengkonstruksi kriteria-kriteria ideal mengenai tubuh, kecantikan, penampilan-diri, dan kepribadian yang berkiblat pada ideologi pasar kapitalis.

Konsultasi seks di media cetak, radio, televisi, digital, serta seminar seks menjamur bahkan menjadi bisnis besar yang mengangkat popularitas para seksolog dan artis-artis yang dikategorikan sebagai *boom sex* untuk berkhottbah tentang pemicu hasrat seksual dan cara praktis dan cemplang dalam memuaskan pasangan Anda.

Bahasa-bahasa vulgar dan erotis dalam konsultasi seks di media menjadi semacam humor dan satire dalam masyarakat yang kini sedang memuja “ideologi di bawah pusar” (Ibrahim, 1997), yang memandang seolah-olah kehidupan perkawinan itu hanya perkara onderdil seks yang harus dipicu dengan peningkatan ukuran bagian-bagian tubuh yang dinilai vital dengan bantuan krim atau obat kuat. Pandangan yang instrumentalistik mengenai seks dan hubungan pasangan telah memerosotkan makna pemuasan psikologis dan hakikat cinta ke dalam pemuasan biologis semata. Bahkan, seni mencinta telah dikudeta oleh pemahaman terhadap seni dan trik dalam bermain-main dengan seks.

Pada saat yang bersamaan, industri mode dan perkara bagaimana cara berpenampilan juga kian menjamur bersamaan dengan kehausan orang akan budaya citra diri yang saat ini sudah mulai bergeser secara

mendaras kepada tubuh. Sebuah cermin ideologi kebertubuhan atau budaya pemujaan tubuh (*fetishism of body*). Padahal, sebagaimana dinyatakan oleh Johnson dan Ferguson (1990), “Perempuan perlu belajar untuk menerima ukuran tubuh mereka yang normal untuk melawan citra ideal perempuan langsing yang dipromosikan oleh media dan kebudayaan kita.”

Oleh karena itulah, sesungguhnya pergeseran citra perempuan ideal yang terus-menerus dibombardirkan lewat media perlu dipahami sebagai bagian signifikan dari pengukuhan ideologi gender dan kapitalisme yang menjadikan wanita sebagai objek dan sekaligus komoditas (Illich, 1998). Kenyataan ini yang sesungguhnya telah berperan dalam menciptakan “kekerasan” berwajah baru terhadap perempuan yang kini sedang beroperasi di balik kapitalisme media.

B. “Kekerasan Domestik” dan “Kekerasan Simbolik”

Sementara itu, di dalam ruang publik (*public sphere*), kekerasan fisik dan psikologis terhadap wanita hingga kini juga masih mewarnai kehidupan karena relasi gender yang timpang (Abdullah, 1997). Kekerasan ini, misalnya, tampak dalam bentuk-bentuk tindakan dan wacana pelecehan, perkosaan, penodaan, aneka perundungan terhadap perempuan bahkan di tempat-tempat umum yang terbuka.

Namun, kini kekerasan fisik (*physical violence*) di dalam rumah tangga tampak telah diperkujuh lagi dengan kekerasan simbolik (*symbolic violence*) yang berlangsung di ruang publik. Kekerasan simbolik menemukan tempat yang paling subur dalam media, sebab media memungkinkan terjadinya berbagai corak kekerasan “tak tampak tetapi terasa” (seperti distorsi, pelencengan, pemalsuan, plesetan, termasuk perundungan simbolik).

Kini, kita bisa mengenali aneka corak kekerasan simbolik yang muncul dalam bentuk penggunaan bahasa dan foto atau gambar yang muncul baik di media arus-utama (cetak maupun elektronik) maupun di media sosial yang memosisikan wanita dalam stereotipe *body and beauty, not brain*. Tak jarang kita menemukan dalam media massa cetak dan elektronik bahasa atau gambar yang secara ideologis mengandung makna yang merendahkan, menghakimi, dan bahkan menghina.

Bukan mustahil, seorang bajingan yang jelas-jelas telah “memerkosa” perempuan (yang dianggap terlalu merangsang dan menggiurkan), diberitakan di media sebagai “menggagahi”. Bagaimana mungkin kejahanan dibilang kegagahan, dan kebejatan dibilang keperkasaan atau kejantanan? Di sini jelas penggunaan bahasa telah mendistorsi dan memanipulasi kenyataan kekerasan.

Bahasa-bahasa yang merendahkan derajat perempuan juga masih begitu sering kita temukan dalam pemberitaan mengenai korban pembunuhan yang disertai perkosaan. Pasti yang akan ditonjolkan media adalah bagian-bagian tubuh perempuan secara perinci, seakan-akan tubuh korban sebagai “barang seni” yang harus dideskripsikan atau disorot tanpa rasa empati terhadap saudara korban atau perempuan lain. Selain itu, yang juga sering dilupakan adalah kekerasan simbolik yang berdampak psikologis terhadap perempuan dalam bentuk penggunaan kata-kata kasar dan hardikan yang bisa kita temukan dalam berbagai kesempatan.

Dalam studi komunikasi politik, bahasa dianggap sebagai senjata yang ampuh dalam percaturan kekuasaan politik tingkat tinggi (Anderson, 1990; Latif & Ibrahim, 1996). Bahasa adalah kekuatan dalam perang dan damai. Ia menjadi ajang pergulatan cinta dan dusta. Ia menjadi ranah pertentangan, trik, dan intrik. Bahasa adalah pemicu sekaligus penengah, penjara sekaligus jalan tengah, racun sekaligus obat; demikianlah kalau bahasa kita maknai dalam pengertian ideologis seperti diuraikan oleh Terry Eagleton (1991), dalam *What is Ideology*.

Dalam konteks ini, kita bisa membongkar berbagai bahasa di media yang menampilkan perempuan dalam cermin dan citra yang tak jarang telah terdistorsi. Pada gilirannya, bahasa (dalam corak huruf dan gambar) telah ikut mengkonstruksi perempuan dalam posisi sebagai “warganegara kelas dua” (*the second-class citizen*) kalau kita menggunakan istilah Haig A. Bosmajian (1989), dalam *The Language of Oppression* sehingga perempuan benar-benar menjadi warga kelas dua—menggunakan istilah yang digunakan Simone de Beauvoir—*The Second Sex*.

Ada lagi corak kekerasan lain yang lebih terlihat halus, yakni kekerasan simbolik dalam bentuk pemajangan atau *display* tubuh

perempuan sebagai objek tontonan untuk memenuhi hasrat laki-laki dan sebagai objek imajinasi serta fantasi seksual laki-laki, atau apa yang disebut oleh Laura Mulvey (1974), dalam artikelnya yang terkenal *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. sebagai objek “tatapan dan kenikmatan pria” atau sebagai objek “*sensual pleasure*” laki-laki.

Sementara itu, kita juga menyaksikan kebangkitan kembali sensualisme dan erotisme media digital sebagai kiblat pendukung “jurnalisme lheer” yang tidak lagi menjadikan seks sebagai bumbu penyedap, tetapi malah sudah sebagai menu utama. Media jenis ini menjadi ajang *display* perempuan yang suka “bupati” (buka paha tinggi-tinggi) dan menyediakan ruang publik bagi wanita-wanita bertampang komersial untuk menangguk hidup di pentas etalase kebudayaan pop dengan memamerkan bagian-bagian “sekwilda” (sekitar wilayah dada).

C. Wacana Kecantikan sebagai Konstruksi Pasar

Barangkali, tak heran kalau “perempuan media”, yakni para perempuan yang sering tampil di media-media populer, seperti di Majalah *Popular* atau *Matra* (dulu), atau di beberapa situs Internet (kini) untuk hanya menyebut beberapa di antaranya, juga sadar atau tidak, telah rela menempatkan dirinya sebagai objek tatapan pria (*male gaze*). Dengan kecantikan paras dan keindahan tubuh sebagai modal untuk tampil di sampul atau halaman media atau di laman digital, tak heran, tidak sedikit para artis dan model (seperti di Barat) yang berkata dengan sinis kepada orang yang mengkritiknya, “*Don't hate me because I am beautiful*” ('Jangan benci gue sebab gue kece').⁴⁵

Begitupun wanita-wanita bertampang komersial yang banyak menghiasi sampul muka majalah atau sebagian besar laman digital yang seronok. Perempuan-perempuan dalam media yang bertampang komersial itu, sadar atau tidak, justru telah “merelakan” dirinya menjadi bagian dari korban kekerasan simbolik. Karena, bukankah mereka berpose sedemikian rupa di media juga adalah untuk memenuhi

⁴⁵ Saya mengadaptasi pernyataan “*Don't Hate Me Because I Am Beautiful*” ini dari para foto model Barat yang sering tampil di media, terutama para “perempuan bertampang komersial” yang wajahnya sering muncul sebagai bintang iklan.

kepentingan kapital media yang dikuasai oleh segelintir orang? Bahkan, pose-pose yang sensual itu juga dibuat untuk memenuhi “*sensual pleasure*” khalayak laki-laki.

Rupanya, kebebasan media dalam memuat berbagai informasi seks secara terbuka dan gambar atau pose perempuan yang menantang itu sesungguhnya hanya mencerminkan bahwa kebebasan pers juga telah dimanfaatkan oleh sebagian pengelola media untuk mengeksplorasi perempuan menjadi bagian dari industrialisasi syahwat demi memenuhi hasrat libido masyarakat yang memuja ideologi di bawah pusar, pada gilirannya mengkonstruksi hasrat demi keuntungan kapital itu sendiri (Piliang, 1996).

Lebih dari itu, kini berbagai corak kekerasan simbolik itu telah masuk dan melakukan invasi ke dalam ruang keluarga lewat iklan dan berbagai mata acara di televisi. Selain itu, ia juga menyelinap masuk lewat kaset-kaset video, VCD, dan internet. Kekerasan simbolik terhadap perempuan (dan juga anak-anak) kini bahkan dipertontonkan menjadi santapan pagi dan pengisi waktu senggang di kala kita sedang melepas lelah di malam hari setelah seharian kerja.

Barangkali benar, “mistik feminin” sebagaimana yang dimaksudkan Betty Friedan (1963), dalam karyanya, *Feminine Mystique*, saat ini telah mengalami pergeseran yang radikal. Terutama ketika “mistik” itu telah kehilangan auranya, karena urusan kecantikan dan pemeliharaan tubuh telah menjadi industri. Sementara kecantikan adalah bagian dari konstruksi pasar sehingga industri kecantikan dan perawatan tubuh adalah sebuah *big business*.

Jangan heran pula, kalau wacana kecantikan seperti ini akan mewarnai era baru “seksplorasi media”. Apalagi kini para protagonis dalam kebudayaan pop telah mulai—and tampaknya berhasil—memadukan dua dunia yang semula sangat diametral (bertentangan)—yang sakral dengan yang profan—with media sebagai agennya. Di media mereka tidak hanya mempertontonkan mistifikasi tubuh secara telanjang dan vulgar, tetapi mereka juga memadukan kekuatan kesakralan dan spiritualitas tubuh itu dengan keprofanan dan kebanalan budaya pop.

Tak heran kalau tidak sedikit artis yang memilih untuk tampil sensual, sekaligus terlihat saleh. Tampil erotis, sekaligus spiritual. Biar suka diskotek, asal terlihat suka sembahyang serta dermawan lagi. Semua campur sari itu sesungguhnya adalah sebuah siasat untuk tetap punya penggemar dalam perburuan popularitas dan kapital dalam mesin giling kapitalisme hiburan global. Barangkali inilah sesungguhnya tantangan spiritualitas yang paling halus yang sedang mengancam keberagamaan kita di dalam masyarakat yang tampaknya kian hari kian permisif, serba-boleh, dan mulai merelatifkan nilai-nilai ini.

Bab ini sudah mencoba memaparkan secara khusus bagaimana penggambaran citra perempuan di media yang tak terlepas dari konstruksi citra dominan mengenai perempuan yang hidup dalam budaya sebuah masyarakat. Citra-citra ideal mengenai wajah atau tubuh perempuan yang cenderung berpusat pada gagasan instrumental menjadi bagian penting dari rutinitas visual dan textual yang terus-menerus dikonstruksi dan ditanamkan serta disosialisasikan lewat/ oleh/dalam budaya media ini. Dengan cara demikian, perlahan tetapi pasti penggambaran perempuan berubah menjadi standar budaya yang dianggap ideal mengenai kecantikan perempuan yang terus mengendap dalam kesadaran sebagian, untuk tidak mengatakan sebagian besar, perempuan dan juga laki-laki.

Standar-standar seperti itulah yang kemudian menggiring perempuan ke perburuan kecantikan dan keidealan tubuh yang tanpa akhir dalam siklus pencarian kepuasan, kepuasan yang sebenarnya dibentuk oleh logika pasar dan kapital, yang kemudian hanya menceburkan diri mereka ke dalam penjara baru: kesepian dan alienasi yang dalam. Kesepian sebagai bagian dari keterasingan karena merasa tidak memiliki tubuh dan kecantikan yang diidealkan itu. Dalam budaya media seperti itu, selain diperlukan sikap kritis kaum perempuan, juga diperlukan kreativitas jurnalis, khususnya jurnalis perempuan, terutama dalam upaya untuk memperkaya penggambaran perempuan dari berbagai sudut sehingga keanekaragaman sudut pandang itu mungkin bisa melawan atau mengimbangi konstruksi penggambaran yang mungkin sekian lama merendahkan perempuan dalam ruang publik dan ruang privat.



BAB XVII

Media Anak dan Ancaman “Perang Budaya”

“Warga negara sebagai makhluk politik dengan hak dan kewajiban yang timbal-balik telah digantikan dengan diri sebagai konsumen. Pendidikan yang diterima di sekolah (dan para siswa) telah menjadi ‘produk eceran’.”

(Michael W. Apple)

Demikianlah konstataasi Michael W. Apple⁴⁶ dalam esainya yang cukup provokatif, *Selling Our Children* (1998). Tentu saja, Apple tidak berbicara tentang Indonesia, ia berbicara tentang dampak teknologi komunikasi bagi dunia pendidikan di Amerika Serikat. Ia membedah salah satu saluran pendidikan, dalam hal ini, “Channel One” yang saat itu dikecamnya sebagai pencipta “khalayak yang terpasung” (*captive*

⁴⁶ Apple adalah Profesor Pendidikan di Universitas Wisconsin, Madison, yang melontarkan kritik yang cukup keras terhadap program televisi “Channel One”. Sebuah program berita yang diproduksi secara komersial yang kini dipancarkan ke ribuan sekolah di Amerika Serikat. Lihat Apple, M. W. (1998). *Selling Our children: Channel one and the politics of education*. Dalam R. W. McChesney dkk. (Eds.), *Capitalism and the information age: The political economy in the global communication revolution*. Monthly Review Press. Dalam kata-kata Apple, “*The Citizen as a political being with reciprocal rights and duties is replaced by the self as consumer. Schooling (and students) becomes a ‘retail product’*.” (hlm. 146).

audience), yakni sekelompok anak yang mau tak mau harus menonton apa pun informasi yang dicekokkan kepada mereka. Ia bahkan sampai pada kesimpulan bahwa “Channel One” adalah kabar buruk (*bad news*) bagi dunia pendidikan.

Dalam karyanya yang lain, *Cultural Politics and Education* (1996), Apple mengungkapkan bahwa kebebasan dalam demokrasi tidak lagi didefinisikan sebagai partisipasi dalam membangun kebaikan bersama, tetapi sebagai hidup dalam sebuah pasar komersial yang tak terkekang sehingga sistem pendidikan harus terintegrasi ke dalam mekanisme pasar bebas.

Selling Our Children adalah salah satu dari sekian tulisan yang bernada kegetiran dan sekaligus kegusaran seorang pemikir budaya di negara maju menyaksikan transformasi dalam lingkungan pendidikan yang diakibatkan oleh beroperasinya mekanisme pasar, pada gilirannya juga berdampak pada dinamika internal kurikulum dan pengajaran, dan terutama pada eksistensi anak didik itu sendiri. Pasalnya, politik pendidikan sangat berorientasi pada pasar (baca: komersialisme pendidikan) yang didukung saluran media elektronik dianggap telah menjadikan anak didik tak lebih sebagai komoditas. Kini, seperti halnya semua warga negara yang lain, di dalam “republik media” yang baru ini, anak-anak diposisikan tak lebih sebagai konsumen (bukan warga), dan mereka ditempatkan sebagai pembeli (*purchaser*).

Lantas, bagaimana bagi negara berkembang seperti di Indonesia menyikapi fenomena transformasi media anak-anak kita akhir-akhir ini dalam membentuk “lingkungan belajar” bagi anak-anak kita. Tidakkah globalisasi media dalam wajahnya seperti lewat televisi, kartun, komik, dunia animasi, dan kini lewat internet sedikit banyak juga akan berpengaruh bagi pandangan dunia anak-anak kita.

Sinyalemen dari para ahli seperti senada melihat perubahan radikal “dunia baru” yang dihuni anak-anak kita. Betapa dahsyatnya perubahan dunia yang akan memengaruhi anak-anak seperti terlukis dalam pernyataan Direktur International Center for Leadership and Education, Willard Daggett, yang mengungkapkan: “Dunia yang akan ditinggali anak-anak kita berubah empat kali lebih cepat daripada sekolah-sekolah kita.”

Rupanya globalisasi budaya yang disebarluaskan lewat media telah berdampak lebih dalam dan radikal bagi media anak-anak. Media anak-anak di sini bukan hanya dalam pengertian media konvensional—media cetak dan elektronik—melainkan juga “media bermain” dan “media belajar” yang menjadi “ruang publik” anak-anak untuk mengekspresikan dunia anak-anak yang penuh nuansa. Media anak-anak kini sedang mengalami revolusi baik dalam hal “isi” (*content*), “tata letak” (*layout*) maupun kemasan (*package*). Lebih dari itu, revolusi itu bahkan berlangsung dalam “watak” media yang memengaruhi waktu luang (*leisure time*) anak-anak terutama ketika media dimanfaatkan para pemodal demi kepentingan *the politics of pleasure* atau politik penciptaan kesenangan semata.

Globalisasi ternyata telah menciptakan nuansa tersendiri yang memengaruhi selera dan gaya hidup anak-anak. Melalui liberalisasi media yang kian terbuka dan terjangkau (*accessible*), warga bangsa menerima berbagai informasi tentang peradaban baru yang datang dari seluruh penjuru dunia. Padahal, belum semua warga bangsa mampu menilai sampai di mana kita sebagai bangsa berada. Begitupun banjir informasi dan budaya baru yang dibawa media tak jarang teramat asing dari sikap hidup dan pandangan dunia (anak-anak) kita juga telah hadir begitu cepat pada saat minat baca dan angka melek huruf masih menjadi problematika besar bangsa kita.

Tak perlu heran komik *Crayon Shinchan* yang dulu sempat mengundang banyak protes justru akan lebih menarik minat sebagian anak dan kawula muda justru ketika kita sebagai orang tua hanya melakukan imbauan moralistik. Padahal, daripada hanya menerapkan gaya lama—melerang membaca atau membredel bacaan—akan lebih produktif kita menyiapkan sebuah generasi pembaca yang kritis sambil melakukan budaya tanding (*counter-culture*) lewat penerbitan komik-komik benuansa lokal yang dikemas dengan perwajahan yang genjreng tetapi tetap dengan kandungan tema-tema aktual yang imajinatif.

Akan tetapi, yang terjadi justru kini ribuan judul komik dan animasi asing membanjiri pasar, dan menjadi primadona di antara banyak animasi dan komik lokal yang juga ditawarkan untuk anak-anak. Oleh karena itu, suka atau tidak, sadar atau tidak, akhirnya

selera masyarakat kita dibentuk oleh budaya tontonan asing, pada saat yang sama juga oleh selera asing. Bahkan, dalam tulisannya yang cukup menarik, *Japan's Soft Power: Doraemon Goes Overseas*, Saya S. Shiraishi (1997)—seorang kritikus budaya populer—mengungkapkan bahwa munculnya manga (komik strip) yang sempat merambah dunia telah memperlihatkan bahwa faktor budaya telah memainkan peran penting dalam percaturan politik Jepang di dunia (Shiraishi, 1995). Melalui komik-komiknya, Jepang kini tidak hanya berhasil menambah keragaman budaya populer masyarakat Asia, yang selama ini memang lebih didominasi gagasan pandangan hidup Amerika seperti tersalur lewat produk-produk Hollywood. Namun, di sana sebenarnya sedang berlangsung hegemoni politik lewat budaya populer yang membuat perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis menjadi sarana pemasungan imajinasi anak-anak yang paling meriah dan menggiurkan.

A. Medan Baru “Perang Budaya”

Kini para kritikus komunikasi kontemporer yang menaruh minat terhadap persoalan budaya melihat sebuah transformasi luar biasa yang berlangsung dalam masyarakat kontemporer. Sejak dua dekade terakhir diyakini bahwa “kita sedang bergerak dari ‘perang dingin’ (*cold war*) menuju ‘perang budaya’ (*culture war*),” demikian kata Danis K. Davis & James Jasinski (1993) dalam esainya, *Beyond Culture Wars*. Saat itu asumsi-asumsi yang mendasar mengenai diri (*the self*) dan dunia sosial kita sedang mengalami tantangan di mana-mana. Nilai-nilai dan norma-norma yang dijunjung tinggi sedang mengalami erosi dan kepercayaan kaum puritan sedang digerogoti dari berbagai penjuru. Orang-orang memang merayakan perbedaan, pluralisme, atau kemajemukan, tetapi anarki dan kekerasan menjadi wajah yang menghiasi pergantian abad ini.

Media di sini menjadi entitas tersendiri yang berperan sebagai medan pertarungan wacana dan budaya antarberbagai kekuatan yang bermain di baliknya. *The invisible hand* yang ada di balik media—dalam hal ini pemilik modal—tetap menjadi bagian penting yang menentukan ideologi media yang menciptakan kerangka (*frame*) pemberitaan. Budaya media anak-anak yang berkembang pun sebenarnya merupakan

suatu konstruksi sosial dari kekuatan-kekuatan global yang memiliki sumber daya dan modal yang besar.

Memang kita menyadari bahwa melalui media kita bisa dengan mudah dan seketika bersentuhan dengan budaya baru dari negara lain. Kemudian, dari budaya media yang setiap hari kita serap itu muncul kesadaran tentang adanya persamaan atau perbedaan antara budaya asing dan budaya kita sendiri. Di sinilah media tampil sebagai institusi yang penting bagi pembentuk kesadaran dan menentukan persepsi orang terhadap dunia dan masyarakat mereka dibandingkan masyarakat lain.

Dalam bukunya, *Anak-anak dan Televisi*, Milton Chen (1996) mengatakan bahwa tidak banyak hal lain dalam kebudayaan kita yang mampu menandingi kemampuan televisi untuk menyentuh anak-anak dan memengaruhi cara berpikir dan berperilaku mereka. Memang, di layar televisi, anak adalah modal, investasi, konsumen, dan sasaran berondongan iklan dan korban paling polos dari bujuk rayu para pemasar. Betapa sering kita melihat figur anak yang polos dieksplorasi untuk meneror nurani konsumtif orang tua.

Melalui media, budaya ditanamkan secara halus dan terkadang sulit dipahami dan sikap hidup baru. Sering kali anak-anak dan kawula muda disuguhi tontonan di televisi atau dicekoki bacaan di media-media populer sedemikian rupa supaya mereka tampil trendi dan *sexy* dengan meniru habis-habisan gaya hidup dan sesuatu yang berbau asing. Betapa, misalnya, fenomena ini bisa dilihat di kalangan sebagian masyarakat yang mulai gengsi memakai sesuatu yang berbau lokal.

Media dalam hal ini berfungsi sebagai sumber rujukan dan wahana peniruan bagi anak-anak yang langsung atau tidak menjadikan mereka sebagai konsumen media. Baik anak-anak penonton (television, iklan, VCD, Internet), anak-anak pendengar (radio, tape), anak-anak pembaca (koran, majalah, buku komik), atau anak-anak pemain (PlayStation, robot-robotan, boneka, atau aneka permainan anak lainnya), sadar atau tidak, di dalamnya sebenarnya sedang ditanamkan adanya budaya baru yang dikonstruksi oleh pasar (*market ideology*) yang menempatkan anak-anak tidak lebih sebagai konsumen, pengguna, atau pemakai sebuah “media anak-anak” yang telah dikomoditaskan.

Lalu, kalau spektrum pengamatan itu diperluas untuk memotret transformasi “ruang publik” anak-anak, kita akan melihat betapa banyak hal yang berhubungan dengan dunia anak-anak kini sudah berubah dan dibengkokkan. Dan, betapa sulit kita mengelak dari perubahan itu. Lantas, apakah perubahan itu telah memberikan kebaikan bagi “dunia anak-anak” atau “anak-anak dunia”? Pertanyaan ini membawa kita kepada isu komodifikasi dunia anak-anak. Anak-anak kini hidup di dalam wilayah perang media. Ketika media dan iklan berperang memperebutkan khalayak sasaran, anak-anak adalah korban yang pertama. Mari lihat saat ini program acara atau iklan di televisi yang menjadikan anak sebagai objek. Tak jarang ada acara atau iklan yang bahkan sama sekali tak berhubungan dengan kebutuhan atau produk anak-anak, tetapi anak-anak dimanfaatkan untuk pentas gaya hidup dan budaya konsumsi.

B. Bujuk-Rayu Komoditas

Kalau sejenak melihat ke belakang dan merenungkan transisi yang terjadi di negeri ini, betapa ironi dan paradoks begitu sering muncul. Di bawah Orde Baru Soeharto, atas nama ideologi “pembangunan” (*developmentalism*), rezim ini telah membangun negeri ini dengan semerbak kemilau kehidupan kota yang bergaya modern dan berhias deretan gedung bertingkat. Tak jarang, mereka gusur tanah lapang untuk diganti dengan bangunan mal atau pusat belanja.

Setelah Soeharto turun, kebiasaan gusur-menggusur kadang-kadang masih diteruskan oleh rezim selanjutnya. Bahkan kebiasaan membangun mal juga dikembangkan oleh sejumlah gubernur di beberapa provinsi untuk mengejar pemasukan sebesar-besarnya. Jarang sekali kita melihat pemimpin kita yang terlalu mempedulikan adanya ruang publik dalam arti ruang terbuka untuk umum yang nyaman dan cuma-cuma untuk anak-anak bermain, bersepeda, atau sekadar lari-lari kecil menunggu matahari tenggelam atau mengisi waktu libur. Semuanya kini terobsesi dengan “*mall culture*” (budaya mal). Nyaris semua ruang publik telah terkomodifikasi. Hampir tak ada tempat bagi pejalan kaki dan pengguna sepeda (terutama anak-anak). Jalan macet,

trotoar sempit, fasilitas publik amburadul, dan yang tersisa tinggal sedikit ruang publik yang bisa dinikmati dengan nyaman.

Dengan cara-cara yang terkadang menyayat hati mereka singkirkan ruang terbuka untuk anak-anak bermain. Padahal kita tahu bermain bagi anak-anak sudah semacam fitrah. Tetapi, kini ruang publik tempat anak-anak mengekspresikan fitrah kekanak-kanakkannya itu justru sedang terancam dalam berbagai sisi. Dengan rasa romantisme yang dalam kita tangisi hilangnya permainan tradisional anak-anak. Di mana dulu petak umpet, boneka dari batang rumput, kuda dari pelepas pisang, atau anak-anak perempuan yang bermain masak-masakan dengan peralatan amat sederhana dari batok kelapa dengan memanfaatkan tanaman hias di sekeliling pekarangan rumah?

Padahal kita sudah sering diingatkan oleh sejumlah ilmuwan bahwa bagi anak-anak bermain itu berhubungan erat dengan pembentukan imajinasi dan daya khayal. Sigmund Freud, misalnya, pernah mengajukan pertanyaan, “Apakah kita harus mencari jejak pertama pada kegiatan daya khayal dalam masa anak-anak?” Apakah jawab psiko-analis yang terkemuka ini? Menurut Sigmund Freud (2000),

Pekerjaan yang paling disukai dan paling digeluti anak-anak adalah bermain. Bukankah kita dapat mengatakan bahwa setiap anak yang bermain berlaku seperti pengarang kreatif dan bahwa dia menciptakan dunia tersendiri, atau lebih tepat, dia mengatur kembali hal dalam dunianya secara baru sesukanya? (Freud, 2000: 76).

Dalam pandangan Freud, salah kalau kita mengira bahwa saat mereka bermain anak-anak tidak serius menghadapi dunianya. Sebaliknya, mereka sangat serius dalam permainannya dan mereka mencurahkan banyak emosi di dalamnya. Tetapi meskipun tumpahan emosi mereka salurkan ke dalam dunia permainannya, anak-anak itu tetap dapat membedakannya dengan baik dari kenyataan; dan mereka suka menghubungkan hal dan keadaan ciptaannya kepada apa yang jelas terlihat dan tersentuh dalam dunia nyata. “Permainan seorang anak ditentukan oleh keinginannya: atau oleh satu keinginan—yaitu keinginan untuk menjadi besar dan dewasa, dan dalam permainannya

dia meniru apa yang dia tahu tentang dunia orang dewasa,” demikian ungkap psikoanalisis Sigmund Freud yang pendapatnya banyak dikutip (Freud, 2000: 78).

Ketika media tradisional anak-anak sedang terancam, yang kita khawatirkan bukan hanya terkomodifikasinya ruang publik demi keuntungan komersial sesaat. Tetapi juga, pada dampak psikologisnya karena saat itu yang terancam adalah dunia imajinasi anak-anak itu sendiri. Yakni sebuah ruang kehidupan alami yang bisa menjadi wadah subur bagi mekarnya kreativitas anak justru sedang digerus demi keuntungan ekonomi sesaat.

Anehnya sering kali justru atas nama kemajuan kita rela mengganti media tradisional anak-anak dengan media permainan dari bahan plastik dan sintetis seperti robot-robotan, boneka centil dari seberang lautan, hingga dunia animasi yang gemerlap dengan dukungan teknologi komputer seperti PlayStation. Kita singkirkan dunia anak-anak yang alami (*real world*) dan kita ganti semua itu dengan perayaan dunia simbolik (*symbolic world*) sehingga anak-anak hidup dalam “pulau fantasi” yang semu hasil konstruksi teknologi digital.

Roland Barthes, seorang kritikus budaya Prancis dan ahli dunia tanda dan simbol, pernah menulis esai pendek mengenai mainan anak-anak berjudul *Toys* (Barthes, 1957/1972; Reynolds, 1994). Ia menyadarkan kita bahwa ruang dan waktu anak-anak senantiasa dibangun dalam perpspektif orang dewasa. Anak-anak diperlakukan seolah-olah *foto-copy* orang dewasa. Lihatlah perabot mainan mereka. Semuanya hanya mewakili impian orang dewasa. Di balik permainan anak-anak, mulai dari miniatur boneka, mobil, tentara, senapan, secara semiotik di situ kita melihat sesungguhnya ada ambisi orang dewasa: ada kekerasan, perang, politik, dan birokrasi. Dalam tatapan Barthes, anak-anak sesungguhnya tak lebih sebagai pengguna komoditas benda mainan orang dewasa. Singkatnya, anak-anak hanya menjadi pemakai, bukan pencipta. Konsumen, bukan produsen.

C. Teror Konsumsi

Perubahan lingkungan budaya yang cepat itu pun membuat dunia anak semakin sulit menghindar dari logika pasar kapitalisme. Kini kita

melihat lahirnya anak-anak yang dibesarkan di balik “teror konsumsi”. Dunia anak kian terkontaminasi karena bujuk rayu iklan yang menawarkan tumpukan barang untuk konsumsi yang seolah tanpa batas. Tak terhitung betapa banyak iklan di televisi atau media sosial yang menjadikan anak-anak sebagai model bagi iming-iming keluarga bahagia, sehat dan sejahtera, dengan dukungan gemerlap teknologi visual yang menyihir. Iklan dan anak-anak tampak semakin menjadi dunia yang tak terpisahkan.

Anak-anak kian terpolusi oleh “limbah budaya” yang terus mengalir lewat teknologi komunikasi (iklan, televisi, VCD, video-game, dan lain-lain), tak jarang hanya mempertontonkan “hiburan sampah”—seperti tayangan opera-sabun/sineton di televisi kita akhir-akhir ini—yang mungkin tak begitu banyak menawarkan apa-apa selain impian gaya dan kemewahan hidup. Alih-alih harapan untuk menjadikannya sebagai hiburan yang punya misi transformatif dan pencerahan budaya, semua itu malah hanya cermin kebanalan atau kedangkalan hiburan budaya massa kita. Serbuan “hiburan komoditas” dan “komoditas hiburan” itu pada gilirannya tak lebih dari proses pemiskinan imajinasi anak-anak.

Belum pernah dalam sejarah, kita melihat kegenitan dalam kebudayaan massa kita, seperti fenomena yang mulai marak di akhir 1990-an, betapa iklan shampo untuk remaja-pria dan anak-anak begitu gencar di televisi. Rupanya budaya pemeliharaan tubuh dan penampilan diri bukan lagi milik istimewa remaja-putri atau orang dewasa untuk tampil ke pesta atau acara resmi. Tetapi, ia juga telah menjadi gaya hidup untuk tampil menjadi bagian dari pemuja budaya konsumsi. Untuk itu, di rumah—atas nama sayang anak—kita penuhi rengekan anak-anak dengan berlimpah barang kebutuhan atas nama ideologi sok gengsi. Sehingga kita lupa bahwa cinta dan kebaikan dalam asuhan tak kan mungkin bisa dikalkulasi dengan materi, konsumsi atau komoditas.

Akhirnya memang suara anak-anak di media saat ini masih saja belum jauh beranjak dari pekikan “iklan anak” yang memaksa orang tua untuk harus selalu siap memenuhi kebutuhannya. Sementara suara anak-anak yang hidupnya terpinggirkan nyaris tak mendapat porsi yang menggembirakan di panggung pemberitaan media yang kian bertumpu

pada paradigma bahwa berita adalah komoditas. Tak heran, menurut Maria Hartiningsih (1999), salah seorang jurnalis yang amat hirau dengan nasib anak-anak, kalau kemudian, “Orang hanya diingatkan ketika beberapa kasus yang melibatkan anak sebagai korban terungkap dan disebarluaskan media massa”.

D. Krisis Keteladanan

Cara belajar anak-anak pertama adalah dengan meniru. Bukankah para ahli mengatakan bahwa anak-anak kita mendapatkan 90 persen perilaku dan nilai mereka dari kita. *“What they see is what they do,”* demikian kata para psikolog perkembangan anak. Cetak-biru (*blueprint*) anak-anak untuk menjadi manusia di planet bumi ini berasal dari orang tua mereka. Anak-anak akan menyerap perilaku, sikap, dan bahasa setiap saat dalam hidup mereka. Orang tua senantiasa menjadi teladan bagi mereka. Keteladanan adalah salah satu sarana mengasuh anak terpenting namun sederhana, yang bisa digunakan orang tua. Karena itu, “Jika di rumah tidak ada teladan dan respons positif, anak-anak kita pasti mencari teladan di sekolah, di televisi, atau di jalanan,” demikian kata Steven W. Fannoy (2001).

Lalu, bagaimana kalau di sekolah, di televisi, atau di masyarakat juga tak ada figur yang bisa dijadikan teladan? Kemana anak-anak akan merujukkan tindakannya? Dan, anak-anak seperti apa yang bakal lahir kalau mereka dibesarkan tanpa panutan atau sandaran nilai dan moral dalam kehidupan yang keras ini? Kini, banyak pakar berbicara tentang “krisis kebudayaan” (*cultural crisis*), ketika muncul kesenjangan yang lebar antara kata dan tindakan. Betapa ironis, ketika apa yang disebut “figur publik” (*YouTuber*, Selebgram, atau apalagi istilahnya di zaman digital) bermunculan bagai jamur di musim hujan, tetapi dengan berat hati kita katakan betapa masih sering kita melihat pernyataan mereka tak jarang bertolak belakang dengan perilaku mereka. Cobalah lihat komentar elit politik dan bintang digital kita akhir ini. Tak heran, kalau para pemikir sosial dan budaya menyebut bahwa kita sedang mengalami “krisis keteladanan” (Latif, 2014). Bukankah anak-anak muda sekarang kehilangan *“exemplary centre”*, karena hampir tak ada tokoh atau figur yang bisa dijadikan panutan contoh atau teladan dalam bertindak dan

berperilaku. Tak heran pula kalau kita juga mengalami krisis yang sering disebut sebagai “*generation gap*”, kesenjangan antargenerasi yang kian lebar. Inilah sesunguhnya yang menjadi penyebab hilangnya rasa hormat dan saling-percaya di antara generasi muda dan generasi tua.

Melihat kenyataan tersebut, sedemikian muramkah dunia anak-anak kini dan di masa datang? Tentu saja, kita masih punya harapan. Bukankah begitu banyak orang meromantisasi bahwa anak-anak itu adalah makhluk murni yang datang dari syurga, sebagai wujud cinta kasih Tuhan di dunia. Semua itu tentu saja adalah metafora untuk menunjukkan bahwa dengan kehadiran anak-anak, dunia ini bisa dihiasi dengan cinta dan saling pengertian.

Seperti kata-kata psikolog humanis, Erich Fromm, penulis *The Art of Loving*: “*Without love, humanity could not exist for a day.*” Tanpa cinta, kemanusiaan takkan ada, sekalipun hanya sehari. Karena itu, “Jika orang tua bisa berbicara dan bertindak lebih karena cinta, anak-anak mereka juga akan belajar untuk mendengar, tidak hanya karena orang tua mereka, melainkan juga karena perasaan cinta dalam hati mereka. Sehingga mereka termotivasi, bukan karena takut, tetapi lebih karena cinta,” demikianlah ujar John Gray, dalam bukunya, *Children are from Heaven* (1999).

buku ini tidak diperjualbelikan



BAB XVIII

Hidup untuk Gaya atau Gaya untuk Hidup

“Aktualisasi diri dan transformasi sosial saling tumpang tindih; politik gaya hidup dan politik identitas pribadi merupakan komponen penting dari gerakan.”

(**Anthony Giddens**)

“Gaya hidup dengan demikian merupakan produk sistematis dari habitus, yang jika dipersepsikan dalam hubungan timbal-baliknya melalui skema habitus, menjadi sistem tanda yang dikualifikasi secara sosial (sebagai ‘terhormat,’ ‘vulgar,’ dan sebagainya).”

(**Pierre Bourdieu**)

Bagaimana seandainya hidup dijalani tanpa gaya atau gaya melulu sebagai bahan pertimbangan untuk hidup? Mengapa gaya hidup selalu menarik untuk diperbincangkan? Barangkali karena di dalam kedua kata itu (gaya dan hidup) sudah terkandung pengertian tentang adanya dan juga pentingnya permainan “gaya” dan “hidup” itu sendiri.

‘Gaya hidup’ dan ‘hidup bergaya’ adalah dua hal berbeda, tetapi saling terkait. Ketika ‘hidup bergaya’ menjadi pilihan, orientasi, sikap dan nilai maka ‘gaya hidup’ sebagai bidang kajian budaya dan media menjadi semakin menemukan urgensinya. Seperti kecenderungan yang terjadi dalam satu dasawarsa terakhir ini. Gaya hidup dan studi

tentangnya yang sebelumnya dipandang sebelah mata dan dianggap sebagai area remeh-temeh, permukaan, artifisial, dan ephemeral, justru mulai mendapatkan tempat ‘terhormat’ dalam cultural studies di lingkaran Indonesianis dan akademisi di tanah air (Kleden, 1994; Robison, 1996; Ibrahim, 1997; Heryanto, 1999; Gerke, 2000).

Apalagi ketika urusan gaya bergaya sudah menjalar di berbagai lapisan masyarakat Indonesia, sedikit banyak menjadi potret sedang berlangsungnya dinamika dalam dunia kehidupan seperti terlihat pada bagaimana cara orang, baik sebagai individu maupun kolektif, menjalani dan mengekspresikannya. Walaupun harus diakui bahwa kajian dan penerbitan tentang gaya hidup jauh tertinggal dibandingkan percepatan dinamika realitas gaya hidup itu sendiri. Sedikitnya kajian dan penerbitan buku tentang gaya hidup itu sendiri sebenarnya sangat disayangkan. Apalagi mengingat perubahan-perubahan sosial budaya dan politik yang terjadi begitu drastis dan dramatis juga senantiasa disertai oleh jatuh dan bangunnya gaya hidup sebagai budaya ekspresif yang muncul dalam merespons dan memaknai perubahan itu.

A. Konteks Indonesia

Dalam konteks arus perubahan sosial budaya yang terjadi di Indonesia sesungguhnya hal tersebut tak terlepas dari gelombang perubahan pada skala regional dan global.⁴⁷ Globalisasi telah menjadi seperti mantra.⁴⁸ Globalisasi dianggap sebagai kendaraan emas

⁴⁷ “Globalisasi”, demikian kata Anthony Giddens (1990), “adalah intensifikasi relasi relasi sosial dunia yang menghubungkan lokalitas yang berjauhan sedemikian rupa sehingga peristiwa-peristiwa lokal dipengaruhi oleh peristiwa-peristiwa yang terjadi jauh di seberang sana dan begitupun sebaliknya” (*Globalization is the intensification of world-wide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa*).

⁴⁸ Kemajuan ilmu, seni dan teknologi, telah membentuk hubungan antara lingkungan global-regional-nasional-lokal manjadi semakin menyatu. Suatu kondisi global dapat berpengaruh langsung terhadap kondisi regional-nasional lokal, sebaliknya suatu kondisi lokal dapat berpengaruh langsung terhadap kondisi nasional-regional-global. Dalam situasi demikian, kata “nasionalisme” dipertanyakan relevansinya. Apakah ia merupakan suatu anakronisme ataukah masih diperlukan dengan

bagi para pendukung pasar bebas untuk mendorong liberalisasi perdagangan dan investasi dalam skala mondial. Kecenderungan ini mengakibatkan pasar menjadi berkembang begitu bebas tanpa ada satu orang pun yang mampu memastikan apa yang bakal terjadi. Sebagai implikasi langsung, perkembangan global yang demikian dahsyat akan memengaruhi perekonomian nasional dalam jangka panjang mengingat sifat perekonomian yang makin terbuka. Tidak heran kalau mencuat kekhawatiran bahwa globalisasi bukan saja menimbulkan “global village” (desa global), tetapi juga “global pillage” (perampasan global).

Globalisasi yang cikal-bakalnya merupakan konsekuensi dari bentrokan nasionalisme antara bangsa-bangsa di Eropa, sebagai perpanjangan dari persaingan kapitalisme, telah meluas ke belahan dunia lain dalam persaingan merebut sumberdaya dan pasar. Kini sejarah pertumbuhan kapitalisme di Indonesia telah mencapai “titik terik tertinggi di atas ubun-ubun (kebudayaan) kita”, untuk meminjam istilah Ariel Heryanto (2009). Kapitalisme global adalah panggung tempat arena konstruksi kebudayaan dimainkan, tempat rekayasa selera dikemas, dan tempat impian ditaburkan. Kapitalisme global juga tampil sebagai panggung tempat terjadi pertarungan subkultur dan perburuan identitas yang tanpa akhir. Persaingan pasar bebas dielu-elukan sebagai jalan kemajuan, pertentangan kelas dibungkus dengan berbagai slogan manis seperti kesetiakawanan sosial, sementara kesenjangan sosial ekonomi tetap menganga, dan keterasingan meningkat. Penyakit kejiwaan sosial meruyak di tengah merosotnya kualitas lingkungan dan kehidupan sosial. Longgaranya kebijakan pemerintah yang dalam beberapa segi dilihat sebagai keterbukaan telah membuat negeri ini hampir tidak bisa menghindar dari banjir impor segala sesuatu yang mungkin sebelumnya dikutuk sebagai ‘berbau’ asing. Kalau kita sepakat dengan Kenichi Ohmae (1995) maka dalam

reinterpretasi dan reformulasi yang sesuai dengan perkembangan zaman. Apa makna kehadiran negara-bangsa dan nasionalisme di tengah apa yang disebut oleh beberapa ilmuwan sebagai “dunia tanpa-batas” (*boderless world*) atau “era akhir negara-bangsa” (*the end of the nation state*) (Ohmae, 1990 & 1995), atau “desa global” (*global village*) (McLuhan). Tak heran kalau globalisasi pun dihadapkan dengan lokalisme, nasionalisme (atau untuk konteks ini, keindonesiaan), dan regionalisme. Untuk lebih jauh, lihat Nye & Keohane (2000).

konteks ini, negara-bangsa kita perannya memang nyaris sudah seperti ‘fiks’ dan pemerintah menjadi ‘usang’, terutama di hadapan kekuatan asing lintas-batas negara.

Uraian sekilas konteks historis yang melatar berbagai perubahan sosial budaya yang terjadi di tingkat nasional tersebut memperjelas pemahaman kita tentang pergeseran-pergeseran yang terjadi dalam gaya hidup yang digerakkan oleh konsumsi dan budaya populer (Ibrahim 1997; Ibrahim, 2007). Dalam konteks ini pemahaman atas kajian kritis untuk membongkar fenomena produk media dan budaya populer dalam Indonesia kontemporer menjadi keniscayaan.⁴⁹ Mengingat dinamika media dan budaya populer kini sedang tumbuh sedemikian rupa yang hanya bisa dipahami dalam konteks saling pengaruh di antara kekuatan-kekuatan politik budaya nasional-lokal dan kekuatan-kekuatan teknokapitalisme global-transnasional, yang melakukan negosiasi makna dan menyemaikan hegemoni kesadaran lewat teks-teks budaya media dan budaya populer yang pada gilirannya melakukan ritualisasi dan naturalisasi gaya hidup tertentu (Couldry, 2003).

B. Konsep Gaya Hidup

Sebagai satu konsep dalam kajian budaya dan media, istilah gaya hidup telah dimaknai sebagai konsep yang kompleks. Sebagai suatu bentuk pembedaan sosial, gaya hidup dimaknai dengan cara berbeda-beda sehingga gaya hidup menjadi “sumber penafsiran” yang terbuka (Chaney, 1996). Oleh Featherstone (1987), gaya hidup dilihat mencakup praktik-praktik, citarasa, perilaku konsumsi, aktivitas waktu luang, modus

⁴⁹ Sudah sepantasnya para pengkaji budaya dan komunikasi di tanah air mulai memegang pendirian kritis dan menggunakan metode dan teori budaya kritis untuk memahami teks-teks media dan artefak-artefak budaya populer yang lain, yang diperlakukan, disebarluaskan, dan dipasarkan dalam kehidupan sehari-hari manusia Indonesia kontemporer. Karena itu, dalam mengkaji artefak-artefak dan teks-teks media/budaya popular yang kini dimediatekan dan disebarluaskan secara massal serta budaya sehari-hari yang dijalani oleh masyarakat Indonesia kontemporer maka yang dibutuhkan adalah kajian antar-disiplin atau pendekatan multi-perspektif. Untuk lebih jauh, lihat Kellner (1992).

bicara dan busana orang sehari-hari—"individualitas, ekspresi-diri, dan kesadaran-diri yang bersifat stolistik" dari seseorang (Featherstone, 1987: 55). Sementara Chaney menjelaskan gaya hidup sebagai gaya, tata cara, atau cara menggunakan barang, tempat, dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meski bukan merupakan totalitas pengalaman sosial (1996: 5). Oleh Bourdieu (1984), gaya hidup dilukiskan sebagai ruang, atau persisnya ruang gaya hidup, bersifat plural, di dalamnya para anggota kelompok sosial membangun kebiasaan sosial mereka. Bourdieu menyebut gaya hidup terbentuk sebagai produk sistematis dari kebiasaan, yang disebutnya habitus. Dalam kata-kata Bourdieu (1984), "Gaya hidup dengan demikian merupakan produk sistematis dari habitus, yang jika dipersepsikan dalam hubungan timbal baliknya melalui skema habitus, menjadi sistem tanda yang dikualifikasi secara sosial (sebagai terhormat, vulgar, dan sebagainya)".

Dari berbagai pemaknaan tersebut, gaya hidup dilihat sebagai wujud paling ekspresif dari bagaimana cara manusia menjalani dan memaknai kehidupannya. Gaya hidup dipahami sebagai cara-cara yang terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu dari kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik. Dengan cara demikian, gaya hidup menjadi cara untuk mengidentifikasi diri dan sekaligus membedakan diri dalam relasi sosial. Gaya hidup menjadi cara bermain dengan identitas.

Dari situ kita melihat bahwa gaya hidup bersifat kolektif dan tidak tunggal. Gaya hidup adalah hasil kreasi dan adopsi artifisial. Karena itu, gaya hidup merupakan masalah pilihan. Gaya itu dapat dipakai dan dibuang sesuka hati, kapanpun dan dimanapun. Gaya itu diciptakan, dipraktikkan, dijiplak, dan didaur-ulang dalam siklus kehidupan, terutama yang digerakkan oleh arus konsumsi dan budaya popular. Untuk bertahan hidup, suatu gaya hidup membutuhkan ruang, media, dan publik pendukungnya. Kita tidak mungkin bisa memahami implikasi suatu gaya hidup tanpa menyelami motivasi, sikap, dan nilai yang ada di balik pendukungnya dan kesadaran historis sebuah generasi

yang telah memilih suatu gaya hidup sebagai cara untuk memaknai kehidupannya.⁵⁰

Dengan kesadaran tertentu biasanya orang rela bergabung dalam suatu gerakan gaya hidup—bukan gerakan politik formal—mereka mengidentifikasi diri dalam “komunitas makna” (Cohen, 1985) sebagai cara mereka mengekspresikan “politik gaya hidup” (Giddens, 1991), dan melibatkan diri dalam “politisasi diri dan kehidupan sehari hari” (Taylor & Whittier, 1992). Kontribusi media dan konsumsi sebagai partisipan dalam konstruksi kelompok-kelompok sosial kontemporer, atau lebih tepatnya, kelompok-kelompok gaya hidup juga tak perlu diragukan di tengah-tengah ekspresi budaya konsumen yang dimediakan (*mediated consumer culture*). Kelompok-kelompok gaya hidup tersebut didasarkan pada apa yang disebut oleh Featherstone (1991: 90) sebagai “*stylization-of-life form of lifestyle*” yang diteguhkan dengan kode-kode simbolik dan praktik konsumsi.

Salah satu cara memahami perkembangan gaya hidup ini adalah dengan melihat dari kategori generasi dan ekspresi gaya hidupnya, kode-kode simbolik dan praktik konsumsinya. Konsep generasi merepresentasikan variasi dan kompleksitas pengalaman manusia. Generasi bisa dipandang sebagai sekelompok orang tertentu yang telah hidup sepanjang era sejarah yang spesifik (Glenn, 1977; Kertzer, 1983; Manheim, 1952). Manheim (1952) mendefinisikan suatu generasi sebagai suatu kelompok yang lahir pada era yang sama, ‘sama-sama menempati’ ruang dan waktu yang spesifik, kemudian memiliki kesadaran sejarahnya sendiri. Dengan demikian, suatu generasi adalah sekelompok orang yang lahir pada periode yang sama di kawasan

⁵⁰ Dari sini kita melihat betapa tidak sederhananya istilah atau konsep gaya hidup. Oleh karena itu, persoalan gaya hidup adalah persoalan yang kompleks dan menuntut penjelasan dari pelbagai disiplin akademis mulai dari sosiologi, antropologi, semiotika, hermeneutika, kajian komunikasi dan kajian budaya (*cultural studies*). Bahkan untuk memperkaya argumen-argumennya, Chaney (1996), misalnya, banyak mengutip pendapat dari para pemikir poststrukturalis dan postmodernis terkemuka yang menyoroti seluk-beluk gaya hidup masyarakat mutakhir dan disertai kritik mereka terhadap efek meresap kapitalisme dalam mengombang ambingkan gaya dan gaya hidup masyarakat konsumen.

budaya dan sejarah yang sama dan memiliki struktur kesadaran yang relatif sama dibandingkan generasi sebelumnya.⁵¹

Bab ini sendiri didasarkan atas asumsi bahwa ada perbedaan di kalangan generasi yang tumbuh dan gaya hidupnya, terutama caranya menggunakan media, ruang, barang dan waktu luangnya. Ini sebagian sebagai wujud tanggapan mereka terhadap perubahan-perubahan lingkungan budaya politik yang dimaknainya dalam kehidupan sehari-hari. Masing-masing generasi telah memiliki dan merasakan pengalaman sejarah, sosial, budaya yang khusus, yang sedikit-banyak akan memengaruhi bagaimana cara mereka bertindak yang merefleksikan nilai-nilai mereka. Terlebih lagi karakter berbeda dari tiap-tiap generasi terkait pula dengan gaya hidupnya yang unik.

Sejak berakhirnya Perang Dingin, atau lebih khusus lagi, sejak runtuhnya Orde Baru, masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan-perubahan sosial budaya yang drastis. Salah satu perubahan itu tercermin pada kesenjangan di antara generasi-generasi yang kian lebar. Masing-masing generasi dengan nilai budaya dan pola perlakunya telah menunjukkan karakteristik yang khas dalam kehidupan sosial anggotanya. Salah satu hal paling dramatis adalah yang terjadi pada penggunaan media baru (*new media*) atau media digital (*digital media*) di kalangan anggota masyarakat, khususnya kaum muda kota, dalam berkomunikasi dan mengekspresikan dirinya. Hal lain yang tak kalah pentingnya adalah semakin meningkatnya isu-isu yang semula hanya berkisar pada isu politik dan ekonomi, kemudian berkembang ke isu-isu peningkatan kualitas lingkungan dan kualitas hidup semakin menjadi wacana publik.

⁵¹ Cara pandang ini juga bisa memasukkan konsep cohort yang secara luas bermakna sekelompok orang yang sama-sama memiliki pengalaman sejarah tertentu seperti ‘generasi Orde Baru’, ‘generasi pasca-Orde Baru’, ‘generasi Perang Dingin’, atau ‘generasi pasca-Perang Dingin’, yang jelas-jelas lahir dan merasakan pengalaman budaya dan sejarah yang khusus, yang sudah pasti juga memiliki struktur kesadaran yang relatif sama. Tetapi masing-masing generasi ini memiliki sub-sub kelompok atau komunitas yang mengalami perlakuan budaya dan politik yang berbeda sehingga akan merespons secara berbeda pula kenyataan hidup yang mereka alami dan jalani sehari-hari.

Bab ini memotret dua corak generasi yang muncul dalam masyarakat Indonesia mutakhir pasca-Perang Dingin, dengan kecenderungan gaya hidup, yang sudah tentu memerlukan kajian lebih dalam dan cermat, dan pengamatan yang lebih perinci, agar sosoknya menjadi semakin jelas dan tergambar lebih lengkap dan utuh.

C. Generasi Ne(x)t

Generasi pertama adalah ‘generasi net’. Net adalah sebuah terminologi untuk merujuk pada jutaan komputer yang saling terhubung di seluruh dunia. Sebelumnya kita mengenal apa yang secara agak sinis sering diberi label sebagai ‘generasi mal’ dan ‘generasi MTV’. Mal disebut-sebut telah menjadi “katedral budaya pop” generasi baru yang tumbuh beriringan dengan ledakan pengangguran, perpanjangan waktu luang, dan serbuan paket hiburan industri budaya yang diiklankan dengan menawan lewat bacaan pop remaja dan video musik MTV. Mengamati perilaku penggunaan media, ruang, dan waktu luang corak generasi ini sedikit-banyak menggambarkan bagaimana gaya hidup sebuah generasi memaknai dan mengekspresikan kehidupan sehari-harinya.

Kita menyaksikan rangkaian kebangkitan generasi Facebook, generasi Blackberry, generasi ketik reg, generasi digital, sampai generasi TikTok. “The Net Generation telah tiba!” demikian Don Tapscott mengawali bab awal bukunya, *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. Revolusi komunikasi telah membentuk sebuah generasi dan dunianya sendiri, suatu fenomena yang belum pernah kita saksikan sebelumnya. Kemajuan teknologi informasi telah melahirkan apa yang disebut Tapscott sebagai “*media-literate kids*”, anak-anak yang melek-media. Apa yang membuat generasi ini berbeda dari generasi-generasi sebelumnya? Mereka pertama tumbuh dan berkembang dalam lingkungan media digital.

Internet yang merupakan ruang digital (*digital space*) baru ternyata benar-benar dianggap telah menciptakan ruang kultural (*cultural space*) baru bagi generasi Abad ke-21. Kita akan menyebut fenomena budaya anak muda dengan karakter khas seperti yang muncul akhir akhir ini sebagai “Generasi Ne(x)t” (the Ne(x)t Generation). Mereka kita sebut sebagai “Generasi Ne(x)t”, paling tidak, karena dua alasan;

Pertama, Generasi Masa Depan (Next Generation) adalah Generasi Net, Generasi Internet, Generasi Jaringan (Net-Generation). “The Ne(x)t Generation” adalah generasi yang diasuh dan dibesarkan dalam lingkungan budaya baru media digital yang interaktif, yang berwatak menyendiri (desosialisasi), berkomunikasi lebih utama sebelumnya dengan e-mail (personal) sekarang dengan media sosial, melek komputer dan Internet, dibesarkan dengan *videogames*, dan lebih banyak waktu luang untuk mendengarkan radio, menonton televisi, memainkan gawai. Mereka menjadi generasi baru dengan kulturnya sendiri yang dikonstruksi oleh lingkungan teknologi komunikasi yang baru.

Kedua, Generasi Masa Depan adalah “Generasi X”. Generasi “X”, terutama jika stereotipe yang dipegang selama ini di Barat benar, punya ciri-ciri seperti plin-plan, sinis, kurang komitmen dan tanpa rasa hormat sama sekali. Mereka menyembah budaya pop, dan televisi adalah gereja mereka. Mereka lahir pada tahun 1960-an dan 1970-an, dan mereka inilah generasi yang diberi label “X”. *Publishers Weekly*, sebuah majalah terkemuka yang memberikan informasi khusus mengenai perkembangan buku-buku mutakhir di dunia, dalam edisi 30 Agustus 1999, pernah menurunkan laporan khusus yang menyorot pertumbuhan generasi “X”. Rupanya generasi “X” juga telah menarik perhatian sejumlah pengarang dan penerbit untuk melirik segmen pembaca golongan anak muda ini. Generasi ini kurang tertarik kepada agama dalam pengertian tradisional atau agama yang diorganisasikan atau dilembagakan, tetapi mereka lebih tertarik kepada aspek spiritualitas dari agama yang lebih bersifat personal dan eksperiensial. Buku-buku yang melihat fenomena kebangkitan generasi “X” di antaranya banyak pula yang mengkaji peran simbol dan citra bagi anak-anak muda yang berkubang dalam “kultur MTV” dan “kultur Internet”. Dari sudut ini, kemunculan generasi “Y” (milenial) dan juga generasi “Z” (*digital native*), hanya memperkuat beberapa ciri dan kecenderungan yang sudah muncul pada generasi “Z”.

Singkatnya, di abad digital ini, “*traditional media culture*” sedang mengalami transformasi ke dalam “*digital media culture*” dan “*visual media culture*”. Saat itu kita menyaksikan kelahiran sebuah generasi

yang disebut oleh Tapscott sebagai “generasi Net”, atau yang disebut oleh Brian Brooks sebagai “generasi visual” atau kami menyebutnya generasi “V” (Visual), yang lebih banyak nongkrong di depan televisi, bercengkerama di hadapan gawai, atau berselancar di depan Internet, dan kehidupannya lebih berwarna-warni serta lebih *fun*.

Generasi Net inilah yang menjadi inti pendukung penggunaan media baru dan media sosial, tidak hanya untuk mengekspresikan gaya hidup, tetapi juga mendukung gerakan sosial dan politik. Kita melihat penggunaan Internet dalam gerakan sosial dan politik di Indonesia sebenarnya telah muncul seiring berkembangnya gerakan reformasi. Hal itu dapat disimak dalam karya-karya Spyer (2002), Hill & Sen (2005), dan masih banyak lagi. Akan tetapi, berbagai studi tersebut dilakukan sebelum jejaring sosial seperti Facebook digunakan secara dominan oleh para pengguna di Indonesia seperti sekarang ini. Adanya peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia setiap tahun memperkuat fenomena tersebut. Kondisi ini didukung oleh kemudahan akses terhadap media sosial yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sebab sekarang ini akses terhadap internet tidak hanya dapat dilakukan melalui fasilitas di kantor, warnet, rumah, tetapi juga melalui telepon seluler pribadi di manapun dan kapanpun.

Media sosial di era digital memang muncul memenuhi pergeseran selera “generasi Net” (Tapscott, 2009) atau “Digital Natives” (Palfrey & Gasser, 2008). Tapscott berbicara tentang bagaimana generasi Net sedang mengubah dunia kaum muda. Sementara Palfrey dan Gasser (2008) menyoroti generasi yang lahir setelah 1980, ketika teknologi digital sosial, seperti *Usenet* dan *bulletin board systems*, muncul secara daring. Generasi baru ini punya akses terhadap teknologi digital berjaringan. Mereka semua punya keahlian atau *skill* untuk menggunakannya.

Tak heran kalau muncul harapan bahwa media sosial juga bisa menjadi tempat tersendiri untuk membangun “kapital sosial” bagi generasi Net, modal hidup bersama dalam sebuah masyarakat madani yang menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi dan keadaban. Bukankah di dalamnya, juga ada proses “deliberasi”, proses perbincangan, dialog, diskusi, dan berbagi. Singkatnya, ada proses komunikasi timbal-balik di sana.

D. Generasi ‘Hijau’

Munculnya “generasi hijau” yang mempraktikkan “gaya hidup hijau” (*‘green lifestyle’*)—kalau kata ini bisa kita gunakan—sesuai dengan konotasi kata itu memang masih tergolong baru. Munculnya kesadaran individu dan kolektif di beberapa kelompok komunitas dan budaya akan pentingnya lingkungan hidup yang sehat semakin meningkat berbarengan dengan meningkatnya keprihatinan akan degradasi dan krisis lingkungan hidup yang dialami Indonesia dalam beberapa dasawarsa terakhir ini. Isu efek rumah kaca yang menjadi keprihatinan komunitas global dan berbagai kampanye lingkungan hidup yang menyertainya serta kebijakan global di bidang lingkungan ikut membangun kesadaran individu dan kolektif di tingkat nasional dan lokal.

Meskipun ‘gaya hidup hijau’ yang diekspresikan oleh ‘generasi hijau’ ini belum sepenuhnya menjadi kekuatan seperti di Barat, yang bisa menjadi gerakan yang memengaruhi kebijakan, tetapi kehadiran dan pengaruhnya makin terasa dalam beberapa segi kehidupan lapis masyarakat tertentu. Di sejumlah negara Eropa pengaruh gerakan hijau sangat kuat. Sebagian mencuat sebagai tanggapan terhadap filsafat pasar bebas dan tuntutan terhadap perubahan kebijakan sangat dipengaruhi oleh kehadiran gerakan hijau yang kuat. Program yang dibuat menempatkan tekanan yang kuat pada keprihatinan ekologis. Proteksi lingkungan bahkan dipandang sebagai sumber pertumbuhan ekonomi daripada sebaliknya. Para pemilih di sejumlah negara yang sudah maju menjadi kurang tertarik dengan isu-isu ekonomi dibandingkan dengan kualitas hidup mereka.⁵² Ini bersamaan dengan munculnya apa yang disebut Ulrich Beck (1992) sebagai ‘sub-politics’ —politik yang beralih dari parlemen ke kelompok-kelompok isu tunggal dalam masyarakat. Kelompok-kelompok inisiatif warga mulai mengambil peran tanpa

⁵² Menarik, misalnya, perdebatan sengit mulai muncul di Italia pada 1980-an yang mempertanyakan mengenai sejauh mana kategori-kategori kiri dan kanan masih bermakna. Keprihatinan ekologis, partisipasi komunitas, dan reformasi konstitusi muncul ke permukaan. Kemudian disusul di Jerman dan sejumlah negara lain yang menunjukkan meningkatnya kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan hidup, etos kolektivisme, dan solidaritas. Lihat, misalnya, Giddens (1999: 54–64).

menunggu politisi. Kekakuan sikap aparat pemerintah digantikan oleh mobilitas agen-agen pada semua level masyarakat. Mereka lah, dan bukan politisi, yang telah menempatkan isu-isu ekologis, dan juga berbagai keprihatinan baru lainnya, dalam agenda.

Gaya hidup hijau seperti yang tumbuh di negara maju juga ditandai dengan munculnya gerakan hidup sederhana secara sukarela dan gerakan tanggung jawab sosial yang diiringi dengan terbitnya buku-buku yang mendukung gerakan mereka. Sebutlah untuk menyebut beberapa, misalnya, karya Joe Dominguez & Vicki Robin (1992), *Your Money or Your Life: Transforming Your Relationship with Money and Achieving Financial Independence*; karya Cecile Andrews (1997). *The Circle of Simplicity: Return to the Good Life*; penerbitan Council on Economic Priorities (1988, 1990, 1994, 2000), *Shopping for a Better World: The Quick and Easy Guide to All Your Socially Responsible Shopping*; karya Duane Elgin (1993 [1981]), *Voluntary Simplicity: Toward a Way of Life That is Outwardly Simple, Inwardly Rich*; karya Amitai Etzioni (1999), *Voluntary Simplicity: a New Social Movement?*; karya Mary Grigsby (2004), *Buying Time and Getting By: the Voluntary Simplicity Movement*; dan karya Ellis Jones (2006), *The Better World Shopping Guide*, untuk menyebut beberapa.

Gerakan gaya hidup tersebut melibatkan aksi terus-menerus dalam ruang kehidupan sehari-hari. Para partisipan dalam gerakan gaya hidup ini kadang-kadang juga berpartisipasi dalam kelompok kepentingan dan politik protes sehingga menjadi bagian penting dari kekuatan penekan. Mereka menciptakan dan menawarkan pola-pola konsumsi alternatif, pada gilirannya menjadi model alternatif bagi konstruksi identitas. Ini mengingatkan kita bahwa politik gaya hidup dan politik identitas personal merupakan komponen penting dari gerakan (Giddens, 1991). Mereka menggantung diri pada ‘wirausahawan-wirausahawan budaya’, jaringan sosial, dan media bersama untuk terus-menerus membentuk wacana gerakan mereka.

Dalam satu dekade terakhir ini wacana ‘hijau’ semakin mewarnai wacana media dan budaya popular di tanah air. Tawaran barang konsumsi dan waktu luang yang berlabel hijau mulai menjadi alternatif yang mudah ditemui di berbagai lokasi. Produk barang dan jasa berlabel

“green” juga semakin banyak. Iklan sekolah, properti, kuliner, *fashion* yang mengklaim bergaya hijau semakin gencar. Kesadaran manajemen dan marketing berorientasi hijau juga menguat meski mungkin baru sebatas iklan advertorial aktivitas kampanye Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Kesadaran lingkungan yang muncul di kalangan lapis masyarakat berada juga sudah diantisipasi oleh produsen otomotif yang menawarkan berbagai model kendaraan ramah lingkungan dan penggunaan bahan bakar bio atau mobil listrik, yang sedikit banyak menjadi sinyal dalam mengantisipasi munculnya sebuah lapis generasi yang semakin sadar lingkungan.

Sementara gaya hidup di bidang kesehatan juga ditandai dengan berbagai praktik diet dan pengobatan alternatif yang mengklaim diilhami oleh alam dan lingkungan. Di bidang kesehatan, pengobatan dengan bahan kimia yang selama ini dominan dalam dunia kedokteran mulai diimbangi dengan pengobatan alternatif yang mengandalkan bahan dari tumbuhan. Belum pernah kita menyaksikan seperti saat ini ketika produk kosmetika dan obat-obatan herbal mulai memasuki ceruk pasar yang besar di kalangan masyarakat Indonesia. Kalau kita melihat ke dunia pariwisata, kesadaran lingkungan ini juga kian menguat. Kini ‘ekowisata’ menjadi bidang yang menarik, bisa jadi dalam waktu dekat akan menyamai (bahkan mungkin menggeser) wisata religius yang sempat menjadi primadona. Patut pula dicatat munculnya kelompok pengguna sepeda (*bikers*) sebagai kendaraan utama ke tempat kerja atau kuliah yang muncul di sejumlah kota juga menandai tumbuhnya kesadaran kolektif dari sebuah generasi yang melihat bahwa ruang transportasi publik sudah semakin tidak nyaman dengan semakin sesaknya kendaraan bermotor. Mereka memilih bersepeda sebagai pilihan gaya hidup sehat untuk melawan meningkatnya polusi yang disebabkan kendaraan bermotor.

Barangkali semua perkembangan tersebut sudah cukup menjadi tanda paling gamblang untuk menunjukkan bahwa sebuah generasi sedang lahir dan tumbuh. Sebuah generasi yang mendukung gerakan gaya hidup hijau dengan pola-pola budaya ekspresif yang bisa kita selami lebih dalam dengan melihat bagaimana mereka memanfaatkan waktu luang, memilih barang untuk dikonsumsi, memperlakukan

ruang untuk tinggal, memanfaatkan uang untuk konsumsi atau produksi, dan perilaku konsumsi media mereka. Dengan mengetahui motif-motif yang ada di balik sikap hidup dan perilaku generasi hijau dalam menggunakan uang, barang, ruang, dan waktu luang, barangkali kita bisa memprediksi sampai sejauh mana generasi ini akan berperan signifikan dalam mendukung kekuatan masyarakat sipil. Kita juga bisa melihat sejauh mana implikasi perbedaan generasi dan gaya hidup dalam hal perilaku penggunaan medianya bila kita lihat dari segi kemungkinan perannya bagi perubahan sosial di masa depan.

E. Gerakan Gaya Hidup

Sampai sejauh ini kita melihat munculnya gaya hidup memang belum sepenuhnya menjadi kekuatan penekan ke arah perubahan kebijakan yang memuaskan bagi banyak kalangan yang mendambakan perbaikan dan perubahan kualitas hidup. Di dalam proses transformasi sosial budaya besar-besaran seperti yang berlangsung satu dekade terakhir ini, sayangnya gaya hidup belum sepenuhnya menjadi sebuah gerakan yang memiliki implikasi politik cukup signifikan.

Padahal, sebagaimana dikatakan oleh Anthony Giddens (1991), karena aktualisasi diri dan transformasi diri berlangsung tumpang-tindih maka politik gaya hidup dan politik identitas personal adalah komponen penting dari berbagai gerakan. Semestinya bila gaya hidup dan identitas dari lapis tertentu masyarakat sudah terbentuk maka gerakan gaya hidup yang berimplikasi ke arah perbaikan kehidupan juga akan menguat, tidak hanya gerakan gaya hidup dekaden yang memerosotkan kualitas lingkungan dan kehidupan warga. Ada harapan agar para pendukung gaya hidup mampu mengukuhkan gaya hidupnya sebagai sebuah gerakan, ‘gerakan gaya hidup’ (*lifestyle movement*). Kita sedang menanti dan berharap, misalnya, bagaimana para *bikers* bisa bersatu dan mendorong pemerintah di berbagai daerah dan kota untuk menyediakan ruang memadai bagi para pejalan kaki dan pesepeda agar merasa nyaman dan aman mencapai tujuan. Bagaimana para penggerak gaya hidup hijau bisa mendesak pemerintah daerah membuat aturan yang tegas agar semua kantor mengubah lahan parkir beton dengan

bahan yang mudah menyerap air sehingga minimal banjir bisa dikurangi.

Biasanya memang gerakan gaya hidup akan lebih efektif apabila bertemu dengan gerakan sosial. Barangkali contoh terbaik adalah keberhasilan para *Facebooker* menggalang dukungan untuk mendesak pemerintah membebaskan dua pimpinan KPK. Di sini gerakan gaya hidup dengan penggunaan media baru untuk membangun komunitas di dunia maya telah bertemu dengan gerakan politik akar-rumput yang mendesakkan tuntutan politik yang lantang dan berskala massif.

Gerakan sejuta Facebook dalam perlawanan terhadap kriminalisasi KPK pada tahun 2009 adalah contoh fenomenal penggunaan media sosial di Internet dalam gerakan sosial di Indonesia. *Cyberdemocracy* atau *Cyberpolitics* atau *Cyberprotest* benar-benar menemukan ruang mobilisasi dan partisipasinya dalam kasus tersebut. Kasus ini fenomenal karena mampu melibatkan lebih dari sejuta *Facebooker* dalam waktu yang relatif singkat (kurang dari sebulan) dan mendapat perhatian yang cukup besar dari masyarakat, aktivis, politisi, analis, serta media tradisional seperti televisi dan surat kabar.

Uraian bab ini telah berupaya menggambarkan kecenderungan gaya hidup yang berkembang secara dinamis dan tidak tetap. Dua generasi yang disorot, generasi Net dan generasi Hijau, dianggap berkontribusi penting dalam proses demokratisasi dan perjuangan lingkungan di negeri ini. Peran itu sedang dan akan terus mereka mainkan, kini dan datang.

Menyimak secara saksama munculnya pusat-pusat penyemaian dan pemekaran gaya hidup dengan generasi pendukungnya yang mulai tumbuh pada awal 1990-an, tampaknya pada pasca-2000, jelas makin tidak bisa dianggap sepele lagi. Gejala yang demikian serius dan kompleks sudah tentu memerlukan pengamatan dan kajian yang sistematis, ketat, dan mendalam. Misalnya, diperlukan survei yang luas dan rinci untuk menggambarkan profil kelompok pendukung gaya hidup generasi Indonesia yang muncul pada pasca-Perang Dingin, terutama dalam konteks perkembangan demokratisasi di era digital. Termasuk gaya hidup kelompok-kelompok strategis yang muncul pada era ini bila dibandingkan dengan era sebelumnya.

Profil gaya hidup generasi Indonesia mutakhir juga bisa dilihat dari kategori-kategori yang dibuat setelah melihat pola-pola perilaku umum yang hidup di level masyarakat tertentu. Atau, bisa juga langsung dengan menggambarkan pola-pola penggunaan uang, barang, ruang, dan waktu luang dari komunitas-komunitas atau kolektivitas-kolektivitas yang muncul dengan identitas tertentu. Upaya menggambarkan profil gaya hidup kelas menengah Indonesia pasca-2000 masih akan tetap menarik apabila melihat kenyataan bahwa kelas menengah juga memiliki konstruksi kesadaran sejarah yang beragam. Begitupun dengan profil gaya hidup kelas bawah? Bagaimana dengan gaya hidup lapis kaum muda dengan berbagai kategori yang bisa dibuat?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan antaran awal yang berguna bahwa ternyata peta profil pendukung gaya hidup dalam masyarakat Indonesia memang kompleks dan kaya warna. Apalagi kalau kita melihat kenyataan bahwa dalam masyarakat mutakhir sering kali soal cita rasa dan gaya hidup sudah semakin samar batas-batasnya. Dibandingkan era sebelumnya, kini gaya hidup bukan lagi monopoli suatu kelas, tetapi sudah lintas-kelas. Mana yang kelas atas/menengah/bawah tak jarang sudah bercampur-baur dan terkadang dipakai bergantian. Gaya hidup yang ditawarkan lewat iklan dan ritual konsumsi, misalnya, menjadi lebih beraneka ragam dan cenderung mengambang bebas sehingga ia tidak lagi menjadi milik eksklusif kelas tertentu dalam masyarakat. Ia menjadi citra netral yang mudah ditiru, dijiplak, dipakai sesuka hati oleh setiap orang. Persoalannya, tergantung kita, seperti pertanyaan di awal, mau memilih yang mana; ‘hidup untuk gaya’ atau ‘gaya untuk hidup’.



BAB XIX

Renungan Budaya untuk Generasi Mendatang

“Bumi menyediakan cukup untuk kebutuhan semua orang, tetapi tidak untuk keserakahannya setiap orang.”

(Mahatma Gandhi)

Buku ini telah berupaya menunjukkan beberapa krisis budaya komunikasi dan media yang terjadi dalam ruang publik Indonesia kontemporer. Selain itu, juga telah diajukan beberapa kemungkinan untuk melakukan perubahan budaya baik di level negara maupun masyarakat sipil. Peran media dan masyarakat sipil mendapat tekanan, oleh karena dua kekuatan ini bisa digunakan untuk memberikan keseimbangan di tengah kekuatan modal dan kuasa yang mendiktekan selera budaya dan budaya selera yang mungkin cenderung berorientasi demi kekuasaan dan modal itu sendiri.

Buku ini menempatkan budaya bukanlah sebagai sesuatu yang bertentangan dengan sesuatu yang bersifat struktural. Tetapi antara struktur dan kultur dilihat sebagai sesuatu yang saling berhubungan. Keduanya saling memengaruhi dalam dialektika yang pada gilirannya mungkin melahirkan sintesis. Karena itu, kajian buku ini memandang kebudayaan sebuah bangsa tidak pernah statis. Ia senantiasa dinamis dan beradaptasi secara dialektis dan kreatif dengan dinamika masyarakat. Adakalanya ia memengaruhi, tetapi adakalanya juga ia dipengaruhi oleh masyarakatnya. Kebudayaan mengalir dalam gerak saling-pengaruh

yang tanpa akhir dalam denyut nadi kehidupan. Terkadang arusnya kecil, terkadang besar, bahkan ia pun bisa menjadi gelombang besar yang memengaruhi kesadaran dan tindakan maupun perilaku kita.

Kalau kini orang berbicara tentang krisis masyarakat yang mendalam, bukankah sesungguhnya mereka juga sedang berbicara tentang krisis budaya, krisis nilai, dan krisis kehidupan itu sendiri? Lalu, 80 tahun lebih setelah kita merdeka, seberapa jauh capai-capaiannya budaya yang membanggakan yang telah kita raih? Atau, sebaliknya yang terjadi, apakah krisis budaya yang semakin menghalangi kita untuk membangun kematangan sosial politik menuju Indonesia Emas?

Selama ini budaya atau kebudayaan terlalu sering dibicarakan dengan tema-tema besar yang serba abstrak. Seperti dalam pidato-pidato kebudayaan yang menuntut refleksi yang dalam dan kecerdasan nalar-logika yang rumit. Tentu saja ruang-ruang perenungan budaya seperti itu penting. Akan tetapi, sesungguhnya untuk saat ini dan ke depan, tak kalah penting adalah bagaimana kita memandang budaya dengan sederhana. Budaya harus kita lihat dalam hal kecenderungan sikap, perilaku, tindakan, dan tutur kata kita sehari-hari yang amat kasat mata. Untuk mengikuti istilah pemikir budaya mutakhir, perhatian harus kita arahkan ke pernak-pernik budaya kehidupan sehari-hari (*culture of everyday life*) (de Certeau, 1987; Fiske, 1996).

A. Pemikiran Budaya Kritis

Hingga kini begitu banyak pemikiran kritis yang lahir dari perenungan yang dalam dan tulus untuk berbicara tentang budaya dan masyarakat Indonesia. Pandangan itu sering kali sangat kritis terhadap budaya dominan sehingga tak jarang cukup mencerahkan. Sayangnya, setelah pemikiran itu dilontarkan, lalu disambut dan diperdebatkan dengan hangat dalam aneka wacana dan media, kemudian dilupakan begitu saja, seakan lenyap ditelan arus sejarah.

Sebutlah beberapa di antaranya. Pada tahun 1970-an, Mochtar Lubis (1972), misalnya, sudah berbicara sangat lantang tentang wajah tak keruan manusia Indonesia. Melihat wajah muram manusia Indonesia yang ciri-ciri pribadinya berkeping-keping (munafik, feodal, percaya takhayul, punya watak yang lemah, dan cenderung boros),

Mochtar Lubis khawatir bangsa kita akan tertinggal jauh, dan lebih celaka lagi akan jadi korban dalam percaturan dunia.

Tak heran, kalau Koentjaraningrat (1974) mengingatkan tentang betapa perlunya perubahan mentalitas masyarakat Indonesia agar bisa menjadi bangsa yang maju. Sementara, Umar Kayam (1997) tak bosan berbicara tentang pentingnya transformasi budaya kita untuk menyingkirkan budaya feudal dan birokratis dalam laku elit politik (pegawai negeri, politisi) dan masyarakat umum. Lain lagi Taufik Abdullah (2001), yang memperkenalkan sebuah rumusan yang bagus menyangkut kemiskinan budaya wacana elit politik, yang disebutnya sebagai “spiral kebodohan yang menukik ke bawah”. Kebodohan yang dibalas dengan kebodohan akan melahirkan kebodohan baru. Bukankah pernyataan bodoh seorang elit politik yang ditanggapi dengan pernyataan bodoh pula oleh elit politik yang lain, begitu sering kita saksikan di media. Pernyataan itu, menurut Abdullah, hanya melahirkan kebodohan baru. Akhirnya, menciptakan semacam spiral kebodohan yang terus menukik ke bawah.

Lebih dalam lagi. Soedjatmoko (1984) mengingatkan tentang ancaman kemanusiaan, berupa kemiskinan, ledakan penduduk, degradasi lingkungan global yang dampaknya akan dirasakan bangsa Indonesia di abad ke-21. Ia juga menyebutkan tentang akan munculnya fenomena “masyarakat stres”, “masyarakat sakit”, yang ditandai oleh sakit mental, kekerasan, dan penyalahgunaan obat dan kenakalan remaja. Maka tak heran kalau Soetardji Calzoum Bachri mengajak bangsa kita dengan lantang: “*Wahai bangsaku/ Keluarlah engkau dari kamus kehancuran ini/ Cari kata/ Temukan ucapan/ Sebagaimana dulu para pemuda menemukan kata dalam sumpah mereka.*” Senada dengan Sartono Kartodirdjo (1993) yang mengumandangkan tentang pentingnya kesadaran sejarah dalam proses pendidikan bangsa. Atau, Kuntowijoyo (2000) mengajukan pentingnya transendensi dan humanisasi untuk melawan politisasi, sekularisasi, dan komersialisasi budaya.

B. Persoalan Krusial dan Skenario ke Depan

Apa yang menjadi imbauan atau bahkan kekhawatiran dari para pemikir budaya tak lain adalah implikasi dari adanya arus besar yang memengaruhi kehidupan dan membentuk budaya masyarakat kontemporer. Di satu sisi, ia bersumber dari dalam, berupa feodalisme, dan di sisi lain, ia datang dari luar, dari konsekuensi-konsekuensi globalisasi dan transnasionalisasi nilai-nilai yang datang dari seluruh penjuru dunia via media massa. Atau, baik itu dari gejala sekularisme yang merembesi segenap ranah religiusitas manusia modern atau lebih khusus, masyarakat Indonesia kontemporer sehingga dianggap sebagai ancaman bagi nilai-nilai agama tradisional. Maupun, dari nilai kapitalisme masyarakat konsumen yang menyebabkan berlangsungnya proses komodifikasi semua ranah kehidupan.

Nilai-nilai ini dipandang ikut membentuk selera, laku, dan bahkan kesadaran kita. Kini, nilai-nilai ini terus meresap, menjadi semacam kekuatan budaya yang membentuk alam bawah sadar kehidupan manusia modern. Mulai dari cara kita memilih letak rumah, jenis kendaraan, merk pakaian, tempat hiburan, acara televisi, tontonan media sosial, figur panutan, penggunaan uang yang kita peroleh, pemanfaatan waktu luang, hingga cara kita bercinta dan menjalani serta memandang kehidupan sehari-hari. Semuanya tak lepas dari adanya konstruksi nilai dan budaya yang membentuk kesadaran kita.

Di tengah kepungan nilai-nilai itu, bangsa kita justru berhadapan dengan masalah besar dan krusial yang menghadang. Persoalan kemiskinan, penyakit (biologis, psikologis dan sosial), kebodohan, kekerasan, ketidakpedulian, korupsi, pencemaran lingkungan, masih menjadi persoalan keseharian yang kasat mata yang tidak hanya amat memerlukan pemikiran budaya, tetapi juga revolusi budaya demi mengubah perilaku budaya sehari-hari kita sehingga mampu membebaskan dan memberdayakan kita dari berbagai krisis sosial, ekonomi, politik yang menghimpit. Perilaku dan kesadaran budaya yang beberapa di antaranya akan disorot bagian penutup ini perlu segera dikembangkan untuk melawan kecenderungan laku budaya dominan yang seakan sudah menjadi bagian hidup sehari-hari.

Kita sebut saja laku budaya itu sebagai “10 Sikap dan Kesadaran Budaya Negatif” yang harus disingkirkan dengan membangun “10 Sikap dan Kesadaran Budaya Positif” yang menjadi budaya alternatif yang harus terus dipupuk dan dikembangkan di rumah, di sekolah, di tempat kerja, di tempat ibadah, di jalan-jalan, di ruang media sosial, dan di semua ranah kehidupan sehari-hari.

Pertama, budaya feodal lawan budaya egaliter. Budaya feudalisme yang menghambat kemajuan, harus dilawan dengan sikap dan kesadaran budaya egaliter. Sikap egaliter menempatkan manusia pada posisi setara, tanpa memandang status yang diperoleh karena keturunan, kekayaan, jabatan, pendidikan, suku, ras, atau agama. Sikap hidup yang memandang semua orang sama akan menjadi budaya pendukung nilai-nilai demokrasi dan semangat masyarakat madani. Kita harus mengembangkan pendidikan budaya sejak dini kepada anak-anak agar tumbuh sikap budaya egaliter yang menghargai kesetaraan dan menghormati sesama manusia.

Kedua, budaya instan lawan budaya kerja keras. Budaya instan yang menganggap bahwa kebahagiaan, kekayaan, kesuksesan, dan prestasi bisa diraih seperti membalik telapak tangan, juga harus dilawan dengan budaya yang memandang bahwa semua itu harus diraih dengan kerja keras, keringat, dan bahkan airmata. Budaya-budaya yang menggampangkan penyelesaian persoalan dengan cara potong kompas dalam kehidupan sehari-hari mesti dilawan dengan cara-cara yang lebih beradab. Prestasi yang diraih dengan kerja keras harus diberi penghargaan secara layak dan harus diciptakan mekanisme penilaian untuk orang-orang yang meraih prestasi dengan kerja keras. Kita harus menanamkan pendidikan budaya yang memberi pengertian kepada anak-anak agar korupsi, perilaku tidak jujur, komersialisasi jabatan, sampai jual beli gelar aspal, plagiat, atau menyontek adalah contoh budaya instan yang tidak layak diberi tempat dalam masyarakat beradab. Kita hanya menghargai orang yang bekerja keras.

Ketiga, budaya kulit lawan budaya isi. Budaya kulit atau tampilan luar dalam kehidupan memang penting. Untuk menjaga citra diri atau imaji seseorang, banyak cara bisa ditempuh. Ada orang yang memamerkan kekayaan, ada yang menunjukkan kepintaran, ada

juga yang unjuk kekuatan bahkan kekuasaan. Menurut sejarawan Ongkokham, pamer kemewahan sudah menjadi bagian dari gaya hidup kaum aristokrat sejak dulu. Sekarang banyak orang kaya baru (OKB) yang tanpa malu-malu menunjukkan dirinya kaya dan saleh. Untuk itu, orang menggunakan simbol-simbol kesuksesan dan kesalehan dengan berbagai cara. Persoalan muncul kalau orang biasa memakai topeng kulit seperti itu. Pasalnya iklan dan sinetron tak henti mengajarkan bahwa budaya kulit lebih hebat dari budaya isi.

Kita ingin menanamkan kepada anak-anak sejak dini bahwa budaya isi, substansi jauh lebih penting dari budaya kulit. Bukan kita iri atau cemburu dengan orang sukses dan kaya. Bukan! Kita ingin agar kekayaan dan kesuksesan mereka lebih bermakna bagi kehidupan banyak orang. Kita merindukan kesejahteraan yang lebih merata. Kita ingin mengetuk kesadaran orang yang gandrung budaya kulit agar mulai menyelami budaya isi, untuk menyelami hakikat kehidupan itu sendiri.

Keempat, budaya penampilan atau snobisme lawan budaya hidup sederhana. Budaya penampilan, asal kelihatan keren, kece, dan hebat, juga menjadi bagian dari kehidupan kita. Tak banyak orang sekarang yang mau dan berani tampil lebih sederhana dari penghasilannya. Bahkan, tak jarang orang sudah menghabiskan penghasilannya sebelum penghasilan itu menjadi haknya. Kita menyebut budaya kredit dan budaya utang kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup kita bahkan sudah menjadi darah daging dan daya hidup pemerintah kita (Ingat Utang Luar Negeri!).

Kita akan sulit atau mungkin terasing di tengah-tengah tetangga, keluarga atau kolega kalau kita berpenampilan sederhana. Kebersahajaan—sebagai pilihan sikap dan gaya hidup alternatif—menjadi barang langka atau bahkan semacam kemewahan tak terjangkau di tengah hutan lebat gemerlap gaya hidup. Di kantor, pakaian Anda yang dinilai tidak modis dan *stylish* akan dikomentari: “Masak dari dulu hanya pakai yang itu-itu.” Anda tidak akan kelihatan sukses dan membanggakan keluarga kalau Anda tidak mengendarai kendaraan terkini. Anda akan lebih keren kalau Anda memakai telepon

pintar keluaran mutakhir, model anu dengan penampilan *gress*. Ongkos penampilanmu akan terus menyedot sakumu.

Setiap hari anak-anak kita dikehilangan oleh pesan-pesan media, iklan, dan sinetron padat gaya hidup agar mereka memuja budaya penampilan. Di masa depan kita ingin agar anak-anak kita menjadi lebih sederhana dari kita, sekalipun kita tetap berusaha agar mereka jauh lebih sukses dan bahagia dari kita.

Kelima, budaya boros lawan budaya hemat. Budaya kulit atau budaya penampilan jelas telah menjadikan budaya boros begitu telanjang di pelupuk mata. Kita jarang berpikir jangan-jangan perilaku dan gaya hidup serba-boros sudah mendarah daging dalam kehidupan kita. Cobalah simak di kantor, di jalan, atau di rumah kita. Bagaimana kita menggunakan listrik, air, atau pulsa telpon (khususnya telepon pintar). Kalau dulu orang tua memberi anak uang bisa ditabung atau dibelikan emas. Sekarang begitu banyak orang tua yang menganggarkan uang pulsa bulanan buat si buah hatinya. Di zaman teknologi komunikasi serba canggih budaya *ngerumpi* dan omongan remeh-temeh bisa menghamburkan uang ratusan ribu bahkan jutaan per bulan.

Mulai sekarang kita harus menanamkan kesadaran di kalangan anak muda bahwa budaya hemat adalah bagian dari perilaku hidup sehat dan beradab yang harus dikembangkan. Kepada generasi muda, misalnya, perlu kita sebarkan ungkapan “Save water and electricity!” “Hemat air dan listrik demi generasi mendatang!” Bila perlu harus kita pasang di pintu-pintu rumah dan sekolah kita. Kita harus berpikir bahwa masih banyak orang yang belum memperoleh penerangan yang layak dan air bersih yang wajar sebagaimana yang kita nikmati. Masih banyak bencana kekeringan dan kelaparan yang menyebabkan nestapa kemanusiaan. Kita ingin budaya hidup hemat menjadi pesan kemanusiaan yang bermakna bagi generasi mendatang. Seruan lirih Mahatma Gandhi terdengar pas, “Earth provides enough for everyone's need, but not for everyman's greed”.

Keenam, budaya apati lawan budaya empati. Dengan kesadaran demikian pula kita ingin membuat sikap masa bodoh atau apati yang membuat kita menutup mata terhadap persoalan di sekitar kita segera diganti oleh tumbuhnya generasi yang berkesadaran empatik. Budaya

empatik menumbuhkan kepedulian dan kesadaran untuk mendengar terhadap keluhan orang lain atau penderitaan sesama. Generasi empatik adalah generasi yang bisa hidup dalam semangat untuk memberi kepada yang tidak mampu dan menyuarakan persoalan public, serta membebaskan yang tertindas. Kita ingin menumbuhkan budaya empati justru di tengah-tengah sikap masa bodoh atau ketidakpedulian yang sering mewarnai budaya kita sehari-hari.

Ketujuh, budaya konsumtif lawan budaya produktif. Budaya yang hanya bisa memakai, menghabiskan waktu dan uang yang tak bermanfaat, harus dilawan dengan budaya yang lebih memberikan hal-hal yang bermanfaat dalam kehidupan. Kalau sekarang kita hanya menjadi masyarakat pemakai (pemakai barang produk luar negeri, konsumen pemikiran dan gaya hidup asing), di masa depan konstruksi budaya yang paling berat dan krusial adalah bagaimana membuat bangsa ini menjadi bangsa yang menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan dan kemanusiaan (Kartodirdjo, 1993; Pabottingi, 1994; Abdullah, 2006). Tantangan pendidikan kita adalah bagaimana menjadikan generasi konsumtif berubah menjadi generasi produktif. Generasi yang tidak hanya menjadi pengguna atau konsumen, tetapi menjadi produsen bagi bangsanya bahkan bagi luar negeri. Ini tidak boleh tidak memerlukan semacam revolusi kesadaran yang menuntut pendidikan sumber daya manusia yang sistematis dan terprogram.

Kedelapan, budaya bersih lawan budaya sampah. Sampah akan menjadi persoalan urban yang pelik bila kita tidak mencari solusi yang lebih terpadu dalam pembangunan dan penataan kota di masa depan. Kita sekarang hidup dalam “masyarakat serba membuang”; beli, pakai sekali, setelah itu buang. Untuk itu, kita perlu mananamkan budaya bersih sejak dini dalam lingkungan keluarga, tetangga, sekolah, tempat ibadah, masyarakat luas, terutama di pasar dan pertokoan, perkantoran, terminal, stasiun, pelabuhan dan lapangan terbang, jalanan dan fasilitas umum harus memperhatikan masalah penanganan sampah secara serius. Budaya membuang sampah sembarangan harus mendapatkan ganjaran yang keras, kalau perlu jerat hukum. Kebiasaan membuang sampah pada tempat yang disediakan secara khusus sudah harus ditanamkan sejak dini hingga di masa kanak-kanak, di ruang

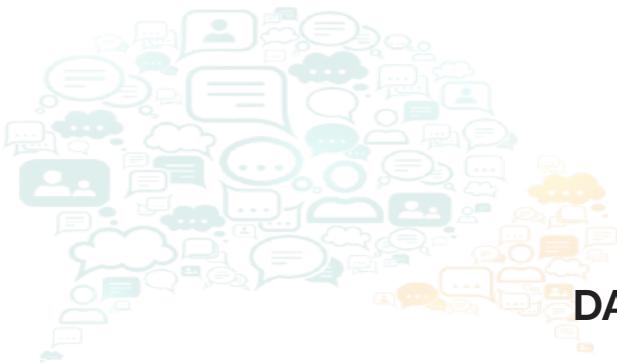
keluarga Indonesia. Ingatlah sampah akan menjadi ancaman serius karena bukankah setiap orang menghasilkan sampah?

Kesembilan, budaya antri lawan budaya terabas. Kebiasaan antri juga perlu terus dikampanyekan dan disosialisasikan di tempat-tempat publik. Kita harus menjadi bangsa yang beradab, jangan asal terabas. Budaya terabas menyebabkan munculnya korupsi dan membuat kita tidak sabaran di jalan. Budaya antri menghargai keteraturan yang tidak dipaksakan, tetapi tumbuh dari kesadaran penghargaan terhadap orang lain. Kita hanya mendahulukan orang tua, orang sakit, atau orang hamil. Kita harus mempraktikkan kepada anak-anak sejak dini tentang pentingnya budaya antri dalam masyarakat sibuk seperti sekarang ini.

Kesepuluh, budaya kompetisi lawan budaya kerjasama. Kita perlu berkompetisi, asal kompetisi itu sehat dan fair, karena kita ingin yang terbaiklah yang muncul sebagai pemimpin atau pemenang. Kita harus menanamkan budaya menerima kekalahan secara fair dan menghargai prestasi orang lain agar kehidupan berjalan sehat. Ini baik dalam pendidikan, juga dalam demokrasi. Jika kita sulit membangun budaya kompetisi, kita harus mulai berpikir bagaimana membangun budaya kerjasama. Kita sudah lama larut dalam klik-klik kepentingan picik golongan, bahkan kita sudah jauh masuk dalam keretakan kehidupan kebangsaan, dan melemahnya kohesivitas sosial. Kita ingin budaya kerjasama hidup kembali di kalangan anak-anak muda dan generasi yang akan datang. Bukankah persoalan kemanusiaan dan kebangsaan yang pelik hanya bisa dipecahkan bersama. Kita hanya bisa menghilangkan sikap individualitis, egois, dan merasa benar sendiri, bila kita terbiasa bekerja sama, karena kita akan semakin rendah hati menerima berbagai kemungkinan dari orang lain yang berbeda dari kita.

Akhirnya, kita perlu membuat skenario budaya ini agar bisa berjalan dari hal-hal kecil dari kehidupan keseharian kita. Kita ingin generasi di masa datang berubah wajah dari generasi yang serba dipolitisasi dan dikomersialisasi menjadi generasi yang lebih beradab, *civilized generation*. Karena itu, kita perlu merancang desain budaya dan kesadaran masyarakat kita dari “*politicized and commercialized society*” (masyarakat yang dipolitisasi dan dikomersialkan) menjadi “*civilized society*” (masyarakat beradab). Saya yakin kalau kita mulai menjalankan

salah satu saja dari “10 Sikap dan Kesadaran Budaya Positif” tersebut, kita mulai ikut meretas jalan untuk membangun masyarakat lebih beradab. Jalan memang masih panjang dan berliku. Tetapi, bukankah seperti senandung dari lirik lagu Lionel Richie, “*We can save the world if we try...*” (Kita bisa menyelamatkan dunia jika kita mencoba).



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (1997). Dari domestik ke publik: Jalan panjang pencarian identitas perempuan. Dalam Abdullah, I. (Ed.). *Sangkan paran gender*. Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada & Pustaka Pelajar.
- Abdullah, I. (2006). *Konstruksi dan reproduksi kebudayaan*. Pustaka Pelajar.
- Abdullah, T. (2001a). *Nasionalisme dan sejarah*. Satya Historia.
- Abdullah, T. (2001b, 23 April). *Buku, kebablasan, dan kebebasan*. Makalah pada Seminar Nasional Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), Jakarta, Indonesia.
- Acharya, K. & Noronha, F. (Eds.). (2010). *The green pen: Environmental journalism in India and south Asia*. Sage.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1979). The Culture industry: Enlightenment as mass deception. (*abridged*). Dalam J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass communication and Society*. Sage.
- Ahmed, A. S. (1992). *Postmodernism and Islam: Predicament and promise*. Routledge.
- Alfian dkk. (Eds.). (1980). *Kemiskinan struktural*. Yayasan Ilmu-ilmu Sosial.
- Allen, R. (Ed.). (1992). *Channels of discourse, reassembled*. Routledge.

- Altschull, H. J. (1984). *Agents of power: The role of the news media in human affairs*. Longman.
- Amal, I. (2007, 8 Februari). *Pers dan kemiskinan*. Makalah pada Konvensi Nasional Media Massa se-Indonesia, Hari Pers Nasional, Samarinda, Indonesia.
- Andersen, R. & Gray, J. (Eds.). (2008). *Battleground: The media, Vol. 1 & 2*. Greenwood Press.
- Anderson, B. R. O'G. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origins and spread of nationalism*. Verso.
- Anderson, B. R. O'G. (1990). *Language and power: Exploring political cultures in Indonesia*. Cornell University Press.
- Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The work of being watched*. Rowman & Littlefield.
- Ang, I. (1996). *Living room wars: Rethinking media audiences for a postmodern world*. Routledge.
- Anonim (2006). *Dictionary of media studies*. A & C Black Publisher.
- Antlöv, H. (1999). The new rich and cultural tensions in rural Indonesia. Dalam M. Pinches (Ed.), *Culture and privilege in capitalist Asia*. Routledge.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Apple, M. W. (1996). *Cultural politics and education*. Teachers College Press.
- Apple, M. W. (1998). Selling our children: Channel one and the politics of education. Dalam R. W. McChesney dkk. (Eds.), *Capitalism and the information age: The political economy in the global communication revolution*. Monthly Review Press.
- Arif, A. (2010). *Jurnalisme bencana, bencana jurnalisme: Kesaksian dari tanah bencana*. KPG, Tembi, Tifa, & LSPP.
- Arps, B. & van Heeren, K. (2006). Ghosthunting and vulgar news: Popular realities on recent Indonesian television. Dalam H. S. Nordholt & I. Hoogenboom (Eds.), *Indonesian transitions*. Pustaka Pelajar.
- Ath-Thawil, N. S. (1985). *Kemiskinan dan keterbelakangan di negara-negara Muslim*. (Muhammad Bagir, penerj.). Mizan.

- Atmakusumah (2008, 23 Mei). Kita belajar dari pers bebas. *Kompas*.
- Atmakusumah dkk. (Eds.) (1996). *Mengangkat masalah lingkungan ke media massa*. Lembaga Pers Dr. Soetomo [LPDS] & Yayasan Obor Indonesia.
- Bagdikian, B. H. (1987). *The media monopoly*. Beacon Press.
- Bagdikian, B. H. (1992). *The media monopoly*. Fourth edition. Beacon Press.
- Barber, B. R. (1995). *Jihad vs Mcworld: How globalism and tribalism are reshaping the world*. Ballantine Books.
- Barber, B. R. dkk. (1997). *The state of “electronically enhanced democracy”: A survey of the internet*. The Walt Whitman Center/the Culture and Politics of Democracy.
- Barnard, M. (2002). *Fashion as communication*. Second edition. Routledge.
- Barry, J. (1994) Beyond the shallow and the deep: Green politics, philosophy and praxis. *Environmental Politics*, 3(3). <https://doi.org/10.1080/09644019408414152>
- Barthes, R. (1967). *Elements of semiology*. (A. Lavers & C. Smith, penerj.). Jonathan Cape.
- Barthes, R. (1971). The Rhetoric of the image. (B. Trench, penerj.). *Working Papers in Cultural Studies*, No. 1, CCCS, University of Birmingham.
- Barthes, R. (1973). *Mythologies*. (A. Lavers, penerj.) (1957). Paladin.
- Baskoro, L. R. (2003). *Jurnalisme lingkungan, jurnalisme menggerakkan*. Yayasan Karya Jurnalis Indonesia.
- Baudrillard, J. (1983). Our theater of cruelty. Dalam *In the shadow of silent majorities*. Semiotext[e].
- Baudrillard, J. (1987a). *The Ecstasy of communication*. Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1987b). *The evil demon of image*. Power Institute of Fine Arts.
- Baudrillard, J. (1990). Mass media culture. Dalam *Revenge of the crystal*. Pluto Press.
- Baudrillard, J. (2020). The art of disappearing. *Baudrillard Now*, 28 Juni. <https://baudrillard-scijournal.com/the-art-of-disappearing/>

- Bauman, Z. (1998). *Globalization*. Polity Press.
- Bavadam, L. (2010). Environment stories, among the most challenging. Dalam K. Acharya & F. Noronha (Eds.), *The green pen: Environmental journalism in India and south Asia*. Sage.
- Beck, U. (1992). *The risk society*. Routledge.
- Beckerman, W. (2002). *A poverty of reason: Sustainable development and economic growth*. The Independent Institute.
- Bell, D. (1961). *The end of ideology*. Collier Books.
- Beng-Huat, C. (2000). *Consumption in Asia: Lifestyles and identities*. Routledge.
- Bennett, W. L. & Entman, R. M. (Eds.). (2001). *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge University Press.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1967). *The social construction of reality*. Anchor.
- Best, S. & Kellner, D. (1991). *Postmodern theory: Critical interrogations*. MacMillan Education.
- Bhakti, I. N., Cahyono, H., Basyar, M. H., Nurhasim, M., Sihbudi, M. R., & Yanuarti, S. (2001). *Militer dan politik kekerasan orde baru: Soeharto di belakang peristiwa 27 juli?* (I. S. Ibrahim, ed.). Mizan & Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI).
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. Routledge.
- Bosmajian, H. A. (1989). *The language of oppression*. Public Affairs Press.
- Bourdieu, P. (1979). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (R. Nice, penerj.). Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (G. Raymond & M. Adamson, penerj.). Harvard University Press.
- Boyle, K. (2005). *Media and violence: Gendering the debates*. Sage.
- Brunsting, S. & Postmes, T. (2002). Social movement participation in the digital age: Predicting offline and online collective action. *Journal of Small Group Research*, Vol. 33 No. 5. <http://dx.doi.org/10.1177/104649602237169>

- Budiman, A., Hatley, B., & Kingsbury, D. (Eds.). (1999). *Reformasi: Crisis and change in Indonesia*. Monash Asia Institute.
- Burns, L. S. (2002). *Understanding journalism*. Sage.
- Camara, D. H. (2000). *Spiral kekerasan*. Pustaka Pelajar & Insist Press.
- Campbell, C. (1989). *The Romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Blackwell.
- Camus, A. (1990). *Krisis kebebasan*. Yayasan Obor Indonesia.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. Unwin Hyman.
- Carey, J. W. (1998). Political ritual on television: Episodes in the history of shame, degradation and excommunication. Dalam T. Liebes, T. & J. Curran (Eds.), *Media, ritual and identities*. Routledge.
- Carter, C. & Weaver, C. K. (2003). *Violence and the media*. Open University Press.
- Carter, N. (2007). *The politics of the environment: Ideas, activism, policy*. Second edition. Cambridge University Press.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy*. Oxford University Press.
- Casty, A. (Ed.). (1968). *Mass media and mass man*. Holt, Rinehart & Winston.
- Chaerowati, D. L. & Ibrahim, I. S. (2023). Peran radio komunitas sebagai aktor lokal dalam rehabilitasi kerusakan lingkungan. Dalam E. Surmaini, L. S. Supriatin, & Y. Sarvina (Eds.), *Teknologi dan kearifan lokal untuk adaptasi perubahan iklim*. Penerbit BRIN. <https://doi.org/10.55981/brin.901.c725>
- Chaerowati, D. L. (2014). *Media anak Indonesia: Representasi idola anak dalam majalah anak-anak*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Chambers, D. (2000). Globalizing media agendas: The production of journalism. Dalam H. de Burgh (Ed.), *Investigative journalism: Context and practice*. Routledge.
- Chaney, D. (1994). *The Cultural turn*. Routledge.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. Routledge.
- Charon, J. M. (1997). *Symbolic interactionism: An introduction, An interpretation, An integration*. Prentice-Hall.
- Chen, M. (1996). *Anak-anak dan televisi*. Gramedia.

- Chomsky, N. (1987). *Manufacturing consent*. Pantheon.
- Chomsky, N. (1998). Propaganda and control of the public mind. Dalam R. W. McChesney dkk. (Eds.), *Capitalism and the information age: The political economy of the global communication revolution*. Monthly Review Press.
- Cohen, A. P. (1985). *The symbolic construction of community*. Tavistock.
- Cohen, S. & Young, J. (Eds.). (1973). *The manufacture of news*. Constable.
- Combs, J. E. & Nimmo, D. (1993). *The new propaganda: The dictatorship of palaver in contemporary politics*. Longman.
- Couldry, N. & Miller, D. (Eds.). (2003). *Contesting media power: Towards a global comparative perspective*. Rowan & Littlefield.
- Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. Routledge.
- Coutas, P. (2006). Fame, fortune, fantasy: Indonesian idol and the new celebrity." *Asian Journal of Communication*, 16 (4). <https://doi.org/10.4324/9780203825396>
- Cox, H. (1969). Sex and secularization. Dalam P. Collier (Ed.), *Crisis: A contemporary reader*. Harcourt, Brace & World, Inc.
- Curran, J. dkk. (Eds.). *Mass communication and society*. Arnold.
- Dahana, R. P. (2006, 25 Maret). Kekerasan, milik siapa?. *Kompas*.
- Dahlgren, P. & Sparks, C. (Eds.). (1992). *Journalism and popular culture*. Sage.
- Dahlgren, P. (2000). Media, citizens and civic culture. Dalam M. Gurevitch & J. Curran (Eds.), *Mass media and society*. Third edition. Edward Arnold.
- Dahlgren, P. (2001a). The internet and the democratization of civic culture. *Political Communication*, 17. <https://doi.org/10.1080/10584600050178933>
- Dahlgren, P. (2001b). The transformation of democracy?. Dalam B. Axford & R. Huggins (Eds.), *New media and politics*. Sage.
- Dalton, R. J. (1994). *The green rainbow: Environmental groups in western Europe*. Yale University Press.
- Davis, D. K. dan Jasinski, J. (1999, April). Di balik perang budaya: Sebuah agenda penelitian komunikasi dan budaya (I. S. Ibrahim,

- penerj.). Dalam *Jurnal Komunikasi* (Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia), Vol. 3.
- de Beauvoir, S. (1974). *The second sex* (1949). (H. M. Parshley, penerj.). Bantam Books.
- De Certeau, M. (1987). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Debord, G. (1981). *Society of the spectacle*. Free Press.
- Della Porta, D. & Diani, M. (1999). *Social movements: An introduction*. Blackwell.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Eds.). (1994). *Handbook of qualitative research*. Sage.
- Deresiewicz, W. (2009, 30 Januari). The end of solitude. *The Chronicle Review*. <http://chronicle.com/article/The-End-of-Solitude/3708>
- Dewey, J. (1954). *The public and its problems*. Swallow Press.
- Dhakidae, D. (1991). *The state, the rise of capital and the fall of political journalism: Political economy of Indonesian news industry* (Dissertasi Ph. D, tidak dipublikasikan). Universitas Cornell, USA.
- Dharmasaputra, S. & Wisanggeni, A. (2008, 27 Desember). Gaya kampanye belajar dari Obama: Jaring dukungan lewat facebook. *Kompas*.
- Downing, J. (Ed.) (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Sage.
- Downing, J. dkk. (Eds.) (1990). *Questioning the media: A critical introduction*. Sage.
- Down, E. & Boyson, A. R. (2009). Dark matters. Dalam E. Downs (Ed.), *The dark side of media and technology: A 21st century guide to media and technological literacy*. Peter Lang.
- Downs, E. (2017). Educational technology. Dalam M. Allen (Ed.), *SAGE encyclopedia of communication research methods*. Sage. doi: 10.4135/9781483381411.n152
- Downs, E. (Ed.). (2019). *The dark side of media and technology: A 21st century guide to media and technological literacy*. Peter Lang.
- Dyer, R. (1992). *Only entertainment*. Routledge.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology: An introduction*. Verso.

- Emmerson, D. K. (2002). Apakah cereknya telah mendidih?: Demokrasi dan kekerasan di Indonesia. Dalam A. M. Makka (Ed.), *Demokratisasi tak boleh henti*. The Habibie Centre.
- Esslin, M. (1982). *Age of television*. Freeman Press.
- Evers, H-D. (Ed.) (1988). *Teori masyarakat: Proses peradaban dalam sistem dunia modern*. Yayasan Obor Indonesia.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Fannoy, S. W. (2001). *10 anugerah terindah untuk ananda*. Kaifa.
- Featherstone, M. (1987). Lifestyle and consumer culture. *Theory, Culture and Society*, 4. <https://doi.org/10.1177/026327687004001003>
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. Sage.
- Featherstone, M. (1992). Postmodernism and the aestheticization of everyday life. Dalam S. Lash & J. Friedman (Eds.), *Modernity and identity*. Blackwell.
- Featherstone, M. (Ed.) (1990). *Global culture: Nationalism, globalisation, and modernity*. Sage.
- Fiske, J. & Hartley, J. (1978). *Reading television*. Methuen.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. Methuen.
- Fiske, J. (1989a). *Understanding popular culture*. Unwin & Hyman.
- Fiske, J. (1989b). *Reading the popular*. Unwin Hyman.
- Foucault, M. (1976). *The history of sexuality, Vol. I: An introduction*. Penguin Books.
- Foucault, M. (1979). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Vintage Books.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Routledge.
- Freud, S. (2000). Pengarang kreatif dan pelamun (Iwan Mucipto, penerj.). Dalam T. Heraty (Ed.), *Hidup matinya sang pengarang: Esei-esei tentang kepengarangan oleh sastrawan dan filsuf*. Yayasan Obor Indonesia.
- Friedan, B. (1984). *Feminine mystique*. Norton; Dell, 20th Anniversary Edition.
- Fromm, E. (1942). *Escape from freedom*. Routledge & Kegan Paul.
- Fromm, E. (1947). *Man for himself*. Rinehart.

- Fromm, E. (1956). *The sane society*. Routledge & Kegan Paul.
- Fromm, E. (2000). *Akar kekerasan: Analisis sosio-psikologis atas watak manusia*. Pustaka Pelajar.
- Fukuyama, F. (1992). *The end of history and the last man*. Hamish Hamilton.
- Galtung, J. (1980). *The true worlds: A transnational perspective*. The Institute for World Order & The Free Press. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000041562>
- Gandy Jr., O. H. (1998). *Communication and race: A structural perspective*. Arnold.
- Garnham, N. (1987). Concepts of culture: Public policy and the culture Industries. *Cultural Studies*, 1. <https://doi.org/10.1080/09502388700490021>
- Gazali, E. dkk. (2003). *Konstruksi sosial industri penyiaran*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Geertz, C. (1992a). *Politik kebudayaan*. (F. B. Hardiman, penerj.). Kanisius.
- Geertz, Clifford. (1992b). *Tafsir kebudayaan*. (F. B. Hardiman, penerj.). Kanisius.
- Gerbner, G. (1992). Violence and terror in and by the media. Dalam M. Qatar & B. Dagenais (Eds.), *Media, crisis and democracy: Mass communication and the disruption of social order*. Sage.
- Gerbner, G. dkk. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. Dalam J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). (2002), *Media effects: Advances in theory and research*. Second edition. Erlbaum.
- Gergen, K. J. & Gergen, M. (1991). Toward reflexive methodologies. Dalam F. Steier (Ed.), *Research and reflexivity*. Sage.
- Gergen, K. J. (1985). The social constructionist movement in modern psychology. *American Psychologist*, 40. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.40.3.266>
- Gergen, K. J. (1991, November). Identitas di era postmodern (wawancara dengan A. P. Sanoff, wartawan *U.S. News*). (R. P. Dahana, penerj.). *Horison*, No. 11. (Tulisan original diterbitkan 1 Juli 1991, dalam *U.S. News & World Report*).

- Gerke, S. (1995, 16–17 Oktober). *Symbolic consumption as a way of life: The new Indonesian middle-class*. Makalah pada Seminar On Social and Cultural Dimensions of Market Expansion, Goethe Institute (Jakarta), Labuan, Malaysia.
- Gerke, S. (2000). Global lifestyles under local conditions: the new Indonesian middle class. Dalam C. Beng-Huat (Ed.), *Consumption in Asia: Lifestyles and identities*. Routledge.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Giddens, A. (1987). *The nation-state and violence*. University of California Press.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Giddens, A. (1999). *The third way: The renewal of social democracy*. Polity Press.
- Giddens, A. (2000). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Routledge.
- Glenn, N. D. (1977). *Cohort analysis*. Sage Publications.
- Goethals, G. T. (1981). *The TV ritual: Worship at the video altar*. Beacon Press.
- Goffman, E. (1976). *Gender advertisement*. The MacMillan Press.
- Golding, P., & Murdock, G. (1996). Culture, communications and political economy. Dalam J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society*. Second edition. Arnold.
- Goode, E. & Ben-Yehuda, N. (1994). *Moral panics: The social construction of deviance*. Blackwell Press.
- Goonasekera, A. (1998). Children's voice in the media: A study of children television programs in Asia”, *Media Asia*, Vol. 25, No. 3. <https://doi.org/10.1080/01296612.1998.11726557>
- Gray, J. (1999). *Children are from heaven: Positive parenting skills for raising cooperative, confident, and compassionate children*. HarperCollins.

- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. New York University Press.
- Griffin, EM. (2003). *A first look at communication theory*. Fifth edition. McGraw-Hill.
- Gripsrud, J. (2008). The cultural dimension of democracy. Dalam I. Bondebjerg & P. Madsen (Eds.), *Media, democracy and European culture*. Intellect.
- Gunew, S. & Yeatman, A. (Eds.). (1993). *Feminism and the politics of difference*. Westview Press.
- Gunster, S. (2004). *Capitalizing on culture: Critical theory and cultural studies*. University of Toronto Press.
- Gunter, B., Harrison, J., & Wykes, M. (2003). *Violence on television: Distribution, form, context, and themes*. Lawrence Erlbaum Associates (LEA).
- Gutstein, D. (1999). *E.con: How the internet undermines democracy*. Stoddart.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Hall, E. dkk. (1983). *Psychology today: An introduction*. Fifth edition. Random House.
- Hall, S. (1980). The social production of news. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language*. Hutchinson.
- Hall, S. (1994). Notes on deconstructing 'the popular'. Dalam J. Storey (Ed.), *Cultural theory and popular culture*. Harvester Wheatsheaf.
- Hall, S. (1996). Signification, representation, ideology. Dalam J. Curran, D. Morley, & V. Walkerine (Eds.), *Communication studies and communication*. Arnold.
- Hall, S. dkk. (Eds.). (1980). *Culture, media and language*. Hutchinson.
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi realitas politik dalam media massa: Sebuah studi critical discourse analysis berita-berita politik*. Granit.
- Hamamoto, D. Y. (1989). *Nervous laughter: Television situation comedy and liberal democratic ideology*. Praeger.
- Hamelink, C. J. (2000). *The ethics of cyberspace*. Sage.

- Hamelink, C. J. (2002). Moral challenges in the information society. *Media Development*, 4.
- Hanazaki, Y. (1996). *The Indonesian press in the era of keterbukaan: A force for democratization* (Disertasi Ph. D tidak diterbitkan). Department of Asian Language and Studies, Universitas Monash, Melbourne, Australia.
- Hardiman, F. B. (2008, 6 April). ‘Fasisme’ media dalam demokrasi sms (acara kontes Tv 3). *Kompas*.
- Hardiman, F. B. (2009). *Demokrasi deliberatif*. Kanisius.
- Hardiman, F. B. (2021). *Aku klik maka aku ada: Manusia dalam revolusi digital*. Kanisius.
- Hargreaves, I. (2003). *Journalism: Truth or dare?* Oxford University Press.
- Hartiningsih, M. (1999). Perlindungan hak anak jangan ditunda!” Dalam H. Suranto (Ed.) *Jurnalisme anak pinggiran*. Kelompok Kerja untuk Anak Pinggiran.
- Hartley, J. (1996). *Popular reality: Journalism, modernity, popular culture*. Arnold.
- Hatley, B. (1999). Cultural expression and social transformation in Indonesia. Dalam A. Budiman, B. Hatley, & D. Kingsbury (Eds.), *Reformasi: Crisis and change in Indonesia*. Monash Asia Institute.
- Hatta, M. (1956, 27 November). *Lampau dan Datang*. Pidato pada penerimaan gelar Doktor Honoris Causa dari Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta, Indonesia.
- Hatta, M. (1985). *Membangun ekonomi Indonesia: Kumpulan pidato ilmiah*. Inti Idayu Press.
- Haug, W. F. (1986). *Critique of commodity aesthetics: Appearance, sexuality and advertising in capitalist society*. University of Minnesota Press.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. Methuen.
- Hefner, R. W. (Ed.). (1998). *Market cultures: Society and morality in the new Asian capitalism*. Westview.
- Heidegger, M. (1977). *The question concerning technology and other essays*. Garland Publishing.

- Herman, E. S. & Chomsky, N. (1998). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon.
- Herman, E. S. & O'Sullivan, G. (1990). *The terrorism industry*. Pantheon Books.
- Herman, E. S. (1998). The propaganda model revisited. Dalam R. W. McChesney, E. M. Wood & J. B. Foster (Eds.), *Capitalism and the information age: The political economy of the global communication revolution*. Monthly Review Press.
- Heryanto, A. (2000). Media, nation, dan sejarah. Dalam D. N. Hidayat dkk. (Eds.), *Pers dalam 'revolusi Mei': Runtuhnya sebuah hegemoni*. Gramedia Pustaka Utama.
- Heryanto, A. (2006). *State terrorism and political identity in Indonesia*. Routledge.
- Heryanto, A. (2009). Budaya pop Indonesia: Kehangatan seusai perang dingin. *Prisma*, Vol. 28, No. 2.
- Hidayat, D. N. (2000). Jurnalis, kepentingan modal, dan perubahan sosial. Dalam D. N. Hidayat dkk. (Eds.), *Pers dalam "revolusi Mei": Runtuhnya sebuah hegemoni*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and popular factual television*. Routledge.
- Hill, D. & Sen, K. (2000). The internet in Indonesia's new democracy. Dalam P. Ferdinand (Ed.), *The internet, democracy and democratization*. Frank Cass.
- Hill, D. & Sen, K. (2002). Netizens in combat: Conflict on the internet in Indonesia. *Asian Studies Association of Australia*, 26(2). <https://doi.org/10.1080/10357820208713339>
- Hill, D. & Sen, K. (2005). *The internet in Indonesia's new democracy*. Routledge.
- Hindman, M. (2008). *The myth of digital democracy*. Princeton University Press.
- Hirsch, P. & Warren, C. (1998). *The politics of environment in southeast Asia*. Routledge.
- Hirst, P. & Thompson, G. (1996). *Globalization in question*. Polity Press.

- Hobart, M. (1999). The end of the world news. Dalam R. Rubinstein & L. Connor (Eds.), *Staying local in the global village: Bali in the twentieth century*. University of Hawaii Press.
- Hobart, M. (2006a). Entertaining illusions: How Indonesian elites imagine reality TV affects the masses. *Asian Journal of Communication*, 16(4). <https://doi.org/10.1080/01292980601012428>
- Hobart, M. (2006b). Introduction: Why is entertainment television in Indonesia important? *Asian Journal of Communication*, 16(4). <https://doi.org/10.1080/01292980601012352>
- Hoffner, C. A. & Levine, K. J. (2007). Enjoyment of mediated fright and violence: A meta-analysis. Dalam R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen, & J. Bryant (Eds.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*. Lawrence Erlbaum Associates (LEA).
- Holmes, S. & Jermyn, D. (Eds.). (2004). *Understanding reality television*. Routledge.
- Hooker, V. M. (Eds.). (1993). *Culture and society in new order Indonesia*. Oxford University Press.
- Huntington, S. P. (1993). The Clash of civilization. *Foreign Affairs*, Musim Panas. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/1993-06-01/clash-civilizations>
- Ibrahim, I. S. (2004). *Sirnanya komunikasi empatik: Krisis budaya komunikasi dalam masyarakat kontemporer*. PBQ.
- Ibrahim, I. S. & Suranto, H. (Eds.). (1998). *Wanita dan media: Konstruksi ideologi gender dalam ruang publik orde baru*. Rosdakarya.
- Ibrahim, I. S. (1999). Kekerasan, teknologi, dan teknologi kekerasan. Dalam Sukandi A.K (Ed.), *Politik kekerasan orba: Akankah terus berlanjut?*. Mizan.
- Ibrahim, I. S. (2005). Pendekatan kritis dalam studi komunikasi: Sekilas perjumpaan tradisi kritis Eropa dan tradisi pragmatis Amerika. Dalam H. Hardt, *Critical communication studies: Sebuah pengantar komprehensif sejarah perjumpaan tradisi kritis Eropa dan tradisi pragmatis Amerika*. (I. S. Ibrahim & Y. Iriantara, penerj.). Jalasutra.
- Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya populer sebagai komunikasi: Dinamika popscape dan mediascape di Indonesia kontemporer*. Jalasutra.

- Ibrahim, I. S. (2020, 23 April). Kejutan komodifikasi digital. *Pikiran Rakyat*.
- Ibrahim, I. S. (2023, 8 Juli). Teknologi, harapan dan kecemasan. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/07/07/teknologi-harapan-dan-kecemasan>
- Ibrahim, I. S. (2024, 2 November). Politik di pentas budaya populer digital. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2024/11/01/politik-di-pentas-budaya-populer-digital>
- Ibrahim, I. S. (2024, 6 Juli). Sisi gelap dunia digital. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2024/07/05/sisi-gelap-dunia-digital>
- Ibrahim, I. S. (Ed.). (1997). *Ecstasy gaya hidup: Kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia*. Mizan.
- Ibrahim, I.S., Amirudin, A., & Kustiman, E. (2023). Representations of stunting in Indonesian national newspaper: Positioning a culture-oriented approach. *MediaTor*, Vol. 16, No. 2. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i2.2922>
- Illich, I. (1998). *Matinya gender*. (O. I. Naomi, penerj.). Pustaka Pelajar. (Karya original diterbitkan 1982).
- Iqbal, M. (2021). *Javid namah – Kitab keabadian: Pengembalaan ruhani ke langit*. Mizan Media. (Karya original diterbitkan 1932).
- Jakubowicz, A. & Palmer, R. (2002). Framing Soeharto: Australian media accounts of the fall from power. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, Vol. 64, No.2. <https://doi.org/10.1177/17480485020640020701>
- Jensen, C. (2000). What free press?. Dalam P. Philips (Ed.), *Censored 2000: The year's top twenty-five censored stories*. Seven Stories Press.
- Jhally, S. (1990, Juli). Image-based culture: Advertising and popular culture. Dalam *The World and I*.
- Johnson, K. & Ferguson, T. (1990). *Thrusting ourselves: The sourcebook on psychology for women*. The Atlantic Monthly Press.
- Jolly, M. (1993). Colonizing the women: The maternal body and empire. Dalam S. Gunew & A. Yeatman (Eds.), *Feminism and the politics of difference*. Westview Press.
- Jordan, T. (1999). *Cyberpower: The culture and politics of cyberspace and the internet*. Routledge.

- Kahn, R. & Kellner, D. (2004). New media and internet activism: From the ‘battle of Seattle’ to blogging. *Journal of New Media and Society*, Vol 6 (1). <https://doi.org/10.1177/1461444804039908>
- Karatzogianni, A. (2006). *The Politics of cyberconflict*. Routledge.
- Kartodirdjo, S. (1993). *Pembangunan bangsa: Tentang nasionalisme, kesadaran dan kebudayaan nasional*. Aditya Media.
- Kayam, U. (1997, Maret). Berkubang di antara pemiskinan dan permekayaan budaya. *Jurnal Pers Indonesia*, No. 4/XVIII.
- Keane, J. (1998, 28 Agustus). The humbling of the intellectuals, public life in the era of communicative abundance. *Times Literary Supplement*. <http://www.johnkeane.net/wp-content/uploads/1998/01/publife.pdf>
- Kellner, D. (1990). *Television and the crisis of democracy*. Westview Press.
- Kellner, D. (1992). Toward a multiperspectival cultural studies. *Continental Review*, 26.
- Kellner, D. (1995). *Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Routledge.
- Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. Routledge.
- Kertzer, D. I. (1983). Generation as a social problem. *Annual Review of Sociology*, 9. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.09.080183.001013>
- Kitley, P. (2000). *Television, nation, and culture in Indonesia*. Ohio University Centre for International Studies.
- Kleden, I. (1994, Desember). Transnationalization of life-style: The Indonesian experience. *Prisma*, 34.
- Kleden, I. (2000, 20 Desember). Epistemologi kekerasan di Indonesia. *Kompas*.
- Kline, S. (1993). *Out of the garden: Toys and children's culture in the age of TV marketing*. Verso.
- Kline, S. (1995). The Play of market: On the internationalization of children’s culture. *Theory Culture & Society*. (M. Featherstone, ed.), Vol. 12, No. 2. <https://doi.org/10.1177/026327695012002006>
- Koentjaraningrat (1974). *Kebudayaan, mentalitet dan pembangunan*. Gramedia.

- Kompas* (2002, 13 Januari). Acara horor di tv dan radio: Iiih ngeriii... tetapi, bikin penasaran lho.
- Kompas* (2002, 22 September). ‘Infotainment’ horor di televisi: Hasratnya mencekam, wujudnya menggelikan.
- Kompas* (2009, 3 November). Dukungan dari jagat maya. Tajuk Rencana.
- Kompas* (2009, 4 November). Rekaman: ‘Dagelan’ hukum di Mahkamah Konstitusi.
- Kompas* (2009, 4 November). Skandal penegakan hukum!, Tajuk rencana.
- Kompas* (2009, 8 April). Facebook, jejaring sosial yang digemari dunia.
- Kundera, M. (1996). *Slowness*. Harper Perennial.
- Kuntowijoyo (1987). *Budaya dan masyarakat*. Tiara Wacana.
- Kuntowijoyo (2000). *Muslim tanpa masjid: Esai-asai agama, budaya, dan politik dalam bingkai strukturalisme transendental*. (I. S. Ibrahim, ed.). Mizan.
- Lash, S. (2002). *Critique of information*. Sage.
- Latif, Y. & Ibrahim, I. S. (1994). ‘Kekerasan spiritual’ dalam masyarakat pasca-modern. *Ulumul Qur'an*, Vol. 4, No.3.
- Latif, Y. & Ibrahim, I. S. (Eds.). (1996). *Bahasa dan kekuasaan: Politik wacana di panggung orde baru*. Mizan.
- Latif, Y. (2014). *Mata air keteladanan: Pancasila dalam perbuatan*. Mizan.
- Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. (1948). Mass communication, popular taste and organized social action. Dalam L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. Harper.
- Lee, C. W. (1997). A study on the lifestyles and TV watching behaviors. *Advertising Research*, 35.
- Leeden, M. A. (1991). Secrets. Dalam S. Serfaty (Ed.), *The Media and foreign policy*. St. Martin's Press.
- Levy, S. (1994). We have seen the content and it is us. *Journal of Media Studies*, Vol. 8, No.1.
- Lewis, O. (1966). The Culture of poverty. Dalam *La Vida*. Random House. <http://www.jstor.org/stable/24931078>

- Lewis, O. (1969, Oktober). The Possession of the poor. *Scientific American*. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican1069-114>
- Lewis, O. (1988). *Kisah lima keluarga: Telaah-telaah kasus orang Meksiko dalam kebudayaan kemiskinan*. (L. R. Hamzah, penerj.). Yayasan Obor Indonesia.
- Liebes, T. & Curran, J. (Eds.). (1998). *Media, ritual and identities*. Routledge.
- Liebrucks, A. (2001). The concept of social construction. *Theory & Psychology*, Vol. 11, No.3. <https://doi.org/10.1177/0959354301113005>
- Lim, M. (2003a). From real to virtual (and back again): Civil society, public sphere and the Internet in Indonesia. Dalam K. C. Ho, R. Kluver, & K. C. Yang (Eds.), *Asia.com: Asia encounters the internet*. Routledge Curzon.
- Lim, M. (2003b). The Internet, social networks, and reform in Indonesia. Dalam N. Couldry & D. Miller (Eds.), *Contesting media power: Towards a global comparative perspective*. Rowman & Littlefield.
- Lim, M. (2006). Cyber urban activism and the political change in Indonesia. *Journal East-Bound* (1). https://www.researchgate.net/publication/267939105_Cyber-Urban_Activism_and_Political_Change_in_Indonesia
- Lippmann, W. (1922 [1946]). *Public Opinion*. Penguin.
- Littlejohn, S. W. (2000). *Theories of human communication*. Sixth edition. Wadsworth.
- Lubis, M. (1972). *Manusia Indonesia: Sebuah pertanggungjawaban*. Inti Idayu Press.
- Lubis, T. M. (2004, 22 Februari). Perang sudah dimulai. *Tempo*.
- Luechtfeld, L. (2004). *Covering pollution: An investigative reporter's guide*. Investigative Reporters and Editors.
- Lull, J. (2000). *Media, communication, culture: A global approach*. Second edition. Columbia University Press.
- Lutz, B. & du Toit, P. (2014). *Defining democracy in a digital age: Political support on social media*. Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137496195.0008.
- Lyon, D. (2002). *The Surveillance society*. Open University Press.

- Lyotard, J-F. (1984). *Postmodern condition: A report of knowledge*. University of Minnesota Press.
- Makka, A. M. (Ed.). (2002). *Demokratisasi tak boleh henti*. The Habibie Centre.
- Mangunwijaya, Y. B. (Ed.) (1983 & 1985). *Teknologi dan dampak kebudayaannya*. Yayasan Obor Indonesia.
- Manheim, K. (1952). The problem of generations. Dalam *Essays on Sociology of Knowledge*. Oxford University Press.
- Manne, A. (2014). *The life of I: The new culture of narcissism*. Melbourne University Publishing.
- Marcuse, H. (1964). *One dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Beacon Press.
- Marquez, G. G. (2008). Profesi paling baik di dunia. Dalam The World Bank Institute, *Hak memberitakan: Peran pers dalam pembangunan ekonomi* (M. Hamid, penerj.). Pusat Data dan Analis Tempo & The World Bank.
- McCaughey, M. & Ayers, M. D. (Eds.). (2003). *Online activism in theory and practice*. Routledge.
- McChesney, R. (1997). *Corporate media and threat to democracy*. Seven Stories Press.
- McChesney, R. W. (1999). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. New Press.
- McCracken, G. (1998). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Indiana University Press.
- McKibben, B. (1992). *The age of missing information*. Random House.
- McKibben, B. (2008). *American eagle: Environmental writing since Thoreau*. Library of America.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. Routledge & Kegan Paul.
- McManus, J. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?*. Sage.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. Sage.

- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory*. Fifth edition. Sage.
- Media Indonesia (2007, 16 Agustus). Memerangi kemiskinan dalam bingkai MDGs. Editorial.
- Media Indonesia (2009, 3 November). KPK vs POLRI: Satu Menit, Seratus Dukungan 'Facebookers'.
- Media Indonesia (2009, 4 November). Tekanan melalui facebook. Editorial.
- Merrill, J. C. (1982). How *Time* stereotyped three US presidents. *Journalism Quarterly*, Musim Gugur (1965). Dimuat kembali dalam C. J. Boltz & D. U. Seyler (Eds.), *Language power*. Random House.
- Mill, J. S. (1996). *Perihal kebebasan*. (Alex Lanur, penerj.). Yayasan Obor Indonesia.
- Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*. Blackwell.
- Miller, T. (Ed.). (2003). *Television: Critical concepts in media and cultural studies*. 5 vols. Routledge.
- Modleski, T. (Ed.). (1986). *Studies in entertainment: Critical approaches to mass culture*. Indiana University Press.
- Morozov, E. (2010). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. Public Affairs.
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication*. Sage.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship, the internet, society and participation*. MIT Press.
- Mowlana, H., Gerbner, G., & Schiller, H. I. (Eds.). (1992). *Triumph of the image: The media's war in the Persian Gulf*. Westview Press.
- Mulvey, L. (1981). Visual pleasure and the narrative cinema. (1974). Dalam T. Bennett dkk. (Eds.). *Popular television and film*. Open University Press.
- Mulyana, D. & Ibrahim, I. S. (Eds.). (1998). *Bercinta dengan televisi: Ilusi, impresi, dan imaji sebuah kotak ajaib*. Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2000, 12 November). *Globalizing Indonesia through television*. Makalah pada konferensi Global Visual Culture, di Universitas Wisconsin, Madison, USA.

- Naess, A. (1973). The Shallow and the deep, long-range ecology movement. *Inquiry*, 16. <https://doi.org/10.1080/00201747308601682>
- Naess, A. (1989). *Ecology, community and lifestyle*. Cambridge University Press.
- Naisbitt, J., Naisbitt, N., & Philips, D. (1999). *High tech high touch: Technology and our search for meaning*. High Tech. High Touch, Inc.
- Nasr, S. H. (1967). *Man and nature: The spiritual crisis of modern man*. Unwin.
- Nasr, S. H. (1983). *Islam dan nestapa dunia modern*. Pustaka.
- Nasr, S. H. (1990). Islam and the environmental crisis. *The Islamic Quarterly*, Vol. 34, No. 4. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/islam-environmental-crisis/docview/1304278156/se-2>
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. Knopf.
- Neumayer, C. & Raffl, C. (2008, Desember). *Facebook for social protest? The value of social software for political activism in the anti-FARC rallies*. DigiActive Research Series.
- Newcomb, H. (1974). *TV: The most popular art*. Anchor/Doubleday.
- Neymeyer, G. J. (Ed.). (1993). *Constructivist assessment: A casebook*. Sage.
- Nimmo, D. & Combs, J. E. (1983). *Mediated political reality*. Longman.
- Nitibaskara, Tb. R. R. (2008, 28 Mei). Berita kejahatan di tengah persaingan industri televisi. *Suara Pembaruan*.
- Nordholt, H. S. (2002). Genealogy of violence. Dalam *Roots of Violence in Indonesia: Contemporary Violence in Historical Perspective*. KITLV Press.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in post-industrial societies*. Cambridge University Press.
- Norris, P. (2001). Political communications and democratic politics. Dalam J. Bartle & D. Griffiths (Eds.), *Political communications transformed: From morrison to mandelson*. Palgrave.
- Nugroho, G. (1995). *Kekuasaan dan hiburan*. Yayasan Bentang Budaya.

- Nugroho, G. (2008, 17 Mei). Televisi, mimbar keluarga yang hilang. *Kompas*.
- Nye, J. S. & Keohane, R. O. (2000). Globalization: What's new? what's not? (and so what?). *Foreign Policy*. Musim Semi. <https://doi.org/10.2307/1149673>
- Ohmae, K. (1990). *The borderless world*. HarperCollins.
- Ohmae, K. (1995). *The end of the nation-state: The rise of regional economies*. HarperCollins.
- Ongkokham (1997). Show kemewahan, suatu simbol sukses. Dalam I. S. Ibrahim (Ed.), *Ecstasy gaya hidup: Kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia*. Mizan.
- Orwell, G. (1946). Politics and the English language. Mount Holyoke College, Department of International Relations. <http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/orwell46.htm>
- Pabottingi, M. (1994). Pembangunan kebudayaan sebagai masalah politik dan ekonomi. *Ulumul Qur'an*, Vol. V, No. 2.
- Paterson, M. (2006). *Consumption and everyday life*. Routledge.
- Pearson, J. C. (1985). *Gender and communication*. Brown Publishers.
- Petre, C. (2021). *All the news that's fit to click*. Princeton University Press.
- Phillips, K. (1975). *Mediocracy*. Doubleday.
- Pickerill, J. (2003). *Cyberprotest: Environmental activism online*. Manchester University Press.
- Piliang, Y. A. (1998). *Sebuah dunia yang dilipat*. Mizan.
- Pinches, M. (Ed.). (1999). *Culture and privilege in capitalist Asia*. Routledge.
- Pos Kota (2008, 7 Desember). Doa ibunda Marcella.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Penguin.
- Preiss, R. W., Gayle, B. M., Burrell, N., Allen, M., & Bryant, J. (Eds.). (2007). *Mass media effects research: Advances through Meta-analysis*. Lawrence Erlbaum Associates (LEA).
- Priyatna, H. (2009). *Sukses di era facebook*. How Press (Kelompok Pustaka Hidayah).

- Pudjomartono, S. (2009, 3 November). Pengadilan opini publik. *Kompas*.
- Raboy, M. & Bruck, P. A. (Eds.). (1989). *Communication for and against democracy*. Black Rose Books.
- Rakhmat, J. (1996). Komunikasi dan perubahan politik di Indonesia. Dalam Y. Latif & I. S. Ibrahim (Eds.), *Bahasa dan kekuasaan: Politik wacana di panggung orde baru*. Mizan.
- Rakhmat, J. (1997). TV sudah menjadi 'the first God'. Dalam I. S. Ibrahim & D. Dj. Malik (Eds.), *Hegemoni budaya*. Bentang.
- Rakow, L. F. (1990). Feminist perspective on popular culture. Dalam J. Downing, A. Mohammadi, & A. Sreberny-Mohammadi (Eds.), *Questioning the media: A critical introduction*. Sage.
- Redana, B. (2002). *Potret manusia sebagai si anak kebudayaan massa*. Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP).
- Rendra, W. S. (1999, 20 Februari). Kekerasan dan revolusi kebudayaan. *Gatra*.
- Resink, D. (1998). Politics on the internet: The normalization of cyberspace. Dalam C. Toulouse & T. Luke (Eds.), *The Politics of cyberspace*. Routledge.
- Reynolds, K. (1994). *Children's literature in the 1890s and the 1990s*. Northcote House Publishers.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley.
- Riesman, D., Glazer, N., & Denney, R. (1956). *The Lonely crowd: A study of the changing American character*. Anchor Books.
- Roach, C. (1999). Journalism for people: An interview with P. Sainath. *Media Development*, Vol. 2. <http://www.wacc.org.uk/publications/md/md1999-2/sainath.html>
- Robison, R. (1996). The middle class and the bourgeoisie in Indonesia. Dalam R. Robison & D. S. Goodman (Eds.), *The New rich in Asia: Mobile phones, McDonald's and middle-class revolution*. Routledge.
- Rodgers, J. (2003). *Spatializing international politics*. Routledge.
- Rogers, C. (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications, and theory*. Houghton Mifflin.

- Rogers, C. (1961). *On becoming a person*. Houghton Mifflin.
- Rook, D. W. (1985). The Ritual dimension of consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 12(4). <https://doi.org/10.1086/208514>
- Sahin, H. & Robinson, J. P. (1981, Januari). Beyond the realism of necessity: Television and the colonization of leisure. *Media, Culture and Society* 3(1).
- Said, E. W. (1994). *Culture and imperialism*. Vintage.
- Saifuddin, A. F. (2007, 24 Januari). *Kemiskinan di Indonesia: Realita di balik angka*. Ringkasan pidato ilmiah pada Pengukuhan sebagai Guru Besar Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UI, Depok, Indonesia.
- Sarwono, S. W. (1997). Gaya hidup kawula muda masa kini. Dalam I. S. Ibrahim (Ed.), *Ecstasy gaya hidup: Kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia*. Mizan.
- Sassi, S. (2000). The controversies of the internet and the revitalization of local political life. Dalam K. Hacker & J. van Dijk (Eds), *Digital democracy*. Sage.
- Sassi, S. (2001). The transformation of the public sphere? Dalam B. Axford & R. Huggins (Eds.), *New media and politics*. Sage.
- Schiller, D. (1999). *Digital capitalism*. MIT Press.
- Schiller, H. (1976). *Communication and cultural domination*. International Art & Science Press, White Plains.
- Schultz, Q. J. (1990). Secular television as popular religion. Dalam R. Abelman & S. M. Hoover (Eds.), *Religious television: Controversies and conclusions*. Ablex.
- Schwichtenberg, C. (Ed.). (1993). *Madonna connection: Representation-al politics, subcultural identities, and cultural theory*. Westview Press.
- Sears, L. J. (Ed.). (1993). *Fantasizing the feminine in Indonesia*. Duke University Press.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Alfred A. Knof.
- Sen, A. (2000). *Demokrasi tidak/bisa memberantas kemiskinan* (Yuliani Liputo, Penerj.; Idi Subandy Ibrahim, ed.). Mizan.
- Sen, K. & Hill, D. T. (2000). *Media, culture, and politics in Indonesia*. Oxford University Press.

- Sendjaja, S. Dj. (1998, Juli). Sistem media massa yang adil dan demokratisasi sesuai tuntutan Reformasi. *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* (ISKI) Vol.1.
- Servon, L. (2002). *Bridging the digital divide*. Blackwell.
- Shields, R. (1992). *Lifestyle shopping: The subject of consumption*. Routledge.
- Shiraishi, S. S. (1995, 31 Maret -1 April). *Doraemon goes overseas*. Makalah untuk Lokakarya Japan in Asia, Cornell University, Southeast Asia Program and Center for International Studies, USA.
- Shiraishi, S. S. (1997). Japan's soft power: Doraemon goes overseas. Dalam P. J. Katzenstein & T. Shiraishi (Eds.), *Network power: Japan and Asia*. Cornell University Press.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. Longman.
- Sholle, D. J. (1988). Critical studies: From the theory of ideology to power/knowledge. *Critical Studies in Mass Communications*, 5. <https://doi.org/10.1080/15295038809366683>
- Shrum, L. J. (Ed.). (2004). *Psychology of entertainment media: Blurring the lines between entertainment and persuasion*. Lawrence Erlbaum Associates (LEA).
- Sihbudi, M. R., Irewati, A., Bhakti, I. N., Nurhasim, M., Haris, S., & Ratnawati, T. (2001). *Bara dalam sekam: Identifikasi akar masalah dan solusi atas konflik lokal di Aceh, Maluku, Papua, dan Riau*. (I.S. Ibrahim, ed.). Mizan, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), & Kantor Menristek RI.
- Silverblatt, A. (1995). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Praeger.
- Silverblatt, A., Ferry, J., & Finan, B. (2009). *Approaches to media literacy: A handbook*. Second edition. Routledge.
- Siregar, A. (2001, 9 Februari). Plus-minus pers dan masyarakat. *Kompas*.
- Siregar, A. (2006). *Etika komunikasi*. Pustaka Book Publisher.
- Slouka, M. (1995). *War of the worlds: Cyberspace in the high-tech assault and reality*. Basic Books.

- Soedjatmoko (1984). *Pembangunan dan kebebasan* (Atmakusumah, penerj.). LP3ES. (Karya original diterbitkan 1979).
- Soemarwoto, O. (2001, 6 Februari). Otonomi daerah timbulkan masalah lingkungan hidup. *Kompas*.
- Sparks, C. (2001). The internet and the global public sphere. Dalam W. L. Bennett & R. M. Entman (Eds.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge University Press.
- Sparrow, B. H. (1999). *Uncertain guardians: The news media as a political institution*. The Johns Hopkins University Press.
- Sribudiasih, K. (2005). *Berani nolak TV?!* Divisi Anak dan Remaja Penerbit Mizan.
- Stevenson, N. (1995). *Understanding media culture: Social theory and mass communication*. Sage.
- Suparlan, P. (Ed.). (1993). *Kemiskinan di perkotaan*. Yayasan Obor Indonesia.
- Suranto, H. (Ed.). (1999). *Jurnalisme anak pinggiran*. Kelompok Kerja untuk Anak Pinggiran.
- Suranto, H., Setiawan, H., & Ginanjar, G. (1999). *Pers Indonesia pasca-Soeharto*. LSPP & AJI.
- Suwarna, B. (2008, 14 Desember). Siapa Marcella, siapa Agung? *Kompas*.
- Swasono, S-E. dkk. (Eds.). (1988). *Sekitar kemiskinan dan keadilan: Dari cendekiawan kita tentang Islam*. UI Press.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. McGraw-Hill.
- Tarabishi, G. (1988). *Women against her sex: A critique of Nawal el-Saadawi (with a reply by Nawal el-Saadawi)*. Saqi Books.
- Taylor, J. (1993). Kampung-kampung miskin dan tempat pengelompokan penghuni liar di kota-kota Asia Tenggara. Dalam P. Suparlan (Ed.), *Kemiskinan di perkotaan*. Yayasan Obor Indonesia.
- Taylor, V. & Whittier, N. E. (1992). Collective identity in social movement communities. Dalam A. D. Morris & C. M. Mueller (Eds.), *Frontiers in social movement theory*. Yale University Press.

- Tedesco, J. C. (2004). Changing the channel: Use of the internet for communicating about politics. Dalam L. L. Kaid (Ed.), *The handbook of political communication research*. Lawrence Erlbaum.
- Tehranian, M. (1989, 1 Desember). Information technologies and world development: Promises, perils, and prospects. *Forum Komunikasi*, Vol. I, No. 3.
- Tehranian, M. (1995). *Technologies of power: Information machines and democratic prospects*, Second edition. Ablex.
- Tempo (2008, 15-21 Desember). Marcella dan sejumlah kekerasan. *Tempo*, 43.
- Tempo (2008, 15-21 Desember). Penganiayaan: Ada Ananda di kantor Marcella. *Tempo*, 43.
- Tempo (2008, 8-14 Desember). Ananda dan Marcella tersangka. *Tempo*, 42.
- Tessa, M. (2004). Here is the views-as-news. *British Journalism Review*, Vol. 15, No. 2.
- Thussu, D. K. (2007). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Sage.
- Thwaites, T., Davies, L., & Mules, W. (1994). *Tools for cultural studies*. Macmillan.
- Tigert, D. J. (1974). Lifestyle analysis as a basis for media selection. Dalam American Marketing Association (Eds.), *Life style and psychographics*. New York.
- Tim LBH Pers (2010). *Riset peradilan pers di Indonesia*. LBH Press dan Tifa.
- Tolson, A. (1996). *Mediations – Text and discourse in media studies*. Arnold.
- Tomlison, A. (1991). *Consumption, identity and style*. Routledge.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. The Free Press.
- Tunstall, J. (1993). *Television producers*. Routledge, 1993.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the internet*. Simon & Schuster.
- van De Donk, W. dkk. (2004). *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. Routledge.

- van Heeren, K. (2007). Return of the kyai: Representations of horror, commerce, and censorship in post-Soeharto Indonesian film and television. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(2). <https://doi.org/10.1080/13583880701238688>
- van Zoonen, Liesbet. (1994). *Feminist media studies*. Sage.
- Vegh, S. (2003). Classifying forms of online activism: The case of cyberprotests against the World Bank. Dalam M. McCaughey & M. D. Ayers (Eds.), *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. Routledge.
- Virilio, P. (2000). *Information bomb*. Verso.
- Wahl-Jorgensen, K. dan T. Hanitzsch (Eds.). (2009). *The handbook of journalism studies*. Routledge.
- Waltz, M. (2005). *Alternative and activist media*. Edinburgh University Press.
- Wardhana, V, SP. (2001). *Televisi dan prasangka budaya massa*. Media Lintas Inti Nusantara.
- Webster, F. (1995). *Theories of the information society*. Routledge.
- Webster, F. (Ed.). (2001). *Culture and politics in information age: A new politics?* Routledge.
- Wertham, F. (1968). School for Violence. Dalam O. N. Larsen (Ed.), *Violence and the mass media*. Harper & Row.
- West, B., Sandman, P., & Greenberg, M. (2003). *The reporter's environmental handbook*. Third edition. Rutgers University Press.
- Westling, M. (2007). *Expanding the public sphere: The impact of facebook on political Communication*. UWP.
- Whinship, J. (1980). Sexuality for Sale. Dalam S. Hall dkk. (Eds.), *Culture, media, language*. Hutchinson & Co.
- Williams, F. & Pavlik, J. V. (Eds.). (1994). *The People's right to know: Media, democracy and the information highway*. Lawrence Erlbaum Associate (LEA).
- Williams, R. (1974). *Television: Technology and cultural form*. Fontana.
- Williamson, J. (1978). *Decoding advertisement*. Marion Boyars.
- Wynne, D. (1998). *Leisure, lifestyle, and the new middle class: A case study*. Routledge.

- Wyss, B. (2008). *Covering the environment: How journalists work the green beat*. Routledge.
- Yunus, M. (2006, 10 Desember). *Pidato penerimaan hadiah Nobel*. Oslo, Norwegia. <https://www.nobelprize.org/prizes/peace/2006/yunus/lecture/>
- Yunus, M. (2007). *Bank kaum miskin: Kisah Yunus dan Grameen bank memerangi kemiskinan*. (Irfan Nasution, penerj.). Marjin Kiri.
- Zohar, D. & Marshall, I. (2001). *SQ (spiritual intelligence)*. Mizan.

buku ini tidak diperjualbelikan



TENTANG PENULIS



Idi Subandy Ibrahim adalah akademisi dan peneliti budaya, media, dan komunikasi Indonesia yang memfokuskan kajian pada representasi budaya media dan budaya populer. Kang Idi atau Bang Idi, begitu ia biasa disapa, menempuh Pendidikan Sarjana dalam bidang Ilmu Jurnalistik di Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom) Universitas Padjadjaran (Unpad) (1989-1997). Ia pernah mengenyam pendidikan di Jurusan Geografi Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Padang (1988, tetapi tidak selesai). Pendidikan Magister di bidang Komunikasi Politik ditempuhnya di Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia (UI) (2008-2010), dan pendidikan Doktornya di bidang Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip) UI (2011-2015).

Saat ini, ia adalah dosen di Program Magister Ilmu Komunikasi (MIK) Pascasarjana Universitas Pasundan (Unpas) Bandung;

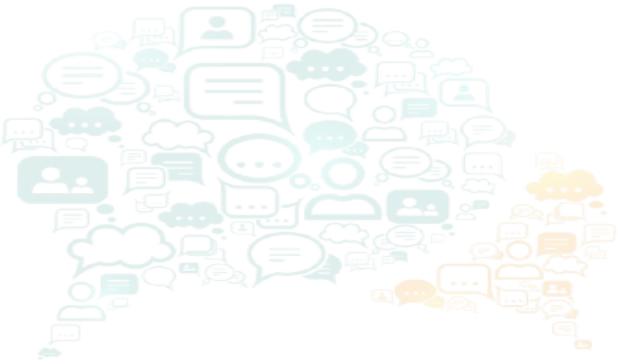
mengampu dua mata kuliah (tim pengajar): *Filsafat Komunikasi* dan *Perkembangan Teknologi dan Media Komunikasi*; juga dosen luar biasa di Program Magister Ilmu Komunikasi (MIK) Pascasarjana Fisip Universitas Brawijaya (UB) Malang; mengampu tiga mata kuliah (tim pengajar): *Kajian Media dan Budaya*, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, dan *Komunikasi Perspektif Indonesia dan Asia*; dan dosen luar biasa di Program Doktor (S3) Agama dan Media/Studi Agama-agama Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati (UIN SGD) Bandung; mengampu dua mata kuliah (tim pengajar): *Agama, Media, dan Budaya Populer* dan *Media dan Politik Representasi*. Ia telah menjadi dosen tamu di Program Studi Arsitektur Institut Teknologi Bandung (ITB) untuk kuliah seminar *Arsitektur & Gaya Hidup*. Sejak 2018, ia menjadi kolumnis H.U. *Kompas* mengenai isu-isu perkembangan budaya, media, agama, dan gaya hidup dalam masyarakat Indonesia kontemporer. Sebelumnya, ia merupakan kolumnis H.U. *Pikiran Rakyat* di Bandung.

Ia juga pernah diundang sebagai narasumber atau dosen tamu untuk topik terkait humaniora, budaya dan media di universitas-universitas, seperti Universitas Indonesia (UI), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Padjadjaran (Unpad), Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati (UIN SGD) Bandung, Universitas Islam Bandung (Unisba), Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Ahmad Dahlan (UAD), Universitas Katolik Parahyangan, Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta, Universitas Pelita Harapan (UPH), Universitas Trisakti, Institut Keguruan Ilmu Pendidikan (IKIP) Bandung (sekarang Universitas Pendidikan Indonesia [UPI]), Universitas Lambung Mangkurat, dan Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung.

Ia telah berkiprah dalam beberapa penelitian lapangan dan sebagai penulis serta editor beberapa penerbitan di bidang media dan budaya, seperti *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru* (editor bersama Yudi Latif, Mizan, 1996), *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia* (editor, Mizan, 1997), *Bercinta dengan Televisi: Ilusi, Impresi, dan Imaji Sebuah Kotak*

Ajaib (editor bersama Deddy Mulyana, Remaja Rosdakarya, 1997); *Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru* (editor bersama Hanif Suranto, 1998); *Media dan Citra Muslim: Dari Spiritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog* (editor, Jalasutra, 2005); *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer* (Jalasutra, cetakan ke-2, 2011); *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (karya bersama Bachruddin Ali Akhmad, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014); *Riset Komunikasi dan Budaya: Perspektif Teoretik dan Agenda Riset* (editor bersama Bachruddin Ali Akhmad, Rajawali Pers, 2022). Disertasinya di Universitas Indonesia yang ditulis ulang, diterbitkan Penerbit Buku Kompas, berjudul *Jurnalisme Kemiskinan: Representasi Kemiskinan di Media Lokal* (2020), merupakan karyanya mengenai aspek-aspek “jurnalisme kemiskinan” di Indonesia dari pendekatan pemosisian sosial, kajian budaya kritis, dan ekonomi politik media kritis. Pemikiran dan sumbangan Idi dalam bidang ilmu komunikasi dan budaya di Indonesia telah diteliti menjadi karya ilmiah di perguruan tinggi, seperti bisa dilihat di: <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/163702/>. Surel Idi Subandy Ibrahim: fiskontak@gmail.com

buku ini tidak diperjualbelikan



INDEKS

- Abdullah, Taufik 81, 95, 258, 293, 298, 301
Abelman, Robert 324
Aceh 251, 325
Adoni, Hanna 194, 197
Adorno, Theodor W. 301
advokasi lingkungan 43
Afrika 70, 71
age 263, 302, 304, 306, 310, 313, 316, 318, 319, 322, 327, 328
Ahmed, Akbar S. 238, 242, 301
AI 5, 93, 94, 230
Akademi Fantasi 217
Al-Anfaal 244
Ali bin Abi Thalib 71
Al-Jazeera 98
Amal, Ichlasul 72, 73, 302
Amerika Latin 70, 89, 90
analisis wacana 107, 180
Andersen, Cecile 199, 302
Ang, Ien 17, 302
anonim 26
Anorexia Nervosa 256
anthropomorfisme teknologi 225
anthroposentris 36
ANTV 203
apatisme massa 25
apatisme politik 25
APBN 34, 70
Apple, Michael W. 263, 264, 302
Arab 12
Asia xi, 37, 51, 54, 61, 63, 66, 70, 71, 97, 116, 117, 266, 301, 302, 304, 305, 310, 312, 313, 318, 322, 323, 325, 326, 328, 332

- Asia Pasifik 37
- Asia Selatan 54
- Asia Tenggara 51, 63, 66, 116, 326
- Assange 127, 132
- Auschwitz 162
- Australia 54, 82, 125, 171, 198, 199, 219, 312, 313
- authentic community* 61
- Bachri, Soetarji Calzoum 293
- Bagdikian, Ben H. 84, 303
- Bandung xviii, xxiv, 32, 40, 65, 66, 331, 332
- Bandura 221
- Bangladesh 77
- Bank Century 107, 112, 139
- Banser 85
- Barber, Benjamin R 100, 303
- Barthes, Roland 270, 303
- Baudrillard, Jean 24, 132, 143, 178, 225, 226, 303
- Bauman, Zygmunt 131, 304
- Bavadam, Lyla 43, 304
- BBC 76, 98
- Beauvoir, Simone de 259, 307
- Beck, Ulrich 285, 304
- Beng-Huat, Chua 304, 310
- Bennett, Tony 14, 304, 320, 326
- Ben-Yehuda 194, 310
- Bitit-Chandra 109, 139, 141
- bikers* 287, 288
- billboard* 256
- biofilus 181
- Blitz, the 54
- Blumler, Jay G 18, 19, 147, 148, 304
- Boediono 112, 139
- Bogart, Leo 238
- Boorstin, Daniel 226
- Bosmajian, Haig A. 259, 304
- Boston 105
- Bourdieu, Pierre 220, 275, 279, 304
- Boyson, Aaron R. 6, 11, 307
- budaya ix, xvii, xix, xx, xxi, xxiii, xxiv, 3, 4, 5, 8, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 38, 40, 46, 47, 48, 57, 60, 61, 63, 68, 69, 74, 75, 83, 87, 89, 90, 91, 93, 94, 95, 120, 128, 130, 131, 133, 135, 136, 154, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 167, 168, 171, 172, 173, 174, 177, 179, 180, 182, 183, 184, 188, 192, 195, 197, 199, 200, 210, 211, 215, 216, 218, 219, 222, 226, 228, 229, 230, 232, 233, 234, 236, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 251, 256, 257, 258, 261, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 270, 271, 272, 275, 276, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 285, 286, 287, 288, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 306, 314, 315, 316, 317, 323, 328, 331, 332
- Bung Hatta 26, 53, 59
- Bung Karno 59
- Cak Nur 38, 64
- cakram 216
- Camara, Dom Helder 169, 175, 179, 180, 305
- Campbell, C. 220, 305
- Camus, Albert 79, 91, 305
- capitalist enterprise* 92
- Capra, Fritjof 31, 36, 37
- Carey, James W. 153, 164, 305
- Castells, Manuel 130, 305

- Chandra, Hamzah 98, 103, 104,
108, 109, 110, 116, 117, 139,
141, 142
- Chaney, David 278, 279, 280, 305
- Channel One* 263, 302
- chatting* 24, 90
- Chen, Milton 267, 305
- Chomsky, William xiii, 83, 306, 313
- cita rasa 290
- citra viii, 75, 208, 228, 255, 256,
262
- civil society* 249
- climate change* 34, 35
- Cohen, Anthony P 280, 306
- Collier, Peter 304, 306
- Combs, James E 306, 321
- Conaly, K. 216
- Cosmopolitan* 91
- Couldry, Nick 278, 306, 318
- Council on Economic Priorities* 286
- counter-culture* 265
- Counter-Media Foundation* 55
- Cox 243, 306
- CPO (crude palm oil) 32
- CSR 287
- cyberactivism* 126, 328
- cyberactivist* 126
- cyberdemocracy* 97, 289
- cyber-geography* 120
- cyber-investigative journalism* 126
- cyberneutralist* 131
- cyberphilia* 130
- cyberphobia* 130
- cyberpolitics* 97, 289
- cyberpornotainment* 163
- cyberprotest* 97, 126, 289, 322, 327
- cyberresistance* 126
- cybersex* 130
- cyberspace* 90, 99, 133, 311, 315,
- 323
- cyberstructuralist* 131
- cyberwar* 133
- cyberweapon* 133
- Dagenais, Bernard 20, 309
- Daggett, Willard 264
- Dahlgren, Peter 97, 119, 120, 121,
306
- Dakar 73
- Dalits 54
- Dananjaya, Utomo 38
- Dault, Adhyaksa 204
- Davis, Danis K. 266, 306
- de Beauvoir, Simone 259, 307
- Debord, Guy xv, 132, 167, 307
- de Certeau, Michael 292
- deep ecology* 36, 37
- dehumanisasi 243
- deliberasi 97, 102, 119, 284
- demokrasi xix, 7, 9, 10, 12, 13, 14,
18, 29, 53, 56, 57, 58, 59, 73,
79, 80, 82, 84, 86, 87, 94, 99,
100, 102, 117, 119, 120, 122,
126, 130, 132, 133, 136, 145,
148, 153, 154, 155, 156, 157,
158, 160, 164, 165, 170, 171,
173, 175, 210, 231, 232, 233,
234, 235, 247, 264, 284, 295,
299, 312
- demokratiasi i, iii, iv, ix, xvii, xix,
5, 308, 319
- demonisasi 232
- demoralisasi 243
- Denmark 247
- Dephan 112
- depolitisasi 117
- deregulasi 87, 131
- deregulasi media 87

- Deresiewicz, W. 7, 307
 desakralisasi 243
 desensitisasi 221, 222
 determinisme teknologis 16
 Dewey, John 121, 307
 Dhaka 33
 Dhakidae 84, 246, 307
 dialektika 291
 Diamond, Jared 45
digital natives 102, 284
 diktator teknokratis 58
 disintegrasi 251
 Distrik Illaga 73
 Dominguez, Joe 286
 Downing, John 307, 323
 Downs, Edward 6, 10, 11, 307
 DPR 85, 105, 109, 110, 117, 146,
 147
 dramatisasi kekerasan 188, 207
 Drotner, Kirsten 247, 248
 Duadji, Susno 147
 du Toit, P. 12, 318
- Eagleton, Terry 259, 307
ecotourist 49
 efek media 211, 221
 ekologi 36, 37, 45, 120, 242
 ekologis 31, 36, 37, 45, 156, 285,
 286
 ekonomi kapitalis 14, 195
 ekowisata 287
 ekspresi kekerasan 170, 173
 Elgin, Duane 286
 emosi massa 26
 empat mata 202
 empat mata 201, 202
 epistemologi positivisme 199
 Eropa 15, 50, 70, 277, 285, 314
 erotisme 241, 260
- eskapsisme 169, 172, 220
 Esslin, Martin 206, 238, 308
 estetika kekerasan 230
 etika agama 36
 Etzioni, Amitai 286
- event-centered reporting* 28, 147
 Facebook vii, xv, xx, 6, 11, 28, 97,
 100, 101, 102, 103, 104, 105,
 106, 107, 108, 109, 110, 111,
 112, 113, 114, 115, 116, 117,
 118, 119, 121, 122, 123, 129,
 282, 284, 289, 317, 321
Facebooker 97, 98, 107, 110, 111,
 112, 114, 122, 289
Facebookers 108, 320
 Fannoy, Steven W. 272, 308
 fantasi 84, 184, 220, 221, 222, 223,
 229, 230, 260, 270
 Featherstone, Mike 220, 278, 279,
 280, 308, 316
Feminine Mystique 261
 feminis postmodern 16, 17
 fenomenologi 16
 feodalisme 64, 294, 295
 Ferguson, TOM 256, 258, 315
 Fisher, Walter J. 99
 Fiske, John 16, 17, 292, 308
 Fogg, B. J 115
 Foster, John Bellany 313
 Foucault, Michael 132, 308
 Fowler, Roger 196, 197, 200, 308
frame 200, 266
framing 198, 199, 200
 Frankfurt, Mazhab 15
 Frankl, Victor 183
 Freud, Sigmund 269, 270, 308
 Friedan, Betty 261, 308
 Fromm, Erich 169, 171, 180, 181,

- 182, 185, 273, 308, 309
Fukuyama, Francis 158, 309

Galtung, Johan 169, 179, 309
Gandhi, Mahatma 55, 162, 291,
297
Gandy Jr, Oscar H. 17, 309
Gasser, Urs 102, 284
Gauntlett 130
gaya hidup ix, xx, xxi, 7, 8, 24, 26,
28, 29, 46, 49, 51, 60, 61, 62,
64, 86, 90, 91, 171, 195, 219,
220, 221, 222, 223, 241, 256,
265, 266, 267, 268, 271, 275,
276, 278, 279, 280, 282, 284,
285, 286, 287, 288, 289, 290,
296, 297, 298, 315, 322, 324,
332
Gazali, Effendy 196, 309
gender 16, 17, 70, 71, 72, 196, 225,
255, 258, 301, 314, 315
generasi anak manja 63
genuine community 61
gerakan gaya hidup 286
Gerbner, George 216, 309, 320
Gergen, Kenneth J. 3, 22, 23, 192,
193, 309
Gerke, Solvay 62, 276, 310
Gerlis, Alex 76
Giddens, Anthony 60, 167, 169,
172, 173, 275, 276, 280, 285,
286, 288, 310
Glenn, N. D 280, 310
Global Forum on Ecology and Poverty 33
globalisasi 13, 72, 90, 128, 131, 264,
265, 277, 294
global pillage 277
global village 277, 314

glocal village 163
Golding, Peter 75, 209, 310
Golkar 216
Goode, Erich 194, 310
Goodman, Nelson 62, 323
Graham, Billy 216, 228
Grameen Bank 77
Gray, Jonathan 195, 273, 302, 310,
311
Grigsby, Mary 286
Gurevitch, Michael 18, 19, 147,
148, 301, 304, 306, 310
Gus Dur 84, 85

Habermas, Jurgen 118, 120, 121,
311
Habibie, B. J. iv, 80, 84, 308, 319
Hacktivist 126
Hall, Stuart 74, 107, 187, 196, 305,
311, 328
Hamad, Ibnu 196, 311
Hanitzsch, Thomas xvi, xxiii, 328
Hardiman, F. Budi 7, 209, 210, 309,
312
Hardt, Hanno 15, 314
Hargreaves, Ian 136, 312
Hari Kebebasan Pers Dunia 73
Harrington, C. Lee 311
Hartiningsih, Maria 45, 272, 312
Harvey, David 17, 130
Hasyim, Wahid 189
hedonisasi gaya hidup 29
hedonisme 220
hedonistik 219, 220, 221
hegemoni 81, 83, 117, 128, 132,
133, 232, 246, 266, 278, 313
Heidegger, Martin 6, 312
Herman, Edward S. xiii, 83, 313
hermeneutika 280

- Hermes, Joke 17
 Heru, Anang xviii, 204
 Heryanto, Ariel 169, 171, 194, 276,
 277, 313
 Hetharia, Nevy 148
 hiburan komoditas 271
 Hidayat Nur Wahid 105
 Hill, David T. 75, 80, 100, 206, 284,
 311, 313, 324, 326
 Hindman, M. 313
 Hiroshima 162
 Hobart, Mark 187, 209, 314
 Hoffner, Chyntia A. 187, 188, 314
 Hollywood viii, 90, 215, 221, 266
 Holmes, S. 206, 314
 Hoover, Stewart M. 324
 Horkheimer, Max 301
 horrortainment 172, 184, 188, 190,
 191, 203, 207, 208
 human interest 74
 Hussein, Saddam 232

 idealisme pers bebas 82
 identitas 4, 17, 22, 61, 128, 153,
 164, 194, 195, 196, 205, 220,
 242, 275, 277, 279, 286, 288,
 290, 301
 ideologi 16, 26, 27, 75, 88, 91, 140,
 169, 190, 199, 225, 226, 229,
 231, 232, 249, 255, 257, 258,
 261, 266, 268, 271, 314
 ideologi media 231, 266
 iklan 4, 20, 25, 26, 64, 85, 91, 138,
 143, 190, 209, 216, 219, 222,
 223, 226, 227, 228, 229, 230,
 239, 240, 248, 255, 260, 261,
 267, 268, 271, 287, 290, 296,
 297
 illegal logging 35

 Illich, Ivan 258, 315
 imperialisme 90, 232
 India 50, 53, 54, 55, 56, 57, 89, 90,
 301, 304
 Indonesia i, iii, iv, ix, xi, xii, xiii, xv,
 xvi, xvii, xix, xx, xxi, xxiii,
 xxiv, 4, 5, 7, 13, 14, 15, 24,
 28, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 44,
 47, 53, 55, 59, 61, 62, 63, 64,
 65, 69, 70, 71, 73, 76, 77, 80,
 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88,
 91, 93, 97, 98, 100, 101, 103,
 104, 105, 110, 112, 114, 116,
 117, 122, 125, 129, 132, 139,
 142, 143, 146, 147, 148, 154,
 155, 157, 160, 172, 175, 191,
 195, 199, 200, 201, 202, 216,
 233, 234, 235, 239, 240, 241,
 250, 263, 264, 276, 277, 278,
 281, 282, 284, 285, 287, 289,
 290, 291, 292, 293, 294, 299,
 301, 302, 303, 304, 305, 307,
 308, 309, 312, 313, 314, 315,
 316, 318, 319, 320, 321, 322,
 323, 324, 325, 326, 327, 331,
 332
 Indosat 160
 Indriati 204
 industrialisasi syahwat 261
 industri berita 27, 231, 247, 250
 infotainment 29, 72, 73, 143, 172,
 187, 188, 189, 190, 200, 201,
 202, 203, 204, 205, 206, 207,
 208, 209, 210, 211, 249, 250,
 327
 Inggris 19, 54
 intelektual 36, 119, 170, 208, 233
 interaksi simbolik 192
 Internet 7, 9, 10, 11, 12, 23, 90, 97,

- 98, 99, 100, 101, 104, 107, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 128, 129, 130, 132, 133, 247, 248, 256, 260, 267, 282, 283, 284, 289, 318
IPCC 34, 35
Iqbal, Muhammad 183, 315
Israel 231

Jakarta iv, xii, 32, 39, 47, 65, 74, 103, 116, 126, 176, 189, 217, 301, 310, 332
Jakubowitcz 315
Jasinski 266, 306
Javid Namah 183
Jawa Barat 47
Jawa Pos 85
Jawa Timur 85
Jensen, Carl 135, 136, 137, 315
Jermyn, D. 206, 314
Jhally, Sut 315
Johnson, Karen 256, 258, 315
Jones, Ellis 286
Jordan, Tim 126, 128, 133, 315
jurnalis advokasi 42
jurnalisme cinta 76

kajian budaya xx, 15, 74, 218, 275, 278, 280
kajian efek media 221
kajian kritis 278
kajian media xx, 14, 25, 29, 153, 177, 190, 191, 195, 247
Kalla 105
Kanada 54, 116, 245
Kapitalisme 157, 277
kapital sosial 99, 102, 284
Kartodirdjo 293, 298, 316

katarsis 169, 172
Katzenstein 325
Kayam 293, 316
kearifan tradisional 36
kebebasan informasi 246
kebudayaan xxiv, 57, 60, 69, 72, 159, 169, 177, 200, 215, 227, 228, 233, 240, 242, 243, 250, 258, 260, 261, 267, 271, 272, 277, 279, 291, 292, 301, 309, 318, 322, 323
kecanduan media 10, 25
kecerdasan buatan 5, 9
Kejaksaan Agung 141, 143
kejayaan citra 218
kekerasan 19, 27, 28, 29, 30, 72, 80, 86, 90, 122, 133, 136, 159, 162, 163, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 190, 191, 200, 201, 202, 203, 204, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 221, 222, 223, 230, 232, 234, 240, 248, 249, 251, 258, 259, 260, 261, 266, 270, 293, 294, 304, 305, 308, 309, 314, 316, 327
kekuasaan massa 27
Kelesuan Rohani 239
Kellner xv, 4, 18, 29, 231, 278, 304, 316
Keohane 277, 322
kepanikan media 194, 251
kesadaran massa 27

labelling 205
Laswell, Harold D. 216
Lazarsfeld, Paul F. 25, 317

- LBH 86, 327
legislatif 40, 105, 110, 249
Levine, Kenneth J. 187, 188, 314
Levy, Steven 129, 317
Lewis, Oscar 57, 60, 65, 317, 318
liberalisasi 131, 160, 265, 277
liberalisme 157
libido 85, 257, 261
Lim, Merlyna 100, 318
Lincoln, Yvonna S. 193, 307
Lippmann, Walter 227, 318
Littlejohn, Stephen W. 194, 318
logika SKS 207
LSPP 101, 302, 323, 326
Lubis, Mochtar 5, 92, 149, 292, 293,
 318
Luckmann, Thomas 191, 192, 194,
 196, 197, 304
Lull, James 205, 318
Lutz, B. 12, 318

Madjid, Nurcholish 38, 64
Madonna 16, 241, 324
mailing-lists 24
Malik, Dedy Dj. 323
Malna, Afrizal 225
Maluku 251, 325
Mangunwijaya, Y. B. 5, 57, 319
Manheim, Karl 280, 319
Manne, Sherrill 7, 8, 319
Manusia massa 26
Marciel, Scott 125
Marcuse, Herbert 21, 319
Marjinalisasi pers 83
Marquez, Gabriel Garcia 135, 319
Marshall, Ian 16, 183, 329
masyarakat jaringan 29, 130
materialisme 26
Matra 260

McChesney, Robert W. 18, 263,
 302, 306, 313, 319
McKibben, Bill 43, 131, 319
MK 141, 142

Naess, Arne 36, 321
naluri massa 27
narkotisasi media 25
nasionalisme 194, 276, 277, 316
Nasr, Seyyed Hossein 36, 321
negara-bangsa xix, 154, 155, 164,
 173, 245, 277, 278
nekrofilus 171, 181, 182
neoliberalisme 131
Net 7, 9, 98, 102, 106, 282, 283,
 284, 289
Net Generation 102, 282
news frame 200
New York 98, 311, 327
New York Time 98
nilai-nilai 5, 16, 18, 22, 102, 145,
 153, 163, 164, 165, 200, 201,
 228, 242, 243, 262, 281, 284,
 294, 295
Nimmo Dan 306, 321
Nitibaskara, Tb. Ronny Rahman
 204, 205, 206, 321
Norris, Pippa 97, 99, 100, 119, 321
Norwegia 36, 329
Nugroho, Garin 200, 239, 321, 322
Nuraeni 201
Nye, Joseph S. 277, 322

Obama, Barack 104, 105, 115, 307
offline 12, 304
Ohmae, Kenichi 277, 322
OKB 296
oligopoli korporat 17, 18
Oliviera, Omar Sauki 230

- online 9, 61, 248, 304, 322, 328
opera sabun 16, 145, 147, 187, 230
opini publik 103, 120, 129, 141,
 148, 246, 323
orde baru vii, 27, 79, 81, 82, 83, 87,
 91, 159, 218, 219, 246, 268,
 281
orde lama 159
Orwell, George 178, 322
O'Sullivan, Gerry 313
otoritarian 57, 81
- Pabottingi 298, 322
Padang 32, 331
Palangkaraya 251
Palestina 231
Palfrey 102, 284
Palmer 198, 199, 315
Paloh 216, 217
panik media 29
Papua 73, 74, 251, 325
paradigma 70, 121, 272
Partai-partai Hijau 50
pasar ide 148
pasca-kolonial 80
Pavlik, John V. 131, 328
Payne, J. Gregory 105
PBB 33, 34, 37, 70
PDAM 67
PDN 8
pembingkaian media 198
pemerintahan media 157
Pena Hijau 42
pencemaran lingkungan 39, 294
Pendapatan Asli Daerah 46
Pendekatan komunikasi 48
Pendekatan kritis 15, 314
Penman, Robin 194
Pentagon 231
- penuhanan 232
perang budaya viii, 253
perempuan ideal 255, 258
pers India 55, 56
person-centered reporting 28, 147
Petre, C 93, 322
Pikiran Rakyat 315, 332
pilar demokrasi 79, 235, 247
Piliang, Yasraf Amir xxiv, 261, 322
Pinches, Michael 61, 302, 322
pluralisme 14, 83, 121, 183, 234,
 266
PMI 47
poligami 208
politik elektoral 50
POLRI 139, 320
popular 25, 115, 278, 279, 286, 306,
 308, 311, 312, 313, 315, 317,
 321, 323, 324
pornografi kebrutalan 176
positivis 199
Postman xiv, 226, 231, 322
postmodern 16, 17, 22, 27, 119,
 302, 309, 316
postmodernis 15, 132, 143, 242,
 247, 280
postmodernisme 22, 132, 192
post-strukturalis 16, 178, 226
PPATK 9
Prancis 178, 226, 270
prime-time 168, 187
primordialisme 248, 249, 251
Project Censored 136
Proklamator 26, 59
propaganda 9, 28, 83, 146, 209,
 216, 218, 219, 306, 313
Protokol Kyoto 34, 50
pseudo-environment 227
public relations 143, 216

- Publishers Weekly* 283
Puncak Jaya 73
- Qatar 232, 309
- Raboy, Marc 20, 309, 323
Rais, M. Amien 80, 105, 217
Rakhmat, Jalaluddin 192, 237, 323
RAPBN 34
ras 15, 17, 153, 295
rasisme 17
rating
rasisme 4, 143, 146, 148, 190,
200, 207, 210, 245
Ratu Ecstasy 234
realitas klenik 210
Redana, Bre 177, 323
Reese, Stephen 199, 325
reformasi 3, 18, 58, 79, 80, 84, 85,
195, 218, 246, 284, 285
reporter televisi 40, 231
Republika 139, 144, 145
republik media 264
resepsi individu 15
revolusi kesadaran 298
Reynolds, Kimberley 270, 323
Rianto, Bibit Samad 103, 116, 140,
142
Richie, Lionel 300
Riesman, David 177, 323
Rio de Janeiro 34
ritualisme 172, 218
Roberts, Ed 129
Robin, Vicki 194, 286
Robison, Richard 62, 276, 323
Robot Gedek 234
Roth 245, 247
ruang privat 7, 14, 21, 162, 163,
209, 262
ruang publik 4, 5, 7, 8, 13, 19, 20,
21, 27, 28, 29, 58, 63, 65, 67,
73, 85, 97, 118, 119, 120,
121, 122, 149, 162, 163, 164,
168, 170, 172, 176, 178, 182,
184, 196, 209, 218, 246, 248,
249, 251, 258, 260, 262, 265,
268, 269, 270, 291, 314
RUU ITE 159
- Said, Edward 324
Saifuddin, Ahmad Fedyani 57, 59,
64, 69, 324
sainath, Palagummi 323
Sambas 251
Sampit 251
Sandvoss, Cornel 311
Schiller, Dan 127, 130, 320, 324
Schultze, Quentin J 215, 216, 324
Schutz, Alfred 192, 194, 197
Schwartz, Tony 99, 237, 238
sekolah imajiner 64
seks 88, 89, 90, 91, 136, 207, 229,
240, 247, 257, 260, 261
seksplorasi media 261
sekterianisme 84
sekularisasi 195, 293
sekularisme 243, 294
sekuler 38, 215, 243
selera gaya hidup 62
Selling Our Children 263
semiotika 16, 74, 77, 280
Sen, Krishna 57, 58, 65, 80, 313, 324
Senegal 73
sensasionalisme bahasa 88
sensualisme 260
sentralisme demokratis 156
Seputar Indonesia 148

- Setiawan, Agung 189, 202, 326
 Shelly, Mary 161
 Shenk, David 131
 Shiraishi, Takashi 266, 325
 Shoemaker, Pamela J 199, 325
 Sholle, David J 325
Si Cecep 235
Si Doel 235
 simbol 24, 62, 63, 64, 117, 145, 176,
 179, 192, 270, 283, 296, 322
 simbolik 62, 153, 168, 180, 192,
 193, 194, 196, 197, 200, 218,
 219, 221, 222, 226, 227, 232,
 248, 258, 259, 260, 261, 270,
 279, 280
 Singapura 160
 Siregar, Ashadi 85, 325
 Sitorus, Wilson 202
 Situmeang, Bonaran 149
 SIUPP 85, 87
 Skandinavia 54
 skemata 200
 skripturalistik 240
 Slevin, James 130
 Slouka, Mark 325
 sms 24, 210, 312
 Smythe 225, 228
 Soedjatmoko 243, 244, 293, 326
 Soeharto xi, xii, 79, 80, 81, 87, 91,
 199, 218, 268, 304, 315, 326,
 328
 Soemarsono, Edi 146
 Soemarwoto 45, 326
 Sommerville, C. John 24
 Sparrow, Bartholomew H. 137,
 138, 326
 spiral kekerasan 179
 spiritualitas 31, 37, 183, 244, 261,
 262, 283
 Spyer, Patricia 100, 284
 Sreberny-Mohammadi, A 323
 SRI 240
 Sribudiasih, Kun 326
 stereotipe gender 196
Suara Pembaruan 205, 321
 Subianto, Prabowo 9, 105
 Sugiharti, Titik 140
 Sukarnoputri, Megawati 160
 suku Dani 73
 Sultan Hamengku Buwono X 105
 Sumanto 202
 Sumatera Utara 234
 superhero demokrasi 171
 Suranto, Hanif xxiv, 87, 101, 196,
 312, 314, 326
Sustainable development 304
 Sutiyoso 105
 Swift, Jonathan 184

 tabloid kuning 85
 talk show 146, 251, 257
 Tannenbaum, Frank 205
 Tanuredjo, Budiman 149
 Tapscott, Don 102, 248, 282, 284,
 326
 Taufik Abdullah 81, 95, 293
 Taylor, Verta 66, 280, 326
 Tehranian 5, 154, 156, 163, 233,
 327
 teknologi demokrasi 9, 29, 154,
 155, 157, 164
 teks-teks media 246, 278
 telenovela 89, 90, 230
 telepon seluler 23, 39, 62, 68, 90,
 101, 128, 141, 162, 163, 222,
 284
 televisi 3, 6, 8, 14, 15, 16, 17, 18,
 19, 22, 23, 24, 25, 26, 29, 33,

- 39, 40, 41, 42, 63, 64, 70, 74, 81, 89, 90, 97, 132, 140, 141, 142, 145, 146, 147, 148, 163, 167, 170, 171, 172, 176, 177, 181, 184, 187, 188, 195, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 209, 211, 215, 216, 217, 218, 219, 221, 222, 223, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 247, 248, 249, 256, 257, 261, 263, 264, 267, 268, 271, 272, 283, 284, 289, 294, 305, 317, 320, 321
- Temasek 160
- Tempo* xii, 92, 189, 201, 202, 204, 318, 319, 327
- teori belajar sosial 221
- terorisme 28, 71, 178
- teror konsumsi 271
- the fourth estate* 138, 246
- The invisible hand* 266
- The Sydney Morning* 125
- Thomas, Sari xvi, xxiii, 230
- Tickell 82, 83
- time xii, xiv, xv, 90, 93, 143, 168, 187, 216, 265
- Timor Leste 251
- TNI 86, 112
- Toyota 116
- Trans7 202
- transnasionalisasi 294
- Trans TV 203
- Tuchman, Gaye 194, 327
- Turner, Bryan S. 241
- TV hedonis 219, 221, 222, 223
- TV ideologis 219
- TV Islam 232
- TVRI 218, 219, 234
- TV Swasta 218
- Twitter 6, 11, 111
- UNEP 35
- UNFCCC 34
- Uni Soviet 14
- Universitas Gadjah Mada 59, 301, 312
- Usenet 102, 284
- Virilio, Paul 131, 328
- virtual community 102, 323
- visi perenialisme 36
- Voltaire 95
- Wacana 85, 180, 260, 317
- Wahid, Hidayat Nur 84, 105, 189
- waktu luang 4, 14, 23, 61, 90, 130, 143, 163, 211, 219, 227, 230, 265, 278, 282, 283, 286, 287, 288, 290, 294
- watchdog* 137, 138, 148
- Westling, Mike 106, 119, 328
- Whatsapp iv
- Whinship, Janice 255, 328
- Whittier, Nancy E. 280, 326
- Widjojo, Anggodo 110, 141, 142
- WikiLeaks vii, 28, 125, 126, 127, 128, 129, 132, 133
- Williams, Raymond xiii, 16, 21, 131, 215, 328
- Wiranto 105
- Witoelar, Erna 37
- WMO 35
- Wood, Ellen Meiksins 313
- Wriston, Walter B. 130

- Yogyakarta 40, 59, 203, 312, 332
Yudhoyono, Susilo Bambang 34,
 105, 139
yudikatif 110, 249
Yunani 154, 161
Yunus, Muhammad 329
- Zalianty, Marcella 189, 202
Zohar, Danah 183, 329

Buku ini mengkaji dua corak budaya komunikasi dan media yang menonjol berlangsung dalam proses demokratisasi di Indonesia. Pertama, budaya media yang berpusat pada media itu sendiri. Sebagai entitas bisnis, media tertentu telah cenderung menekankan pada keuntungan bisnis semata. Logika komersialisme pers dan komodifikasi berita telah menjadi primadona dalam cara berpikir pengelola pers dan jurnalis. Di tengah iklim persaingan yang kian keras, pers diarahkan sebagai mesin pencetak uang, pemasok iklan, dan pemburu rating. Dalam logika budaya media seperti ini jelas sulit kita menempatkan kepentingan publik di atas atau setara dengan kepentingan modal dan kuasa.

Kedua, budaya media yang berpusat pada publik. Sebagai entitas ideal, media sesungguhnya bisa menjadi kekuatan penting dalam pembentukan budaya pemerintahan, politik, hukum, ekonomi, pendidikan dan lingkungan hidup yang sehat. Logika bahwa pers sebagai kekuatan signifikan dalam proses demokratisasi, memungkinkan pers berada di garis depan dalam menyuarakan kritik terhadap dekadensi dan degradasi budaya yang berlangsung dalam ruang publik. Dalam kondisi kehidupan demokrasi yang tidak sehat dan ruang publik yang tidak fair serta budaya masyarakat sipil yang belum matang, peran media amat dibutuhkan dalam pembelajaran publik akan arti penting budaya kewargaan yang menjunjung tinggi hukum dan penghargaan terhadap hak-hak asasi manusia.

BRIN Publishing
The Legacy of Knowledge

Diterbitkan oleh:
Penerbit BRIN, anggota Ikapi
Gedung B.J. Habibie Lt. 8,
Jln. M.H. Thamrin No. 8,
Kota Jakarta Pusat 10340
E-mail: penerbit@brin.go.id
Website: penerbit.brin.go.id

DOI: 10.55981/brin.1400



ISBN 978-602-6303-70-7



9 786026 303707