

GLOBALISASI DAN KETERGANTUNGAN BUDAYA

Oleh : Nina Widyawati

Pendahuluan

Berbicara mengenai masalah ketergantungan budaya berarti berbicara mengenai imperialisme budaya melalui media massa yang terjadi pada negara dunia ketiga. Imperialisme media muncul dari adanya hubungan ketergantungan internasional antar negara-negara di dunia yang memiliki akibat ikutan terjadinya *one way global communication flow*. Permasalahan tersebut pada mulanya berakar dari adanya konsep pembangunan nasional atau modernisasi yang merupakan ide populer setelah perang dunia kedua. Ide ini tumbuh sejalan dengan era ekspansi Amerika di bidang politik, militer, dan komersial di negara dunia ketiga yang dimaksudkan untuk membantu pemulihan negara-negara berkembang. Konsep pembangunan nasional yang populer pada tahun 60-an memiliki konsentrasi utama pada peningkatan pertumbuhan ekonomi yang diukur dengan *Gross National Product*. Pertumbuhan ekonomi yang diharapkan memiliki *Trickle down effect* terhadap seluruh masyarakat dalam sebuah sistem ternyata tidak mampu meningkatkan distribusi peningkatan pendapatan bagi masyarakat kelas bawah di negara dunia ketiga. Penanaman modal asing dalam sektor industri hanya berakibat pada peningkatan arus urbanisasi tetapi malah menghasilkan pengangguran massal dan memperlebar jurang antara kaya-miskin.

Dalam teori modernisasi media massa dianggap memiliki peran penting dalam mempromosikan pembangunan ekonomi dengan memacu perubahan sikap dan memacu motivasi dan menyebarkan informasi dan pandangan masyarakat kapitalis. Para akademisi

juga menawarkan teori yang menjelaskan peran dan fungsi media dalam pembangunan nasional. Lerner (1958) yang meletakkan fondasi dengan hipotesisnya yang terkenal yaitu : “Peningkatan industrialisasi akan menambah tingkat urbanisasi, meningkatnya jumlah urbanisasi cenderung menaikkan angka melek huruf, peningkatan angka melek huruf akan meningkatkan liputan media, peningkatan liputan media cenderung meningkatkan partisipasi politik”. Model Lerner memberikan penggambaran bahwa barat adalah relevansi global dan penawaran dari gambaran apa yang seharusnya terjadi. Kemudian Schramm memperluas dengan kerangka pembangunan, lalu Rogers dengan teori difusi inovasi yang meneliti pentingnya komunikasi interpersonal dalam proses perubahan. Dari hasil penelitian mereka media dianggap sebagai *magic modernizing personality* dengan meningkatnya sikap empati, inovatif, kosmopolitan dan *achievement oriented*.

Pada tahun 70-an mulai dirasakan adanya pemahaman yang tidak lengkap. Optimisme pada media massa pada dekade sebelumnya mulai menurun karena tingkat penerimaan yang berbeda terhadap liputan media sehingga ada individu yang terkategori cepat mengadopsi perubahan dan ada yang tidak inovatif atau tradisional, akibatnya media massa dituding sebagai pemelihara status quo dan kemapanan. Setelah dilakukan riset terhadap efek sosial media secara individual hasilnya adalah *knowledge gap hypothesis* sebagaimana diungkap oleh Rogers (dalam Lee, 1980) “*The mass media, under some condition widen gap between different social strata in the way knowledge and other communication benefits accrued the people*”.

Schramm dan Lerner (1976) menganggap bahwa fenomena gap ini dapat dipakai untuk *country analysis* dengan memahami hubungan komunikasi internasional yang dijelaskan dalam kalimat berikut “*The global distribution of mass media is more uneven and unequal in favor of the rich and powerful countries now than it was ten years ago because*

the phenomenal population growth in many developing countries has offset and outpaced their absolute level of media development". Distribusi global media tersebut diikuti oleh ekspansi kapitalisme atas aktifitas produksi lain dalam skala global. Hal yang paling mendasar adalah ekspansi dari aktifitas informasi dalam bentuk produksi dan distribusi komoditas budaya seperti buku, film, program televisi. Ekspansi internasional dari efektivitas informasi ini merupakan proses dari transnasionalisasi dan transinformasi. Proses tersebut memunculkan sejumlah isu tentang dominasi budaya dan subordinasi, kontrol terhadap komunikasi, produk budaya dan distribusinya, akses terhadap ekonomi, politik. Proses transnasionalisasi dan transinformasi ini pada akhirnya menciptakan apa yang disebut dengan "Tata Informasi Dunia Baru".

Proses tersebut berjalan seiring dengan perkembangan media sebagai fungsi budaya. Pada waktu itu perhatian internasional terhadap agenda negara dunia ketiga bergeser karena adanya beberapa negara bekas jajahan memproklamkan kemerdekaannya setelah perang dunia kedua. Pada saat inilah awal dari munculnya konfrontasi "Utara-Selatan" dan berkembangnya konflik kultural media. Kemerdekaan tersebut membuat beberapa negara dunia ketiga menggeser permasalahan nasionalnya dari integrasi nasional dan modernisasi sosial ekonomi ke ekspresi budaya. Dari berbagai uraian diatas, sekarang dapat dipahami bahwa ketidakseimbangan arus informasi global inilah yang disebut dengan imperialisme budaya. Hal ini disebabkan karena media ditafsirkan sebagai alat politik-ekonomi negara maju dan sementara oleh negara dunia ketiga sebagai agen kultural.

Imperialisme Budaya dan Ketergantungan Budaya

Goeffrey Reeves (1993) menarik permasalahan inperialisme budaya dan ketergantungan budaya jauh kebelakang dengan mengaitkan pada tesis Lenin bahwa

imperialisme adalah tahapan paling tinggi dari kapitalisme yang lahir dari teori *Development underdevelopment* yang muncul pada tahun 1970-an dengan memilah kolonialis lama dan bangkitnya Amerika sebagai kekuatan kapitalis yang dominan. Karena dominasi kapitalis ini kekuatannya menyerupai bentuk kolonialis lama maka kapitalisme sering disebut sebagai neo-kolonialis atau neo-imperialis.

Sebelum menguraikan lebih lanjut tentang imperialisme budaya, ada baiknya lebih dulu kita ingat pendapat salah seorang tokoh dari teori ketergantungan yaitu Gunder Frank (Lihat Lee, 1980) yang mendefinisikan ketergantungan sebagai : *no more than a euphemism that cloacks subjection, oppresion, alienation, and imperialist, capital racism, all of which are internal as well as external*". Dengan kata lain ketergantungan merupakan perwujudan neo kolonial yang berarti adanya hubungan antara kaya-miskin, lemah-kuat, yang mengeksploitasi dan yang dieksploitasi. Konsekwensi dari ketergantungan tersebut adalah : Pertama, ketergantungan menyebabkan keterbelakangan. Kedua, barat menjaga ketergantungan dunia ketiga, ketiga, barat menjadi semakin kaya dan membiayai negara dunia ketiga untuk menjamin kontinyuitas ketergantungan. Ketiga, barat menjadi kiblat dari pembangunan ekonomi dunia ketiga dan mendikte negara dunia ketiga dengan skema investasi, bantuan luar negeri, kuota ekspor, dan lain sebagainya.

Untuk memahami imperialisme budaya ada baiknya dimulai dari pemahaman tentang hakekat media dan produksi budaya di negara kapitalis. Hal ini menyangkut dinamika produksi, dan peran ideologi dalam memberikan kerangka analisis terhadap hubungan kultural ideologis antara negara kapitalis dan negara dunia ketiga. Penetrasi ke negara dunia ketiga oleh kapitalis media dan industri produk budaya dihasilkan oleh hubungan simbiosis antara perusahaan multi nasional dan negara untuk mempertahankan kapitalisme.

Amerika sebagai neokolonialis memegang peran penting dalam membentuk imperialisme budaya. Disini antara kepentingan media dan kepentingan negara berjalan searah oleh karena itu menurut Schiller (1969) dalam bukunya yang berjudul "*Mass Communication and American Empire*" dijelaskan bahwa imperialisme komunikasi diorganisasi oleh militer Amerika dan konglomerat media Amerika. Hal ini disebabkan karena media merupakan alat yang penting untuk memelihara dominasi ekonomi, politik, dan militer Amerika. Bentuknya adalah ekspor program televisi Amerika pada negara-negara non-sosialis serta komersialisasi *International broadcasting system*. Transnasionalisasi media merupakan infrastruktur perusahaan multinasional. Perusahaan-perusahaan tersebut umumnya bergerak di bidang transmisi data bisnis dan manajemen dengan spesifikasi produknya antara lain biro iklan, survey pasar, jajak pendapat, hubungan masyarakat.

Masalah ketergantungan budaya dapat diikuti melalui budaya. Arnold Mattelart (lihat Reeves, 1993). Mattelart lebih melihat struktur ketergantungan dalam hubungan dengan ekspansi dari sistem kapitalis internasional pada masyarakat yang 'tergantungan'. Peran media adalah sebagai alat untuk menyebarkan dan mentransmisikan nilai, ideologi, mitos, image yang dibangun oleh negara kapitalis. Media massa mendemonstrasikan konsep perubahan dari sistem imperialis serta memproduksi 'retorika perubahan'. Salah satu bentuk perubahannya adalah pola konsumsi.

INDONESIA SEBAGAI PENGIMPOR PRODUK BUDAYA

Apa saja produk budaya yang diimpor negara dunia ketiga termasuk Indonesia? pertama-tama tentunya adalah komoditas yang mampu meningkatkan bentuk konvensional dari produk budaya yaitu barang elektronika yang berfungsi sebagai alat untuk menerima, merekam dan mendengarkan radio, televisi, film, dan musik. Setelah alat untuk menerima

dikonsumsi selanjutnya adalah isinya yaitu film, program televisi, musik, dan sedikit berita. Bentuk program televisi yang paling banyak diimpor adalah film seri, baru setelah itu musik, olah raga, dan berita. Bagi negara-negara kecil yang miskin kecenderungan untuk menjadi importir dari program televisi semakin besar karena biaya produksi program lokal sangat mahal. Namun bagi beberapa negara yang cukup kaya program impor hanya sebagai suplemen saja.

Di Indonesia peningkatan impor program televisi meningkat tajam sejak adanya deregulasi tentang kepemilikan stasiun televisi yang semula hanya kepemilikan tunggal oleh pemerintah yaitu TVRI kemudian berkembang televisi swasta pada tahun 1990-an yang dimulai dengan munculnya RCTI yang disusul secara berturut-turut yaitu SCTV, TPI, ANTV, Indosiar, Metro TV dan sebentar lagi akan muncul beberapa stasiun televisi baru yang sekarang sedang dalam persiapan.

Pada awal stasiun televisi swasta tersebut mengudara, program televisi didominasi film seri impor, terutama dari Amerika. Dalam mengisi programnya stasiun televisi tersebut memiliki jaringan dengan stasiun televisi dari negara maju. ANTV yang membidik pangsa pasar remaja memilih bermitra dengan MTV Asia yang merupakan jaringan MTV dunia yang lebih banyak menyajikan budaya populer yang modern. SCTV lebih banyak bekerjasama dengan Entertainment and Sport Program Network (ESPN) untuk mengisi acara olah raga. Sedangkan Indosiar yang dikenal penonton dengan sinema unggulannya memilih bekerjasama dengan Home Box Office (HBO) untuk film layar lebar. Selain itu stasiun televisi tersebut juga bekerjasama dengan jaringan televisi internasional lainnya seperti CNN, ABC, CBS, NBS, Star-TV. Hal ini serupa dengan pola yang dimiliki negara berkembang lainnya.

Dalam perkembangannya secara perlahan produk lokal mulai banyak mengisi program televisi swasta dan film asing televisi hanya mengisi sepertiga dari seluruh jam tayang. Hal ini tidak jauh dari hasil survey Unesco tentang *Television Traffic a one way street : a survey analysis of the international flow of television programme material* yang menyebutkan bahwa negara-negara Asia pasifik mengimpor program TV Asing sekitar 36%.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh PMB-LIPI pada tahun 1995-1997 (sebelum krisis moneter terjadi) yang berjudul Dampak Media Transnasional terhadap Masyarakat Indonesia yang melihat pengaruh televisi gaya hidup, integrasi nasional dan kenakalan remaja, diperoleh hasil film asing yang pada waktu itu banyak menempati *prime time* lebih sering ditonton dibanding dengan program lokal. Dari rata-rata waktu yang dihabiskan oleh responden yang berusia 15-24 tahun Surabaya, Medan, dan Ujung Pandang, responden menghabiskan waktu sekitar 2 jam per hari untuk menonton televisi dan sekitar 60% dari waktu tersebut dihabiskan untuk menonton film asing. Film asing yang paling banyak ditonton pada umumnya adalah film Amerika seperti Beverly Hills 90210, Renegade, Melrose Place, MacGyver. Angka yang lebih rendah diperoleh oleh film-film oriental seperti Kembalinya Sang Pendekar Rajawali, Kisah Pangeran Menjangan, dan film-film Amerika Latin seperti Mary Mar, Ines Sang Sekretaris.

Keadaan setelah krisis moneter terjadi berbeda dengan hasil penelitian diatas. Seiring dengan jatuhnya nilai rupiah harga film Amerika sangat mahal sehingga tayangan film Amerika jumlahnya berkurang. Selain berkurang dari segi jumlah, pilihan film juga berbeda. Kalau sebelum krisis moneter terjadi *prime time* didominasi oleh film Amerika dengan beberapa film unggulannya maka setelah krisis moneter terjadi *prime time* banyak diisi oleh program lokal karena film impor yang dibelanja oleh televisi bukan film unggulan.

MEMUDARNYA BUDAYA TRADISIONAL

Televisi merupakan salah satu bentuk budaya pop yang disusun dari perkembangan teknologi dan adaptasi sosial dari barat. Budaya pop merupakan budaya kota yang menarik massa. Budaya tradisional seringkali merosot akibat adanya media imperialisasi. Budaya elit dan budaya folk memudar di beberapa negara berkembang sebagai proses industrialisasi dan membantu tumbuhnya kelas menengah. Perubahan struktur sosial dan tingginya angka urbanisasi membuat budaya folk sulit berkembang terutama di kalangan kaum muda yang memiliki mobilitas tinggi.

Televisi sebagai budaya populer secara cepat memberi rasa senang dengan sedikit tenaga untuk memperoleh hiburan. Televisi tidak sekedar menawarkan aspirasi, nilai, dan fantasi tetapi juga sebagai eskapisme pada masyarakat yang sudah lelah bekerja. Selain itu budaya tradisional sulit masuk dalam program televisi karena media modern memerlukan performance dan teknik tersendiri.

Namun demikian, beberapa tahun belakangan televisi Indonesia telah mulai ikut meningkatkan peran seni tradisional dengan beberapa adaptasi, terutama dalam bahasa dan pembabakan. Partisipasi televisi Indonesia dalam mempopulerkan kesenian tradisional dimulai dari keberanian Indosiar menyajikan siaran Wayang Kulit setiap Sabtu malam. Beberapa penyajian yang dilakukan dalam penyajian Wayang Kulit ini terutama dari cara televisi mengambil gambar. Dalam pertunjukan hidup, penonton melihat pertunjukan melalui bayangan di belakang layar, namun pada pertunjukan televisi gambar diambil dari belakang layar. Hal ini tentunya mengandung konsekuensi terjadinya penyimpangan dari hukum dunia perwayangan dimana tokoh yang baik diletakkan di sebelah kanan gunung dan tokoh jahat diletakkan di sebelah kiri, karena gambar diambil dari belakang maka posisi tokoh menjadi terbalik. Sukses Indosiar menyiarkan program tradisional ini diikuti oleh stasiun lain dalam

penyajian seni tradisional yang berbeda. Ketoprak Humor sukses menembus batas etnis di Indonesia karena memodifikasi bentuk menjadi populer dan penggunaan bahasa Indonesia.

TERJADINYA PERUBAHAN GAYA HIDUP

Invasi budaya akan merubah arti simbol dari sebuah masyarakat. Perubahan ini bisa berarti selera, nilai, kesukaan, pandangan terhadap masyarakat, hubungan antar manusia dan kehidupan itu sendiri. media massa sebagai *magic multiplier* dari *modern personality* merupakan alat untuk membuka pintu pada dunia yang kosmopolit. Imagi negara luar yang menyajikan benda-benda modern dan produk metropolitan sangat menarik perhatian sehingga penyajian TV sekaligus dimaksudkan untuk menjual barang kebutuhan sehari-hari. Penayangan secara terus-menerus terhadap produk metropolitan tersebut pada akhirnya dapat membawa pada perubahan pola konsumsi.

Pola konsumsi yang paling mudah dan menarik untuk ditiru adalah konsumsi terhadap produk gaya hidup. Efek konsumerisme dari penayangan film televisi pernah diteliti oleh PMB-LIPI, hasilnya menunjukkan bahwa penonton banyak mengidolakan cara bergaul, cara berpakaian, cara berpikir, selera musik, selera makan tokoh film seri televisi yang sering ditonton. Besarnya keinginan penonton televisi meniru cara berdandan tokoh pada tingkat sedang yaitu rata-rata 3 dari skala 5. tokoh yang paling banyak diidolakan oleh penonton sebagai 'macho' yang mengenakan celana jeans ketat, berjaket kulit dengan rambut diikat dengan mengendarai sepeda motor berukuran besar. Begitu populernya tokoh Reno Reines ini sampai Levi's mengeluarkan edisi khusus yang disebut dengan 'Jeans Renegade'. Beberapa pemuda di lokasi penelitian ketika diwawancara oleh peneliti mengenakan jaket kulit di siang hari bolong diudara tropis yang sangat panas. Mereka juga mewarnai dan mengikat rambutnya sambil naik motor dengan kecepatan tinggi bagai tokoh yang diidolakan.

Keinginan mengkonsumsi produk yang dipakai oleh tokoh tidak sekedar masalah konsumsi biasa. Memang pada dasarnya arus materi komunikasi yang asimetris secara ekstrem tidak hanya berarti sekedar masalah transaksi komersial tetapi merupakan ideologi konsumerisme yang sengaja dijual oleh kapitalis satu paket dengan pesan televisi.

Daftar Pustaka

Boyd-Barret, Oliver (1997). *Media Imperialism : Toward An International Framework For The Analysis of Media Systems*, dalam James Curran, Michael Gurevitch dan Janet Woolcott (ed) *Mass Media and Society*, London : Arnold.

Bungin, Burhan (2001). *Imaji Media Massa, Konstruksi dan Realitas Iklan Televisi Dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta : Jendela

Curran, James, Gurevitch, Michael and Woolcott, Janet (eds) (1977). *Mass Communication and Society*, London :Edward Arnold

Collins, Richaerd, Curran, James, Garnham, Nicholas, Scannel, Paddy, Sclesingr, Philip and Spark, Colin (ed) (1986). *Media, Culture and Society, A Critical Reader* London : Sage

Fiske, John and Hartley, John (1994). *Reading Television*. London : Routledge

Ginneken, Jaap (1998) *Understanding Global News, A Critical Introduction*, London : Sage

Lee, Chin-Chuan (1980) *Media Imperialism Reconsidered, The Homogenizing of Television Culture*, Beverly Hills : Sage

Lerner, Daniel (1958) *The Passing of Traditional Society*, New York : Macmillan

Mulyana, Dedy dan Ibrahim, Idi Subandi (1977) *Bercinta dengan televisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Reeves, Geoffrey (1993) *Communications and the 'Third World'*, London : Routledge

Rogers, Everett M and F, Shoemaker (1971) *Communication of Innovations*. New York : Macmillan

Schiller, Herbert (1969) *Mass Communication and American Empire*, New York : Kelly

_____ (1973) *The Mind Managers*, Boston : Beacon Press

Schramm, Wilbur (1977) and Lerner, Daniel (ed) (1976) *Communication and Change : The Last Ten Years and The Next*, Honolulu : University of Hawaii/East West Center Press.

Sreberny, Annabelle- Mohammadi, Winseck, Dwayne, McKenna, Jim and Boyd-Barret, Oliver (ed) (1997) *Media in Global Context A Reader*, London : Arnold

Varis, Tapoi and Nordenstreng (1974) *Television Traffic A One way Street?, A Survey and Analysis of The International Flow of Television Programme Material, Report and papers on Mass Communication No 70*, Unesco.

