

# Budaya Populer dan Realitas Media

Wednesday, September 05, 2012

<http://www.esaunggul.ac.id/article/budaya-populer-dan-realitas-media/>

## BUDAYA POPULER DAN REALITAS MEDIA

Oleh : Teguh Imanto

[Download](#)

### Abstraks

*Lahirnya modernisasi kehidupan telah banyak merubah cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat konsumtif dan hedonis dalam lingkungan masyarakat kapitalis. Fenomena ini tidaklah dianggap terlalu aneh, untuk dibicarakan dan bahkan sudah menjadi bagian dari budaya baru hasil dari para importir yaitu para penguasa industri budaya yang sengaja memporak porandakan tatanan budaya yang sudah mapan selama bertahun tahun menjadi bagian dari jatidiri bangsa Indonesia itu. Tergesernya budaya setempat dari lingkungannya disebabkan oleh kemunculannya sebuah kebudayaan baru yang konon katanya lebih atarktif, fleksibel dan mudah dipahami sebagian masyaraka, bahkan masyarakat rendah status sosialnyapun dapat dengan mudah menerapkannya dalam aktifitas kehidupan. Sebuah istilah "Budaya Populer" atau disebut juga dengan "Budaya Pop", dimana budaya ini dalam pengaktualisasiannya mendapat dukungan dari penggunaan perangkat berteknologi tinggi ini, sehingga dalam penyebarannya begitu cepat dan mengena serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat. Budaya ini tumbuh subur dan cepat mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam masyarakat perkotaan dan keberadaanya sangat kuat pada kehidupan kaum remaja kota. Penyiaran Televisi yang dituduh oleh masyarakat, sebagai biang kerok atas retaknya budaya luhur negeri ini dalam taraf yang sangat memprihatinkan. Melalui tayangan acaranya tercermin budaya impor yang telah dikonstruksi makna dan nilainya itu, telah menawarkan budaya baru hasil biasan dari budaya barat yang mengusung pola keglamoran hidup dalam masyarakat kapitalis. Hegemoni budaya yang tercermin dalam realitas kehidupan dengan praktik-praktiknya kini telah mengambil alih budaya luhur dan norma kesantunan yang sudah mapan warisan dari nenek moyang menjadi budaya baru sebgai cerminan realitas palsu yang berkembang di masyarakat merupakan dampak dari tayangan televisi yang ada.*

Kata Kunci : Budaya Populer, Televisi, Gaya hidup, Hegemoni

### Pendahuluan

Gencarnya arus globalisasi yang menerjang ke berbagai negara termasuk Indonesia, dan dalam waktu bersamaan hadirnya kecanggihan teknologi telah banyak membantu dalam penyebarannya.

Kenyataan ini berimplikasi pada perubahan pradigma masyarakat dalam menyikapi suatu kehidupan. Realitas kehidupan masyarakat dewasa ini, telah melahirkan loncatan peradaban tiga langkah kedepan dibandingkan dengan seperempat abad peradaban sebelumnya. Lahirnya modernisasi kehidupan di berbagai belahan dunia, telah banyak merubah cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat konsumtif dan hedonis dalam lingkungan masyarakat kapitalis. Fenomena ini tidaklah terlalu aneh bin ajaib untuk diperbincangkan, dan bahkan pradigma dan pola hidup masyarakat kini, telah masuk dalam praktik-praktik kehidupan serta telah menjadi bagian dari munculnya budaya baru. Keberadaan budaya baru ini merupakan hasil dari para importir penguasa media, yang sengaja memporak porandakan tatanan budaya yang sudah mapan selama bertahun-tahun menjadi bagian dari jatidiri bangsa, hasil warisan dari para pendiri bangsa ini sebelumnya. Dalam penglihatan kita sehari-hari, telah terlontar suatu pertanyaan berbunyi berapa banyak dan berapa macam hadirnya “budaya asing” lewat sosok-sosok yang mengatas namakan dirinya bagian dari “masyarakat modern” bertebaran di sekitar lingkungan dimana kita berada?. Keaneknya mengisyaratkan bahwa keberadaan budaya baru ini telah mendominasi dan memegang kendali dalam realitas kehidupan serta mampu melindas sedikit demi sedikit dan akhirnya menggeser budaya lokal hingga tersudutkan dan terlempar dari lingkungan masyarakatnya. Tanpa disadari, bahwa kita telah terjebak dalam perangkap suguhan praktik-praktik yang mengusung “budaya asing” itu, telah memaksa menjadi bagian hidup dari masyarakat modern, hingga melahirkan suatu istilah “gaya hidup” sebagai simbol atau ikon masyarakat modern. Kenyataan ini menjelaskan bahwa pradigma tentang suatu “gaya hidup” yang sudah membudaya dan menjadi ikon dari masyarakat modern itu, sudah menyusup dan memprovokasi masyarakat dengan menjelma dan menyatu menjadi figur-figur pencari sensasi dalam ruang hiruk pikuk dan berkecamuknya pernik-pernik beradaban di tengah keragaman pola hidup masyarakat modern. Fenomena yang terjadi merekam suatu realitas kehidupan yang mengisyaratkan kekontrasan hidup dalam jatidiri bangsa Indonesia, betapa tidak terkadang kita mengeleng-gelengkan kepala, entah pikiran apa yang ada di dalam otak kita tatkala melihat gaya penampilannya yang mengundang sejuta tanda tanya. Lihatlah penampilannya para eksekutif muda dengan keharuman parfum Axe telah bercengkramah dalam suasana alunan musik Jazz di salah satu sudut ruangan Cafe “American Style”. Anak-anak muda dengan potongan rambut jambul yang di cat berwarna-warni dan berakhir dengan kucir di belakang kepala, bagai burung Cendrawasih dan Segerombolan anak muda berambut Punk, suatu gaya rambut model kulit duren dengan dihiasi atribut pernik-pernik dari metal itu, telah nongkrong di bawah jembatan layang Roxy Mas. Para remaja putri telah berpakaian seronok, celana ketat dengan mengumbar pusernya terlihat menganga dalam adu suara di atas pentas. Para pasangan ABG dengan model rambut jagungnya telah bermesraan dan berangkulan seenaknya sendiri di tempat umum “Mbok Rondho Plaza”, tanpa ada rasa malu di dalam dirinya. Serta sederetan fenomena-fenomena paradoks dalam “gaya hidup” yang hadir di tengah-tengah kehidupan kita.

Hadirnya arus globalisasi ditengah-tengah masyarakat kita telah membawa dampak besar terhadap keberadaan kebudayaan setempat. Tergesernya budaya setempat dari lingkungannya, disebabkan oleh kemunculannya sebuah kebudayaan baru yang konon katanya lebih atraktif, fleksibel dan mudah dipahami sebagian masyarakat. Sebuah istilah “Budaya Populer” atau disebut juga dengan “Budaya Pop”, di mana dalam pengaktualisasiannya telah mendapat dukungan dari penggunaan perangkat berteknologi tinggi ini, sehingga dalam penyebarannya begitu cepat dan mengena serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat. Dalam memperbincangkan dan mewacanakan “Budaya Populer”, selalu dihadapkan pada intepretasi multi persepsi hingga menimbulkan penafsiran yang beragam. Suatu penafsiran yang terbanyak diungkap di berbagai wacana mengenai definisi budaya populer tersebut adalah sebuah budaya ataupun produk budaya yang disukai dan disenangi oleh masyarakat. Budaya populer sering dianggap sebagai suatu kebudayaan instan yang cenderung melawan “suatu proses”,

sehingga golongan masyarakat yang bersebrangan dengannya, mengagap sebagai budaya dengan peradaban dangkal pemikiran, tanpa nilai, makna kabur, cari sensasi, berperilaku rusak dan masyarakatnya berjiwa konsumtif dan hedonis.

Dalam perspektif industri budaya, “bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media” (Sunarti 2003). Hal ini dianggap bahwa Media telah memproduksi segala macam jenis produk budaya populer yang dipengaruhi oleh budaya impor dan hasilnya telah disebarluaskan melalui jaringan global media hingga masyarakat tanpa sadar telah menyerapnya. Dampak dari hal itu, menyebabkan lahirnya perilaku yang cenderung mengundang sejuta tanya, karena hadirnya budaya populer di tengah masyarakat kita, tak lepas dari induknya yaitu media yang telah melahirkan dan membesarkannya. Media dalam menjalankan fungsinya, selain sebagai penyebar informasi dan hiburan, juga sebagai institusi pencipta dan pengendali pasar produk komoditas dalam suatu lingkungan masyarakat. Dalam operasionalisasinya, media selalu menanamkan ideologinya pada setiap produk hingga obyek sasaran terprovokasi dengan propaganda yang tersembunyi di balik tayangannya itu. Akibatnya, jenis produk dan dalam situasi apapun yang diproduksi dan disebarluaskan oleh suatu media, akan diserap oleh publik sebagai suatu produk kebudayaan, dan hal ini berimplikasi pada proses terjadinya interaksi antara media dan masyarakat. Kejadian ini berlangsung secara terus menerus hingga melahirkan suatu kebudayaan berikutnya. Kebudayaan populer akan terus melahirkan dan menampilkan sesuatu bentuk budaya baru, selama peradaban manusia terus bertransformasi dengan lingkungannya mengikuti putaran jaman.

Dampak siaran televisi yang dilansir secara gencar dengan model Budaya Populer lewat keragaman tayangannya, akan membentuk pradigma dan gaya hidup masyarakat dengan perilaku yang mengusung kecenderungan berjiwa materialis dan hedonis dalam lingkungan masyarakat kapitalis.

### **1. Kekaburan Makna dan Pergeseran Nilai**

Kata “Budaya Populer” merupakan penggabungan dari dua kata yaitu kata “Budaya”, dan yang satunya lagi “Populer”. Sementara kata Budaya dapat diartikan “segala sesuatu untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis” (Williams, 1983). Rumusan ini merupakan rumusan budaya yang paling mudah dipahami, dengan mengaitkan tentang perkembangan budaya Eropa Barat dengan merujuk pada faktor-faktor intelektual, spiritual, estetis seperti pernyataan para filsuf besar, seniman, dan budayawan terutama pada masa pasca era industrialisasi. Kata lain juga bisa berfungsi sebagai “pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu” (Williams, 1983). Pernyataan ini menegaskan bahwa kebudayaan adalah pandangan hidup seseorang dalam melaksanakan kehidupan bermasyarakat, di mana pegangan hidup sebagai faktor pengendalian, bisa berwujud pada aturan-aturan tertentu yang diyakini dan disepakati bersama pada suatu masyarakat sebagai pedoman atau pegangan hidup dan juga terikat oleh aturan-aturan ritual tertentu. Sedangkan kata “populer”, Williams memberikan “empat makna yang mengandung pengertian yakni: (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendah; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri” (Williams, 1983). Dari dua pengertian kata diatas, maka terdapat suatu pengertian hasil penggabungan kata keduanya, hingga melahirkan definisi baru dan makna baru bernama “Budaya Populer”. Istilah Budaya Populer dapat juga diterjemahkan dengan pengertian suatu aktifitas atau praktik-praktik sosial yang bisa menyenangkan orang dan disukai oleh banyak orang. Dalam

perspektif kaca mata industri budaya, budaya populer juga dinilai sebagai produk kapitalisme yang bersifat massal dan dikelola terus menerus oleh jejaring media di mana jarak jangkauannya hampir tak terbatas dan bahkan bisa menembus batas wilayah suatu negara. Dalam menjalankan fungsi industrinya, Institusi industri media perlu melakukan penerapan strategi khusus untuk menjaring massa, guna menjalankan ideologinya "dalam upayanya bertahan hidup, seperti halnya, bisnis lain, media menciptakan beberapa kegiatan yang diperkirakan disukai, dan sekaligus dibutuhkan, masyarakat sebanyak-banyaknya" (Sapardi, 2009). Dalam kenyataannya media telah memfasilitasi atas tumbuh subur dan berkembangnya budaya populer di tengah masyarakat. Lihatlah beredarnya majalah-majalah yang ada di masyarakat kita, telah memuat keanekaragaman artikel tentang pola hidup dari bangsa-bangsa barat termasuk memuat foto-foto model pakain dan pernik-pernik penunjang gaya hidup ala kebarat-baratan mulai dari tas, kalung, sepatu, jam tangan, cincin serta benda lainnya yang dapat mengundang perilaku para remaja kita cenderung untuk mengikutinya. Para produsen produkpun menyebarkan perangkap melalui iklan media baik cetak maupun elektronik dengan gambar dan teks yang telah direkonstruksi itu, sehingga membuat target sasaran yang diincar semakin ketagihan dibuatnya. Pada saat yang bersamaan, produsen dan industri media telah menciptakan ajang pentas kaum remaja putri untuk memperebutkan penobatan "Putri Indonesia", hingga para remaja putri dari seluruh tanah air ini, berlomba-lomba mengikutinya. Kesuksesan ini membuat produsen-produsen lain ikut latah, mereka dengan ideologi dan kekuasaannya telah menciptakan putri yang mengangkat produknya sebagai upaya dalam menciptakan pencitraan brandnya, hingga muncul "Putri Sabun LUX", "Putri Sabun GIV", "Putri Martha Tilar", "Putri Sunslit" dan tidak menutup kemungkinan lahir lagi "Putri-Putri" Remason, Kecap, sambal dan alat penggorengan. Di sisi kaum pria pun tak mau ketinggalan, diciptakanlah ajang untuk mereka misalnya "Pria Idaman", "Pria Kekar", "Pria Langsing", "Pria Kribo" dimasa datang mungkin ada "Pria-Pria" Jangkung, cebol, nyentrik, kusam dan dekil. Produk apapun yang di lahirkan oleh industri media, merupakan suatu penciptaan yang bertujuan untuk menyenangkan masyarakat, meskipun produk tersebut tidak memerlukan daya nalar tinggi, hanya semata-mata pencarian popularitas yang mudah dipahami dan ditiru secara instan oleh berbagai kalangan serta hanya pencarian sensasi belaka. Bukan tidak mungkin di balik kedok-kedok semua itu, terselip propaganda atau penyusupan ideologinya pada setiap produk yang di sebarluaskan kepada masyarakat luas, hingga masyarakat yang menjadi targetnya terbius dalam bujukan dan rayuan hingga terjerat dalam jebakan ideologinya.

Dalam konteks kepentingan bisnis, keberadaan para artis ini diperlakukan tak lebih dari sekadar instrumen komoditas dalam menjalankan fungsi bisnisnya dan sementara itu konsumen hanyalah sebagai obyek sasaran target yang akan di jadikan acuan dalam menciptakan trend pasar dari produk yang dikomersilkan oleh media itu. Suatu bentuk nyata disekitar kita adalah media massa dalam bentuk televisi telah disinyalir sebagai instrumen yang dianggap paling efektif dalam mengakomodir keberlangsungan untuk menghidupkan budaya populer yang disenangi kalangan remaja itu. Sebagai konsekuensinya maka perlu diupayakanlah penyelipan misi propaganda industri ke dalam tayangan televisi, dengan tujuan untuk mencekoki khalayak lewat berbagai macam program acara ala kadarnya yang telah direkonstruksi nilai serta maknanya itu, hingga masyarakat tergila-gila dibuatnya. Etika dalam penyiaran, seharusnya bertujuan untuk pengontrolan acara agar lebih terarah dan mendidik, kini telah dirongrong dengan keputusan praktis dan pragmatis tanpa argumentasi yang kuat dan jelas, hanya demi kepentingan media itu sendiri. Begitu juga tayangan program acara dengan mevisualisasikan tampilan-tampilan yang awalnya santun seperti tampilan kebaya panjang dengan motif visual batik dan tampilan kesenian daerah yang kental dengan budaya ketimurannya, kini tayangan itu telah dilindas oleh program acara dengan menjual tampilan model celana mini ketat yang cenderung seronok sambil mengumbar pusernya terlihat jelas menari-nari di atas stage. Permainan pentas semacam "festival" seperti Indonesia Idol, Akademi Fantasi, Kontes Dangdut atau unjuk kempuan khusus, itu semua dilakukan dengan cara instan dan

praktis, tanpa adanya standarisasi kelayakannya sebuah ajang perlombaan. Juri-juri yang dihadirkan seharusnya berasal dari kalangan akademis dengan penguasaan bidang ilmu tertentu dan standarisasi kriteria penilaian guna menentukan kelayakan juaranya, kini dicomot seenaknya saja tanpa melihat kualifikasi sebagai layaknya seorang juri. Juri hanyalah sebagai tukang-tukang ngomel ngalor-ngidul tanpa kejelasan argumentasi dan hanya ngomong semaunya sendiri tanpa ada standarisasi yang menjadi acuannya. Anehnya keputusan juara tadinya ditentukan oleh para juri yang dihadirkan, kini ditentukan oleh rating tertinggi berdasarkan poling SMS belaka. Media khususnya televisi kini terjebak dalam suatu permainan membalikkan strata budaya dan tata nilai serta perilaku masyarakat yang sebenarnya, sehingga perancangan program acara ala kadarnya itu, tidak ada lagi standar acuan kebenaran, karena semuanya hanyalah sekedar menciptakan festival, kemeriahan, kemegahan, sensasi, spektakuler dengan permainan kekaburan nilai dan makna. Kalau sudah begini lantas kita mau apalagi ?, maka terkuburlah nilai-nilai kebenaran dengan peraihnya melalui beberapa proses berdasarkan aturan-aturan tertentu, kini semua penerapannya dicomot secara bebas tanpa ada aturan atau katakanlah dengan istilah "Semau Gue"... weee...lah...dall...lah...!!!. Itulah sekelumit gambaran dari sekian rentetan panjang tentang "Budaya Populer" dan keberadaannya begitu mendominasi di tengah masyarakat terutama kaum remaja, hingga budaya lokalpun sedikit demi sedikit tersudutkan dan akhirnya terlempar dari lingkungan masyarakatnya. Melihat gejala dan perkembangan yang begitu liar ini, pantaslah beberapa kalangan sangat mengkhawatirkan tentang penyebarannya, karena sarannya mencakup cukup luas baik dari kalangan atas, menengah bahkan kalangan masyarakat rendahpun terkena dampaknya. Demikian juga dari usia bisa menyerang anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tuapun masih sempat menikmatinya... sungguh keterlaluhan aahhh...

Perilaku serba instan dalam cerminan kekaburan nilai dan makna, telah menggilas budaya lokal yang mengusung nilai kesopanan itu, digantikan dengan perilaku seronok dan jiwa-jiwa materialistik serta hedonistik sebagai jatidiri dari para pelaku Budaya Populer.

## **2. Media Ciptakan Gaya Hidup Sebagai Cerminan Budaya Populer**

Tanpa disadari atau disadari industri media khususnya televisi telah memberikan banyak pengaruh pada manusia, Televisi mampu menggiring alam pikiran manusia hingga pada akhirnya bisa merubah pola hidup, baik yang positif dan negatif di tengah-tengah kehidupan manusia. Segala macam apa yang ditayangkan televisi akan berdampak pada psikologi manusia yang mempunyai kecenderungan untuk meniru apa saja dari pengalaman mereka lihat, dan korbannyapun tanpa pandang bulu dibuatnya, siapapun sarannya entah anak-anak, remaja, eksekutif muda ataupun orang tua sekalipun, semua bisa terjebak dalam ikatannya. Jika tidak ada pengontrolan yang terarah terhadap sepak terjang televisi dari pihak berwenang di negeri ini, maka kekhawatiran dari banyak pihak akan dampak dari penayangan program acara hasil ciptaan ala kadarnya itu pada masyarakat luas. "Berbagai macam realitas sosial tersebut telah menimbulkan sejumlah pandangan optimistik dan pesimistik di kalangan para ahli media dalam menanggapi tentang pengaruh media di dalam masyarakat" (Ahmad Zainal Abar, 1997). Pandangan ini melahirkan asumsi bahwa pengaruh tayangan dari industri media televisi akan mempunyai dampak sisi negatif dan sisi positifnya, namun sebagai manusia yang beradab tentunya fungsi pengontrolan itu setidaknya menurunkan sisi negatifnya seminimal mungkin. Tanpa terasa dampak tayangan dari televisi kini sudah mulai nampak di hadapan kita, bahkan tidak hanya nampak saja, akan tetapi sudah merasuk secara dalam dan menyatu dengan diri kita. Betapa tidak kalau kita amati mutu program dari beberapa stasiun televisi, belakangan ini konsep program acara yang dibuatnya terkesan

kurang mendidik, sehingga menimbulkan pengaruh yang cukup besar terutama pada kalangan remaja dan anak-anak. Ditemukannya suatu fakta dewasa ini telah banyak perubahan pola hidup masyarakat yang semakin meningkat intensitasnya ke arah konsumtif, glamour, kehidupan seks bebas, telah tumbuh subur di lingkungan remaja perkotaan, bahkan kini telah mengepidemi sampai ke pelosok pedesaan melalui penyebarannya dengan bantuan jaringan media dan teknologi satelit komunikasi. Dari realitas kehidupan tersebut, apa yang mereka terapkan dalam perilakunya itu adalah hasil dari peniruan para artis yang menjadi idolanya, sering muncul di layar kaca lewat acara infotainment. Melalui tayangan inilah para artis mengumbar perilaku seronok dalam pola hidupnya dan pembicaraan dangkal pemikiran, di mana cara ngomongnya seenak udele dewe... tanpa ada tata krama atau “rasa malu” dalam bergaul. Penguraian materi tayangan hanyalah berkisar pada perselingkuhan, perceraian, intimidasi, dan anehnya pemberitaan itu dianggap oleh pengelola media ataupun artisnya merupakan hal yang biasa di kalangan artis... , dasar muka gedhek...!!!, mungkin mereka terlalu banyak makan rebung tiap hari... , hingga mukanya tebal malu !!! . Gilanya lagi adalah sistem penyiarannya menguasai jam penayangan tiap hari mulai dari pagi, siang, sore, petang dan malam hari. Demikian juga tayangan iklan dengan berbagai macam produk kebutuhan mulai dari kebutuhan primer demi kelangsungan hidup sehari-hari sampai dengan kebutuhan mewah demi naiknya identitas diri di mata masyarakat, telah membayang-bayangi dan mencuci otak kita, agar kita ikut larut di dalamnya dan berakhir dengan tindakan untuk membeli dari produk tersebut. Tiap hari dan tiap menit mata kita disuguhi oleh ilustrasi dalam kemasan produk yang diiklankan lewat layar kaca itu dan tanpa sadar kita telah terbius oleh rayuan, bujukan serta tipuan yang menggoda pikiran kita untuk membelinya. Perilaku para artis tidak jarang sebagai pemicu tentang tumbuhnya trend center pola hidup di masyarakat. Hal inilah yang mengkhawatirkan sebanyak-banyaknya masyarakat meniru secara mentah-mentah tayangan televisi tanpa ada pengkajian secara mendalam, sebab tingkat pemahaman masyarakat sangat heterogen dan banyak mengandung perbedaan serta pemahamannya “Sebanyak-banyaknya mengandung arti kelompok masyarakat yang memiliki tingkat pemahaman dan pengetahuan yang di bawah rata-rata” (Sapardi, 2009).

Dengan kreatifitas tinggi media televisi dalam mevisualisasikan program tayangannya yang dikemas secara menajubkan dalam alur dramatiknya sebuah cerita, telah mampu menghadirkan suatu realitas dunia maya, menjadi suatu realita baru yang seolah-olah terlihat dalam kehidupan nyata. Itu semua karena peran media, bagaimana sebuah industri media menciptakan produknya dengan merekonstruksi nilai serta maknanya itu sedemikian rupa berdasarkan misi dari ideologi media tersebut hingga masyarakat tak berkedip dibuatnya. “Dibutuhkan cara dan tehnik untuk menyebarkan dan mempromosikan ideologi. Ideologi bisa disebarkan dengan paksaan dan kekuasaan...” (Ellul, 1973: 194). Kenyataan ini menjelaskan bahwa Ideologi yang disebar luaskan lewat tayangan televisi, adalah melalui sistem kekuasaan. Dengan kekuasaan media yang ada dalam genggamannya, maka ideologi yang ditanam lewat tayangan tersebut dapat terserap dengan sendirinya bersamaan dengan penangkapan pesan yang dikomunikasikan kepada masyarakat hingga masyarakat menjadi korbannya atas penyerapan dari tayangannya sebagai representatif dari budaya populer yang di bawa oleh televisi tersebut. Bagi Industri media televisi, tentunya sudah tidak asing lagi menciptakan perangkat acara yang di kemas secara menarik lewat beragam program acara dengan pengkonstruksian nilai dan maknanya serta dilancarkan secara terus-menerus dalam setiap serial komoditas, sehingga pemirsa begitu tergiila-gilanya mengikuti apa yang disuguhkan oleh industri media televisi yang pengaksesannya bisa dilakukan kapan saja dengan secara gratis itu. Hal inilah yang dikemukakan oleh Kaum Marxis “... nilai-nilai yang menguntungkan orang-orang yang menjalankan masyarakat, tentang ide-ide yang berkuasa sepanjang masa merupakan hasil dari ide orang yang berkuasa...” (John Storey, 2003). Berbagai macam gaya hidup telah direkonstruksi sedemikian rupa melalui beragam program acara yang mencerminkan kebohongan publik itu, hingga pada akhirnya dapat menimbulkan suatu kebohongan tersembunyi dan tanpa sadar telah

menjadi bagian dari realitas kehidupan yang sebenarnya. Suatu penanaman konsep ideologi ke dalam format acara melalui teks-teks media dan makna-makna yang ada di dalamnya serta praktik-praktik budaya telah melahirkan “kesadaran palsu” di dalam persepsi pemirsa. Pola inilah yang menurut Adorno “... sebagai bentuk keberhasilan konspirasi perkawinan antara kapitalisme dengan budaya populer dalam memanipulasi kesadaran masyarakat dengan kesadaran semu. Bagi Adorno, kebudayaan industri merupakan satu bentuk dehumansasi lewat kebudayaan” (Graeme Burton, 2008).

Dampak tayangan televisi akan membentuk gaya hidup dalam masyarakat kapitalis yang mengungus budaya baru dan akan membentuk perilaku kearah pergaulan bebas dalam kehidupan yang dipenuhi dengan sikap materialistik.

### **3. Hegemoni Amerikanisasi dalam Masyarakat Kapitalis**

Hegemoni dapat diartikan suatu cara penerapan praktek-praktek kekuasaan ideologi yang tak terlihat atau tersembunyi dan tak disadari keberadaannya dalam lingkungan masyarakat. Hegemoni juga bisa diterjemahkan sebagai suatu proses-proses atau praktik-praktik sosial dengan segala macam ide yang telah terkonstruksi milik satu kelompok kelas dominan atau kelas-kelas berkuasa yang ada dan mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi hati dan pikiran seseorang dalam lingkungan masyarakat. Media televisi dengan kekuasaan ideologi di dalamnya yang notabene merupakan representatif dari masyarakat modern, muncul sebagai suatu fenomena kebudayaan baru dalam perubahan realitas sosial masyarakat yang banyak dikonstruksi dan didominasi oleh ide-ide materi Karl Mark. Sepertinya “ide-ide itu dituangkan dalam instrumen-instrumen kapitalis sehingga akhirnya perilaku masyarakat menjadi bagian dari masyarakat kapitalis yang konsumtif serta dari sistem produksi itu sendiri” (Burhan Bungin, 2001 : 25). Realitas ini menegaskan bahwa apapun produk dari media televisi akan menjadi trend center di masyarakat, hingga keberadaannya diperlakukan sebagai “pola hidup” masyarakat modern. Oleh karenanya industri media dan produsen suatu produk, tak henti-hentinya bekerjasama dalam rangka menciptakan suatu program baru dengan bentuk ala kadarnya dalam kualifikasi seenaknya yang penting dapat dengan mudah diserap oleh para penggemarnya walaupun harus menentang aturan-aturan yang ada. Kesemuanya itu, toh... dapat diatur oleh dengan yang namanya “pulus”...!!!, dasar otak-otak kapitalis... yang menghalalkan segala cara demi kepentingan golongannya sendiri...!!!

Media massa khususnya televisi telah menjadi alat yang ampuh bagai jargon-jargon simbolik sebagai penarik untuk mempengaruhi alam pikiran serta pandangan masyarakat. Lewat media televisi dengan segala macam isi acaranya, maka “gaya hidup” masyarakatpun dapat tercipta dengan sendirinya dan menerjang siapa saja yang ada didepannya entah anak-anak, remaja maupun orang tua. Lihatlah ketika film serial heroik ala Amerika seperti Film Spiderman diproduksi dan didistribusikan kesemua negara, maka segala macam pernik-pernik asesoris seperti mainan dalam bentuk patung digandrungi olah anak-anak, demikian juga kaos gambar Spiderman yang sedang melayang di atas kota itu berada dalam dada anak-anak, remaja maupun orang tua menjalar dan beredar di jalan-jalan serta sudut mall maupun tempat lainnya. Kendaraan yang menjadi tumpangnya anak muda tak luput dari modifikasi gambar dari orang yang mempunyai jaring laba-laba itu, atau logo gambar dari kalelawar yang merupakan jelmaan atas manusia kalelawar dari kota gotham itu. Kekuatan ideologi yang ditanamkan oleh media dan telah mewabah dan menghegemoni dalam lingkungan masyarakat dapat menciptakan peluang pasar industri menjadi suatu produk komoditas tersendiri bagi kelompok-kelompok yang berkuasa. Cafe atau semacam restoran yang beredar di plaza atau di mall dengan nama dan pernik-pernik arsitektur ala kebarat-baratan itu, telah menawarkan racun kehidupan kepada remaja kita menjadi insan yang diperbudak dengan

keglamouran hidup. Demikian juga departement store yang menjual produk-produk bermerek luar negeri di berbagai tempat telah memprovokasi masyarakat kita untuk hidup mewah hingga lahirnya masyarakat konsumtif dan hedonis.

Inilah yang sudah menjadi suatu resiko dalam memasuki era globalisasi dengan semakin kencarnya arus informasi seluruh jagat yang masuk dalam relung-relung pikiran kita melalui situs sistem teknologi informasi yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa sadar kita telah terjebak dalam praktik-praktik kapitalisme sebagai suatu pola "gaya hidup" modern yang mengikat kehidupan kita ke arah konsumeristik dan materialistik. Sadar atau tidak sadar bahwa segala informasi yang tertanam dalam pikiran kita, telah memaksa kita untuk mengikuti suatu "trend center" yang berkembang di tengah masyarakat, merupakan hasil dari pelansiran Global Kapitalism dalam bentuk budaya populer dengan mengusung potret gaya hidup dunia. Melalui pencitraan produk-produknya itu, hampir setiap hari memancing kita untuk memiliki sesuatu di balik pesan tayangan televisi yang notabene cerminan dari produk luaran wilayah Indonesia itu. Dalam wacana kritik sosial dan budaya yang ada dalam paradigma budaya massa atau budaya populer, bukan hanya sebagai budaya terapan yang tumbuh dengan sendirinya, tetapi juga bisa diidentifikasi sebagai budaya hasil transformasi budaya yang diimpor dari Amerika, "jika kita hendak menemukan suatu produk budaya dalam bentuk modernnya..., lihatlah kota-kota besar Amerika terutama New York". (Malthy, 1989; 11). Pernyataan bahwa budaya populer merupakan budaya massa Amerika, memang mempunyai sejarah yang panjang dalam pemetaan teoretis budaya populer. Meluasnya budaya massa ala Amerika diberbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, seringkali memunculkan istilah dengan nama "Amerikanisasi".

Pesatnya perkembangan teknologi dalam arus globalisasi yang tinggi intensitasnya menerjang bangsa ini, namun sayangnya bangsa ini tidak menyiapkan dan tidak mengimbangnya dengan kualitas pendidikan yang layak, menyebabkan bangsa ini hanya melahirkan insan-insan yang gila akan faham konsumerisme. Para penghuni bangsa ini telah menjadi bangsa yang konsumeristik dan berjiwa hedonis yang gila akan barang-barang semata tanpa mau belajar bagaimana cara barang itu diciptakan dengan kualitas baik. Dunia pendidikan kita tidak dirancang dan diintegrasikan dengan dunia industri yang canggih, sebagai jalan menuju suksesnya kemandirian suatu bangsa, generasi bangsa ini telah dihindangi dengan cara-cara yang instan, bergaya dan berfoya-foya saja tanpa mau belajar dari pengalaman dan kesuksesan bangsa lain, hingga masyarakatnya menjadi bodoh. Kebodohan itu muncul disebabkan oleh ketololan masyarakat Indonesia sendiri yang lebih suka menyerap gaya hidup dunia barat, tetapi alergi dengan pembelajaran teknologi dari dunia barat itu sendiri, sebagai modal dalam membangkitkan bangsa ini bisa berdiri sama tegak dengan bangsa lainnya.

Suatu ilustrasi akan menggambarkan atau menuntun daya nalar kita agar mau belajar dari suatu pernyataan ini : Karena bodoh maka rakyat tidak bisa mengelolah kekayaan alam yang melimpah, karena bodoh rakyat tidak bisa meningkatkan kualitas kesehatan, karena bodoh rakyat tidak menikmati gizi baik, karena bodoh rakyat dijadikan obyek pembangunan dengan segala cara, Karena bodoh rakyat bekerja dengan kekerasan, karena bodoh rakyat tidak bisa menciptakan barang berkualitas, karena bodoh rakyat tidak bisa membedakan mana baik dan buruk, karena bodoh rakyat tidak bisa berpikir mana benar secara logis dan mana salah kaprah, karena bodoh rakyat mudah terprovokasi, karena bodoh rakyat lebih suka dengan jalan pintas, karena bodoh rakyat lebih suka memakai produk berkualitas dari pada menciptakan kualitas, karena bodoh rakyat lebih suka mengambil punya orang dari pada berkarya cipta, karena bodoh rakyat tidak bisa berbuat apa yang seharusnya dibuat, hingga frustrasi... lalu...Stresss... dan akhirnya bunuh diri.... emang enak jadi orang bodoh....heeeiii.....!!!!.

Apa yang dilansir oleh televisi melalui media elektronik yang hampir tiap hari berdampingan dalam mengarungi kehidupan, telah mengantar kita memasuki suatu gaya hidup modern dalam atmosfer



masyarakat kapitalis. Realitas kehidupan merekam dengan kejernihan lensa berpikir, bahwa apa yang selama ini kita lakukan mengarang hidup, telah dihiasi dengan beragam produk kapitalis sebagai suatu tuntutan gaya hidup yang diidealkan oleh media sebagai bagian dari masyarakat dunia. Berbagai Brand tingkat tinggi seperti Levi's, Lea, Polo, Seiko, Omega, Rolex, Parker, Nike, Adidas, Reebok, Ferrari, Mercy, BMW serta merek-merek lainnya merupakan bagian dari kehidupan para esekutif muda sebagai cerminan bentuk gaya hidup tinggi. Sudah menjadi konsekuensinya dari masyarakat kelas dominan yang mempunyai kekuasaan sebagai pencitraan terhadap identitas diri mereka. "Suatu kelas sosial yang unggul melalui kepemimpinan intelektual serta moral sebagai pemegang kuasa akan terus menerus menekan kelas pekerja yang ada dibawahnya, inilah yang dikatakan oleh Antonio Gramsci tentang hegemoni dalam masyarakat kapitalis" (Chris Barker, 2004).

Realitas kehidupan di masyarakat telah dipenuhi perilaku norak dengan mengusung paham kebebasan, hasil dari hegemoni amerikanisasi dalam membentuk jatidiri budaya populer yang siap meracuni generasi muda negeri ini menjadi generasi goblok yang senang dengan keglamouran hidup semata, tetapi miskin dengan pembelajaran teknologi tinggi.

#### **4. Hilangnya Jatidiri Bangsa Indonesia**

Kuatnya serangan media khususnya televisi dengan segala macam bentuk keragaman tayangan, berdampak pada sikap gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumeristik dan berjiwa hedonis serta menonjolkan berpenampilan kearah keglamouran hidup. Perilaku santun dan norma-norma kehidupan yang terlahir dari warisan para leluhur bangsa ini, telah terkoyakkan oleh hadirnya budaya populer yang serba instan dan cenderung materialistik itu, telah merusak sendi-sendi kehidupan berbangsa, bernegara dan bermasyarakat. Para generasi insan negeri ini lebih cinta dengan kebudayaan impor ketimbang dengan budayanya sendiri. Para remaja, eksekutif, termasuk para tante girang dan para omm serta orang tua dalam memenuhi kebutuhan hidup, lebih percaya pada produk-produk buatan luar negeri dari pada produk bangsanya sendiri, termasuk pola hidupnya yang jelas-jelas bertentangan dengan ideologi dan falsafah hidup bangsa ini. Bagaimana mungkin menumbuhkan jatidiri bangsa ?, sementara kita tidak mempercayai hasil dari keringat dan pikiran kita sendiri. Bagaimana mungkin membangkitkan semangat kebangsaan sementara ideologi Pancasila dikoyak-koyak dengan hadirnya ideologi lain. Karena jatidiri bangsa yang lemah itulah, membuat insan negeri ini tak berdaya menjadikan Republik Indonesia menjadi sebuah negara yang mandiri dengan kekuatannya sendiri.

Praktik-praktik yang mengusung budaya kapitalispun telah mendominasi dalam lingkungan masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Tidak terbantakan lagi akan kebenaran ini, bahwa kita telah berada dalam cengkraman para pemegang kekuasaan industri kapitalis. Perekonomian negeri ini telah dipermainkan oleh para kelompok dominan yang memegang kendali perekonomian nasional hingga perekonomian rakyat makin terpojok dan terlemparkan menungguh nasib perubahan yang tak kunjung datang. Kenyataan ini telah menggambarkan bahwa kebudayaan kita telah dirusak oleh perilaku kebudayaan populer yang dikendalikan oleh kelompok kaum kapitalis. Lunturnya semangat kebangsaan dan pemahaman ideologi bangsanya sendiri, seiring dengan kencangnya arus globalisasi yang melanda negeri ini, dan tanpa sadar telah merubah pola pikir dan gaya hidup kearah kebarat-baratan yang notabene sebagai masyarakat lebih modern. Disini telah terjadi kekaburan makna serta nilai, bahwa makna masyarakat modern dipahami dalam logika yang dangkal dan minimnya daya nalar, hingga pergaulan bebas, tindak kekerasan, perilaku ugal-ugalan, penampilan seronok menjadi kiblat dan reorientasi dalam hidup. Bangsa ini rusak oleh sosok-sosok yang mengatas namakan dirinya bagian dari pelaku dan

penyebar kebudayaan populer. Realitas kehidupan telah mencatat, berapa banyak bayi lahir tanpa pernikahan yang sah ?, berapa kali terjadi tawuran warga, pelajar dan mahasiswa ?, berapa kali kita ditipu oleh janji- janji para politikus ?, berapa banyak tubuh-tubuh gemulai berpenampilan seronok datang di depan mata kita ?, berapa kali kita dikecewakan dengan keputusan sepihak serta segudang pertanyaan senada disekitar kita. "Keadaan ini disebabkan oleh kenyataan tidak dimaknainya secara benar tentang sistem nilai, wawasan hidup dan sikap yang berlaku di masyarakat selama ini dan tidak dibatinkannya pilar-pilar kebudayaan itu dalam diri setiap anggota masyarakat negeri ini" (Kunjana Rahardi, 2000). Dan ketika kencangnya serangan dari globalisasi beserta dampak yang ditimbulkan, maka kita tak sanggup menahannya hingga jatuh tersungkur dan menggelepar di tanah yang becek...cek...!!!.

Analisis retaknya kebudayaan kita itu, dikarenakan kurangnya kesetiaan kita terhadap pilar-pilar penyangga yang tercermin dalam Ideologi Pancasila dan kelima sila yang ada didalamnya, menjadi suatu pandangan hidup dalam berbangsa, bernegara dan bermasyarakat. Begitu banyak jargon-jargon yang diwacanakan sebagai bentuk perwujudan atas terciptanya kesejahteraan rakyat, namun realitasnya berkata lain. Kondisi bangsa ini justru mengalami keterpurukan begitu dalam hingga menimbulkan krisis nasional dalam skala multidimensi, hal tersebut disebabkan oleh tingginya praktik-praktik korupsi-kolusi-nepotisme yang berimbas atas lahirnya garong-garong dalam segala situasi dan kondisi. Banyaknya maling-maling berskala besar di tingkat atas para elite politik dan pemegang kekuasaan. Tidak berdayanya dan lemahnya penegakkan hukum terhadap tindak kejahatan, merupakan wujud nyata dari pengingkaran dan penyimpangan dari Pancasila serta tatanan hidup yang telah dilahirkan oleh para pendahulu bangsa ini didirikan.

Dalam situasi dan kondisi seperti ini, masyarakat rawan dengan tindakan pragmatis dengan caranya sendiri, hal itu disebabkan timbulnya rasa kekecewaan terhadap ketidak mampuan negara dalam menciptakan kesejahteraan yang berpihak kepadanya, hingga pada akhirnya kehilangan jatidiri bangsa. Jatidiri bangsa makin melemah ketika pendidikan Pancasila di hapus dari lingkungan perguruan tinggi. Dan anehnya para rektor yang berkuasa tidak ada yang protes atas keputusan yang keblinger tersebut. Pantas saja generasi penurus negeri ini yang katanya sangat terdidik itu kehilangan moralnya dalam bersosialisasi di masyarakat. Akibatnya generasi yang terlahir adalah Generasi rapuh moralitas, minim nalar dan sangat cekatan dengan keglamouran hidup serta sikap instan. "Ketika terjadi krisis tentang jatidiri bangsa, maka masyarakat tidak peduli lagi tentang ideologi bangsanya, karena dianggap tidak berpihak kepadanya dan mencoba mencari-cari ideologi lain termasuk memuja-muja bangsa lain dari berbagai aspek yang mereka pahami dan dengan serta merta caranya sendiri, mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari" (Naya Sujana, 2008). Sebuah krisis jatidiri bangsa ini akan selalu tumbuh dan berkembang seiring dengan pesatnya arus modernisasi dan globalisasi yang menerjang negeri ini, sehingga faham-faham konsumerisme, pragmatisme, liberalisme, materialisme, kapitalisme dan hedonisme yang berasal dari dunia barat akan selalu meracuni masyarakat negeri ini. Kalau tidak diantisipasi dengan cermat, maka secara lambat laun tercipta krisis moral dan ahklak yang berkelanjutan hingga timbul sikap mentalitas paradoks yang melahirkan lingkungan masyarakat munafik.

Tanpa sadar nilai-nilai kebudayaan kita luntur dalam kehidupan, terlindas dengan praktik-praktik budaya barat yang notabene mengatasnamakan masyarakat modern. Bangsa ini menjadi rusak dan bermental bobrok disebabkan oleh banyaknya tangan-tangan setan mengatasnamakan kebenaran dengan cara-cara kekerasan dalam menyelesaikan masalah. Tidak jujurnya pelaksanaan PILPRES dan PILKADA di berbagai tempat, menimbulkan benturan antar warga hingga menimbulkan kekacauan. Pengobrak-abrikan Satpol PP pada pedagang kaki lima secara paksa, menyebabkan terjadinya perlawanan yang berujung pada tindakan anarkis. Rendahnya rasa sportifitas dalam berolahraga khususnya sepak bola, menyebabkan seringnya perkelaian antar supporter. Minimnya pendidikan moralitas dan rendahnya mutu pendidikan dilingkungan perguruan tinggi, menyebabkan tingginya tindakan tawuran antar mahasiswa. Lemahnya

pengawasan orang tua kepada anak-anaknya, disebabkan kesibukannya sendiri, menyebabkan rusaknya moralitas remaja kita oleh kehidupan pergaulan bebas. Tidak berjalannya hukum pada rel semestinya, menyebabkan timbul sikap apatis dari masyarakat. Makin menjauhnya kesejahteraan hidup rakyat, disebabkan oleh kegoblokan para wakil rakyat untuk berjuang menyuarakan kepentingan rakyat yang telah memilihnya itu. Kegoblokan dan ketololan wakil rakyat itu makin terlihat jelas, ketika ditunjukkan dalam rapat paripurna DPR RI dengan diwarnai adu jotos dan makian liar bagai preman jalanan...wwee... eedaaannn... tenan...!!!. Segerombolan orang-orang yang mengatasnamakan ormas tertentu telah berani memporakporandakan suatu tempat dengan keberingasannya yang liar tak terkendali, dikarenakan perbedaan prinsip dan ideologi keormasannya, dan ironisnya aparat yang seharusnya bertindak untuk mencegahnya tak berdaya menghadapinya.

Dalam situasi seperti ini, nilai-nilai keluhuran bangsa yang menjadi pegangan hidup sudah tidak berlaku lagi, yang ada hanyalah perilaku keliaran dan keberingasan hasil suntikan vaksin berbagai isme itu, dan dibesarkan dalam reformasi yang kebablssssan..., mirip perilaku binatang yang saling tikam dalam memperebutkan mangsa di tengah hutan belantara. Apakah ini yang dinamakan manusia beradab...heeeiii...?. Sementara "GARUDA" yang dulunya "PERKSSA" tegar menahan gelombang apapun..., kini terkoyak-koyak oleh cakar-cakar "BUDAYA POPULER" lansiran dominasinya kaum kapitalis di negeri ini dari segala penjuru, hingga terkulai, lemas dan tak berdaya. Gaung semangat Merah Putih seharusnya menguasai keadaan setiap hari, di tengah masyarakat dan bertengger dalam jiwa raga pada setiap insan bangsa ini, kini tak mampu lagi menguasai keadaan yang sudah terkontaminasi oleh cara pandang yang cenderung tanpa arah, hasil dari lansiran Budaya Populer itu. Keberadaan Jiwa Merah Putih dan Pancasila hanyalah sebagai barang hiasan belaka dan kala pamornya dengan budaya impor yang sudah menjelma menjadi jatidiri baru negeri ini. Kemunculan Merah Putih dan Pancasila dengan hebatnya, bahkan spektakuler serta menajubkan sekali, ketika perayaan hari besar nasional dan acara simbolik kenegaraan, itupun kalau ada anggarannya heeeii...!!!. Kalau sudah begini lantas kita mau berbuat apa untuk menyelamatkan negeri ini dari kaum imperialisme budaya ?

Perilaku-perilaku negatif hasil dari pengaruh budaya populer dalam masyarakat kapitalis dengan alasan modernisasi, telah menjadi kebudayaan baru di negeri ini dan menggilas budaya lokal yang mengusung kesopanan dan budi pekerti luhur sebagai adat ketimuran yang telah lama dimiliki oleh bangsa Indonesia.

## **Penutup**

Tayangan apapun yang dilahirkan oleh industri media entah cetak ataupun televisi dengan segala macam ideologi yang banyak mencerminkan budaya asing dan paham kapitalis di dalamnya, akan berdampak pada permirsa dan berimplikasi pada perubahan cara pandang dan gaya hidup, baik yang bersifat positif maupun negatif dalam kehidupan manusia, siapapun sasarannya entah anak-anak, remaja ataupun orang dewasa. Kalau dikaji dari sisi dampak yang terjadi lebih banyak negatifnya yang didapat dari pada sisi positifnya. Media televisi sebagai industri budaya tak segan-segan melakukan penyerangan lewat tayangan yang telah direkonstruksi sedemikian rupa, hingga menyedot permirsa menjadi kecanduan. Karena gencarnya serangan dari tayangan televisi yang di lancir oleh industri media televisi, tanpa disadari hal tersebut seolah-olah menjadi bagian dari kehidupan kita. Bila hal ini terjadi terus menerus, maka akan dikhawatirkan budaya Indonesia yang menjunjung tinggi keluhuran budi pekerti, sifat sabar dan norma kesantunan bisa tergilas oleh budaya baru termasuk BUDAYA POPULER yang menawarkan serta merta keglamoran hidup dan mengkapitaliskan praktik-praktik dalam kehidupan bermasyarakat. Kalau sudah begini lantas dimanakah posisi Pancasila dan makna-makna yang ada di dalamnya, di mana pada awalnya negara ini didirikan sudah menjadi harga mati dan satu satunya Ideologi yang menjadi pegangan dan sebagai pandangan hidup dalam berbangsa, bernegara dan bermasyarakat ?

Sudah menjadi kewajiban kita bersama, khususnya kalangan yang berpendidikan tinggi untuk saling mengingatkan, mensosialisasikan bahwa tumbuhnya Budaya Populer lewat tayangan yang tercermin di dalam televisi mempunyai nilai kebaikan, bahkan ada yang sampai menyesatkan. Kini tergantung kita semua bagaimana menyikapinya. Hendaknya segala tayangan yang berimplikasi pada pola hidup yang ada dicerna secara mendalam dikaji sisi positifnya untuk kemudian ditransformasikan dengan budaya kita sendiri. Seandainya semua insan negeri ini setia menanamkan budaya kita yang luhur itu secara mendalam dan memaknainya secara benar dalam sanubari, maka niscaya kebobrokan peradaban bangsa ini tak pernah terjadi.

Diperlukan ketegasan perintah lewat lembaga Komisi Penyiaran Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informasi, Kementerian Budaya dan Pariwisata serta Lembaga Sensor Film untuk terus mengontrol acara-acara dari televisi secara instensif termasuk media cetak dan display. Memberikan sanksi yang tegas dan keras jika ada industri media yang membandel terhadap aturan-aturan yang telah disepakati bersama, demi menghindari atau meminimalisir dari efek-efek negatif yang ditimbulkan oleh industri media tersebut.

Di tengah krisis nasional yang melunturkan jatidiri bangsa Indonesia, akibat kuatnya serangan budaya impor hasil dari rekonstruksi penguasa media, menyebabkan rusaknya sendi-sendi kehidupan luhur bangsa Indonesia yang telah dititipkan dan di wariskan oleh para pendahulu bangsa ini didirikan. Beruntunglah negeri ini masih punya segelintir insan yang mempunyai idealisme tinggi dalam mempertahankan Pancasila sebagai ideologi bangsa dan Merah Putih sebagai simbol negara Indonesia tercinta, walaupun serangan anging globalisasi menerjangnya, namun kesetiaannya tak dapat digoyahkan dan dipatahkan. “Andaikan Matahari terbit dari utara dengan membawa pernik-pernik kehidupan budaya impor dalam kemewahannya, Aku tetap cinta dengan Budaya Indonesia...!!! dan Walaupun masyarakat sudah terkontaminasi oleh kapitalisme hingga terbentuknya masyarakat konsumtif dan hedonis..., namun Aku tetap Cinta terhadapmu Indonesiaku dengan tetap berperilaku konsisten terhadap nilai-nilai luhur bangsa. Kilaunya keglamouran hidup takkan membalikkan Aku darimu Indonesiaku”. (terinspirasi dari syairnya lagu ciptaan Gombloh). Bagaimanapun keadaan Republik Indonesia, Aku tetap Cinta denganmu sebagai Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Canangkan sikap...“Global orientasiku, Pancasila Ideologiku”...MERDEKA...!!!

#### **Daftar Pustaka :**

- Burton, Graeme. 2008. *Media dan Budaya Populer*. Penyadur: Alfathri Adlin. Yogyakarta: Jalasutra.
- Labib, Muh. 2002. *Potret Sinetron Indonesia: Antara Ralita Virtual dan Realitas Sosial*. Jakarta: MU:3.
- Susanto, AB. 2001. **Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis**. Jakarta: Toko Buku Kompas Media Nusantara.
- Rahardi, Kunjana. 2000. *Renik-Renik Peradapan*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Storey, Jonh. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop: Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Penyunting: Dede Nurdin. Yogyakarta: Qalam.
- Al-Barry, MDJ. Sofyan hadi. 2000. *Kamus Ilmiah Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Penerjemah: Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Surbakti, EB. 2002. *Awas tayangan Televisi: Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anak Anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Riswandi. 2009. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Mulyana, Dedi, Idi Subandi Ibrahim. 1997. *Bercinta dengan Televisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting: To Be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Marlin, Randal. 2002. *Propaganda and The Ethics Persuasion*. Canada: Broadview Press.

Ellul, Jacques. 1973. *Propaganda : The Formation of Mens Attitudes*. Vintage Books.

Naya Sujana. I Nyoman dan Lasmono Askandar (ed). 2005. *Jatidiri Bangsa Indonesia*. Surabaya: DHD 45 Jawa Timur.

Chang, William. 2008. *Violensianisme Virsus Pasifisme*. Dalam Harian Kompas 11 November.

Panuju, Redi. 2011. *Studi Politik Oposisi dan Demokrasi*. Yogyakarta : Interprebook.

Djoko Damono, Sapardi. 2009. *Kebudayaan (Populer) disekitar Kita*. Jakarta : Kompleks Dosen UI.

---

PDF generated by Universitas Esa Unggul