

---

## **CULTURAL PRODUCTION: PERAN MEDIA PADA PRODUKSI BUDAYA MASSA**

Tuti Widiastuti

### **Abstrak**

*Cultural production* atau produksi budaya adalah sebuah ekspresi atau representasi yang diciptakan oleh atau diasosiasikan dengan kelompok pada pengikat masyarakat dan/atau komunitas. Produksi budaya umumnya muncul dari konteks historis khusus, dimana mengambil dan merefleksikan makna yang diasosiasikan dengan kelompok. Produksi budaya menyajikan cara mencapai tujuan dan membantu menciptakan identitas. Kini, kita hidup dalam dunia multimedia yang tidak hanya dalam hal keanekaragaman pesan, proses penandaan, dan corak wacana yang disampaikan kepada kita dengan kecepatan tinggi. Budaya telah juga memanfaatkan media dalam inklusi atau eksklusivitas kelompok masyarakat tertentu. Contoh bagaimana identitas dibentuk melalui musik dangdut dan rock, sebagai salah satu penciptaan identitas baru melawan hegemoni musik 'pop' yang sangat kental irama musik Barat. Isu-isu dasar representasi dari perspektif ras dan budaya, meliputi pertanyaan tentang inklusi mengenai apakah produk dan liputan media memasukkan citra, pandangan, latar belakang, dan budaya dari kelompok-kelompok rasial yang berbeda. Bagaimanakah media merepresentasikan kelompok-kelompok budaya yang berbeda dan di sinilah keseluruhan sejarah kolonial dan modernis mengenai stereotipe rasial dan kultural bermain. Dan peranan apa yang dilakoni oleh orang-orang kelompok budaya yang berbeda dalam membentuk produk akhir dan kontrol semacam apa yang mereka miliki dalam proses produksi. Perbincangan mengenai produksi budaya pada kondisi post-modern, sebagaimana perdebatan mengenai kondisi post-modern ini sendiri, penuh dengan pertanyaan-pertanyaan yang tak berujung dan penuh dengan jalan berliku. Karena pengetahuan dan teori-teori yang melandasi diskursus posmodern lebih berkaitan dengan upaya *enlightment* yang tidak terpisahkan antara fenomena posmodernisme dan produk budaya di mana terjadi suatu proses westernisasi. Oleh karenanya, pertanyaan-pertanyaan menyangkut produksi budaya dalam era posmodern tidak dapat dipisahkan dari keterkaitannya dengan hegemoni pengetahuan yang melandasinya, serta 'kekuasaan' yang beroperasi di baliknya.

**Kata Kunci:** Produksi Budaya, Budaya Massa, dan Hegemoni.

## Pendahuluan

Kini, kita hidup dalam dunia multimedia yang tidak hanya dalam hal keanekaragaman pesan, proses penandaan, dan corak wacana yang disampaikan kepada kita dengan kecepatan tinggi. Budaya telah juga memanfaatkan media dalam inklusi atau eksklusi kelompok masyarakat tertentu. Ambil contoh bagaimana identitas dibentuk melalui musik 'Campur Sari', sebagai salah satu penciptaan identitas baru melawan hegemoni musik 'Jawa' yang sangat kental irama gamelannya. Dengan demikian melalui musik suatu masyarakat marjinal direpresentasikan.

Isu-isu dasar representasi dari perspektif ras dan budaya, ada tiga (Ziauddin Sardar dan Borin Van Loon, 2001: 160), yaitu: *Pertama*, ada pertanyaan tentang inklusi mengenai apakah produk dan liputan media memasukkan citra, pandangan, latar belakang, dan budaya dari kelompok-kelompok rasial yang berbeda. *Kedua*, bagaimanakah media merepresentasikan kelompok-kelompok budaya yang berbeda dan di sinilah keseluruhan sejarah kolonial dan modernis mengenai stereotipe rasial dan kultural bermain. *Ketiga*, peranan apa yang dilakoni oleh orang-orang kelompok budaya yang berbeda dalam membentuk produk akhir dan kontrol semacam apa yang mereka miliki dalam proses produksi.

Menurut Horkeimer, dewasa ini banyak hasil karya manusia yang masih perlu dipersoalkan, apakah memang sungguh merupakan pekerjaan manusia yang sadar, dan bukannya ungkapan karya akal budi instrumentalis yang diperalat 'kekuasaan impersonal' yang irasional dan tidak sadar (Sindhunata, 1983: 154). Di hadapan khalayak, media massa memiliki kredibilitas yang tinggi. Masyarakat percaya bahwa apa yang dikemukakan media massa adalah realitas yang sepenuhnya berasal dari kebenaran fakta. Dengan perkataan lain, realitas media dianggap representasi fakta. Oleh karena itu media massa telah menjadi "ruang" bagi khalayak, sama kedudukannya dengan ruang kehidupannya sehari-hari (Mursito, 2008: 29).

## **Produksi Budaya dan Budaya Massa**

*Cultural production* atau produksi budaya adalah sebuah ekspresi atau representasi yang diciptakan oleh atau diasosiasikan dengan kelompok pada pengikat masyarakat dan/atau komunitas. Produksi budaya umumnya muncul dari konteks historis khusus, di mana mengambil dan merefleksikan makna yang diasosiasikan dengan kelompok. Produksi budaya menyajikan cara mencapai tujuan dan membantu menciptakan identitas (University of Minnesota, [http://english.cla.umn.edu/Graduate\\_Profiles/Ksurkan/4403/definition.html](http://english.cla.umn.edu/Graduate_Profiles/Ksurkan/4403/definition.html)).

Produksi budaya mencakup transformasi lingkungan lahiriah manusia agar semakin sesuai dengan lingkungan batiniah atau isi kesadaran manusia. Dari segi ini, manusia mengubah alam menjadi semakin manusiawi. Demikianlah antropologi Marxian memahami kebudayaan sebagai pemanusiawian alam lewat kerja. Budaya juga mencakup penciptaan makna perilaku dan pola perilaku dalam sosoknya sebagai pranata-pranata sosio-kultural. Baik sebagai pengubahan alam maupun sebagai pemaknaan interaksi. Kebudayaan tetap merupakan sesuatu yang artifisial bila dibandingkan dengan ciri alamiah manusia. Kebudayaan itu dibuat manusia dan menjadi 'alam keduanya'.

Budaya massa adalah produk kebudayaan yang terus menerus direproduksi sekaligus dikonsumsi secara massal, sehingga industri yang tercipta dari budaya massa ini berorientasi pada penciptaan keuntungan sebesar-besarnya (Patters, 2010). Pada prinsipnya budaya massa tidak jauh berbeda dengan budaya populer. Budaya massa berorientasi pada produk sebagai trend atau mode yang sedang diminati pasar. Kesamaan dan keseragaman model merupakan corak paling utama dalam kebudayaan massa. Perilaku yang muncul sebagai ciri yang paling menonjol dari budaya massa yaitu proses imitasi dan peniruan sebagai hasil dari kecenderungan manusia untuk melakukan imitasi atas nilai dan bentuk-bentuk yang diyakini menjadi trend di masyarakat.

Pada konteks budaya massa, peniruan yang mengarah pada keseragaman ini dibentuk secara terperinci dan sistematis oleh sebuah otoritas politik ekonomi, yang diimplementasikan oleh kekuatan komunikasi massa dengan institusi mediana serta kepentingan ekonomis dan ideologis orang-orang yang berada di dalamnya (Patters, 2010). Dalam pembentukan budaya massa ini, komunikasi massa dan segala institusinya memiliki peranan yang sangat signifikan dalam kaitannya untuk memengaruhi perilaku secara massal serta pembentukan homogenitas budaya dalam masyarakat. Melihat kenyataan bagaimana komunikasi massa yang direpresentasikan oleh media mengarahkan dan membentuk perilaku khalayak dan menjadikan khalayak sebagai pasar dari produk yang mereka ciptakan, untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan aspek ekonomis dari pemilik media massa ataupun kekuatan lain yang secara politis menarik keuntungan dari hal tersebut.

### **Sekilas tentang Hegemoni**

Hegemoni budaya hadir dari proses imperialisme budaya yang terjadi karena adanya globalisasi. Hal ini menunjang terjadinya 'penjajahan' dalam segala aspek kehidupan. Kita dapat merasakan dominasi budaya barat dalam merepresentasikan kekuatan mereka, dan menyatakan bahwa budaya mereka adalah budaya adiluhur dunia. Masyarakat di negara-negara berkembang dipaksa untuk menjadi bagian dari budaya yang dominan tersebut. Kita dapat melihat hal ini dari betapa banyaknya tayangan asing yang mendominasi stasiun televisi kita. Biasanya masyarakat dunia ketiga tidak menyadari proses imperialisme budaya yang terjadi.

Hegemoni adalah suatu istilah umum untuk dominasi atau kontrol; hegemoni juga digunakan secara lebih spesifik oleh teorisi sosial Italia, Antonio Gramsci, yang sangat berpengaruh dalam studi budaya kritis (Fiske, 2007: 280). Gramsci menjelaskan tentang fenomena bertahannya kapitalisme hingga hari ini. Fenomena ini mulai terlihat sejak rezim fasis Mussolini. Masyarakat Italia pada masa itu tidak melakukan perlawanan walaupun hidup di bawah tekanan. Rakyat Itali justru menerima tekanan yang mereka

dapatkan dari rezim penguasa. Menurut Gramsci, ini adalah bentuk dari hegemoni. Masyarakat kalangan bawah dikuasai oleh kelas yang dominan dan hidup bersepakat dengan ideologi dan cara berpikir dari kaum dominan, sehingga kaum tertindas tidak merasa ditindas oleh kelas yang berkuasa.

Gramsci menggunakan istilah "hegemoni" untuk mengacu pada cara di mana kelompok dominan dalam suatu masyarakat mendapatkan dukungan dari kelompok subordinasi melalui proses "kepemimpinan" intelektual dan moral (Gramsci, 1971: 75). Gramsci menganggap budaya sebagai tempat terjadinya pergulatan antara usaha perlawanan kelompok lemah dari dominasi kelompok dominan dalam masyarakat.

### **Era Perkembangan Teori Komunikasi Massa**

Stanley J. Baran & Dennis K. Davis (2000) dalam buku mereka antara lain membahas 4 era perkembangan teori komunikasi massa:

a. *The era of mass society theory*

Era pertama, era masyarakat massa yaitu masa-masa pesimis terhadap perkembangan teknologi media dengan menyalahkan industri teknologi sebagai pemicu orang tinggal di kota, pengganggu kedamaian dan lain sebagainya. Pada era masyarakat massa ini industri media dijual murah untuk mendapatkan perhatian massa yang banyak, seperti koran murahan yang disebut '*yellow paper*', karena harganya murah dan isinya pun murahan sehingga media sering dianggap sebagai alat yang merendahkan selera masyarakat.

Pada era pertama ini didasarkan oleh asumsi-asumsi: (1) media merupakan sebuah kekuatan buruk di masyarakat yang harus diperbaiki (direstrukturisasi) secara total, (2) media mempunyai kekuatan untuk menjangkau dan mempengaruhi secara langsung pikiran orang kebanyakan, (3) sekali pikiran orang dipengaruhi media yang keseluruhannya jelek, maka akan berdampak panjang, tidak hanya menghancurkan kehidupan individu itu sendiri, tapi juga menciptakan masalah-masalah sosial dalam skala besar, (4) orang kebanyakan rentan terhadap media karena mereka terlepas dan terisolasi dari institusi sosial tradisional yang sebelumnya

melindungi mereka dari manipulasi, (5) kekacauan sosial yang dimulai oleh media yang tak dapat dihindari akan terselesaikan oleh sebuah tatanan sosial totalitarian yang mapan, dan (6) media massa merendahkan bentuk-bentuk budaya dan membawa pada penurunan peradaban.

Teori-teori yang muncul kemudian di antaranya *magic bullet theory*, teori propaganda, ataupun teori-teori normatif tentang media massa seperti teori libertarian, teori pasar gagasan, teori tanggung jawab sosial, dan sebagainya, tapi tetap tidak bisa lepas dari kuatnya pengaruh paradigma 'efek maksimal media'. Dengan demikian peran media massa sangat besar dalam masyarakat massa. Apa yang seseorang lihat dan pahami mengenai realitas, sebenarnya telah diinterpretasikan terlebih dahulu oleh media. Di titik paling ekstrim pemahaman akan jati diri kita sendiri pun dipengaruhi oleh opini dominan yang dikonstruksi oleh dan melalui media.

Oleh karenanya ada anggapan bahwa dalam era ini media harus diperbaiki atau direstrukturisasi secara total. Tentunya cara untuk memperbaiki media ini dapat bermacam-macam. Terkait dengan hal ini, Baran & Davis (2000) mengangkat tiga isu atau pertanyaan tentang media yang berhubungan dengan perkembangan teori komunikasi, yaitu potensi apa yang diberikan serta ancaman apa yang ada dalam teknologi media baru? Birokrasi media atau industri seperti apa yang diciptakan untuk mengawasi atau meregulasi teknologi media baru agar berbagai potensi media tersebut dapat direalisasikan dan ancamannya dapat diminimalisir? Serta bagaimana cara media menyajikan nilai-nilai demokratis dan masyarakat yang pluralis?

Perkembangan teknologi komunikasi tidak dapat dibendung sehingga perdebatan antara yang pro dan yang kontra terhadap perkembangan teknologi ini tidak perlu dipertajam. Bila ada beberapa pengaruh buruk dari hasil kehadiran teknologi media tentu tidak dapat dihindari karena hal tersebut merupakan konsekuensi dari pertumbuhan setiap media baru. Misalnya maraknya tayangan yang bernuansa kekerasan dan pornografi dalam program siaran televisi dan informasi di media cetak, menimbulkan tuntutan regulasi

mengenai UU Pornografi yang sampai saat ini masih terus diperdebatkan.

Perubahan fungsi sebagai konsekuensi hadirnya media baru tentunya akan membawa potensi serta ancaman baru terhadap masyarakat. Karenanya perlu diperhatikan birokrasi apa yang seharusnya diterapkan untuk meminimalisir atau bahkan menghilangkan sama sekali ancaman media baru tersebut. Sehingga nilai tepat guna media baru dapat dioptimalkan ke arah yang lebih positif.

Dalam bidang industri media, cara proteksi yang dianggap paling efektif adalah melalui monopoli media publik yang dilindungi oleh negara dan dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip yang mengusung setinggi-tingginya kemaslahatan orang banyak. Model seperti ini tentu saja dengan segala kekurangannya akan menimbulkan adanya pro dan kontra yang bisa digunakan untuk mengevaluasi ulang regulasi yang positif dan yang negatif pada saat implikasi-implikasi dari ekspansi pihak pengelola media mulai terlihat secara nyata.

*b. The emergence of a scientific perspective on mass communications*

Perkembangan berikutnya adalah perspektif ilmiah dari komunikasi massa. Kesuksesan suatu media senantiasa membawa reaksi dan kritik yang keras dari masyarakat. Industri media baru juga dianggap dapat memberikan suatu hal baru tentang apa yang *audience* inginkan. Sehingga setiap teknologi media yang baru berkembang sebagai konsekuensinya memunculkan kegelisahan akademis untuk melihat pengaruhnya di masyarakat. Untuk mengembangkan sebuah diskusi mengenai bagaimana peristiwa yang ada di dunia ini memengaruhi pikiran orang tentang media. Sehingga hal ini pada akhirnya dapat menunjukkan dan dapat membantu kita dalam menghubungkan berbagai peristiwa penting dalam perkembangan media dengan berbagai teori yang ada.

Ciri menentukan dari konseptualisasi komunikasi massa dalam paradigma ini adalah bahwa komunikasi massa memiliki batasan-batasan yang mudah diketahui, yang terbuka untuk sebuah

kajian. Pada mulanya, terutama sebagai reaksi terhadap pandangan bahwa komunikasi massa adalah sebuah masalah sosial. Bureau of Applied Social Research yang diketuai oleh Lazarsfeld di Universitas Columbia menekankan pada efek dari radio dan media massa lainnya. Perkembangan komunikasi massa sebagai disiplin akademis muncul pada tahun 1950-an dan memiliki tiga kecenderungan yaitu: pendidikan dasar pada praktek-praktek komunikasi massa, riset empiris mengenai proses dan efek komunikasi massa, serta studi kritis dan studi budaya (Chaffe & Metzger, *the End of Mass Communication*, 2001: 365-380).

Paul Lazarsfeld kemudian berupaya untuk mengeksplorasi dan mengembangkan metode sosial ilmiah seperti survei dan eksperimen untuk memahami dan memecahkan permasalahan sosial. Tahun 1950-an Lazarsfeld mulai bekerja dengan data dalam jumlah besar dan diolah dengan komputer. Hasilnya menunjukkan bahwa media tidak sepenuhnya *powerful* seperti yang dibayangkan semula. Masyarakat ternyata memiliki ketahanan terhadap pengaruh media. Kemudian muncullah paradigma '*limited effect perspective*' di mana media sebenarnya hanya merupakan faktor yang memicu kecenderungan sosial yang sudah ada dan hanya berfungsi memperkuatnya.

### c. *The era of limited effects*

Perkembangan selanjutnya adalah perkembangan paradigma pengaruh terbatas. Pada saat ini para ilmuwan komunikasi mulai berhenti berpikir bahwa media massa memiliki efek yang *powerful*. Para ilmuwan kemudian berusaha untuk menggunakan berbagai perspektif untuk melihat keterbatasan efek media dengan mempertanyakan ulang tingkat efektivitas media dalam membentuk sikap dan perilaku individu atau masyarakat.

Asumsi yang dibangun dalam paradigma efek minimal ini, yaitu: (1) penelitian sosial empiris dapat digunakan untuk membangkitkan teori melalui sebuah proses penelitian induktif, (2) peran media massa di masyarakat terbatas karena media utamanya hanya memperteguh kecenderungan sosial yang sudah ada dan



jarang menimbulkan perubahan sosial, (3) peran media massa pada kehidupan individu terbatas maka media bisa tidak berfungsi pada orang-orang tertentu, dan (4) sistem politik dan sosial khususnya di negara maju seperti Amerika Serikat relatif stabil dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua orang untuk mempunyai hak kepemilikan.

Pada tahun 1940-an hingga 1960-an pengaruh efek maksimal mulai digeser dengan paradigma pengaruh efek minimal media massa. Teori-teori yang muncul pada masa ini dikenal sebagai *middle-range theory* yaitu teori-teori yang melakukan generalisasi empiris berdasarkan fakta-fakta empiris, bukan spekulasi sebagaimana dilakukan oleh *grand theory* sebelumnya. Teori-teori berparadigma efek minimal ini di antaranya teori difusi, teori aliran informasi, teori fenomenistik, dan lain sebagainya.

Sifatnya yang spekulatif karena tidak dibangun berdasarkan metode ilmiah, menjadikan paradigma efek maksimal sebelumnya mendapat tantangan dari ilmuwan berikutnya, seperti Paul Lazarsfeld dan Carl Hovland yang menggunakan pendekatan empiris untuk mengetahui pengaruh media massa pada individu. Dari hasil penelitiannya Lazarsfeld mengatakan bahwa media kurang memiliki pengaruh langsung kepada individu. Pengaruhnya terbatas, hanya sedikit orang dan berpengaruh pada pemikiran yang kurang penting. Peran media hanyalah mempertegas pilihan yang sudah ditentukan sebelumnya dan bukan memengaruhinya. Sedangkan Hovland mengatakan bahwa media tidak memiliki kekuatan secara *instant* dalam mengubah perilaku manusia yang umumnya memiliki keyakinan yang kuat. Pengaruh media dikatakannya sedang saja.

#### d. *The era of cultural criticism*

Tahap berikutnya adalah *cultural criticism* dan pada tahap ini merupakan tantangan bagi paradigma pengaruh terbatas. Para ilmuwan Eropa yang skeptis dengan kekuatan ilmiah mengembangkan tradisi kuantitatif yang sering disebut dengan tradisi Eropa yang menggunakan pendekatan neo-marxis. Penganut aliran ini sering disebut sebagai ilmu sosial kiri dan berpendapat

bahwa media adalah pendukung elit sosial dan memelihara status quo.

Persoalan komunikasi bukan hanya persoalan penyampaian pesan dari satu individu sebagai satuan penelitian, kepada individu lainnya tapi juga bisa pada satu satuan sosial atau masyarakat. Kajian komunikasi bukan hanya persoalan bagaimana seseorang menerima pesan dan kemudian meresponnya, tetapi lebih pada bagaimana orang tersebut memberi makna pesan berdasarkan konteks sosial budayanya.

Tahun 1960-an neo-marxian mengembangkan *cultural studies* yang menekankan pada media dan peranannya dalam mempromosikan cara pandang dunia dan budaya dominan dan berbagai sub-kelompok dalam masyarakat. Meskipun *cultural studies* dimulai dari asumsi ketergantungan tentang pengaruh media, tapi fokusnya pada studi tentang penerimaan *audience* justru menekankan pada pertanyaan tentang kekuatan potensial media dari situasi tertentu dan kemampuan *audience* secara aktif untuk bertahan dari pengaruh media.

Menurut John Dewey (dalam Carey, 2002), mempelajari komunikasi berarti mempelajari proses sosial yang aktual di mana bentuk-bentuk simbol yang signifikan diciptakan, muncul, dan digunakan. Tujuan kita berkomunikasi adalah untuk mengkonstruksi, memelihara, memperbaiki, dan mentransformasikan realitas menjadi kegiatan yang bisa dilihat oleh publik di mana terjadi dalam waktu-waktu yang lalu. Model-model komunikasi tidak hanya merepresentasikan komunikasi itu sendiri, tetapi merepresentasikan proses interaksi manusia dengan fokus mediasi hubungan-hubungan sosial. Dengan demikian mempelajari komunikasi termasuk mempelajari konstruksi, pengertian, dan penggunaan model-model komunikasi itu sendiri.

Dilihat dari tingkat pengaruh media pada khalayaknya, menurut Baran & Davis (2002) dapat dibedakan dalam dua macam yaitu level mikro dan level makro. Level mikro berkaitan dengan pengaruh media pada diri individu dalam kehidupan sehari-hari

mereka. Sedangkan level makro berhubungan dengan pengaruh media pada tatanan sosial sebagai satu kesatuan. Level mikro lebih menekankan pada pengaruh jangka pendek, sementara level makro pada pengaruh jangka panjang. Teori kajian budaya berada pada kelompok teori mikro, sedangkan teori kritis (*critical theory*) dan teori ekonomi-politik (*political-economy theory*) berada pada kelompok teori makro.

Kajian budaya berusaha untuk memahami mengenai apa yang sedang terjadi dengan dunia di sekitar mereka. Peneliti kajian budaya ini yakin bahwa dunia sosial merupakan sebuah tempat yang penuh dengan konstruksi artifisial yang dipelihara supaya tetap seperti itu, walaupun ada dengan sedikit perubahan-perubahan. Kajian budaya ingin mengetahui bagaimana media massa terlibat dalam kehidupan sehari-hari itu tanpa merusaknya. Kemungkinan media telah menimbulkan persoalan yang kadang dimunculkan atau disembunyikan dan bagaimana proses itu terjadi.

Misalnya melihat representasi perempuan di media massa. Bagi pandangan transmisi, isi media tentang pornografi bisa dianggap sebagai komoditas yang layak dijual sebagai kontrol terhadap konsumen media dan sekaligus sebagai kontrol terhadap perempuan dalam ideologi patriarki. Pandangan semacam ini sebagai instrumen kapitalis untuk mengendalikan pekerja, kapital dan masyarakat. Bagi pandangan ritual, informasi pornografi dianggap bukan sebagai suatu hal yang baru, melainkan pornografi merupakan konfirmasi atas realitas yang ada di dunia ini.

Dalam pandangan Zoonen (dalam McQuail, 2002: 54), pendekatan ritual pada komunikasi memfokuskan diri pada konstruksi komunitas melalui ritual, penghayatan bersama terhadap nilai, kepercayaan dan sejarah. Dalam pandangan semacam ini, media menciptakan sesuatu yang artifisial meskipun tidak ada tatanan simbolik nyata individu yang mengubah pikiran. Lebih lanjut Zoonen menjelaskan kegagalan pendekatan ritual untuk menunjukkan adanya dominasi dan penindasan di media massa. Hal ini disebabkan, begitu kedua persoalan itu dimunculkan sebagai analisis, maka harmonisasi tatanan sosial sebagaimana dipelihara oleh

ideologi dominan akan menjadi kacau. Pandangan semacam ini relevan dengan kajian budaya sebagaimana dijelaskan Baran dan Davis.

### **Peran Media pada Produksi Budaya Massa**

Perbincangan mengenai produksi budaya kondisi post-modern, sebagaimana perdebatan mengenai kondisi post-modern ini sendiri, penuh dengan pertanyaan-pertanyaan yang tak berujung dan penuh dengan jalan berliku. Karena pengetahuan dan teori-teori yang melandasi diskursus posmodern lebih berkaitan dengan upaya *enlightment* yang tidak terpisahkan antara fenomena posmodernisme dan produk budaya di mana terjadi suatu proses westernisasi. Oleh karenanya, pertanyaan-pertanyaan menyangkut produksi budaya dalam era posmodern tidak dapat dipisahkan dari keterkaitannya dengan pengetahuan yang melandasinya, serta 'kekuasaan' yang beroperasi di baliknya.

#### **1. Topik Seksualitas pada Majalah Perempuan**

Studi feminis awalnya beraliran feminis radikal, yang melihat majalah-majalah seperti 'More' sebagai suatu media untuk menyuarakan keberpihakannya pada kesetaraan peran dan relasi jender dalam masyarakat. Tokohnya Angela McRobbie, yang melihat suatu citra perempuan tahun 1950-an mengenai 'keluarga ideal' yang sampai sekarang pun masih direpresentasikan dalam kampanye politik di Amerika Serikat. Majalah 'More' dan 'Cosmopolitan', terbit pada awalnya fokus pada bagaimana memberikan pengetahuan kepada pembaca 'perempuan'-nya dalam hal memuaskan pasangan pria mereka.

Berbeda pada tahun 1980-an dan 1990-an, pekerja perempuan di media cenderung mengembalikan pilihan topik informasi yang ingin disajikan dalam media berdasarkan pada diri sendiri sebagai konsumen. *Persons* atau para pekerja perempuan di media pada tahun 1990-an memiliki pandangan feminisme yang diperoleh dari sekolah. Penulis, editor sering dilupakan dalam melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas sosial di

masyarakat. Lain halnya dengan majalah 'Marie Clare', yang lebih *soft* dan beragam dalam muatan majalahnya dan lebih diminati.

Feminist post-modernist lebih menekankan yang tidak mensumberkan satu hal pada satu sumber, tapi lebih pada banyak sumber. Para feminis merespon popularitas serta sentralitas dari *women's magazine* dari konstruksinya terhadap femininitas. Adanya kritik-kritik serta respons terhadap femininitas yang dikomersialisasi. Para feminis beranggapan bahwa *women's magazine* berhubungan dengan tekanan (*oppression*) terhadap perempuan dalam lingkungan masyarakat patriarki. Dengan demikian muncul dan berkembang studi media feminis dan studi budaya.

Teori ideologi dari Althusser memahami adanya rentang makna yang saling terhubung, yang dikonstruksikan di sekeliling makna 'women'. Pemaknaan di sini berarti membuat sejumlah koneksi yang memposisikan perempuan dalam hubungannya dengan subordinasi, kepasifan dan ketersediaan seksualitas, seperti dada, paha, bibir, dan lain-lain. Representasi seksual saat ini telah ditunjukkan secara lebih terbuka, jelas dan tegas karena di sini sudah diinginkan adanya 'kesamaan' (*equality*) antara perempuan dan laki-laki.

Perempuan di Indonesia, kini dibanjiri oleh media yang banyak memberikan pengetahuan mengenai cara memuaskan pasangan mereka persis yang terjadi di Amerika Serikat tahun 1950-an. Topik seputar hubungan intim antara lawan jenis, dewasa ini di Indonesia sudah tidak tabu lagi. Ambil contoh majalah 'Cosmopolitan', akan tetapi informasi yang disajikan tetap memperhatikan kondisi sosial-budaya masyarakat Indonesia, dan tidak sevilgar majalah serupa di Amerika Serikat misalnya. Namun demikian masih juga banyak media massa di Indonesia yang mengeksploitasi sisi seksualitas perempuan sebagai 'barang dagangan'.

## 2. Feminisme, Teknologi, dan Representasi

Dalam feminisme posmodern, gender dan ras tidak memiliki makna yang tetap. Setiap individu dipandang sebagai gabungan unsur-unsur dari rentang mode-mode subjektivitas yang ada, sementara unsur-unsur ini mungkin bertentangan. Feminis posmodern lebih tertarik pada konstruksi sosial atau gender yang melibatkan relasi. Tak ada yang secara alamiah adalah perbedaan biologis laki-laki atau perempuan. Feminis dan maskulinitas dikonstruksi secara sosial dan merupakan situs perjuangan politik tentang makna.

Tahun 1970, debat feminis pada teknologi dan representasi fokus pada bagaimana perempuan dikeluarkan dari produksi teknologi, di mana pembagian kerja mengacu kepada sistem kapitalis Marxis. Dalam sosiologi feminis ilmu pengetahuan dan teknologi, kapitalisme dan patriarki menyakini bahwa hanya karena perempuan itu memiliki keterbatasan fisik dan kecenderungan emosional maka perempuan tak layak memasuki wilayah teknologi yang diklaim sebagai wilayah atau area lelaki. Pemahaman tersebut jelas membatasi ruang dan kesempatan perempuan menduduki posisi tertinggi baik dalam teknologi maupun tempat kerja.

Kehadiran Internet dengan perkembangan pesat pada aspek *social media*, telah memberikan ruang untuk perempuan dalam hal mengakses dan memanfaatkan teknologi. Internet kini telah menjadi medium yang bisa dikatakan tanpa batas, di mana orang dapat mengemukakan ide, pikiran, opini, dan lain sebagainya. Internet dalam kehadirannya di masyarakat bukan sekadar membawa dampak positif bagi keleluasaan dan keterbukaan akses informasi, tetapi juga telah membawa dampak negatif. Salah satunya disinyalir Internet telah menjadi saluran komunikasi dalam praktek prostitusi. Lagi-lagi pada akhirnya nilai-nilai pengetahuan dalam teknologi tak lain merupakan bentuk dominasi lelaki terhadap perempuan.

## 3. Rock dan Dandut sebagai Musik Populer

Sejak akhir tahun 1950an, rock dan soul menjadi dua genre dominan dalam musik populer global. Pembahasannya seputar

*audience*, musisi, pekerja perusahaan rekaman dengan pemahaman tentang produksi dan konsumsi. Salah satu nama penting dalam pembahasan tentang musik populer adalah Simon Frith, dalam *Sound Effects* (1981), ia berbicara tentang pertarungan antara musik dan bisnis dalam ideologi utama rock dan soul. Rock merupakan musik yang diproduksi bagi *mass audience*, namun rock hadir dengan kritik atas komersialisme dan budaya massa.

Analisis sosiologis tentang subkultur diawali dengan kajian mengenai 'devian' di tahun 1970an. Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) Birmingham memakai pemikiran neo-marxis untuk menganalisis *youth subculture*. Dalam kajian mengenai audiens musik, CCCS memakai strukturalisme dan semiologi untuk menelaah tentang ideologi dominan dalam berpakaian, tata rambut, gaya bicara, tarian, dan perilaku mengisi waktu luang. Pendekatan yang dipakai CCCS berfokus pada bentuk 'spektakuler' perilaku orang muda, subkultur sebagai milik orang muda kelas menengah, yang banyak bercerita tentang kegelisahan, pemberontakan, dan menolak kemapanan yang ada dalam masyarakat.

Ideologi rock dan soul adalah berupaya merangkul produksi kapitalis berskala kecil dalam soal independensi. Namun ada perusahaan rekaman independen yang diam-diam ingin menjadi perusahaan kapitalis. Fenomena ini membawa persoalan bagi analisis tentang aktivitas komunitas yang sebelumnya mengekspresikan keinginan dan aspirasi mereka lewat musisi dan perusahaan rekaman kecil.

Lebih lanjut, Frith dan McRobbie (1990) memberi perhatian pada eksklusi perempuan dalam lingkup musik rock. Mereka menggambarkan debat di antara kaum feminis tentang negosiasi antara kompromi dan pengakuan, serta eksklusi dan penerimaan. Bayton, Gottlieb dan Wald memberikan perhatian tentang strategi estetika dalam perdebatan mengenai musisi wanita. Isu yang dibicarakan adalah tingkat agresi dalam musik, representasi kode-kode maskulin, aktivitas yang membentuk budaya musikal termasuk penampilan langsung dan perilaku panggung.

Herb Bowie dalam bukunya *Reason to Rock* menyebutkan dua cara dalam melihat musik rock. *Pertama*, rock dilihat sebagai kelanjutan dari rock'n roll. *Kedua*, rock sebagai bentuk terpisah dengan estetikanya sendiri. Bowie menemukan beberapa elemen yang membentuk musik rock, yaitu: puisi plus lirik dalam musik rock mempunyai karakter yang dimiliki puisi, yaitu adanya unsur ritma, irama, aliterasi, dan sebagainya. Tema kebebasan, bebas dari segala bentuk pengekanan. Proses kreatif, musisi rock adakalanya dipengaruhi oleh musik yang diproduksi kembali. Perekaman sebagai seni, perekaman merupakan keluaran utama musisi seni. Bentuk kolaborasi baru, rock melihat suatu bentuk baru dalam kerjasama artistik berupa pembentukan grup. Amplifikasi elektronik, kemampuan teknis untuk memperkeras suara sebuah alat musik adalah salah satu kunci bagi tampilan musik rock.

Kebanyakan grup musik di Indonesia umumnya lebih suka dikategorikan ke dalam kelompok musik rock daripada soul. Walaupun pijakannya adalah rock melankolis atau pop rock yang ditunjang dengan lirik-lirik cinta yang manis. Yang bisa jadi musisi rock menyesuaikan diri dengan selera produser dan pendengarnya.

Aliran musik rock di Indonesia tetap melirik sejarah dan perkembangan musik rock di negara-negara Barat, yang ditandai dengan munculnya kelompok-kelompok musik seperti Jamrud, Boomerang, Edane, God Bless, Gong 2000 dan lain-lain. Namun yang masuk dalam kategori musik rock sebagai sarana pemberontakan adalah 'Jamrud', karena dari liriknya mereka menggunakan bahasa sehari-hari yang oleh banyak kalangan dipandang sebagai ketidak-biasaan dan cenderung 'kasar', tapi banyak disukai oleh kalangan menengah ke bawah dari orang dewasa, remaja, bahkan anak-anak.

Musik sebagai sarana pembentuk identitas masyarakat di Indonesia adalah musik 'dangdut'. Musik dangdut dapat dikategorikan sebagai aliran musik yang banyak dipengaruhi oleh irama musik dari Melayu dan Timur Tengah (Arab). Namun demikian, musik dangdut sering diasosiasikan sebagai musik kalangan bawah, musik 'rakyat', tidak elit, erotis, dan tidak bercita rasa tinggi. Tapi justru ada juga kalangan yang beranggapan, bahwa



musik dangdut dapat digunakan untuk media komunikasi. Salah satu contoh ketika suatu perusahaan pertambangan Bukit Asam ingin mensosialisasikan privatisasi perusahaannya pada pekerja (buruh) tambang, maka diselenggarakan pentas musik dangdut dengan sisipan informasi privatisasi tersebut. Atau pentas music dangdut yang sering kita jumpai pada ajang kampanye pemilu dan pilkada.

#### 4. Pendekatan pada 'New Hollywood'

Film baik di layar lebar maupun di televisi, memiliki bahasanya sendiri dengan sintaksis dan tata bahasa yang berbeda dengan produk budaya yang lainnya. Tata bahasa itu sendiri terdiri atas: pemotongan (*cut*), pengambilan gambar jarak dekat (*close up*) atau jarak jauh (*long shot*), pemotretan dua kali (*two shot*), pembesaran gambar (*zoom-in*), pengecilan gambar (*zoom-out*), memudar (*fade*), pelarutan (*dissolve*), gerakan lambat (*slow motion*), gerakan yang dipercepat (*speeded-up*), dan efek khusus (*special effect*).

Masing-masing tata bahasa tersebut merupakan suatu bentuk representasi realitas atau pun tokoh dalam gambar film. Tingkatan representasi paling sederhana mencakup sekadar penggambaran informasi realita. Representasi ada dalam rangkaian keseluruhan pengambilan gambar dalam suatu film. Dengan demikian rangkaian merupakan unsur dasar film. Representasi realitas melalui film juga melibatkan bentuk-bentuk simbol visual dan bahasa untuk mengkodekan pesan yang sedang disampaikan.

Tetapi, bahasa film mulai bermain begitu metafora visual menyinggung objek-objek dan simbol-simbol dunia nyata serta mengkonotasikan makna-makna sosial dan budaya. Pada tingkatan paling dasar 'suara di luar layar' mungkin hanya menguraikan objek dan tindakan yang ada di layar yang umum ada dalam kebanyakan film dokumenter. Lebih jauh, suara dan dialog dapat juga mengkodekan makna.

Namun, bagaimanapun alamiahnya semua kode terlihat, ia dikonstruksi secara sosial dan secara budaya. Film heroik seperti Batman, Superman, Independent day, dan lain sebagainya

merupakan contoh dari konstruksi sosial yang dibesar-besarkan. Selain itu dalam membentuk identitas suatu bangsa atau negara film juga memainkan peranan penting dalam bagaimana realitas dikonstruksi. Misalnya Pentagon ikut menuntukan apakah sebuah film heroik di Amerika Serikat 'direstui' atau 'tidak direstui' dengan melihat konstruksi positif atau negatif dari angkatan bersenjata mereka.

Film adalah kombinasi unik dari seni komunikasi dan bisnis. Banyak film yang kemudian menjadi lebih sebagai komoditi komersial, namun terdapat pula film yang dibicarakan sebagai puncak pencapaian seni. Oleh banyak teoritis, film dianggap sebagai bagian dari komunikasi massa. Jowett (1989: 16-17) misalnya mengatakan bahwa film merupakan kebudayaan yang menggunakan transmisi media massa. Dalam film terjadi pelibatan empati antara pembuat dan audiens. Film berisi sejumlah pesan dalam bentuk sistem komunikasi film yang hendak disampaikan pada audiens. Dalam konteks ekonomi, film juga berkembang melalui berbagai integrasi, baik vertikal maupun horizontal, dengan industri komunikasi massa lain seperti televisi, media cetak, internet, dan penjualan *merchandise*.

Selain dari sisi ekonomis, film juga sering kali dijadikan media untuk memperjuangkan ideologi kaum marjinal seperti jender, heteroseksual, dan lain-lain. Misalnya 'The Hours' adaptasi dari novel peraih Pulitzer tahun 1998 karya Micahel Cunningham, 'Chicago' adaptasi dari drama panggung musikal Broadway. Pada sisi lain, 'Oscar' adalah cerminan bagaimana industri budaya populer disikapi, yakni standarisasi, profesionalisme, serta keterbukaan terus-menerus lewat berbagai investasi, baik teknologi, estetika, pengetahuan maupun pencangkakan sumber daya manusia baru dan tidak saja dari Amerika Serikat.

Di Indonesia, film cerita pertama yang dibuat Loetoeng Kasaroeng, film yang dibuat pada masa film bisu lainnya adalah *Eulis Atjih* (1927) yang juga diproduksi oleh Java Film Co., dan Lily van Java (1928), diproduksi oleh perusahaan South Sea Film dengan produser keturunan Cina, Liem Goan Lien dan Tjan Tjoen Lian,

dengan sutradara Wong bersaudara. Dunia film di masa Jepang benar-benar dikuasai dan dikontrol. Film asing dari Amerika Serikat sama sekali tidak boleh beredar. Justru yang terjadi sekarang ini kebalikannya, dunia film Indonesia dikuasai industri Hollywood dan Bollywood, dan film nasional sempat ‘mati suri’.

Setelah peristiwa G-30S-PKI, pemerintah Orde Baru mewajibkan stasiun TV menayangkan film yang menggambarkan film dokumenter tersebut versi pemerintah tentunya. Film tersebut menciptakan identitas kelompok PKI sebagai penjahat, tidak manusiawi, dan bertentangan dengan nilai agama. Pada akhirnya kebanyakan masyarakat sampai sekarang pun masih ada yang alergi terhadap sesuatu yang ‘berbau’ PKI.

Film-film di Indonesia memasuki akhir tahun 1990-an sampai dengan sekarang didominasi oleh film-film bertemakan cinta, remaja, dan mistis (*horor*). Film Indonesia yang berupaya menggambarkan kondisi sosial-budaya Indonesia, belakangan ini banyak diproduksi oleh seniman-seniman muda berbakat seperti Garin Nugroho, Mira Lesmana, Riri Riza, Christine Hakim, Ari Sihasale, Nia Zulkarnaen, dan lain sebagainya. Namun demikian belum banyak film-film produksi dalam negeri yang berupaya menciptakan identitas masyarakat Indonesia dengan baik, seperti kartun ‘Kaptan Tsubasa’.

## Kesimpulan

Dalam memahami peran media pada produksi budaya massa sebagai sebuah fenomena *cultural production*, hal yang patut diperhatikan bahwa adanya sebuah proses kultural. Proses kultural terjadi di mana media merepresentasikan budaya-budaya dari kelompok masyarakat hingga diterima oleh audiens. Proses ini tentunya terjadi dalam ranah yang penuh dengan kontestasi ideologi dan kepentingan sehingga media dihadapkan pada pilihan bagaimana representasi dibuat bersifat alami, universal dan tak dapat dielakkan ataukah dibentuk sedemikian rupa mendekati aslinya untuk menjadi obyek konsumsi audiens.

Dalam suasana askriptif di mana ada banyak ragam kelompok berdasarkan golongan ras, kebudayaan sukubangsa, dan keyakinan,

termasuk juga jender, pembedaan antara siapa 'saya' dan siapa 'dia/kamu' dan antara siapa 'kami' dan siapa 'mereka' jelas batas-batasnya, dan selalu diulang dan dipertegas, yaitu dengan menggunakan simbol-simbol, tanda, lambang, dan bahasa. Dalam ruang lingkup batas-batas kelompok ini stereotip terus dikembangkan oleh media dan menjadi mantap dalam suatu kurun waktu yang tidak terbatas. Di sini media menjalankan praktik hegemoni. Akibatnya banyak saling salah pengertian di dalam interpretasi terhadap suatu kelompok, yang berpotensi menyebabkan *misunderstanding* dan bahkan konflik sosial. Akibat lebih lanjut dari stereotip ini adalah terwujudnya tindakan-tindakan diskriminatif dalam hak dan kewajiban oleh kelompok yang dominan terhadap mereka yang tergolong marjinal atau minoritas di dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi.

### Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J. & Dennis K. Davis. 2000. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future*. Belmont: Wadsworth.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future. Introduction to Mass Communication*. Belmont: Wadsworth.
- Carey, James W. 2002. *A Cultural Approach to Communication*, dalam Mcquail, Denis. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory, Part II: Conceptual Issues and Varieties of Approach*. Sage Publications, London, hal 36-45.
- Chaffe, Steven H., & Miriam J. Metzger. 2001. *The End of Mass Communication?*, dalam *Mass Communication Society* Vol. 4#4, hal. 365-380.
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from Prison Notebooks*. London: Lawrence & Wishart.

- McQuail, Denis. 2002. *McQuail's Mass Communication Theory 4<sup>th</sup> Edition*. London: Sage Publications.
- Mursito. 2008. *Konstruksi Realitas dalam (Bahasa) Media*. Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 1, No. 1, Januari. Surakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Sebelas Maret.
- Patters, Reiza. 2010. *Budaya Massa/Mass Culture*. <http://sosbud.kompasiana.com/2010/06/16/budaya-massa-mass-culture/>, diakses 23 Juli 2012.
- Sardar, Ziauddin, & Borin Van Loon. 2001. *Culture Studies for Beginners*. Bandung: Mizan.
- Sindhunata. 1983. *Dilema Usaha Manusia Rasional. Kritik Masyarakat Modern oleh Max Horkeimer dalam Rangka Sekolah Frankfurt*. Jakarta: Pusat Pengembangan Etika Atmajaya & Gramedia.
- University of Minnesota. 2003. *Cultural Production*. <http://english.cl.umn.edu/GraduateProfiles/Ksurkan/4403/definition.html>, diakses 12 Desember 2003.
- Zoonen, Liesbet van. 2002. *A new Paradigm?*, dalam Denis McQuail. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory, Part II: Conceptual Issues and Varieties of Approach*. London: Sage Publications, hal 46-59.

**Oleh: Tuti Widiastuti**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

Jl. HR. Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan 12920

Telp: 021-526 1448 ext. 247, Faks: 021-526 3191,

E-mail: [tuti.widiastuti@bakrie.ac.id](mailto:tuti.widiastuti@bakrie.ac.id)