

KOMUNIKASI, LEGITIMASI, DAN MEDIASI: KRITIK ATAS HEGEMONI PEMAKNAAN DALAM RUANG PUBLIK

Oleh : Sindung Tjahyadi¹

Abstract

The shopping of modern society tends to refuse my theological legitimation. This pattern leads the society face serious problems because every domain in human life has developed in autonomous basic legitimation. There is no system which organizes rules to knowledge, science, ethics, politics, and laws. Mass media as free market of ideologiea is a power which dominates the significance of public sphere. This paper concerns in discussive the problem of communication as mediation of meaning in modern society. Based on an analysis of communication aspects in modern society, we draw the prospective conclusion on which to build the future.

Keywords: Communication, legitimation, mediation, hegemony, public sphere.

A. Pendahuluan

Masyarakat telah mengalami perubahan yang sangat mendasar. “Revolusi demokratis” yang membuka lebar-lebar cakupan wilayah pemaknaan dalam kehidupan bersama telah membawa pada terjadinya **mutasi simbolik**, yang pada akhirnya memunculkan bentuk kelembagaan sosial yang baru. Pada berbagai masyarakat awal, didasarkan atas logika teologis-politis, kekuasaan dikaitkan dengan pribadi ningrat yang dianggap sebagai representasi Tuhan atas kedaulatan keadilan dan kedaulatan pikiran manusia. Masyarakat dipahami sebagai sebuah “tubuh” yang anggotanya tersusun atas dasar prinsip tertib sosial yang mutlak dan kodrati. Sangat berbeda dengan pandangan awal tersebut, terdapat perbedaan radikal yang dibawa oleh masyarakat demokratis, yakni bahwa “pijakan” dari kekuasaan dalam masyarakat demokratis merupakan “ruang kosong”, karena rujukan

¹ Dosen Fakultas Filsafat UGM.

pada adanya penjamin transendental telah hilang, dan demikian telah hilang pula perwujudan kesatuan substansial dari masyarakat. Masyarakat menjadi kebingungan untuk mencari pijakan referensi makna bersama yang memadai untuk membangun kehidupan bersama. Akibat lebih jauh dari keadaan tersebut adalah terjadinya satu keretakan atau terceraiberainya kekuasaan, pengetahuan, dan hukum, dan dasar yang menyatukan ketiga hal tersebut tidak lagi dipercaya (Laclau, 1999: 186). Adanya ruang kosong referensi simbolik bersama ini membawa pada masalah legitimasi pemaknaan dalam masyarakat modern. Runtuhnya legitimasi makna dalam masyarakat modern, sebagaimana oleh Postmodernisme dipahami sebagai hilangnya kesatuan (*loss of unity*) (Rorty, 1999: 262), dan pergantian yang berlanjut antara “hilangnya pusat” (*decentering*) yang satu ke yang lain (Rorty, 1999: 263), merupakan faktisitas sosial yang tidak dapat diabaikan demikian saja.

Namun demikian, hilangnya “pusat” otoritas legitimasi sangat tidak bersesuaian dengan fenomena berkembangnya “media massa” sebagai kekuatan baru yang menghegemoni pemaknaan ruang “kebebasan” dalam masyarakat modern. Ruang publik (*public sphere*) yang oleh Habermas dipahami sebagai “ruang yang dimiliki bersama” yang merupakan “reservoir bagi interaksi sosial yang sederhana” (Habermas, 1998: 360), ternyata juga tidak luput dari cengkeraman hegemoni. Persoalan yang menarik perhatian dalam dua dekade terakhir ini adalah peran media massa dalam memanipulasi wacana, bahkan sampai pada tingkat yang membawa publik untuk menerima berbagai klaim yang tidak jujur. Di atas semua itu, muncul persoalan betapa ideologi telah menguasai atau merembesi pesan dalam komunikasi sosial dan memaksakan logika dominasi pada proses komunikasi ini (Barbero, 1993: 1). Dalam kesempatan ini fokus pembicaraan diarahkan pada aspek komunikasi sebagai mediasi makna dalam masyarakat. Dengan mencermati aspek komunikasi dalam masyarakat modern, kita akan membaca seberapa jauh peluang yang terbuka pada kita untuk ikut membentuk masyarakat masa depan kita.

B. Kecenderungan komunikasi masa lalu dan kini sebagai dasar pembacaan

Dunia Ketiga, dalam debat yang dikoordinasi oleh UNESCO, mengkaji ulang ketidakseimbangan informasi dengan menciptakan satu Tatanan Informasi dan Komunikasi Dunia yang Baru (Schlesinger dalam Barbero, 1993: x). Kepedulian tentang kontrol transnasional atas media komunikasi ini seiring dengan telah terbentuknya kehidupan yang baru sejak tahun 80'an akibat evolusi yang lebih jauh lagi dari teknologi telekomunikasi dan audio visual. Satu respon yang kemudian muncul adalah pertumbuhan kepentingan dalam pengembangan kebijakan komunikasi nasional (Schlesinger dalam Barbero, 1993: x). Sebuah kebijakan yang meski selalu dirumuskan kembali, baik terkait dengan perkembangan teknologi dan bentuk komunikasi global, maupun terkait dengan pertarungan antara berbagi kepentingan yang mewakili kapitalisme global dengan kepentingan lokal dan nasional.

Namun demikian, dapat pula terjadi bahwa kompleks persoalan yang muncul sesungguhnya terkait dengan "persaingan antar nilai-nilai global", yakni adanya kecenderungan global untuk mendesak terwujudnya kehidupan masyarakat dunia yang semakin demokratis dan adanya kecenderungan global pula untuk membangun "model masyarakat yang tunggal" dengan melalui komunikasi global. Akibat yang terjadi adalah potret buram penodaan dan pembatasan "ruang kebebasan demokratis" dengan memahami persoalan politik sebagai persoalan administrasi teknis, atau tunduk pada kepentingan adanya kekuasaan yang tertib, atau ruang publik dikomodifikasi dalam kepentingan kapital (Morris, 2001: 763). Invasi dan pembentukan ruang kultural nasional oleh modal transnasional, dan pendesakan kewajiban privat, kepentingan kelas di atas kepentingan publik merupakan masalah kunci yang muncul dari kebijakan komunikasi nasional. Retorika politik di bidang komunikasi yang menonjol di era 1970-an dan 1980-an adalah "imperialisme media" yang mengasumsikan bahwa terdapat pengaliran ideologi dari pusat-metropolitan kepada penerima-pinggiran. Pada tahun 90-an wacana "imperialisme media" mendapat tekanan yang semakin besar terkait dengan tidak memadainya bukti teoritis dan empiris asumsi "imperialisme media" tersebut. Satu hasil dari pertumbuhan skeptisisme terhadap praanggapan tersebut adalah munculnya usaha untuk mengkaji

kondisi aktual penyerapan dan konsumsi produk kultural dalam konteks kebudayaan populer (Schlesinger dalam Barbero, 1993: x). Kebudayaan populer terkait dengan konteks “hegemoni makna”, merupakan penggal cermin dari dinamika ruang publik.

Bahaya yang muncul pada integritas dan berjalannya sebuah ruang publik yang bebas ditunjukkan oleh distorsi dan pembatasan dari kekuasaan sosial yang “tidak resmi” yang oleh Habermas digambarkan sebagai “kolonisasi internal” oleh imperatif tertentu terhadap sistem ekonomi dan birokrasi yang relatif otonom. Ruang publik merupakan wahana kunci bagi pembentukan opini dan kehendak publik dalam satu masyarakat demokrasi liberal yang meski dipertahankan melawan gangguan yang demikian (Morris, 2001: 764). Hal yang normatif bahwa masyarakat demokratis meski mempertahankan ruang publik dari gangguan hegemoni kepentingan heteronom yang ekonomis, bukanlah pokok soal yang mudah dilakukan.

Masyarakat yang hidup di Barat, khususnya, dewasa ini hidup dalam apa yang disebut sebagai “masyarakat konsumen”. Iklan dan pemasaran sedemikian merasuk dalam kebudayaan barat. Bahkan sudah diterima menjadi satu kewajaran bahwa “diri kita ditentukan oleh apa yang kita beli” (*we are what we buy*), dan konsumsi menentukan dan membentuk hubungan dan pembagian sosial. Masyarakat dinyatakan berbeda antara yang satu dengan yang lain menurut barang yang mereka beli atau barang yang tidak mampu mereka beli karena keterbatasan mereka, bukan dibedakan menurut cara masyarakat tersebut mengorganisasi produksi (Woodward, 2003: 79). Dengan ketidakseimbangan arus informasi, yang berarti pula ketidakseimbangan tukar-menukar identitas diri, tidak sulit untuk menemukan bahwa pola “masyarakat konsumen” sudah mulai merasuk dunia timur dan dunia ketiga.

Pada sisi lain, di samping sebagai wahana penyebaran “ideologi konsumerisme” melalui *e-commerce*, perkembangan teknologi komputer telah merepresentasikan sebuah perubahan dalam cara berkomunikasi dan kecepatan perkembangan sistem komunikasi yang baru telah mengubah cara kita merepresentasikan diri terhadap yang lain. Pesan tekstual lewat *e-mail* menyediakan sarana komunikasi yang sangat cepat. Internet dan *home page* menawarkan banyak situs yang memungkinkan kita dapat merepresentasikan diri kita sendiri dan mengadopsi satu cakupan identitas yang berbeda, di samping menyediakan sarana bagi orang

biasa, baik kaya maupun miskin, untuk merepresentasikan diri mereka dalam sebuah ruang publik (Woodward, 2003: 29). Namun apakah media komunikasi sesungguhnya bersifat “netral”, ataukah “berbagi bentuk media komunikasi” masing-masing mengandung potensi positif dan negatif yang berbeda terhadap dasar bangunan integrasi sosial ?

Asumsi yang memegang peran dalam arus utama ilmu sosial pada saat ini adalah bahwa masyarakat kapitalis modern di Barat menyediakan satu model integrasi sosial universal untuk diikuti oleh integrasi sosial “lokal-tradisional”. Dalam cara pandang unilinear tersebut, komunikasi massa memegang bagiannya dalam bertindak sebagai sebuah kekuatan “modernisasi”, dan bahkan bentuk perputaran surat kabar dan penerima siaran televisi digunakan sebagai ukuran kasar perkembangan masyarakat (Schlesinger dalam Barbero, 1993: ix). Berikut secara sekilas dipaparkan berbagai kecenderungan lokal dan padanannya secara global terkait dengan beberapa bidang kehidupan yang sedang dan akan mewarnai masyarakat masa depan:

Bidang	Tren Lokal	Tren Global
Keilmuan dan Teknologi	<i>The New Age of Darkness</i> (kasus Liang Bua: sebagian dari puncak gunung es ketidakpedulian bangsa terhadap aktivitas keilmuan).	<i>The New Age of Discovery.</i>
Ekonomi	Liberalisasi, eksplorasi SDA, berpusat di kota.	Kapitalisme global, penyatuan blok ekonomi.
Politik	Menuju masyarakat demokratis, otda, politik identitas.	Invasi, Postnational Constelation.
Sosial	Kuatnya uang sebagai steering media: urbanisasi, migrasi lintas negara, kesenjangan	Kesenjangan taraf hidup yang meluas antara masyarakat utara-selatan, ke-tidakseimbangan distribusi, konsumen-

	sosial, konsumerisme.	isme.
Budaya	Multikulturalitas vs Nasionalitas identitas, kuatnya pembentukan identitas dan makna oleh media massa, munculnya berbagai gerakan tandingan.	Identitas yang didasarkan atas konsumsi, industri budaya: “american idol”, kaburnya identitas akibat <i>disembodied communication</i> .
Kependudukan	Ketidakseimbangan kepadatan penduduk kota – desa, rendahnya fertilitas kaum terdidik.	Ketidakseimbangan laju pertumbuhan penduduk antara negara kaya – miskin.
Ekologi	Hilangnya sejumlah varietas, rusak akibat tekanan ekonomi.	Pembebanan pada dunia ketiga, padahal penghasil polusi terbesar adalah negara maju.
Pertanian	Tekanan pasar domestik dan global.	Didukung oleh teknologi rekayasa.

Atas dasar beberapa fenomena kecenderungan sosial di atas, tulisan ini hendak mengkaji unsur paradoks komunikasi dalam masyarakat modern terkait dengan hubungan dialektisnya dengan legitimasi makna, dan kemungkinan yang dapat dibuka bagi pengembangan mediasi menuju emansipasi. Pokok soal tersebut dikaji dengan berpijak pada issue kontemporer tentang semakin terbelenggunya “ruang publik” oleh hegemoni politik dan ekonomi melalui media komunikasi. Adakah landasan teoretis-konstruktif yang dapat dibangun untuk mempertahankan idealisasi “ruang publik” sebagai “ruang kebebasan” dalam melawan struktur sosial yang dominatif? Mungkinkah “membalikkan” fungsi media komunikasi dari sarana hegemoni menjadi sarana emansipasi? Adakah media komunikasi justru merupakan sumber konflik ataukah justru merupakan sarana mediasi ke arah integrasi sosial?

C. Komunikasi: antara konsumsi, hegemoni, dan emansipasi

Mengikuti usulan Barbero bahwa “mediasi” dijadikan kategori sentral untuk menganalisis kompleks gagasan komunikasi yang lingkup perhatiannya lebih daripada media saja, maka konsep mediasi hendak dipakai untuk melihat bagaimana kebudayaan dinegosiasikan dan menjadi objek transaksi dalam satu konteks yang beragam (Schlesinger dalam Barbero, 1993: xiii). Terkait dengan hegemoni, terdapat argumentasi bahwa proses mediasi kebudayaan populer mengandung kapasitas untuk mencegah dan mengubah budaya dominan dengan satu cara yang tak terbayangkan oleh teori sederhana tentang dominasi. Persoalan umum yang muncul adalah: Seberapa banyak jenis dan aras identitas kolektif dibangun dan dilestarikan, dan peran yang mana yang dimainkan oleh media dalam proses ini? (Schlesinger dalam Barbero, 1993: xiii) Apakah rekayasa sosial melalui media komunikasi memiliki dasar rasional yang memadai, di era bangkitnya ilmu sosial yang post-empiris?

Fakta yang terjadi adalah bahwa dewasa ini terdapat berbagai rancangan raksasa yang resmi atas kehidupan kolektif. Contoh yang terkait dengan *grand design* tersebut misalnya adalah Komunitas Ekonomi Eropa (EEC) yang sejak dilontarkan tahun 1993 langsung menggambarkan adanya ceruk tajam ketidak-sinambungan antara kebijakan ekonomi dan budaya di Eropa Barat. Dapat terjadi demikian karena sementara terjadi integrasi ekonomis pada satu sisi, penggunaan superstruktur politis untuk mengatur masa depan EEC semakin terlihat tidak memadai, setidaknya terlihat dari munculnya istilah “defisit demokratis”. Bahkan juga terdapat ketidaksambungan antara integrasi ekonomis dan integrasi pada aras kebudayaan yang tercermin dari adanya kompetisi dalam lingkaran birokratis dan politis untuk memperagakan dan menentukan sebuah identitas kolektif yang baru. Pada aras budaya terdapat pertempuran antara identitas “Kampung Eropa” dengan yang berkeras mempertahankan identitas nasionalnya (Schlesinger dalam Barbero, 1993: xiii). Hegemoni, dominasi, dan penindasan identitas dan otonomi kultural dalam rangka “integrasi sosial” tampak sebagai proses yang telanjang. Dalam rangka melawan cara pandang dan upaya strategis dengan tujuan hegemonis, menarik untuk belajar pada “anarkhisme”.

Banyak analisis menilai rendah pemahaman jernih dari anarkhisme tentang asal mula sosial tentang penindasan. Mereka mengabaikan atau menutupi fakta bahwa banyak bentuk perjuangan pembebas dibangun keluar dari tradisi organisasional yang berakar mendalam pada budaya petani dan artis. Mereka meremehkan cara anarkhis yang secara sadar menggunakan bentuk komunikasi populer. Dengan demikian berbagai gerakan anarkhis tidaklah bersifat irasional, namun tumbuh seiring dengan pengalaman panjang dengan ketahanan populer. Yang terkait erat dengan logika alternatif dari budaya populer adalah bentuk protes simbolik (Barbero, 1993: 96). Budaya populer dengan logika sosialnya sendiri, telah menunjukkan daya tahannya terhadap perubahan sosial itu sendiri.

Ketika terjadi krisis sosial pada kapitalisme industrial, proses enkulturasi yang telah berjalan selama satu abad tidak dapat menghentikan kelas populer untuk tetap menghargai budaya tradisional mereka dan menjadikannya sebagai sumber vital bagi identitas, memori kolektif, dan dasar perlawanan mereka terhadap penghancuran yang datang dari proses proletarisasi. Apa yang tidak dimengerti oleh semangat Pencerahan berkaitan dengan budaya populer adalah tentang makna historis dari banyak praktek yang tampaknya sepele: dari tuntutan yang keras kepala atas perjumpaan “muka ketemu muka” hingga prosesi yang satiris, nyanyian cabul dan fabel yang sangat buruk (Barbero, 1993: 97). Yang sepele, yang tidak penting menurut perspektif rasionalitas Pencerahan, justru merupakan sumber hidup yang kaya dan dinamis dari budaya massa. Sekali pun demikian, budaya massa tetap tunduk pada hakikat identitas masyarakat, yang pada dasarnya bersifat labil, tidak tetap, dan tidak pernah lengkap.

Proses enkulturasi tidak pernah merupakan represi murni. Sebuah industri cerita dan gambaran yang secara gradual memuat bentuk produksi kultural yang memediasi kelas-kelas dan sekaligus memisahkan kelas. Dalam rangka hegemoni untuk fungsi, masyarakat memiliki pintu masuk pada bahasa yang melaluinya hegemoni diberi makna. Namun pada waktu yang sama hegemoni menghasilkan perbedaan dan jarak antara hal yang mulia dan yang vulgar, hal yang berbudaya dan hal yang populer. Tidak terdapat hegemoni atau lawan hegemoni tanpa adanya sirkulasi kultural. Sebuah produksi kultural tidak pernah bersifat murni ideologis

karena hal tersebut tidak hanya memberikan pada budaya hegemonis jalan masuk pada kelas-kelas populer namun juga memampukan kelas-kelas ini untuk dapat mengkomunikasikan ingatan dan pengalaman mereka. Dalam makna kultural, kelas hegemonis tidak memiliki pilihan lain kecuali memberikan penghargaan pada yang lain sebagaimana diungkapkan dalam budaya mereka sendiri (Barbero, 1993: 99). Dimensi ganda proses kultural yang memediasi sekaligus memisahkan kelas-kelas ini tampak pada sorotan Baudrillard, Ritzer, dan Virilio terkait dengan efek dimensi ganda dari perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi. Mereka menunjukkan betapa perkembangan komunikasi modern telah menciptakan bentuk dan media hegemoni baru dengan dimensi dan kekuatan pengaruh yang sungguh berbeda dengan hegemoni yang didasarkan atas pola legitimasi makna yang lama. Dan salah satu pemikir kontemporer yang memperkenalkan dimensi masalah sosial yang baru adalah Baudrillard.

Sekali pun pada akhirnya memisahkan diri dari tradisi teori Marxian, dalam menyoroti perubahan dari masyarakat produser ke masyarakat konsumen, Baudrillard masih memandang penting kekuatan produksi sebagai pengontrol dunia konsumsi, sekali pun dia tidak melangkah lebih jauh lagi, mengingat -kekuatan konsumsi – seperti iklan, belanja, mall, McD, Disney World, dll-- memainkan peran penting mereka sendiri dalam konsumsi (Ritzer, 2003: 249). Sebuah kondisi sosial yang didukung oleh adanya globalisasi dengan pasar global, konsumsi massa, komunikasi massa, dan turisme massa yang mengembangkan berbagai produk yang terstandarisasi dari satu budaya massa. Hanya saja, komodifikasi ini, budaya homogen ini, tidaklah hanya mempersempit perbedaan nasional, namun lebih jauh lagi bahkan memperlemah tradisi lokal yang paling kuat sekali pun (Habermas, 2001: 75). Kekuatan konsumsi telah mendorong terjadinya proses homogenisasi eksternal dan internal.

Dalam perspektif Baudrillard, konsumsi yang sesungguhnya itu terutama berkaitan dengan tanda, bukan barang. Dalam mengkonsumsi objek, sesungguhnya subjek dalam proses untuk menentukan diri mereka sendiri. Kategori objek menentukan kategori orang. Tempat kita dalam tatanan sosial salah satunya kemudian ditentukan oleh objek yang kita konsumsi. Dengan

demikian runtuh pula anggapan bahwa kita cenderung mengkonsumsi kebutuhan (*needs*), karena asumsi bahwa kita hanya mengkonsumsi apa yang kita butuhkan tidak mampu menjelaskan adanya fenomena hiper-konsumsi. Bagi Baudrillard, akar penjelasannya bukan pada kebutuhan, tetapi pada perbedaan (*difference*). Kita mengkonsumsi dalam rangka untuk berbeda dengan orang lain, dan perbedaan ini ditentukan oleh apa dan bagaimana kita mengkonsumsi (Ritzer, 2003: 250).

Dimensi lain yang diungkap Baudrillard adalah bahwa konsumsi memiliki keterkaitan yang kecil, atau bahkan tidak terkait sama sekali, dengan berbagai hal yang secara konvensional dipikirkan sebagai realitas. Kita tidak mengkonsumsi “realitas makanan”, misalnya, namun mengkonsumsi sesuatu yang tidak nyata dari tanda yang diasosiasikan dengan makanan itu. Dalam konsumsi, kita tidak sekedar mengkonsumsi “realitas” namun lebih mengkonsumsi “tanda” (Ritzer, 2003: 251). Terkait dengan perubahan dari masyarakat produsen ke masyarakat konsumen. Baudrillard melihat bahwa kapitalisme dewasa ini telah menjadikan konsumen tidak dapat lagi menentukan dan memutuskan bagi mereka sendiri apa, bagaimana, dan berapa banyak mereka harus mengkonsumsi. Kapitalisme telah semakin membawa orang untuk berpartisipasi aktif dalam masyarakat konsumen (Ritzer, 2003: 252).

Selain perubahan dari masyarakat produsen ke masyarakat konsumen, perubahan sosial dapat dilihat pula dari aspek ekonomi, bahwa pertukaran ekonomis telah menggantikan pertukaran simbolik. Bila pada masyarakat primitif pertukaran barang dan jasa memiliki batasan, pada masyarakat dengan pola konsumeristis pertukaran barang dan jasa tidak memiliki batas. Pada aspek budaya, pertukaran simbolik juga telah digantikan dengan simulasi yang telah kehilangan autentitasnya. Dunia modern dewasa ini telah kehilangan keasliannya. Karakter yang dulu ada pada masyarakat primitif telah hilang. Berbagai simbol masyarakat yang asli, sekali pun sekarang masih ada, simbol tersebut secara artifisial telah dibekukan dan disterilisasi sehingga menghapuskan beberapa karakter khusus dari simbol tersebut (Ritzer, 2003: 253-254).

Meluasnya eksistensi simulasi ini merupakan sebab pokok dari adanya erosi pembedaan antara yang nyata dan khayalan, antara yang benar dan yang salah. Secara virtual setiap aspek dari

dunia kontemporer merupakan campuran antara yang nyata dan yang khayal. Bahkan fakta yang ada adalah bahwa yang nyata dan yang benar semakin lama semakin sulit didapatkan, bahkan boleh dikatakan telah hilang dalam satu “gelontoran” simulasi. Merupakan sebuah usaha yang sangat berbahaya untuk mencoba mencari dasar dari sesuatu, mencoba untuk menggali di bawah dan di belakang simulasi. Semakin lama agaknya tidak ada hal lain di bawah simulasi selain simulasi yang lain. Dengan kata lain, dalam dunia kontemporer tidak ada kebenaran, tidak ada realitas, dan dengan itu dapatlah dinyatakan bahwa sekarang manusia hidup dalam satu simulasi yang besar. Baudrillard melihat bahwa Amerika sedang berada di depan dalam perkembangan ini. Amerika juga merupakan basis dan kunci pokok dari simulasi lain, melalui dominasinya pada dunia industri film dan apa yang dilihat dalam film adalah simulasi. Dominasi serupa juga terjadi di program pertelevisian dunia, internet, dan berbagai situs *cyber*, yang kesemuanya merupakan simulasi (Ritzer, 2003: 255).

Semua perkembangan tersebut oleh Baudrillard digambarkan sebagai keadaan *hyperreal*, bahwa semuanya disimulasikan, dan sebagai hasilnya lebih nyata daripada yang nyata, lebih cantik daripada yang cantik, dan lebih benar daripada yang benar. Satu pokok soal yang harus dicatat adalah bahwa tidak hanya bagi realitas yang disimulasi itu penting bagi diri mereka sendiri, namun juga mereka menyajikan diri sebagai model transformasi melebihi batas-batas mereka. Di bawah pengaruh berbagai model hiperreal ini, seluruh dunia menjadi semakin disimulasikan, dan semakin menjadi hiperreal (Ritzer, 2003: 256).

Berpijak pada gagasan Baudrillard, Ritzer memaknai pertumbuhan konsumsi pada masyarakat dewasa ini sebagai *hyperconsumption* (Ritzer, 2003: 257). Dengan mengambil inspirasi dari gagasan Marx tentang “sarana produksi” (*means of production*), Ritzer menggunakan kategori “sarana konsumsi” (*means of consumption*) sebagai perangkat analisis masyarakat dewasa ini. Yang dimaksud dengan “sarana konsumsi” adalah berbagai hal yang memungkinkan konsumsi, meliputi pabrik yang memungkinkan produksi, mall belanja yang memungkinkan adanya konsumen dan konsumsi, kedai minum, kafe, tempat makan malam, dan lain sebagainya. Sarana konsumsi yang lebih tua rata-rata bersifat material, meliputi bangunan fisik, interaksi tatap muka antara pelanggan dan penjual. Sekali pun mereka

merupakan struktur material, situs ini memiliki dan menghasilkan sejumlah efek immaterial seperti *paguyuban*, atau komunitas di antara mereka yang sering mengunjungi tempat tersebut (Ritzer, 2003: 257-258).

Terdapat berbagai sarana baru konsumsi (*new means of consumption*), yang muncul dan hadir di Amerika setelah tahun 1950, yakni Waralaba (McD, 1955), Mall Belanja (1956), Megamall (1981), Superstores (1957), Pusat Diskon (1962), Taman hiburan (Disneyland, 1955), Kapal pesiar (1966), Hotel-casino (Flamingo, 1946), Pertunjukkan (Hard Rock Café, 1971). Mereka ini merupakan struktur material namun juga dapat dilihat sebagai *phantasmagoria* (efek immaterial yang disebabkan oleh struktur fisis) atau *dreams worlds*. Senyatanya pada paruh akhir abad ke-20 sarana baru ini telah berkembang secara fantastis dan spektakular dalam rangka memikat para konsumen hingga akhirnya menghasilkan *hyperconsumption*. Mereka telah sukses sebagai sarana baru konsumsi, walau dengan melalui proses *creative detraction*, yakni dengan menggantikan sebagian besar sarana konsumsi yang lebih tua seperti *diners*, *arcade*, dan pameran. Bahkan langkah perubahan yang terjadi berjalan demikian cepat hingga banyak sarana baru konsumsi ini telah ditantang oleh sarana konsumsi yang lebih baru lagi, yakni *dematerialized means of consumption* seperti *home shopping television* yang lahir tahun 1985, dan semua jenis *cybercommerce* yang muncul bersamaan dengan hadirnya internet dan sangat berkembang saat ini. Kombinasi dari satu bentuk yang tidak material dengan kapasitas untuk menghasilkan *phantasmagoria* dan dunia mimpi. Immaterialitas mereka memberikan keunggulan yang lebih besar atas sarana konsumsi yang bersifat material, baik terkait dengan kemampuan dan efek yang mampu mereka ciptakan. Mengapa harus keluar rumah kalau belanja cukup dengan duduk di depan komputer di rumah? Mengapa meski terbang ke Las Vegas untuk berjudi bila lewat internet tersedia juga saluran *on line* untuk berjudi? (Ritzer, 2003: 258-259).

Lebih penting lagi, berbagai sarana konsumsi yang semakin tidak bersifat material ini, khususnya yang terkait dengan internet, memiliki potensi yang jauh lebih besar untuk menghasilkan *phantasmagoria* dan dunia mimpi jika dibandingkan dengan para pendahulunya. Immaterialitas yang lebih besar tidak hanya

merupakan keunggulan bagi dirinya sendiri, namun juga dapat digunakan untuk menciptakan keunggulan lebih jauh lagi bagi sarana konsumsi yang semakin tidak bersifat material. Bahkan pada sarana konsumsi material terdapat kecenderungan implusif (hancur ke dalam), karena ketika *hypermarkets* tumbuh terlalu besar, konsumen akan berbalik arah lantaran untuk membeli sekotak susu 250 gram saja harus berjalan jauh. Sebuah pokok soal yang tidak terjadi dengan *cybercommerce*, karena dalam *cyberspace* terdapat sarana bantu teknologis yang memudahkan konsumen untuk mencari, seperti melalui *search engine* (Ritzer, 2003: 259).

Yang menjadikan sarana yang lebih baru bersifat lebih menakutkan daripada sebelumnya adalah melalui penciptaan simulasi yang lebih luar biasa daripada realitas. Situs *cyber* itu sendiri secara definitif merupakan simulasi karena mereka tidak memiliki batasan fisis, lebih bebas menciptakan simulasi yang lebih spektakuler, dan bahkan secara inderawi lebih nyata daripada realitas. Sekali kita telah mengawinkan realitas virtual dengan ruang *cyber*, kita bahkan akan memiliki kemampuan yang lebih besar untuk menempatkan orang dalam dunia simulasi yang semakin dekat dengan realitas. Mereka bahkan mungkin lebih nyata daripada yang nyata, *hyperreal* (Ritzer, 2003: 260-262). Tetapi bagaimana dengan persoalan “dominasi” dibalik pengoperasian sebuah sistem *cybersites* ? Tidakkah yang terjadi justru suatu proses hegemoni yang absolut ?

Representasi visual menduduki tempat yang khusus dalam rekonstruksi identitas manusia dewasa ini, walau representasi tersebut juga secara dekat berhubungan dengan bidang dan makna yang lain selain bidang dan makna visual. Representasi meliputi gambaran, kata, suara, dan tindakan yang digunakan untuk mengekspresikan. Melalui representasi ini kita memberi makna dunia, tempat kita tinggal, dan pada identitas kita. Roland Barthes menyatakan bahwa yang disebut sebagai “teks” mencakup semua bentuk representasi, tidak hanya tentang kata dan gambaran saja, namun tentang upacara, ritual, pakaian, film, bangunan gedung, gaya rambut, dan program televisi. Teknologi baru menyediakan teks tambahan dan “internet” dapat ditambahkan sebagai situs produksi makna tentang siapa diri kita dan kita dapat menjadi apa (Woodward, 2003: 28). Perkembangan teknologi juga telah

berakibat langsung pada intensitas dan mobilitas hubungan sosial, yang pada akhirnya mempertinggi akselerasi perubahan sosial.

Fenomena perubahan sosial yang demikian sangat terkait erat dengan apa yang oleh Paul Virilio sebut sebagai *dromology*, sebuah konsep yang dijabarkan dari sufik *drome*, yang merujuk pada soal “berlari” atau “balap”. Sebuah kategori analisis sosial yang menaruh perhatian utama pada aspek kecepatan perubahan. Kecepatan serangkaian perubahan teknologis di bidang transportasi, komunikasi, telekomunikasi, komputerisasi, dan yang lain, telah memutus berbagai ikatan spasial (semakin tidak ada perbedaan *locus* hidup dari satu tempat dengan yang lain), “jarak kecepatan” (*speed distance*) dalam teknologi komunikasi dan telekomunikasi semakin menghilangkan dimensi fisis dan spasial. Dengan semakin berkembangnya “jarak kecepatan” menghadapkan manusia dewasa ini pada krisis konseptualisasi dan representasi. Manusia dewasa ini semakin tidak mampu menentukan posisi diri, baik dalam ruang maupun waktu. Terhadap sesuatu yang sesungguhnya sangat berjarak, manusia sekarang semakin melihatnya sebagai sesuatu yang tak berjarak. Namun mereka semakin dan semakin melihatnya sebagai sesuatu yang bukan material, dan hanya mencerapnya sebagai aliran imaji. Kita juga semakin melihat segala sesuatu secara tidak langsung. Bahkan kita mengindera melalui teknologi mediasi seperti media massa. Sekali pun manusia lebih mampu untuk mengindera lebih banyak hal dengan jalan ini, namun kita juga semakin sulit untuk mengetahuinya secara langsung. Pada pokok soal ini, menurut Virilio, kita dihadapkan pada krisis lain, yakni krisis *intelligibility* (Ritzer, 2003: 262-263).

Semua jenis teknologi lanjut memainkan peran sentral di sini sebagai mediasi antara subjek dengan yang dilihatnya. Lebih jauh, garis spasial dan tempotal antara kita dengan media cenderung berkurang, tidak ada lagi batas yang terlihat, tidak ada lagi garis di mana imaji televisi berakhir dan mulai. Dengan kehadiran komputer, akhirnya semakin menimbulkan masalah, baik terkait dengan tinggal di rumah maupun kerja. Virilio bahkan melihat lebih jauh lagi peran teknologi dalam kehidupan manusia dengan mengenalkan terminologi *endocolonization*, yakni proses kolonisasi tubuh manusia dengan menggunakan teknologi. Virilio melihat bahwa peresapan teknologi dan mesin mikro pada pusat

tubuh manusia sebagai perubahan dari “penciptaan mesin raksasa untuk mengkolonisasi dunia” kepada “penciptaan mesin mikro untuk mengkolonisasi tubuh”. Dia melihat satu revolusi transplatasi akan menggantikan revolusi komunikasi. Implantasi berbagai teknologi juga menimbulkan issue lain, yakni penghilangan perbedaan antara yang di dalam dan di luar. Jika terdapat teknologi di luar dan di dalam diri kita, dan yang di luar menstimulasi yang di dalam diri kita, maka di manakah kita sebagai manusia berakhir dan teknologi yang nonhuman mulai ? Bagi Virilio pokok soal ini mengantar pada sebuah issue baru, yakni “kematian subjek di dalam gagasan baru tentang kecepatan dan penggerak”. Dengan *endokolonisasi*, kontrol atas orang sampai pada sebuah aras yang sungguh-sungguh baru. Bila sebelumnya kontrol atas orang dilakukan dari luar, dengan endokolonisasi terbuka kemungkinan untuk mengontrol dari dalam. Jelas ini membawa pada berbagai kemungkinan baru dan menakutkan (Ritzer, 2003: 263-264).

Gejala yang sama oleh Virilio juga terjadi pada realitas virtual. Dengan hilangnya batas global, ilmu telah beralih pada penaklukan batas internal seperti halnya imaji mental. Teknologi virtual adalah sebuah teknologi eksternal, namun tujuannya adalah untuk kontrol internal. Teknologi realitas virtual berusaha untuk menyalurkan dan mengontrol imaji mental dan mendominasi pikiran secara sibernetic. Aras kontrol yang dihasilkan atas manusia, dalam perspektif ini, sungguh tak terbayangkan, karena orang tidak akan lagi bebas untuk membangun imaji mental mereka sendiri. Realitas virtual akan menghasilkan masalah lain, sebagaimana kita semakin tidak mampu mengenali posisi spasio-temporal kita, kita akan menemukan diri kita tersesat dalam sebuah semesta virtual (*a virtual universe*) (Ritzer, 2003: 264-265).

Paparan tentang perubahan sosial yang radikal di masyarakat informasi sekarang ini dan yang akan datang, semakin meneguhkan untuk perlu dibangunnya ruang dan kemampuan mediasi dalam masyarakat post-kapitalis ini. Kemungkinan dan peluang masih “terbuka” untuk menganalisis dan memecahkan persoalan tentang bentuk “hegemoni” dan “potensi hegemoni baru” oleh bentuk media yang sudah ada dan sedang berkembang dalam komunikasi modern, yaitu melalui “penyelesaian politis” dan “penyelesaian kultural”.

D. Penutup

Sebuah kajian tentang sejarah proses sosial meski mencakup satu penelitian historis tentang kategori konseptual yang digunakan dalam analisis sejarah proses sosial tersebut (Barbero, 1993: 5). Berangkat dari kajian di atas, proses historis atas legitimasi makna kultural yang telah berjalan menunjukkan bahwa “komunikasi massa” dan “media massa” memiliki watak ganda. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang memiliki kecepatan perubahan yang semakin tinggi, secara niscaya telah mengubah esensi dan bentuk komunikasi interpersonal. Efek sosial dan kulturalnya juga sangat meluas meliputi berbagai bidang kehidupan, juga sangat dalam karena pengaruh tersebut masuk dan merasuki ruang privat pembentukan identitas diri subjek. Di luar efek yang merupakan imbasan dari watak alamiah perkembangan teknologi telekomunikasi dan media massa, persoalan apakah efek simultan yang diakibatkannya berdampak positif ataukah negatif, agaknya berakar pada asumsi atau ideologi atau paradigma yang berkembang atau dikembangkan di balik politik komunikasi dan kebudayaan komunikasi yang secara faktual berjalan.

Pokok soal yang kemudian harus dijawab sesungguhnya berakar pada pilihan antara dua kecenderungan analisis sosial, yakni antara *pesimisme kultural* dan *optimisme kultural* (Elliot, 1986: 105). Pesimisme kultural memandang segala perkembangan teknologi telekomunikasi dan media massa memiliki watak dan dinamika internalnya sendiri, baik terkait dengan kekuasaan, ekonomi, dan efek psikologisnya, dan tidak ada institusi apa pun yang mampu “mengendalikan” atau “mengarahkan” proses dan efek yang terjadi. Logika yang mendasari pesimisme ini agaknya adalah logika kontingensi-satu-sisi, yang menyikapi “keboleh-jadian” secara negatif dengan tidak percaya lagi, atau bahkan menolak, berbagai upaya konstruktif dan proyektif untuk membangun masyarakat yang lebih baik. Sebaliknya, optimisme kultural berangkat dari logika kontingensi-dua-sisi yang pada satu sisi tetap menerima watak dan dinamika internal perkembangan teknologi telekomunikasi dan media massa dengan segala efek kulturalnya, namun pada sisi lain melihat proses yang terjadi tidak hanya sebagai satu determinasi dan dominasi, akan tetapi juga sebagai mediasi dan peluang emansipasi, baik terhadap berbagai kecenderungan negatif atas jalinan relasi inter personal yang memang inheren dalam perkembangan teknologi informasi,

maupun terhadap kepentingan dan ideologi yang secara strategis memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk membangun dan mengembangkan struktur hegemonis yang menguntungkan mereka. Optimisme kultural kemudian sangat terkait dengan semangat perlawanan terhadap struktur yang dominatif, atau secara positif meski merupakan sebuah upaya demokratisasi. Dalam konteks “pertempuran” antara yang “lokal” dan yang “global”, semuanya sesungguhnya “lokal”. Hanya saja beberapa model hidup terangkat (atau diangkat) menjadi tren global, baik oleh *steering media* ekonomi, politik, maupun budaya. Atas dasar ini sesungguhnya masih ada harapan bagi lokalitas untuk mengimbangi arus “lokal” lain yang sudah mengglobal. Kita sudah sering mendengar istilah “glokal”, yang bermakna “berpikirlah global, bertindaklah lokal”. Ideologi itu mungkin perlu dibalik menjadi: “berpikirlah lokal, bertindaklah global”! Dan itulah sesungguhnya yang dilakukan oleh para pencipta tren global: IMF, Amerika, dan John Lennon. Dan itu yang dilakukan Malaysia dengan batik dan jamu kita!

Fokus Habermas pada demokratisasi terkait dengan perhatian pada partisipasi politik sebagai inti dari masyarakat demokratis dan sebagai unsur esensial dari pembangunan diri individual. Tulisan Habermas *The Structural Transformation of Public Sphere* dipublikasikan tahun 1962. Ruang publik sipil yang aktif dan partisipatoris pada era herois demokrasi liberal yang digagaskannya secara menyolok berbeda dengan bentuk ruang publik dalam masyarakat industrial birokratis, yang ruang publiknya dikontrol oleh media dan para elit. Menyimpulkan dari perkembangan yang terjadi di Inggris, Perancis, dan Jerman pada akhir abad ke-18 dan abad ke-19, Habermas menggambarkan sebuah model “ruang publik borjuis/sipil” dan kemudian menganalisis proses degenerasinya dalam abad ke-20 (Kellner, 2000: 3).

Tetapi idealisasi Habermas tentang ruang publik sipil yang lebih awal sebagai ruang diskusi dan konsensus rasional telah secara tajam dikritisi. Banyak yang meragukan bahwa politik demokratis dapat dipenuhi oleh norma-norma rasionalitas atau oleh opini publik yang dibentuk oleh debat dan konsensus rasional sebagaimana dikonsepsikan oleh Habermas. Politik sepanjang era modern telah menjadi subjek permainan kepentingan-kepentingan dan kekuasaan. Mungkin hanya sedikit masyarakat sipil di Barat

yang telah membangun ruang publik dalam pengertian Habermas, dan walau sementara tetap berharga untuk merealisasikan kesepakatan tentang nilai-nilai demokratis dan kesetaraan, akan tetapi merupakan sebuah kesalahan untuk sangat mengidealisasikan dan menguniversalisasikan ruang publik tertentu sebagaimana digagaskan oleh Habermas. Lebih jauh, sementara konsep ruang publik dan demokrasi mengasumsikan suatu penghargaan liberal dan populis atas keanekaragaman, dalam aktualitanya ruang publik sipil telah didominasi oleh kulit putih laki-laki. Terdapat ironi bahwa Habermas tidak hanya mengabaikan ruang-ruang publik perempuan, namun menandai surutnya ruang publik tepat pada saat ketika wanita mendapatkan kekuasaan politik dan menjadi aktor (Kellner, 2000: 7). Terlepas dari kelemahan yang ada, optimisme untuk membawa media komunikasi dan ruang publik sebagai medan tempur untuk melawan kepentingan hegemonis dengan semangat emansipatoris, sungguh merupakan pelita penerang yang memberi harapan, di tengah dunia yang tunggang-langgang dan carut marut, di tengah kemuraman akibat runtuhnya bangunan legitimasi makna manusia modern. Harapan yang sungguh merupakan harapan, karena tanpa harapan tersebut, kemanusiaan akan sirna.

E. Daftar Pustaka

- Barbero, J. Martin., 1993, **Communication, Culture, and Hegemony. From the media to Mediations**, London, Sage.
- Elliot, Philip, 1986, "Intellectuals, the 'information society' and the disappearance of the public sphere" dalam: Collins, Richard, et all, ed., 1986, **Media, Culture, and Society. A critical reader**, London, Sage.
- Habermas, Jürgen, 1979, **Communication and Evolution of Society** (asli: 1976, "Sprachpragmatik und Philosophie", dan "Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus", transl by Thomas McCarthy), Beacon Press, Boston.
- _____, 1989, **The Structural Transformation of the Public Sphere, An inquiry into a category of Bourgeois Society** (Asli: 1962, "Strukturwandel der

Offentlichkeit”, trnsl. by Thomas Burger with the assistance of Frederick Lawrence), Polity Press, Cambridge.

_____, 1998/1996, **Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy** (asli: 1992, “Faftizität und Geltung: Beitrage Zur Diskurstheorie Des Rechts und Des Demokratischen Rechtsstaats”, transl and introduction by William Regh), Cambridge, MIT Press.

_____, 2001, **The Postnational Constellation, Political essays** (asli: 1998: “Die postnationale Konstellation: Politische Essays”, translated, edited, with introduction by Max Pensky), Cambridge, Polity Press.

Kellner, Douglass, 2000, **Habermas, the Public Sphere, and Democracy: A Critical Intervention**, <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner.html> (download: 9 Januari 2003)

Laclau, Ernesto, & Mouffe, Chantal, 1999/1985, **Hegemony and Socialist Startegy, Towards a radical democratics politics**, London, Verso.

Miller, Katherine, 2002, **Communications Theories: Perspectives, Processes, and Contexts**, Boston, McGraw Hill.

Morris, Martin, 2001, “Deliberation and Decontruction: Two Views on the Space of a Post-National Democracy”, dalam: **Canadian Journal of Political Science, XXXIV: 4 (December 2001)**, Canadian Political Science Asociation, pp.763-790

Ritzer, George, 2003, **Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots**, New York, The MacGeaw-Hill Companies.

Rorty, Richard, 1999, **Philosophy and Social Hope**, London, Penguin Books.

Woodward, Kath, 2003, **Social Sciences: The Big Issues**, London, Routledge.

-----, 1998, **Time Special Issue: The New Age of Discovery, A Celebration of mankind's exploration of the unknown**, Hongkong, Time Asia.