

GLOBALISASI DAN IMPERIALISME BUDAYA DI INDONESIA

DEDY DJAMALUDDIN MALIK

Email: dedy_malik@yahoo.com

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (Stikom), Bandung

ABSTRACT

This article depicts globalization and its influences according to each scholarly worldview. There is close relationship between globalization and communication. Globalization then bring about media or cultural imperialism. The concept of media imperialism came from many schools of thought: (free flow of information gap, dependency, world system, and electronic colonialism) as a response and criticism to Western media domination and its culture. But there are many critics on its assumptions and validities that are mentioned here. Eventhough there are some weaknesses on its asumptions and its research methodologies, media or cultural imperialism has been still important to be studied by international communication researchers. Finally, the writer discusses the effects and influences of media imperialism in Indonesia. In the Old Order rezim cultural imperialism existed but was not prominent; in New Order rezim, cultural imperialism was dominant and in Reformation rezim, its significantly dominant. Fortunately, there are consciousness in political elites to bring back political identity of nation by strenghtening nationalism and Trisakti doctrine in facing cultural imperialism. The writer hopes that this article will inspire many scholars to conduct research on this subject in the near future.

Keyword: globalization, cultural imperialism, political identity, Trisakti doctrine

ABSTRAK

Artikel ini ini menggambarkan globalisasi dengan cara pandangnya masing-masing. Globalisasi berkaitan erat dengan komunikasi dan komunikasi global melahirkan imperialisme budaya atau imperialisme media. Kedua konsep itu datang dari banyak mazhab pemikiran (arus informasi bebas yang senjang, dependensi, sistem dunia, dan kolonialisme elektronik) sebagai respons dan kritik terhadap dominasi budaya dan media Barat. Dengan memakai metoda kepustakaan, digambarkan sejarah, pengertian dan asumsi-asumsi sekaligus kritikan terhadap konsep imperialisme budaya. Berikutnya, penulis menggambarkan pengaruh imperialisme budaya di Indonesia. Pada era Orla, imperialisme budaya ada namun terkendali akibat politik kebudayaan rezim Soekarno yang “menasionalisasi budaya”. Sementara pada era rezim Soeharto, imperialisme budaya lebih menonjol karena politik kebudayaan pintu terbuka (*open sky policy*) dan pada era reformasi, imperialisme budaya semakin nampak signifikan akibat liberalisasi semua bidang kehidupan, termasuk politik. Dan wajah imperialisme budaya semakin beragam tidak hanya datang dari Barat, melainkan juga dari non-Barat, termasuk Asia. Makin menguatnya imperialisme budaya dewasa ini, telah menimbulkan kesadaran kaum elit sehingga dalam Pilpres 2014 gagasan nasionalisme, kemandirian dan doktrin Trisakti menjadi materi kampanye politik para capres dan cawapres.

Konsep kunci: globalisasi, imperialisme budaya, doktrin Trisakti

PENDAHULUAN

“*Globalization*” dipandang Tomlinson (1999:2), sebagai: “*complex connectivity referring to the rapidly developing and ever more complex network of interconnections and interdependencies that characterize modern social life*”. Interkoneksi dan interdependensi yang demikian cepat dalam globalisasi terjadi akibat perkembangan teknologi informasi yang dewasa ini semakin konvergen. Karena globalisasi merupakan bagian dari *concern* semua negara, maka banyak peneliti tertarik dengannya.

Para analisis globalisasi menurut Held and McGrew (1999) terbagi ke dalam tiga mazhab pemikiran (*school of thought*): *hyperglobalist*, *skeptics* dan *transformationalist*. *Pertama*, kelompok yang melihat globalisasi sebagai ancaman bagi satu negara karena ia akan mengurangi kekuasaan negara dan digantikan kemudian oleh datangnya pasar global. Mazhab ini melihat faktor ekonomi sebagai determinan globalisasi yang akan mendenasionalisasi ekonomi satu negara dan akan menyebabkan hilangnya kedaulatan negara. *Kedua*, mazhab *skeptic* menyatakan bahwa globalisasi adalah sebuah mitos seberapa yang dimaksud dengan globalisasi dalam perspektif ekonomi sebagaimana dinyatakan kaum *hyperglobalist* bukanlah fakta yang universal. Interdependensi ekonomi hanyalah terbatas pada OECD.

Ketiga, mazhab transformasionalis yang menganggap globalisasi punya konsekuensi struktural dan merupakan kekuatan pendorong perubahan masyarakat lewat pengaruh ekonomi, politik dan sosial dengan jalan proses dialektis. Jadi globalisasi bukan sekedar

homogeni atau heterogen, konvergen atau divergen melainkan sebuah proses dialektis yang menimbulkan baik integrasi atau fragmentasi sekaligus. Dalam konteks mazhab inilah kemudian, komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembicaraan globalisasi. Bahkan McLuhan melihat globalisasi dan komunikasi sebagai konsep yang *deeply intertwined*, ketika ia menyetengahkan “*medium is the message*” dan “*global village*”. Menurut Rentenan, (2005:4) “Secara praktis tidak mungkin ada globalisasi tanpa media dan komunikasi”.

Dengan menunjukkan eratnya kaitan komunikasi dengan globalisasi, maka Rentenan mendefinisikan globalisasi sebagai : “*process in which worldwide economic, political, cultural And social relations have become increasingly mediated across time and space*”(p.8). Peranan media dan komunikasi dalam proses globalisasi menjadi sangat strategis dan penting. *Pertama*, berbagai perusahaan media mogul dewasa ini semakin beroperasi secara global. *Kedua*, banyak infrastruktur komunikasi global memfasilitasi arus informasi global. *Ketiga*, media global berperan penting dalam memandang berbagai peristiwa lintas dunia untuk membangun sistem makna bersama.

Tulisan ini ingin menggambarkan: (1) bagaimana imperialisme media memandang globalisasi dan relasi antarnegara dalam konteks posisi dan peran media; (2) dapatkah konsep imperialisme media menggambarkan dan membuktikan dampak media secara utuh dan menyeluruh atas terbentuknya homogenisasi budaya di negara-negara berkembang, sehingga penjajahan budaya dari Barat nyata terbukti; dan (3) bagaimana reaksi dan kritik yang selama ini berkembang dari para

peneliti komunikasi terhadap konsep imperialisme media?; dan (4) adakah imperialisme media di Indonesia?.

Tulisan ini akan diawali dengan mendeskripsikan konsep imperialisme budaya dan imperialisme media serta pengaruh tradisi intelektual di belakangnya. Kedua, akan menunjukkan berbagai teori yang melandasi munculnya konsep imperialisme media. Ketiga, menyajikan kritikan terhadap konsep imperialisme media. Dan keempat, mendiskusikan ada tidaknya imperialisme media di Indonesia. Analisis didasarkan atas studi literatur (*library research*) dan analisis kritis terhadap gejala media dan budaya imperialisme yang berkembang di Indonesia. Penggunaan konsep imperialisme media atau imperialisme budaya disini tidak dimaksudkan sebagai dua konsep yang terpisahkan (*mutually exclusive*), tetapi mengandung satu pengertian ibarat dua sisi dalam satu mata uang logam.

KERANGKA PEMIKIRAN

Sejarah Imperialisme Media

Sehabis Perang Dunia II, terjadi Perang Dingin (*Cold War*) antara Blok Barat yang dipimpin Amerika dengan Blok Timur yang dipimpin Uni Soviet. Perang ini berlangsung dari 1945 hingga 1989 saat tembok Berlin runtuh. Amerika mewakili ideologi kapitalis dan Soviet mewakili ideologi sosialis. Dalam konteks pergulatan komunikasi internasional, Amerika memperjuangkan *laissez-faire* dan *free flow of information* sebagai bagian dari *freedom of the press*. Belakangan Unesco juga menuntut *free flow across border to lead better world* yang didukung para peneliti program riset komunikasi internasional (KI) yang tergabung dalam MIT Center for International Studies. MIT ini lalu membentuk Program Riset dalam

Komunikasi Internasional yang dipimpin Lasswell, Ithiel de Sola Pool, Karl Dutsch, Daniel Lerner, Schramm, dan Lucian Pye. Riset mereka didanai Ford Foundation.

Keterlibatan Amerika dalam PD II dengan Soviet, membuat para peneliti terperangkap dalam bias Barat karena strategi KI dirancang agar pro-Barat dan anti-komunis. Paradigma KI yang menjual doktrin *free flow* dan *the ideal to lead better world* kemudian dilegitimasi oleh metoda riset komunikasi yang berpusat pada efek empiris media yang diprakarsai Lasswell, Lazarsfeld dan Hovland. Lahirnya paradigma pembangunan modernisasi yang di dalamnya menempatkan media sebagai *magic multiplier effects* pembangunan, telah dijadikan sarana untuk mencapai cita-cita perubahan masyarakat dari tradisional menuju modern.

Namun sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, agensi-agensi kantor berita Barat seperti *Reuters* atau *French Press Agency* dan *Associated Press* (AP) telah mengonstruksi realitas dunia menurut persepsi Barat. Kala itu, Barat lebih banyak memberitakan berbagai peristiwa negatif negara-negara Dunia Ketiga seperti Amerika Latin, Afrika dan Asia. Mereka digambarkan sebagai negara yang penuh bencana, kudeta, revolusi dan berita-berita negatif lainnya. Di tengah kondisi demikian, datang tawaran pinjaman utang luar negeri, alih teknologi dan resep budaya agar negara-negara Dunia Ketiga mengikuti jalan modernisasi Barat dan sebagian negara Amerika Latin, Afrika dan Asia pun mengikuti jalan tersebut.

Di tengah hiruk-pikuk modernisasi, pada 1960-an diam-diam muncul para sarjana komunikasi Eropa yang tergabung dalam *International Association Communication Research* (IAMCR).

Kelompok ini berasal dari *Association for Education in Journalism and Mass Communication* (AEJMC) yang memiliki tradisi riset kritis. Dengan bantuan Unesco, mereka membentuk *Education and Research in International Communication*. Dalam riset-riset mereka, ditemukan betapa program-program berita dan hiburan Barat mendominasi media Amerika Latin, Afrika dan Asia. Karena itu, mereka melihat adanya imperialisme baru yang dilakukan bukan secara *hard power* yakni penggunaan kekuatan militer untuk menguasai satu negara, melainkan melalui *soft power* (diplomasi) yang disebutnya sebagai imperialisme budaya dan media.

Wacana imperialisme media, semakin menggema pada 1970-an terutama di Amerika Latin lewat para pemikir seperti Antonio Pasquali (1963), Luis Ramiro Beltran (1976), Mario Kaplun (1973), F. Rayyes Matta (1977). Sementara dari Inggris, muncul mazhab Frankfurt yang membawa tradisi kritis terhadap ilmu sosial, termasuk bidang komunikasi. Munculnya Andre Gunnar Frank yang mengecam modernisasi lewat paradigma dependensi telah memperkaya analisis media terhadap dinamika global komunikasi.

Philip Elliot dan Peter Golding lewat *Center of Mass Communication Research* pada Universitas Leicester, Inggris mempublikasikan sebuah studi yang menggambarkan dominasi Barat atas arus pemberitaan internasional, khususnya antara Inggris dengan negara-negara Afrika (Martin dan Heibert, 1990:288). Sarjana Inggris yang lain Oliver Boyd Barret (1977), telah memperkenalkan konsep "imperialisme media" dan dianggap sebagai pemuka teori ini. Tampaknya tokoh yang paling menonjol adalah Herbert Schiller yang menulis *Mass Communication and American Empire*

(1969) dan *Communication and Cultural Domination* (1976). Tokoh-tokoh lain yang menyumbang penting adalah Armand Mattelart, Cess J. Hamelink, McChasney, Nordenstreng, Noam Chomsky, dan banyak lagi.

Dalam konteks tradisi keilmuan, teori komunikasi massa Amerika mewakili mazhab dominan positivisme. Paradigma ini mengacu pada empirisme kuantitatif dan administratif dengan dukungan riset psikologi-sosial, sosiologi struktur-fungsional yang percaya akan keteraturan (*order*) dan konsensus. Sementara itu, dari sudut riset komunikasi, positivisme dipengaruhi oleh persuasi dan propaganda dan determinisme teknologi informasi yang menempatkan komunikasi massa sebagai agen perubahan sosial. Sedangkan imperialisme media datang dengan sebuah tradisi riset baru yakni paradigma kritis yang banyak dipengaruhi ilmuwan Eropa. Tradisi ini dipengaruhi neo-Marxis yang memandang realitas sosial dalam poros konflik dan pengaruh teori ekonomi-politik serta masyarakat massa yang memandang media sebagai alat kekuasaan kelompok hegemonik dan dominan di masyarakat sehingga media menimbulkan kesadaran palsu (*false-consciousness*) terhadap masyarakat (McQuail, 2005:96-133).

Pengertian Imperialisme Media

Menurut Livingston A. White, imperialisme budaya punya ragam istilah yang banyak. Boyd-Barret (1977) menyebutnya "imperialisme media", Link 1984 dan Muhammadi, (1995) menyebutnya, "dominasi dan dependensi budaya", McPhail (1987) menyebutnya, "kolonialisme elektronik", Hamelink (1983) menyebutnya, "sinkronisasi budaya", Galtung (1979) menyebutnya, "imperialisme struktural", Mattelart

(1994) menyebutnya, “imperialisme ideologis” dan imperialisme ekonomi. Namun istilah yang paling populer dipakai adalah “imperialisme budaya” atau “imperialisme media”. Asumsinya, lanjut A. White, karena media menempati posisi sentral dalam penciptaan budaya. Karena itu, dua istilah ini sering saling bertukar (*interchangeable*), ibarat dua anak kembar.

“Imperialisme budaya”, kata Salwen (1991:30) adalah istilah yang bermuatan ideologis yang sering berkaitan dengan penggambaran efek atau pengaruh media massa Barat terhadap khalayak luar negeri. Para peneliti imperialism budaya (IM) sepakat sebagaimana digambarkan Berltran, (1978b:184) bahwa : *“cultural imperialism is a verifiable process of social influence by which a nation imposes on other countries its set of beliefs, values, knowledge, and behavioral norms as well as its overall style of life”*. Sementara Schiller (1979) mendefinisikan imperialisme budaya:...*“Sum of the processes by which a society is brought into the modern world system and how its dominating stratum is attracted, pressured, forced, and sometimes bribed into shaping social institution to correspond to, or even promote, the value and structures of the dominating center of the system”*.

Cess Hamelink (1983:2-3) secara deskriptif menggambarkan hilangnya identitas lokal berupa adat-istiadat, pakaian, musik, cita rasa dan gaya hidup setempat yang digantikan oleh semua yang serba Amerika akibat serbuan media mereka. Konsep lain dari imperialisme budaya adalah, apa yang disebut imperialisme media (*media imperialism*). Menurut Boyd-Barrett, *“media imperialism refers to the process whereby, the ownership, structure, distribution or content of the*

media in any one country are, single or together, subject to substantial external pressures from the media interests of any other country or countries, without proportionate reciprocation of influences by the country so effected”. Dalam konteks bingkai imperialisme media, media sering diidentikkan sebagai *“ideological state apparatuses”* yang membawa kepentingan negara maju, khususnya Amerika.

Dengan merujuk pada definisi imperialisme budaya dan media sebagaimana dikemukakan di atas, dapatlah tergambarkan, bagaimana globalisasi dipahami oleh kelompok ini. Bagi mereka, globalisasi ditafsirkan, sebagaimana yang didefinisikan Anthony Giddens yakni: *“Globalization as the spread of modernity, which he defines as the extension of the nation-state system, the world capitalist economy, the world military order and the international division of labor”* (Giddens dalam Thussu, 2006:63). Dari perspektif teori globalisasi, kaum imperialis media, dapat dimasukkan ke dalam kubu *hyperglobalist* yang memandang globalisasi sebagai ancaman ekonomi global dan militer dari negara-negara maju terhadap negara-negara berkembang dan belum berkembang (Tomlinson dalam Muhammadi, 1997:74).

Menurut Barret, teori imperialisme budaya terbagi ke dalam dua model. Pertama, model Schiller yang lebih ideologis dan yang kedua adalah model yang generik atau bersifat umum. Masing-masing kelompok ini membangun tradisi program riset dengan jalan yang berbeda. Model pertama dibangun oleh kelompok pendekatan ekonomi-politik yang didasarkan pada tradisi neo-Marxis. Paradigma dependensia

misalnya, banyak mewarnai pendekatan awal program riset imperialisme budaya. Sedangkan kelompok yang kedua, datang dari para ilmuwan mazhab behavioristik yang menyodorkan program riset komunikasi dengan penekanan pada efek media, studi analisis isi dan studi arus berita.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini akan diawali dengan mendeskripsikan konsep imperialisme budaya dan imperialisme media serta pengaruh tradisi intelektual di belakangnya. Kedua, akan menunjukkan berbagai teori yang melandasi munculnya konsep imperialisme media. Ketiga, menyajikan kritikan terhadap konsep imperialisme media. Dan keempat, mendiskusikan ada tidaknya imperialisme media di Indonesia.

Pendekatan metodologis yang dipakai dalam kajian ini, menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan metoda pengumpulan data didasarkan atas studi literatur (*library research*) atau analisis dokumen dan analisis kritis terhadap gejala media dan budaya imperialisme yang berkembang di Indonesia. Riset kepustakaan atau analisis dokumen adalah sebuah cara untuk menggali data dari sumber yang berbentuk buku, jurnal, majalah, surat kabar, undang-undang, website dan data tertulis lainnya yang relevan dengan topik bahasan.

Penggunaan konsep imperialisme media atau imperialisme budaya disini tidak dimaksudkan sebagai dua konsep yang terpilah tegas (*mutually exclusive*), tetapi mengandung satu pengertian ibarat dua sisi dalam satu mata uang logam. Namun, apabila harus dikonstruksi melalui polarisasi mazhab pemikiran (*school of thought*), penulis condong memilih konsep imperialisme budaya (*cultural imperialism*), sebuah konsep yang yang

sering digunakan oleh mazhab neo-Marxist.

Dalam usaha menunjukkan hasil survei tentang ada tidaknya gejala imperialisme budaya di Indonesia, penulis menggunakan metoda kronologis yaitu dengan memetakan penggambaran gejala imperialisme budaya pada masa rezim Orde Lama, rezim Orde Baru dan rezim Orde Reformasi.

HASIL PENELITIAN

Teori dan Asumsi Imperialisme Media

Imperialisme media dikonstruksikan oleh empat teori: ketimpangan arus informasi (*flow of information gap*) dependensi, *world system theory* (WST), dan *electronic colonialism* (ECT). Dunia mengalami kesenjangan informasi antara negara Pusat (*core*) dengan negara Pinggiran (*periphery*). Kaum dependenista menganggap bahwa pembangunan telah melahirkan keterbelakangan negara-negara dunia ketiga. Sementara itu, teori sistem dunia melihat terjadinya eksploitasi dan hubungan asimetris antara “negara pusat” kepada “negara pinggiran” dan “semi pinggiran”. Kolonialisme elektronik memandang relasi sepihak yang dibentuk oleh importasi *hardware* dan *software* beserta unsur pendukungnya untuk mengubah masyarakat setempat.

Teori kolonialisme elektronik (*Electronic Colonialism Theory*) merupakan bagian dari teori makro (Phail, 2010:16) yang tradisi risetnya datang dari Innis, McLuhan, Mattelart, Ellul, Bagdikian, dan Barnett. Teori ECT ini kata Phail, menekankan pada: “*posits that foreign produced, created, or manufactured cultural products have the ability to influence, or possible displace, indigenous cultural productions, artifacts, and media to the detriment of receiving nations* (hal.320). Informasi dari luar menurut teori ini bisa menyebabkan

penolakan, perubahan, pengasingan terhadap kebiasaan otentik setempat, pesan-pesan domestik dan sejarah kulturalnya. Sementara kultur konsumerisme akan merajalela mendominasi realitas media karena makin berkuasanya perusahaan-perusahaan multinasional yang datang ke negara-negara berkembang.

Kedua, teori sistem dunia (WST) yang dikembangkan oleh Immanuel Wellernstein. Menurut teori ini, relasi negara-bangsa (*nation-state*) terbagi ke dalam tiga zona: *core*, *semi peripheral* dan *peripheral zone*. Diasumsikan bahwa relasi satu wilayah dengan wilayah lain menunjukkan ketidaksamaan dan ketidakmerataan dalam hubungan ekonomi. Wilayah pusat (*core zona*) mendominasi dan mengontrol dua wilayah lainnya yakni semi pinggiran dan pinggiran. Wilayah pusat berusaha mengontrol dan merumuskan sifat dan lingkup interaksinya dengan kedua wilayah semi pinggiran dan pinggiran. Wilayah pusat juga menyediakan teknologi peringkat keras, lunak, modal, pengetahuan, barang dan jasa kepada dua wilayah yang berfungsi sebagai pasar dan konsumen sekaligus.

Ketiga, teori dependensi. Program riset imperialisme budaya kaum dependenista menganggap bahwa realitas dunia terbagi kedalam dua kategori: Negara maju (*core*) dan Negara pinggiran (*periphery*). Negara-negara pinggiran sangat bergantung pada media yang dimiliki Negara maju. Dalam konteks ini imperialisme budaya dilihat sebagai alat Negara maju untuk memelihara dominasi setelah mereka meninggalkan penjajahannya dalam bentuk penguasaan militer. Pandangan ekonomi-politik kaum dipendenista melihat imperialisme budaya sebagai produk ekonomi-politik kaum imperialis.

Keempat, ketidakseimbangan informasi (*imbalance flow of information*). Hampir 80% informasi dunia dikuasai oleh Utara. Sedangkan Selatan hanya menguasai kurang lebih 20% informasi. Studi Tapio Varis pada 1980-an tentang arus pesan televisi dunia yang didukung Unesco menyimpulkan seriusnya pertukaran informasi yang tidak seimbang antara Utara dan Selatan. "*Most countries*", kata Varis, "*are passive recipients of information disseminated by a view other countries*" (Roach,1997:47). Hal ini terjadi karena teknologi informasi dan komunikasi - *hard-ware* maupun *software*- konglomerasi media, dan kekuatan ekonomi dan politik dikuasai negara-negara Utara. "Dominasi Barat", kata Stevenson, "mencakup seluruh aspek komunikasi global, berita, budaya pop, bahasa Inggris sebagai bahasa global, dan teknologi komunikasi" (Stevenson dalam Salwen and Stacks, 1996:188). Kegiatan negara-negara *superpower* kala itu dalam melakukan propaganda, melibatkan organisasi-organisasi intelegens-nya seperti CIA, KGB, Mossad, MI-5, dan RAW, telah menimbulkan dominasi komunikasi dan informasi negara-negara maju terhadap negara-negara berkembang.

Para sarjana Amerika Latin misalnya, memakai kacamata teori dependensia untuk mengkaji perusahaan media massa yang berkembang di negeri itu pada 1970 dan 1980-an. Empat dari lima perusahaan jaringan televisi swasta besar yang ada Amerika Latin (seperti Globo TV di Brasil dan Televisa di Mexico), ternyata tidak menunjukkan watak kepemilikan sebagaimana yang lazim ada di Negara Ketiga (*Third World*). Menurut kaum dependista, media dan rakyat Amerika Latin terus bergantung pada negara-negara maju, terkait dengan berita dan

kebutuhan kulturalnya. Herbert Schiller (1969) dalam *Mass Communication and American Empire* mampu menunjukkan keterlibatan pemerintahan Amerika dan perusahaan-perusahaan bisnisnya yang mencengkram sistem media Dunia Ketiga. Dorfman dan Matterlart (1975) dalam *How to Read Donald Duck*, misalnya, mampu melacak jejak-jejak ideologis kaum imperialis dalam komik Walt Disney yang didistribusikan secara luas ke Amerika Latin.

Dari berbagai studi yang dilakukan kaum imperialis media, paradigma dominan Barat mengenai komunikasi dan teknologi informasi, menurut Gudykunst dan Mody (2002:9), dikritik tajam sebagai berikut:

1. Teknologi komunikasi dan informasi yang disebarluaskan Barat, dianggap sebagai nilai yang mengandung muatan paternalistik dan etnosentris Barat.
2. Metodologi riset komunikasi internasional Barat yang berpusat pada efek media telah mengabaikan konteks ideologi, ekonomi, politik, dan budaya negara-negara Dunia Ketiga.
3. Model Lasswell yang mengacu pada: *who, say what, in which channel and with what effect* harus digantikan dengan pertanyaan riset yang baru: *“who owns and controls the distribution of communication and for what purpose and intents?”*
4. Media merupakan bagian integral dari *“ideological state apparatuses”* yakni bagian dari alat negara yang menanamkan nilai-nilai ideologis kepada publik.

Dari sebagian besar teori dan riset imperialisme media, terdapat beberapa asumsi pemikiran yang

melandasinya. *Pertama*, bahwa imperialisme media berasumsi bahwa dominasi dan hegemoni budaya dan media terjadi disebabkan karena faktor eksternal, seperti faktor ekonomi dan politik yang mempengaruhi operasi media. Sementara itu, paradigma modernisasi melihat keterbelakangan masyarakat terjadi karena “cacat mental” yang dialami oleh masyarakat yang belum maju. *Kedua*, studi dan riset media menekankan pada efek media dengan menggunakan teori *hypodermic needle* (teori jarum hipodermik) yang mengandaikan bahwa media memiliki pengaruh langsung terhadap khalayaknya. *Ketiga*, relasi antarnegara dalam komunikasi internasional dan globalisasi telah melahirkan homogenisasi budaya dan media di negara-negara berkembang. *Keempat*, khalayak dianggap sebagai entitas yang pasif dalam menerima informasi dan komunikasi dari luar. *Kelima*, teori-teori imperialis media pada umumnya menggunakan teori-teori makro komunikasi yang menekankan pada arus informasi satu arah (*one way flow of information*) atau *“top down transmission system from dominant country to dominated country”*. *Keenam*, imperialisme budaya percaya bahwa media memainkan peran penting dalam pembentukan kebudayaan.

Dari perspektif paradigmatik, teori kritis imperialisme budaya atau dependensi dapat dibedakan dari teori *free flow* dan *free market* yang berparadigma positivisme-modernisasi. Menurut Daniel Biltereyst, kedua mazhab ini menunjukkan perbedaan signifikan dalam memandang realitas dunia komunikasi. *Pertama*, paradigma dependensi berada pada posisi paradigma kritis, penganut kaum kiri-progresif dan bermazhab imperialisme budaya. Sedangkan paradigma *free*

market menganut paradigma administratif, berposisi sebagai kaum konservatif dan penganut mazhab *free flow of information*. Kedua, kaum dependensi melihat dominasi Amerika sebagai wujud konspirasi hukum pasar kapitalis yang tertanam dalam nilai-nilai, norma dan ideologi kapitalis Amerika dengan nilai yang sudah distandarisasi.

Sedangkan pada *free market*, merujuk pada hukum *free market* yang percaya pada seleksi alamiah yang bebas di ruang publik dan memandang budaya sebagai nilai universal yang bisa diterima siapapun. Ketiga, pada dependensi konsep khalayak dilihat sebagai entitas yang pasif dan dianggap sebagai komoditas. Sedangkan pada *free market*, khalayak dipandang sebagai entitas yang terbuka dan menunjukkan kebutuhan dan permintaan yang kooperatif. Keempat, dari sudut pengaruh budaya, kaum dependensi melihat pengaruh media Barat menimbulkan ketergantungan bangsa-bangsa bukan-Barat, menciptakan homogenisasi dan sinkronisasi budaya serta menciptakan kesadaran dan kebutuhan palsu (*false needs and consciousness*). Dan bisa ditambahkan disini sebagai faktor kelima bahwa teori dependensi menggunakan teori-teori makro. Sedangkan *free market* menggunakan teori-teori mikro.

PEMBAHASAN

Kritik terhadap Teori Imperialisme Media

Menurut para penganut imperialisme media, Sriberny-Muhammadi (2001) misalnya, imperialisme media mengandung problematik baik secara teoretis maupun secara empiris. Media, tambahnya, bukanlah faktor tunggal dan menentukan yang mempengaruhi khalayak. Terdapat determinan-

determinan lain yang juga mempengaruhi khalayak seperti faktor industri (fesyen, turisme, arsitek dll) dan warisan pendidikan kolonial. Lagi pula, kata yang lain, konsep imperialisme media kurang memiliki ketepatan definisi yang jelas. Hampir semua pengagas teori ini, memiliki definisi yang sangat beragam.

Sui Nam Lee (1988) misalnya, mengeritik konsep ini sebagai istilah yang tidak spesifik. Namun, ketika ia menawarkan imperialisme media digantikan dengan istilah "imperialisme komunikasi", juga menimbulkan perdebatan. Selain itu, data ekonomi dari imperialisme media mungkin dapat diukur lewat statistik, tapi mengukur data budaya, lebih sulit untuk diukur. Di sini kata Golding dan Harris (1997:5) media imperialisme telah mencampuradukkan efek ekonomi dan budaya secara *arbitrer* (semena-mena).

Kritikus lain menyatakan bahwa konseptualisasi tentang polarisasi kekuatan dunia ke dalam tiga kategori: *first world*, *second world*, dan *third world*, dewasa ini sudah tidak relevan lagi mengingat jatuhnya benteng Jerman Timur sebagai babak baru dalam sejarah dunia yang ditandai dengan makin banyak dan kompleksnya realitas komunikasi internasional dewasa ini. "US is not the only dominant player in term of media production", kata Thussu (2007: 11-28). Dalam *Media on the Move*, Thussu menunjukkan gejala industri baru di sebelah Selatan yang mulai melakukan *counter-culture* terhadap produksi Hollywood. Tumbuhnya industri hiburan Bollywood, telenovela di Amerika Latin, Cina, Korea dan sejumlah negara Timur Tengah seperti Iran, Mesir dan Turki yang selalu mendapat perhatian di festival perfilman dunia. Karena itu, ia kemudian membagi arus informasi

dunia ke dalam tiga kategori: global, transnasional dan geo-cultural.

Imperialisme media pun mengabaikan peranan khalayak yang, menurut banyak penelitian, menunjukkan resistensi terhadap kepemilikan dan isi pesan dari berbagai media asing. Straubhaar (2000) misalnya, memperkenalkan konsep *cultural proximity* yang menunjukkan bahwa khalayak lebih memilih program siaran yang lebih dekat dengan ikatan budayanya daripada siaran budaya asing. Dalam keseharian kita misalnya, meskipun Indovision banyak menawarkan seperti stasiun berita CNN, al-Jazeera atau berbagai sumber hiburan lainnya, ternyata yang lebih banyak ditonton adalah berita-berita dan hiburan dari stasiun televisi nasional sendiri. Selain hambatan bahasa, faktor lainnya adalah karena alasan *cultural proximity* itu.

Dari temuan-temuan riset tentang khalayak yang menggunakan teori *reception* misalnya, menunjukkan bahwa pesan yang diterima khalayak ternyata menimbulkan pesan *polisemic* yakni pesan yang tidak tunggal tetapi beragam dan mengundang banyak tafsir dari tiap khalayak. Ternyata, menurut riset *reception*, khalayak itu bersifat aktif ketika mendapat pesan dari luar. Menurut Fiske dan de Certeau, khalayak dinilai sebagai “*active producers of meaning, not consumers of media meaning*”. Studi-studi kualitatif dan etnografik oleh Ien Ang dalam *Watching Dallas* (1985), Janice Radway (1987) tentang *Reading the Romance*, David Morley (1986) tentang *Family Television*, membuktikan bahwa khalayak punya persepsi yang berbeda-beda atas isi pesan yang diterimanya.

Kritik lainnya yang tertuju pada imperialisme media misalnya, selain karena peta politik dunia yang sudah berubah, penemuan teknologi

informasi pun sudah demikian drastis berubah. Munculnya media baru telah telah mengeliminasi struktur dan sebaran isi pesan asimetrik yang kemudian digantikan oleh pesan yang bersifat interaktif dan simetrik. Pola hubungan subyek-obyek sudah ditengarai oleh konsep yang disebut *Computer-mediated communication* (CMC) sehingga melahirkan pola hubungan yang intersubektivitas dalam ruang maya *network society* yang bersifat egaliter dan demokratis.

Efek kultural dari media global pun tidak lah dengan sederhana menimbulkan homogenisasi budaya, tetapi globalisasi budaya telah melahirkan *cultural hybridization* yakni saling bercampur, berfusi, berbaur dan saling menyatu antara satu kebudayaan dengan kebudayaan lainnya. Bahkan yang lain menyatakan bahwa efek globalisasi dalam kebudayaan telah melahirkan *glocalization* yakni hasil sintesis antara homogenisasi budaya dengan heterogenisasi budaya, sehingga menimbulkan jalan tengah glocalisasi. Sementara menurut yang lain efek globalisasi dalam kebudayaan telah melahirkan heterogenisasi budaya sehingga realitas masyarakat semakin plural. Kasus jilbab kaum muslimat di berbagai negara Eropa misalnya, bukannya “jiwa Eropa” menghilangkan identitas khas mereka, justru sebaliknya yang terlihat adalah menguatkan penegakan dan perluasan hak-hak mereka di tengah dominasi masyarakat yang menafikannya.

Selain itu, teori imperialisme media tidak bisa diterapkan dalam semua situasi, terutama terhadap situasi kekinian yang telah menunjukkan berbagai pergeseran aktor negara (*state-actors*), *non-state actors*, konvergensi teknologi informasi dan komunikasi, ideologi dan sistem politik dunia yang semakin

terbuka, plural, dan saling mempengaruhi satu sama lain. Dari sudut worldviews teori, temuan riset empiris dan peta dunia, relevan untuk mengkonstruksi relasi negara dalam dinamika komunikasi internasional pada 1970-an. Belakangan, setelah banyak kritik dan tanggapan serta riset baru, pandangan dunia (*worldviews*) imperialisme media perlu mendapat berbagai revisi.

Hal lain yang juga membuat bias teori imperialisme media, memakai pendekatan ekonomi-politik dengan menganalisis hubungan media dengan kebijakan luar negeri Amerika. Imperialisme media juga kurang memperhatikan elit nasional di negara berkembang yang didukung elit dominan dalam komunikasi internasional untuk memelihara dan menjaga struktur ekonomi-politik elit nasional atau lokal sendiri. Konsentrasinya pada dampak bisnis transnasional dan peran kekuatan eksternal terhadap perkembangan ekonomi dan sosial, namun imperialisme media mengabaikan kelas di tingkat nasional dan lokal, gender, etnik dan relasi kekuasaan antarpara aktor (Thussu, 2007:52).

Imperialisme Budaya di Indonesia

Adakah imperialisme budaya di Indonesia? Jawabannya, secara hipotetis ada. Masalahnya seberapa jauh derajat kualitas dan kuantitasnya, membutuhkan satu riset. Faktor waktu, faktor politik kebudayaan yang dianut rezim, dan dinamika masyarakat, merupakan beberapa variabel yang penting diperhatikan. Bila mengacu pada kurun waktu zaman Orde Lama misalnya, gejala imperialisme budaya Barat melalui budaya pop seperti musik rock and roll atau Beatless misalnya, cukup digemari publik. Demikian juga gejala pornografis dalam poster, iklan, dan ilustrasi

media, sudah cukup marak. Waktu itu, Perang Dingin antara Amerika dengan Uni Soviet demikian kuat sehingga Indonesia berada di antara dua pengaruh negara adikuasa tersebut. Namun politik kebudayaan era Soekarno pada saat itu lebih condong pada semangat anti-imperialisme. Karena itu, melalui ajaran Trisaksinya: (yakni daulat politik, daulat ekonomi dan daulat kebudayaan), rezim Orla melarang segala bentuk kebudayaan pop dari Barat.

Para personil Koes Ploes misalnya, yang terpengaruh Beatless dan Rock and Roll, sempat dipenjarakan. Para seniman Lekra yang “dekat” dengan PKI, dan pengaruh politiknya cukup besar pada waktu itu, “segera menjadi pelopor bagi gerakan budaya yang ikut dalam arus penentangan terhadap imperialisme kebudayaan”(Chisaan, 2008:58). Mereka demikian rajin mengeritik pemerintah agar lebih tegas menolak kebudayaan Nekolim. Zaman Demokrasi Terpimpin model Soekarno, ingin membangun politik kebudayaan dengan cara melakukan “nasionalisasi kebudayaan”(Kleden, 1987:233). Caranya, dengan menghidupkan kembali seni-seni tradisi rakyat yang tumbuh di kalangan komunitas dan etnis yang ada di Indonesia.

Berbeda dengan Orde Baru, rezim Soeharto menganut politik kebudayaan sebaliknya. Ia lebih terbuka bahkan sangat lunak dengan “imperialisme budaya” Barat. Soeharto melakukan politik kebudayaan dengan cara: “internationalization of culture”(Haryadi and Shodiq, 2014:331). Semua bentuk kebudayaan Barat: ilmu, teknologi dan budaya pop dibuka dengan massif. Strategi pembangunan ekonomi misalnya, sangat dipengaruhi oleh ekonomi model kapitalis. “Mafia Berkeley”

misalnya, adalah para perancang strategi pembangunan di era Soeharto yang “dekat” dengan mazhab ekonomi liberal Barat. Dalam komunitas keilmuan saat itu, hanya ISEI yang cukup menonjol karena para anggotanya banyak yang saat itu tengah menjadi birokrat. Sementara peran ilmu-ilmu sosial lain, kata Haditz dan Dhakidae (2005:2): “*were pressed to adhere to the developmental reference points provided, which mainly stressed growth, stability, and the non-disruption of the social order*”. Ilmu-ilmu sosial waktu itu diperankan sebagai bagian dari narasi besar paradigma positivisme yang mendasari gerak modernisasi di Indonesia, sehingga strategi pembangunan meniru (*copy paste*) model strategi pembangunan modernisasi Barat.

Keterikatan rezim Orba dengan Bank Dunia, IMF dan WTO adalah bagian dari ekonomi global yang sulit dihindari untuk tidak dikatakan sebagai bagian dari wujud imperialisme budaya Barat. Di berbagai universitas mulai dibuka jurusan studi pembangunan. Adanya mata kuliah “wiraswasta” misalnya di Fekon atau jurnalistik pembangunan di Fikom misalnya, adalah kasus-kasus yang menunjukkan jejak-jejak imperialisme budaya yang dibawa “ideologi” modernisasi, merembes dan “mensubversi” komunitas ilmuwan kita. Deregulasi, privatisasi, dan liberalisasi ekonomi model neoliberal, telah menumpulkan peran ilmu sosial di sudut “pinggiran”.

Demikian juga dengan kebudayaan pop Barat. Ketika rezim Orba meluncurkan Satelit Palapa sebagai bagian dari “open sky policy”, industri televisi demikian pesat berkembang. Di samping TVRI, muncul pula banyak stasiun TV Swasta yang menyuguhkan musik, iklan, film,

variety shows dan sinetron yang banyak berasal dari impor Barat. Pada 1990-an misalnya, ANTV bermitra dengan MTV yang memiliki jaringan dengan berbagai televisi dunia. Global TV bermitra dengan MTV yang porsi hiburannya lebih mengangkat kebudayaan pop Korea. SCTV bermitra dengan Entertainment and Sport Programme Network (ESPN). Sementara Indosiar bermitra dengan Home Box Office (HBO) yang banyak menayangkan film-film laga layar lebar. Dominasi iklan, sinetron, dan film-film asing di berbagai televisi nasional, demikian massif terutama sebelum terjadinya krisis ekonomi 1998. Namun gejalanya mulai berkurang setelah rezim Orba mengalami krisis ekonomi yang berakibat kemudian pada pergantian rezim berikutnya.

Dalam hal iklan misalnya, studi Ginting menyimpulkan bahwa : “Dari 20 yang diamati terdapat nilai-nilai budaya asing yang menonjol yaitu perubahan pola interaksi personal individu, seksualitas (*personal intimacy*), kecantikan (*beauty*), pola hidup konsumtif, dan tingginya penggunaan istilah asing pada iklan” (hal.2, tanpa tahun). Demikian juga dalam hal mode, media massa sangat menonjol dalam menyosialisasikan gaya hidup dan mode Barat. Hasil studi Yohana (2009:98) pada Majalah Gogirl misalnya, menunjukkan bahwa rubrik *fashen Hollitrend* banyak mengangkat produk Barat seperti: *harem, jumpsuit, vintage dress, bubbly skirt, legging, ripped jeans, vest* dan *bomber jacket*.

Yang menarik dicatat dalam kaitannya dengan politik kebudayaan pada rezim Orba, kebijakannya, bersifat “dual policy” (Hariyadi and Shodiq, 2014:332). Di satu pihak, membuka pintu lebar-lebar bagi kebudayaan Barat, namun di pihak

lain, melakukan “tekanan” terhadap kaum intelektual dan politisi atau kekuatan civil yang akan berpotensi mengganggu stabilitas nasional. Demokrasi politik yang dibangun bersifat “semu” dalam pengertian, meskipun media massa sebagai bagian dari “pilar keempat” demokrasi, namun fungsi pengawasannya (*watchdog function*), hampir tidak diberi ruang gerak yang leluasa. Demikian juga dengan partai politik. Meskipun terdapat tiga partai politik dengan Golkar sebagai “the rulling party”, dan PPP dengan PDI sebagai “oposisi”, setidak-tidaknya “bukan partai pemerintah”, namun kedua partai tersebut dapat “dikendalikan” rezim Orba. Demikian halnya dengan kekuatan “civil society”, kelompok Islam yang sering “mengganggu” pemerintah, kemudian diwadahi dalam ICMI, meskipun sebagaian elit Islam seperti Gus Dur misalnya, sempat mendirikan “forum demokrasi” sebagai upaya membangun proses demokratisasi dari bawah. Kala itu, semua gagasan ekonomi, budaya dan sosial diperbolehkan “bebas tanpa syarat”, kecuali liberalisasi dan demokrasi politik.

Dibandingkan dengan rezim Orla, gejala imperialisme budaya Barat pada masa Orba, tampak jauh lebih menonjol. Cara pandang neo-liberal dalam ekonomi yang dianut para elite atau, cara berpakaian dan penggunaan merk yang “branded” dari Barat, perilaku pejabat publik dan keluarganya yang sering berbelanja ke luar negeri, semakin tingginya anggota masyarakat mengonsumsi jenis makanan KFC, McDonald, AW dan minuman Cola Cola misalnya, sudah lumrah menjadi kebiasaan santapan masyarakat kita. Sementara itu di bidang industri film dan musik misalnya, hampir setiap hari televisi yang ada di Indonesia, menyuguhkan

banyak film kekerasan produk Amerika. Jaringan bioskop seperti Blitz dan XXI di tiap pusat kota misalnya, dikuasai oleh film impor Amerika. Artis-artis Hollywood sudah cukup dikenal masyarakat kita. Demikian pula dalam industri musik, lagu-lagu Barat sudah menjadi bagian dari “makanan” keseharian anak-anak dan remaja kita.

Era Reformasi, politik kebudayaan semakin terbuka lebar. Negara seakan mengalami “stateless” dalam kaitannya dengan gerak imperialisme budaya. Globalisasi yang semakin intensif dan mendatangkan perkembangan teknologi informasi yang bersifat interaktif, maka sumber pengetahuan tidak saja datang dari media konvensional, tetapi juga dari inkonvensional ketika masyarakat semakin gandrung memanfaatkan media sosial yang di era reformasi ini semakin massif. Dalam pada itu, rezim reformasi bukan saja akrab dan terbuka dengan imperialisme budaya Barat dan non-Barat, melainkan telah membuka “kotak pendora” bagi liberalisasi politik yang selama ini “disandra” rezim Orba sehingga melahirkan kembali sistem multipartai dan pemilihan langsung presiden, gubernur dan walikota-bupati. Di era multimedia sekarang, para pejabat publik dan politisi, ibarat selebriti yang main sinetron penuh “dramatik” di televisi dan media sosial yang kemudian menjadi bagian dari kebudayaan pop. Baju kota-kotak ala Jokowi misalnya, telah menjadi bagian dari kebudayaan pop masyarakat.

Pemanfaatan media sosial, bukan saja telah meningkatkan partisipasi politik warga dalam pilkada atau pilpres, melainkan juga hak untuk memilih produk kebudayaan pop yang datang dari tiap penjuru dunia. Kegandrungan remaja kota terhadap K-Pop yang membuat *boyband* dan

girlband asal Korea menjadi *trendsetter*, menurut hasil riset S2 komunikasi UI, itu akibat akses internet (Astuti, 2012:102). Demikian juga dengan kebudayaan pop dari Jepang, Perancis, Inggris, Spanyol, Timur Tengah seperti musik nasyid misalnya, dengan mudah diakses melalui internet. Jadi, media massa maupun media sosial dewasa ini telah menjadi sumber utama bagi akselerasi dan sosialisasi budaya pop dunia. Akibatnya, imperialisme budaya Barat dan non-Barat semakin deras merasuki kalangan masyarakat Indonesia.

Imperialisme budaya di era reformasi, tampak semakin menonjol dibandingkan era rezim Orba. Sebab kualitas dan intensitasnya, frekuensi dan bobotnya, semakin lebar, luas dan merasuk segala sendi-sendi kehidupan ekonomi, politik dan budaya. Imperialisme yang datang sekarang, bukan hanya dari Barat melainkan juga dari non-Barat. Sudah lama orang kita juga mengenal dan mengapresiasi film dan musik India, Cina, Jepang dan sekarang yang cukup digandrungi adalah musik Korea. Musik dan film dari Timur Tengah pun dewasa ini sudah mulai diapresiasi. Festival-festival film di Barat misalnya, banyak juga dimenangkan oleh Iran, termasuk Indonesia. Makanan Cina, Jepang termasuk makanan Timur Tengah seperti kebab dan nasi kebuli, bukanlah makanan asing lagi bagi warga Indonesia.

Hal yang menarik, akibat “desakan” imperialisme budaya yang datang dari segala arah, muncul juga gerakan *counter-culture* (perlawanan) budaya untuk menguatkan *indigeneous culture* (budaya asli) kita. Pemerintah daerah di sebagian kota dan propinsi, telah mewajibkan penggunaan bahasa daerah dan pakaian khas subkulturnya masing-masing. Busana batik pun sudah lama dijadikan pakaian nasional

kita, termasuk beberapa jenis musik seperti angklung dan tarian daerah yang dipakai untuk menyambut para tamu negara dan dijadikan “alat” diplomasi publik dalam pertemuan antarbudaya di mancanegara. Gejala busana muslimah yang tradisinya sudah mendunia dan semakin menjadi “trendi” sekarang, merupakan bagian dari *counter-culture* dari kaum muslimat dunia terhadap cara berbusana Barat.

Menonjolnya imperialisme budaya di semua sektor kehidupan dewasa ini, telah melahirkan kesadaran politik dari elite politik sehingga muncul wacana baru tentang pentingnya kedaulatan ekonomi, politik dan budaya sebagai materi utama kampanye politik pada kedua calon Capres dan Cawapres Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK saat Pilpres 2014 kemarin. Apalagi ketika pilpres dimenangkan pasangan Jokowi-JK, maka semangat menghadirkan kembali semangat Trisakti, akan menjadi basis legitimasi yang kokoh bagi perjalanan pemerintahan atau rezim baru mendatang. Sayangnya, dukungan partai-partai koalisi pemerintah di parlemen hasil Pemilu 2014 lalu, tidak memberi topangan cukup kuat dibandingkan koalisi partai yang kalah bertarung pada pilpres lalu, membuat efektivitas kabinet Jokowi-JK, berada dalam situasi yang spekulatif.

Kemenangan partai non-pemerintah dalam mengembalikan pilkada langsung menjadi tidak langsung, MD3 dan pemilihan pimpinan DPR, apakah merupakan isyarat sebagai langkah taktis untuk menopang strategi menguatkan identitas politik kebudayaan nasional, atau sekedar “balas dendam” jangka pendek agar rezim Jokowi-JK menjadi tidak efektif dan akhirnya tidak memberi kontribusi bagi ikhtiar melemahkan imperialisme budaya

yang dewasa ini semakin menggurita?. Di atas permainan politik jangka pendek dan situasional ini, yakin bahwa dilubuk hati terdalam para elite, sudah terbentuk kesadaran bersama akan mimpi sebuah bangsa yang “dibayangkan”: kuat dalam ekonomi, politik dan kebudayaan!.

KESIMPULAN

1. Globalisasi adalah proses kompleks yang membawa dunia menjadi semakin “menyatu” melalui intensitas dan ekstensi komunikasi dengan segala bentuk salurannya. Isi komunikasi mengandung bias kepentingan baik atas nama individu, kelompok, bisnis korporasi dan negara baik secara ideologis, ekonomi, dan kultural. Karena itu, globalisasi tak lain adalah imperialisme budaya yang datang ke Indonesia.
2. Teori imperialisme budaya/media merupakan bagian dari teori komunikasi internasional yang mampu menggambarkan dominasi dan hegemoni media Barat yang isinya mengandung kepentingan politik, ekonomi dan budaya sebagai bagian dari diplomasi publik untuk mengkonstruksi sudut pandang dunia (*worldview*) Barat terhadap negara-negara Dunia Ketiga atau yang non Barat.
3. Validitas dan realibilitas teori imperialisme budaya menimbulkan banyak kritik karena tidak mampu menggambarkan dominasi dan hegemoni media dan budaya untuk setiap bangsa. Dalam pada itu, *counter-hegemony* melalui industri film Bollywood misalnya, atau film-film Cina yang juga dominan, termasuk pemberitaan Aljazeera, telah membuka pintu realitas dunia menjadi multiperspektif. Imperialisme budaya dewasa ini bersifat multipolar.
4. Kuat dan lemahnya efek imperialisme budaya bergantung pada politik kebudayaan dan kebijakan komunikasi satu negara, ketahanan ekonomi dan budayanya, termasuk kesadaran literasi individu dalam menerima berbagai informasi dan hiburan yang datang dari luar. Bangsa Jepang misalnya, meskipun mampu mengadopsi modernisasi Barat dalam teknologi dan ekonomi, namun watak kultural “Ketimuran”-nya tidak lantas terkikis.
5. Gejala imperialisme budaya dilihat dari kurun waktu rezim berkuasa dan politik kebudayaannya, menunjukkan bahwa pada era rezim Orla, imperialisme budaya tumbuh namun tidak massif akibat politik kebudayaan “pintu tertutup” bagi budaya Barat. Sedangkan era Orba, imperialisme budaya lebih terbuka dan massif kecuali liberalisasi politik Barat. Dan era reformasi, imperialisme budaya semakin massif dan semakin terbuka akibat politik kebudayaan rezimnya dan tumbuhnya media sosial yang menumbuhkan partisipasi warga di segala sektor kehidupan.
6. Dibutuhkan strategi kebudayaan bagi satu bangsa, termasuk Indonesia untuk terbuka mengambil nilai-nilai universal dalam semua bidang baik ilmu, teknologi, ekonomi dan budaya tanpa kehilangan “jati diri” sebagai sebuah bangsa yang berdaulat dan bermartabat di tengah bangsa-bangsa lain. Membangun branding nation yang positif dan berkarakter adalah pekerjaan rumah kita ke depan.
7. Semangat Trisakti yakni berdaulat dalam ekonomi, berdaulat dalam politik dan berdaulat dalam kebudayaan, merupakan wacana baru yang tengah menjadi kesadaran politik para elit politik untuk membangun bangsa yang “diimpikan” ke depan. Kesadaran akan pentingnya doktrin Trisakti di kalangan elit akan mampu mereduksi

imperialisme budaya yang semakin kuat sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti (2012). Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta: Studi terhadap Remaja-Remaja Jakarta yang menggemari Pop Korea. Jakarta: Tesis S2 Universitas Indonesia.
- Chisaan, Choirotun (2008). Lesbumi Strategi Politik Kebudayaan. Yogyakarta. LkiS.
- Gudykunst, William B and Mody, Bella (2002). International and Intercultural Communication. London and New delhi: Sage Publication.
- Hadiz, Vedi R and Dhakidae, Daniel, eds (2005). Social Science and Power in Indonesia. Jakarta-Singapore: Equinox Publishing and Institute of Southeast Asian Studies.
- Hamelink, Cess J. (1983). Cultural Autonomy in Global Communication. New York and London: Longman.
- Haryadi and Shodiq, Dalhar (2014). "Managing Popular Culture: Comparing Old Order, New Order, and Reform Periods" in International Integration Regional Public Management Journal. America: Atlantis Press
- Kleden, Ignas. (1987). Sikap Ilmiah dan Kritik Kebudayaan. Jakarta: LP3ES.
- McQuail, Dennis (2005). McQuail Mass Communication Theory. London: Sage Publication (Fifth Edition).
- McPhail, Thomas (2006). Global Communication. USA: Blackwell Publishing.
- Muhammadi, Ali ed.(1997). International Communication and Globalization. London: sage Publication.
- Muhammadi-Sreberni, Annebela;Winseck, Dwyne; McKrnna, Jim and Boyd-Barret, Oliver (1997). Media in Global Context: A Reader. London, New York, Sidney and Auckland: Arnold.
- Roach, Collean (1997). Cultural Imperialism and Resistance in Media Theory and Literary Theory. Media, Culture and Society, 19, 47-66.
- Salwen, Michael B., Lin, Carolyn A and Anokwa, Kwadwo (2003). International Communication: Concept and Case. Belmont USA: Thomson & Wadsworth.
- Salwen, Michael B and Stacks, Don W (1996). An Integrated Approach to Communication Theory. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Salwen, Michael (1991) Cultural Imperialism: A Media Effects Approach. Critical Studies in Mass Communication, 8, 29-59.
- Straubhaar/LaRose (2002). Media Now: Communications Media in the Information Age. Belmont USA: Wadsworth.
- Thussu, Daya Kishan (2006). International Communication: Continuity and Change. New York: Hodder Arnold.
- _____ed. (2007). Media on the Move: Global Flow and Contro Flow. London and New York: Routledge.
- Yohana, Patrecia (2009). Imperialisme Budaya pada Rubrik Fasyen: Studi Analisis Semiotika Imperialisme Budaya pada Rubrik Fashion di Majalah Gogirl. Medan: Skripsi Jurusan Fikom Fisip, Unsut