

BAB II PENDEKATAN TEORITIS

A. Kajian Penelitian

Tulisan ini berangkat dari pengkajian pada beberapa literatur dalam bentuk penelitian, baik yang terpublikasi melalui jurnal maupun buku, dan penulis juga melihat dari berbagai pendekatan. Penulis terinspirasi dan berusaha untuk melengkapi beberapa hasil penelitian dan publikasi yang sudah ada, khususnya tentang industri media televisi terutama terkait sinetron. Kajian penelitian terdahulu ini sebagai bentuk penekan untuk orisinalitas kajian dalam buku ini. Beberapa penelitian tersebut dianggap menarik sebagai rujukan karena relevan untuk perbandingan dan pembeda yang juga diambil dari beberapa pendekatan, paradigma atau perspektif yang berkembang dalam ilmu komunikasi.

Paradigma atau pendekatan yang diterapkan dalam ilmu komunikasi sangat beragam. Berkaitan dengan paradigma ini, terdapat perdebatan seru di antara ahli atau peneliti mengenai isu cara pandang terhadap dunia. White dan Klein (2002), Miller (2002), Guba (1994) dan Hidayat (1999:34) mengelompokkan pada tiga paradigma. Mereka semua membahas mengenai tiga perbedaan filosofis dari ontologi, epistemologi dan aksiologi secara terpisah. *Pertama*, paradigma klasik, (mencakup positivisme dan postpositivisme) yang berorientasi pada upaya melakukan pengujian hipotesis, melalui laboratorium, eksperimen, atau survey eksplanatif dengan analisis kuantitatif. *Kedua*, paradigma konstruktivis, bersifat reflektif/dialektikal. Menurut paradigma ini, antara peneliti dan subjek yang diteliti perlu adanya empati dan interaksi dialektis agar mampu mengkonstruksi realitas yang diteliti melalui metode kualitatif seperti *partisipant observation*. *Ketiga*, paradigma kritis, lebih berorientasi partisipatif, dalam arti mengutamakan analisis komprehensif, kontekstual dan multi-level analisis serta peneliti berperan sebagai aktivis atau partisipan.

Tiga kategori filosofi tersebut digambarkan dalam bentuk yang ekstrem dan banyak peneliti tidak dapat mengidentifikasikan dirinya sendiri sebagai pengikut salah satu dari ketiga bentuk pandangan ekstrem

tersebut (dalam West & Turner, 2009: 75). Tiap pendekatan atau perspektif menawarkan hal yang berbeda mengenai definisi kebenaran dan metode yang terbaik untuk mencari kebenaran. Oleh karena itu, metode penelitian selalu didasarkan atas teori atau perspektif yang melatarbelakanginya.

1. Pendekatan Positivistik

Pendekatan ini berasumsi bahwa kebenaran objektif dapat dicapai dan melalui proses meneliti dengan bebas nilai. Tradisi ini mendukung metode sains atau ilmu alam, dengan tujuan untuk membentuk teori yang bersifat umum dalam mengatur interaksi manusia. Peneliti pada tradisi ini berusaha objektif dan bekerja dalam kontrol atau arah ke konsep penting yang ada dalam teori. Ada beberapa penelitian yang bisa diambil rujukan dalam penulisan buku ini.

Pertama, penelitian Courtney Anderegg, Katherine Dale & Jesse Fox (2010: 25-44) *Effects of Violence Against Women in Popular Crime Dramas on Viewers' Attitudes Related to Sexual Violence*, dalam *Jurnal Mass Communication and Society*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kekerasan terhadap perempuan dalam drama kriminal populer terhadap sikap penonton. Kelompok didesain untuk eksperimen yang respondennya hanya ditujukan pada 176 mahasiswa perguruan tinggi (80 laki-laki, 96 perempuan). Mereka diminta menyaksikan adegan drama televisi yang menyajikan kekerasan, baik yang termasuk kekerasan seksual maupun yang bersifat fisik terhadap perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dampak dari drama kejahatan pada kesenangan, stereotip jender, penerimaan objektifikasi perempuan, dan penerimaan mitos pemerkosaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden laki-laki yang menonton tayangan kekerasan seksual menyatakan kurang mendukung untuk stereotip gender tradisional. Tidak ada pengaruh yang signifikan hasil di antara peserta laki-laki kecuali bahwa mereka beranggapan bahwa tayangan kekerasan fisik menjadi yang paling menyenangkan buat mereka. Hasil dari responden peserta perempuan tidak sama dan lebih cenderung tercampur. Implikasi penelitian ini dibahas dalam kerangka teori kognitif sosial dan potensi manfaat yang dirancang dengan baik, di mana drama televisi kriminal untuk mengatasi kekerasan seksual terhadap perempuan.

Kedua, penelitian Hassaan Namdar, Mahwish Hassan & Muhammad Akram Naseem (2013) dengan judul “*Effect of Local Television Dramas on Consumer Behavior of Females*”. Penelitian ini juga berperspektif positivistik, kajian ini bersifat implementatif terkait dengan pemasaran. Penelitian ini dilatari oleh perilaku konsumen yang

selalu menjadi kajian yang menarik dalam kaitannya dengan dunia industri barang dan jasa serta pemasarannya. Dengan memahami konsumen secara tepat, strategi pemasaran yang efektif dapat dikembangkan dengan baik. Salah satu aspek yang menjadi perhatian adalah drama televisi dan budaya populer yang cukup signifikan mempengaruhi perilaku berbelanja dan budaya konsumen masyarakat saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengeksplorasi pengaruh drama televisi lokal pada perilaku konsumen perempuan. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk mendapatkan sebuah model efeknya.

Penelitian ini menggunakan teori kultivasi. Penelitian ini menggunakan survei, yang dilakukan dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 250 perempuan Pakistan. Sampel dipilih secara acak, yang disebarkan ke tiga universitas dan dua sekolah tinggi. Perempuan dipilih karena cenderung menonton lebih banyak drama televisi, dan sering memakai pakaian serta asesoris yang dikenakan artis top dalam drama televisi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert.

Hasilnya menunjukkan bahwa drama televisi lokal mempengaruhi perilaku konsumen wanita. Ada empat faktor yang melatarbelakangi pengaruh ini yaitu kesukaan pada produk, pengaruh drama pada masyarakat, kepercayaan penonton dan tren budaya. Penelitian ini menyatakan secara tidak langsung bahwa pemasar seharusnya menggunakan drama televisi lokal sebagai alat untuk pemasaran dan promosi pelayanan dan produk mereka. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa drama televisi adalah media komunikasi yang baik bagi perusahaan dan organisasi untuk melakukan kegiatan pemasaran.

2. Pendekatan Konstruktivis atau Interpretif

Pendekatan ini melihat kebenaran sebagai sesuatu yang subjektif dan diciptakan oleh partisipan. Peneliti sendirilah yang bertindak sebagai salah satu partisipan. Terdapat sedikit penekanan pada objektivitas karena sifat objektif yang mutlak sangat tidak mungkin. Namun demikian tradisi ini tidak bergantung pada apa yang dikatakan partisipan tanpa ada penilaian di luar diri peneliti. Dalam tradisi ini, peneliti percaya bahwa nilai-nilai akan secara alami masuk ke dalam penelitian. Peneliti dalam perspektif ini tidak terlalu mementingkan kontrol dan kemampuan untuk melakukan generalisasi ke banyak orang, melainkan mereka lebih tertarik untuk memberikan penjelasan secara mendalam mengenai subjek yang mereka teliti.

Penelitian televisi yang terkait adalah dari Rachmah Ida (2006) *Watching Indonesian Sinetron: Imagining Communities Around the Television*. Penelitian ini menjelaskan tentang praktik budaya sehari-hari dalam masyarakat kampung di perkotaan dalam menonton televisi. Penelitiannya berusaha untuk menjelaskan kerangka dan bentuk institusi tentang audiens televisi. Untuk menenjelaskan ini, Rachma Ida melihat pada konteks budaya penggunaan televisi masyarakat kampung di perkotaan yang memiliki televisi dan sistem lingkungannya. Kajian ini menelaah fenomena menonton bersama di “kehidupan bertetangga” yang tidak lazim di Barat. Penelitian ini mengkonstruksi budaya dan kelas yang berbeda seperti yang tersaji di layar kaca dalam era televisi swasta yang kompetitif di awal tahun 2000-an.

Ketika masyarakat kampung itu menggunakan eksistensi kebiasaan kehidupan mereka baik di pingiran maupun di pusat kota, kisah mereka dalam merespon bayangan televisi dan representasi (khususnya perempuan) membentuk kekhasan suasana budaya subjek yang termarginalkan ini. Masyarakat kampung di kota hidup dalam lingkungan sosial-budaya yang bersifat memusat. Karena sebagian besar penduduknya merupakan migran pedesaan, mereka masih mempertahankan adat dan kebiasaan tradisionalnya, sementara di saat yang sama mereka beradaptasi dengan gaya hidup “modern”.

Menonton lebih merupakan proses aktif yang melibatkan pengalaman, yang bervariasi sesuai latar belakang kebudayaan yang dimiliki seseorang. Dalam konteks Indonesia menonton televisi bukanlah hak istimewa bagi keluarga yang memiliki televisi, tetapi merupakan pengalaman yang dibagi bersama. Orang-orang menonton televisi dengan tetangganya. Hal ini sangat umum di masyarakat kelas-bawah yang tinggal di daerah kampung. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain perempuan kampung kota merembukkan identitas mereka lewat pengalaman hidupnya, mereka juga perlu berembuk dengan sejumlah representasi yang ditampilkan televisi, terutama representasi budaya dan masyarakat “lain”. Representasi televisi ini secara serentak menjadi bagian sekaligus bertolak belakang dengan praktik kehidupan sehari-hari dan identitas gender mereka.

Selain itu, penelitian Kumru Berfin Emre Cetin (2014) “The Politization of Turkish Television Dramas”, melihat pada transformasi drama televisi di Turki dalam lingkungan media yang dipolitisasi, intervensi langsung maupun tidak langsung para politisi. Politisasi drama ini merupakan bagian dari sub-genre drama televisi yang bertujuan menyampaikan pesan politik khusus kepada khalayak. Drama televisi juga menjadi tempat berperang ekspresi kelompok dengan bermacam-macam

kepentingan. Karakteristik perluasan pasar produksi televisi bertransformasi kepada kebebasan pers karena adanya penetrasi konten politik dalam drama. Kajian ini menggunakan metode multidisiplin beberapa beberapa di antaranya dengan menggunakan analisis framing terhadap teks, analisis genre, dan lainnya.

Temuan penelitiannya menunjukkan bahwa politisasi drama televisi di Turki sesuai dengan agenda politik pemerintah yang berusaha untuk merestrukturisasi negara dengan lebih banyak menampung aspirasi kepentingan kelompok Islam konservatif. Drama menggambarkan kompleksitas kekuasaan dan pertukaran antar politisi, profesional media, editor, dan juga pemilik sebagaimana juga tindakan dan situasi yang melingkupi. Konsekuensi politisasi drama mengikuti pola sebagaimana melalui propaganda yang sistematis.

Pertama, berkaitan dengan isu-isu politik kontemporer, seperti kasus pengungsi Suku Kurdi, negosiasi Turki yang bergabung dengan uni Eropa, kasus Cyprus, dan lain sebagainya. *Kedua*, Membayar hutang masa lalu. Perubahan demokrasi Turki melalui pemerintah Partai Pembangunan dan Keadilan (JDP) yang pernah menderita karena memorandum militer tahun 1997. Keberhasilan menjalani kebijakan politik yang tidak mengenakan di masa lalu ini, ditampilkan dalam berbagai buku, artikel, film, dan program televisi. Infiltrasi sejarah politik ke dalam drama televisi muncul pada banyak kasus. *Ketiga*, pakaian Ottoman (Usmani) baru. Negosiasi JDP dengan pergerakan suku Kurdi dan kelompok neoliberal tidak jelas, yang hanya dinampakkan dalam kebijakan luar negeri. Paham neo-ottoman tidak dimanifestasikan dengan jelas oleh pemerintah berwenang karena stabilitas politik internal dan eksternal. Untuk menantang hegemoni Kemalisme, JDP mengadopsi varian kekuasaan Ottoman dan menghadirkannya sebagai suksesor kekuatan masa lalu. *Keempat*, infiltrasi kesalehan Islam. Isu-isu kesalehan banyak muncul di berbagai program dan genre di televisi. Banyak cerita dan karakter ditampilkan dalam drama beroperasi sebagai strategi retorika untuk ajaran moralitas dan budaya kesalehan.

Selanjutnya, ada penelitian Krishna Sen dan David T. Hill (2000) *Media, Culture and Politics in Indonesia*. Penelitian ini menguraikan bahwa industri budaya berkembang melalui tujuh pilar yang dianggapnya paling strategis. Jadi Sen dan Hill tidak hanya fokus pada televisi saja, tampak ia memilah pers (media cetak koran dan majalah), radio dan televisi serta juga media yang lainnya, mereka melihat pers sebagai medium yang paling memusatkan perhatian pada perolehan dan penyebaran informasi dibanding media lainnya. Oleh karena itu, rezim

Orba melakukan berbagai pengekanan yang sangat ketat lewat UU Pokok Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan peraturan lainnya.

Di masa Orde Baru, televisi berperan penting untuk menjalankan misi mempersatukan bangsa, seperti tersirat dalam semboyan TVRI: “menjalin persatuan dan kesatuan”. Demikian pula televisi swasta dikontrol secara ketat agar tidak menebar informasi yang mengandung benih-benih perlawanan, terutama muatan lokal yang mengarah ke unsur-unsur disintegratif. Kekhawatiran pemerintah Orba yang berlebihan itu, lebih mentolerasi masuknya budaya-budaya luar lewat paket acara televisi impor. Telenovela, film India, kartun Jepang, menyerbu pemirsa di samping film dan musik Amerika yang makin diakrabi pemirsa Indonesia. Ironisnya, lewat tayangan-tayangan asing itu justru tidak sedikit pemirsa Indonesia mendapat ide-ide perlawanan dan pemberontakan. *McGyver* merupakan salah satu contohnya. Film seri TV AS yang ditayangkan *RCTI* ini banyak digemari pemirsa Indonesia karena dianggap selalu membela hak-hak azasi manusia.

Di sisi lain, hadirnya televisi swasta di Indonesia telah melonggarkan sedikit cengkeraman negara terhadap media yang ada. Lahir dalam atmosfir persaingan, program televisi swasta mengarah ke tujuan yang agak berbeda. Salah satunya yang utama adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin pemirsa yang otomatis mendapatkan uang dari pengiklan. Ideologi ekonomi ini sangat menguntungkan ketika ketidaksetujuan terhadap kepemimpinan Soeharto telah mulai mewabah menjadi *mode* di antara kelas menengah sejak munculnya media berbasis internet.

3. Pendekatan Kritis

Pendekatan kritis ini erat kaitannya dengan pemahaman pengetahuan berkaitan dengan kekuasaan. Tradisi kritis ini berasumsi bahwa ilmu tidak mungkin ada tanpa adanya ideologi. Peneliti kritis meyakini bahwa mereka yang memiliki kekuasaan membentuk pengetahuan, dalam arti bahwa pekerjaan mereka adalah untuk mempertahankan kondisi yang sudah ada (*status quo*). Jadi orang yang mempunyai kekuasaan baik ekonomi maupun politik berusaha agar mereka tetap berkuasa, termasuk membungkam suara kelas yang subordinat atau kaum minoritas yang mempertanyakan dan menantang distribusi kekuasaan dan kebenaran versi penguasa. Bagi para peneliti kritis, sangat penting untuk mengubah *status quo* untuk menyelesaikan ketidakseimbangan kekuasaan dan untuk menyalurkan suara mereka kepada mereka yang dibungkam oleh struktur kekuasaan tersebut.

Ideologi—sebagai gambaran, konsep, dan premis-premis yang menyediakan suatu kerangka dimana kita melakukan representasi, menginterpretasi, memahami dan mencari makna dari beberapa aspek sosial—seringkali diproduksi dan direproduksi secara tidak sengaja. Jadi meskipun para penguasa ekonomi dan politik tertarik dan berusaha agar tetap berada dalam kekuasaan, mereka mungkin tidak sadar sepenuhnya akan apa yang mereka lakukan untuk membungkam suara minoritas.

Dalam hal ini, ada beberapa penelitian perspektif kritis yang dirujuk. *Pertama*, Philip Kitley (1998) *TV, Nation and Culture in Indonesia*. Kajian Kitley menyoroiti televisi di Indonesia dalam mengkonstruksi budaya dengan cara menganalisis beberapa institusi kunci. Metode yang digunakan adalah *cultural studies* berdasarkan pendekatan budaya massa yang bertujuan untuk mengkaji hubungan antara televisi, bangsa, dan kebudayaan Indonesia dengan melacak perkembangan TV di Indonesia dari masa kelahirannya sampai awal masa reformasi. Selain itu ia juga membedah karakteristik tekstual dan pergulatan politik budaya televisi di Indonesia terutama Orde Baru era Soeharto.

Penelitiannya menyimpulkan bahwa perubahan dalam beberapa struktur kebijakan dan kelembagaan mempengaruhi penyusunan program dan peran televisi sebagai pengantar proyek budaya nasional. Menurut Kitley televisi Indonesia memiliki kemiripan dengan televisi di negara Barat. Kemiripan ini berakar dari penggunaan teknologi televisi, ada juga persamaan gagasan dan pelatihan para awak televisi. Selain itu, kesamaan juga ada pada pemanfaatan televisi sebagai media hiburan populer dan keterlibatan sektor swasta pada televisi yang memanfaatkannya sebagai media periklanan (Kitley: 355). Namun demikian perbedaannya adalah kondisi sejarah, politik dan budaya yang dimiliki Indonesia membuat televisi Indonesia berbeda dengan negara lain.

Budaya populer yang diwakili televisi-televisi Indonesia terkait erat dengan proses pembuatan gagasan dan nilai-nilai politik dalam legitimasi simbolik program dan kebijakan pemerintah. Televisi dengan budaya populernya merupakan lawan tangguh yang dihadapi pemerintah karena praktik-praktik yang signifikan bersinggungan dengan kebijakan budaya dan kepentingan pemirsa.

Kajian Kitley tidak membahas perkembangan industri televisi setelah era Orde Baru jatuh. Kajian ini sesuai konteksnya lebih banyak pada era Soeharto, belum mengikuti perubahan industri budaya televisi yang fenomenal saat ini. Sementara penelitian yang akan dilakukan ini fokus ke program sinetron televisi genre religi yang mengkomodifikasi simbol agama dan budaya.

Kedua, ada penelitian dari Iswandi Syahputra (2010), “Simulasi Islam Mistik dan Implosi Makna Religius dalam Sinetron Rahasia Ilahi pada Stasiun TPI (MNCTV)”. Penelitian ini berusaha untuk mengungkap bentuk-bentuk simulasi dalam sinetron mistik dan mistik religius yang ditayangkan di televisi. Kajiannya menggunakan paradigma kritis melalui pendekatan posmodernisme atau teori simulasi dari Jean Boudrillard (1983). Hasil penelitian ini adalah berbagai jenis mistik-religius dalam sinetron yang ditayangkan oleh sejumlah televisi menunjukkan televisi telah menjadi centrum simulakra. Simulacra mistik terjadi bukan karena faktor rutinitas media mensimulasi mistik, tetapi ketelibatan faktor adanya konstruksi *mystic society* dan terpaan modernitas pada sektor keagamaan. Kedua faktor tersebut termanifestasikan dalam berbagai simulasi mistik oleh sinetron religius.

Simulasi mistik melalui sinetron yang ditayangkan melalui televisi berakibat pada kaburnya sebuah realitas. Tayangan mistik di televisi bukan lagi representasi atau konstruksi realitas adanya masyarakat yang mistis, tetapi menjadi realitas itu sendiri. Pada tahap inilah suatu simulasi dapat memicu sebuah implosi, yakni suatu ledakan ke arah dalam, sebagai akibat adanya konstruksi makna. Agama tidak lagi bermakna memberi rahmat dan kedamaian, melainkan bergeser sebagai agama sebagai sesuatu yang menebar horor dan ketakutan.

Penelitian Syahputra mengkaji sinetron religi mistik yang sangat tren pada masanya dengan pendekatan posmodernisme. Sinetron yang muncul sekarang sudah bergeser pada sinetron religi yang tidak lagi memunculkan cerita mistik lagi. Perbedaan dengan penelitian ini ada pada perspektif, teori, dan metode, dimana penelitian ini lebih mengarah ke wacana kritis.

Ketiga, penelitian Yu Shi (2008) yaitu *The Rise of China's Media Supermarket: An Appraisal of Cultural Imperialism's Relevance to the Chinese TV Industry*. Penelitian ini menjelaskan tentang komersialisasi pada televisi Cina dalam program, genre, format, dan tema-tema isi. Komersialisasi diekspresikan dalam interpretasi batasan masing-masing pelaku industri televisi. Banyak yang menolak akan gejala komersialisasi ini, namun secara paradox mereka menerima sebagai tujuan, bahkan bagian dari pembangunan televisi China. Beberapa faktor yang membatasi interpretasi pelaku profesional industri di antaranya adalah termasuk pengaruh global ideologi kapitalis neoliberal, ideologi pembangunan partai China, perspektif sosial elit profesional itu sendiri, dan propaganda China post-komunis. Batasan interpretasi ini sebagai faktor penekan mengindikasikan kelaziman ideologi kapitalis neoliberal di China, bukti ketepatan para ahli terhadap imprealisme budaya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mode implosif homogenisasi budaya perusahaan, dikondisikan secara global. Tetapi kekuatan domestik sebuah negara sebagai satu-satunya yang bertanggungjawab bagi ruang budaya domestik mereka sendiri, karena itu perusahaan media global yang bebas dari tanggungjawab *imprelaisme* budaya. Perusahaan-perusahaan televisi di beberapa negara dapat memproduksi program acara televisi yang sangat mendunia. Globo TV, perusahaan media regional dari Brazil dapat mengekspansi produk-produknya ke berbagai negara (mengelokal) bahkan sampai ke Eropa dan Asia melalui telenovelanya. Dimana telenovela ini mereproduksi nilai-nilai komersial dan mencerminkan kekuatan hegemoni logika konsumtif, meskipun ceritanya tentang budaya luhur dari Brazil. Selain itu, ada juga perusahaan seperti Zee TV di India, Televisa di Meksiko, RTL di Jerman, Orbit di Jerman, yang berusaha melawan dominasi kekuatan industri televisi dari luar negaranya.

Terkait dengan penelitian-penelitian di atas dan dari ketiga perspektif yang ada, posisi penulis lebih banyak mengambil cara pandang dari perspektif kritis. Posisi kritis peneliti ini berangkat dari keinginan peneliti untuk mengungkap praktik ideologi di balik komodifikasi dan eksploitasi simbol atau teks, pekerja sinetron dan khalayak khususnya melalui sinetron TBNH.

B. Kajian Teoritis

1. Teori Kritis

Teori kritis menjadi landasan utama dalam tulisan ini, sebagaimana yang sudah penulis jelaskan sebelumnya. Pembacaan realitas komunikasi melalui pendekatan kritis seperti ini, tentu saja berbeda dalam banyak hal dibanding dengan perspektif positivis atau konstruktivis. Alasan utama penggunaan teori ini adalah persoalan mekanisme pasar dan dominasi kapitalisme yang menjadi ideologi media televisi. Yang kedua, media televisi juga melakukan proses hegemoni, dominasi dan marjinalisasi terhadap kepentingan publik dan mengkomodifikasi simbol-simbol agama Islam dan budaya Betawi yang populer di masyarakat untuk kepentingan bisnis belaka.

Teori kritis ini adalah produk dari sekelompok neo-Marxis yang tidak puas dengan teori Marxian, khususnya kecenderungan teori ini yang mengarah pada determinisme ekonomi. Kemunculan pemikiran dengan pendekatan kritis ini dilatarbelakangi perdebatan para ilmuwan pada kongres yang diadakan oleh *Deutsche Gesellschaft fur Soziologie* di Tubingen pada 1961 – 1965 (Dominic, 2009:95). Pertemuan tersebut memperlihatkan kritik tajam Mazhab Frankfurt terhadap positivisme. Habermas menyebutkan bahwa teori kritis merupakan kritik ideologi

(*ideologiekritik*), yaitu suatu refleksi diri untuk membebaskan pengetahuan manusia bila pengetahuan itu jatuh dan membeku pada salah satu kutub, entah empirisme atau transendentalisme. Karena itu, teori kritis mengemban tugas membuka kedok ideologi positivis.

Kritik kapitalisme dan determinisme ekonomi menjadi kata kunci penting yang melatarbelakangi pemunculan teori kritis. Menurut Marx (dalam Halim, 2012:16) kapitalisme adalah sistem ekonomi dimana sejumlah pekerja yang memiliki sedikit hak milik, memproduksi komoditas-komoditas demi keuntungan sejumlah kecil kapitalis yang memiliki: komoditas, alat produksi, dan bahkan waktu kerja pekerja karena mereka membeli para pekerja tersebut melalui gaji.

George Ritzer dan Goodman (2011:44) juga menambahkan bahwa kapitalisme lebih dari sekedar sistem ekonomi, kapitalisme adalah sistem kekuasaan. Pada saat yang sama, kapitalisme juga merupakan sistem politik, sesuatu yang menjalankan kekuasaan dan suatu proses eksploitasi atas para pekerja. Selain itu, Ziauddin Sardar (2008) juga menjelaskan hubungan sistem ekonomi yang mempertautkan pekerja, komoditas, waktu hingga gaji, itu tidak bergulir dalam aliran yang tenang. Hubungan itu juga melahirkan kesenjangan antara kelas berkuasa dan kelas tertindas, hingga memperlihatkan rupa kapitalisme yang sesungguhnya, yakni kekuasaan dan eksploitasi.

Pada perkembangannya, teori kritis tidak hanya fokus pada kapitalisme dan determinisme ekonomi semata, tetapi meluas ke segala aspek kehidupan sosial dan intelektual. Tujuan utama teori kritis adalah mengungkap hakikat dan sifat masyarakat secara lebih akurat. Kritik dalam teori kritis menjadi isu utama untuk mengembangkan teori kritis sebagai pengetahuan. Konsep kritik dari teori kritis sendiri terkait dengan konsep kritik dari Kant, Hegel, Marx dan Freud (Maryani, 2011: 32).

Terkait dengan ini, Hardiman (1993) menjelaskan kritik dalam artian Kantian merupakan kritik terhadap dogmatisme, karena dogmatisme adalah jalan yang dipakai oleh rasio murni tanpa kritik dahulu atas kemampuannya sendiri. Hegelian mewariskan pengertian kritik tak lain adalah refleksi atau refleksi diri atas rintangan-rintangan, tekanan-tekanan dan kontradiksi-kontradiksi yang menghambat proses pembentukan diri dari rasio sejarah. Sementara kritik dalam pengertian Marxian adalah usaha untuk mengemansipasi diri manusia dari penindasan dan alienasi yang dihasilkan oleh hubungan-hubungan kekuasaan di dalam masyarakat. Sedangkan dari Freud diperoleh pemaknaan bahwa kritik merupakan refleksi. Kritik adalah refleksi dari pihak individu dan masyarakat atas konflik-konflik psikis yang menghasilkan represi dan ketidakbebasan internal sehingga dengan cara

refleksi itu masyarakat atau individu dapat membebaskan dirinya dari kekuatan asing yang mengacaukan kesadarannya (dalam Maryani, 2011:32).

Keempat kritik tersebut kemudian dijadikan dasar para pemikir kritis generasi berikutnya untuk menganalisis kenyataan ideologis dalam masyarakat. *Pertama*, mereka melontarkan kritik terhadap positivisme sebagai ideologi pengetahuan modern. *Kedua*, mereka juga ingin menunjukkan ilmu pengetahuan modern tersebut telah menghasilkan masyarakat yang irasional dan ideologis.

Dalam hal ini, Hokheimer mengkritik positivisme terkait teori-teori tradisional yang diasumsikan memiliki sifat ideologis. Ada beberapa asumsi yang diungkapkan Hokheimer terkait dengan ini. *Pertama*, teori tradisional mengandaikan bahwa pengetahuan manusia tidak menyejarah (ahistoris), oleh karenanya teori yang dihasilkan juga a-historis dan a-sosial. Dengan begitu sebagai pengetahuan maka teori tradisional mengklaim kemandirian dan terlepas dari konteks masyarakat. *Kedua*, pengetahuan bersifat netral sehingga teori yang dihasilkan bersifat netral. Teori adalah deskripsi murni tentang fakta yang merupakan pengetahuan demi pengetahuan. *Ketiga*, teori dapat dipisahkan dari praksis. Karena ada usaha untuk tidak mempengaruhi objeknya, maka teori tradisional membenarkan dan membiarkan fakta-fakta yang ada tanpa menarik konsekuensi untuk mengubahnya. Oleh karena itu, apabila teori seperti itu diterapkan di masyarakat maka akan bersifat ideologis dan melanggengkan *status quo* masyarakat walaupun bersifat menindas (Hokheimer, 1972:188-252).

Sebaliknya, teori kritis justru memiliki asumsi-asumsi yang berbeda. *Pertama*, teori kritis bersifat historis. *Kedua*, disusun atas dasar keterlibatan historis para penyusunnya. *Ketiga*, mengandung kecurigaan kritis terhadap masyarakat aktual dan berusaha membongkar kedok ideologis yang dimilikinya. *Keempat*, teori kritis merupakan teori yang bermaksud untuk adanya praksis. Keberpihakan atau ketidaknetralan teori kritis terdapat pada tujuannya yaitu berusaha untuk membebaskan manusia dari perbudakan, penindasan, eksploitasi, membangun hubungan yang merdeka, dan memulihkan manusia sebagai subyek yang mengendalikan sendiri kenyataan sosialnya.

Terkait dengan ini, Douglas Kellner (1990) mengemukakan sebuah teori kritis tentang televisi. Ia mengaitkan karyanya dengan pemikiran kultural mashab Frankfurt , Kellner juga mengambil tradisi Marxian lain untuk menyajikan konsepsi yang lebih utuh tentang industri televisi. Ia mengkritik aliran kritis karena mengabaikan analisis rinci tentang ekonomi politik media televisi, mengonseptualisasikan kultur massa

sebagai instrumen ideologis kapitalis semata (Kellner, 1990: 14). Selain melihat televisi sebagai bagian dan kutur industri, Kellner mengaitkan dengan kapitalisme korporat dan sistem politik. Ia tidak menilai televisi sebagai kekuatan monolitik atau kekuatan yang dikendalikan oleh korporat yang koheren, tetapi sebagai “media dan ekonomi yang saling bersaing”.

Kellner (1990:15) juga menambahkan bahwa televisi dapat menjadi ancaman terhadap demokrasi, individu dan kebebasan. Ia memberi saran untuk menghadapi ancaman ini misalnya seperti; akuntabilitas yang lebih demokratis, dan partisipasi yang lebih besar dari warga negara, serta keragaman yang lebih pada televisi. Kellner di sini tidak sekedar mengkritik, tetapi ia juga memberi usulan untuk menangani bahaya yang ditimbulkan televisi.

Ada dua teori utama yang dapat digunakan untuk pendekatan penelitian budaya media secara kritis. Granham (1995) menggunakan dikotomi yang secara luas digunakan yaitu teori mikroskopik interpretif dan teori makroskopik struktural (dalam Baran dan Davis, 2010:250). Teori mikroskopik interpretif memusatkan perhatian pada cara kelompok sosial dan individu menggunakan media untuk menciptakan serta mengembangkan bentuk-bentuk budaya yang membangun kehidupan sehari-hari. Teori ini disebut sebagai teori kajian budaya. Sementara teori makroskopik struktural memusatkan perhatiannya pada bagaimana institusi media dibangun di dalam perekonomian kapitalis. Teori ini disebut teori ekonomi politik, karena memprioritaskan untuk memahami bagaimana kekuatan ekonomi menyediakan landasan bagi kekuatan ideologis dan politik. Teori ini juga memfokuskan perhatian pada cara elit sosial menjalankan media untuk mendapatkan keuntungan dan menyebarkan pengaruh dalam masyarakat. Para elit ini kadang menggunakan media untuk menyebarkan budaya hegemonik sebagai cara untuk mempertahankan posisi mereka yang dominan di dalam tatanan sosial.

Terkait dengan ini, Nicholas Garnham (1986: 9-32), tokoh *Westminster School*, berusaha merevisi atau tepatnya menengahi antara kajian budaya terhadap media dan pendekatan ekonomi politik. Granham berpendapat bahwa ekonomi berada di bawah kendali kapitalisme, karena kapitalisme merupakan sebuah mode organisasi sosial yang dikarakterisasi dengan dominasi sistem hubungan pertukaran yang abstrak. Oleh karena itu dia lebih menempatkan ekonomi politik budaya di atas ekonomi politik komunikasi massa (Durham & Kellner, 2001:227).

Mosco (2009: 94-95) mengungkapkan karakter utama yang membedakan perspektif ini dengan kelompok studi yang lain, terutama

oleh penempatan ekonomi politik budaya dalam analisis kapitalisme di atas ekonomi politik media. Fokus perhatian mazhabnya atas basis material dan ekonomi politik dalam membedah media dari sisi institusi, kebijakan, teknologi, dan historis. Sementara Birmingham School, tertarik untuk mengupas ideologi, diskursus tekstual dan audiens, serta pengaruh dari tradisi strukturalisme sampai posmodernisme.

Granham (1986: 9-32) juga sangat terpengaruh oleh gagasan Habermas, terutama dengan konsep ruang publik (*public sphere*). Menurutnya, model penyiaran publik seharusnya adalah pengejawantahan dari *public sphere*. Tradisi kajian media kritis dari Westminster juga menekankan perhatian pada sejarah media. Melihat media dari perspektif historis agaknya penting, sebab media adalah faktor penting dalam bentuk-bentuk transformasi di masyarakat modern. Dalam hal ini, faktor ekonomi politik dalam sejarah media menjadi penting untuk dilibatkan, artinya sejarah media tidak cukup bercerita tentang periodisasi semata, namun melibatkan berbagai aktor yang berkepentingan dan keadaan realitas sosial.

2. Teori Ekonomi Politik Komunikasi

Istilah ekonomi politik komunikasi merujuk pada konsep yang menjelaskan tentang aspek-aspek ekonomi dan politik yang mempengaruhi industri komunikasi. Konsep ini juga merupakan sebuah pengkajian untuk memadukan kerangka teoritik komunikasi dengan kerangka teoritik politik dan ekonomi. Dalam hal ini, Mosco menjelaskan bahwa “*Political economy is the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution and consumption of resources, including communication resources*” (Mosco, 2009:2).

Ekonomi politik komunikasi bukan sekedar transformasi data atau informasi yang dapat diperjualbelikan antara produsen dan konsumen. Lebih dari itu, ekonomi politik komunikasi adalah pertukaran makna yang menghasilkan sebuah hubungan sosial (*as a social exchange of meaning whose outcome is the measure or mark a social relationship*) (Mosco, 2009: 6). Dari perspektif ini, jelas bahwa ekonomi politik komunikasi adalah produksi makna sosial yang membangun sebuah hubungan.

Dalam satu dekade terakhir, relevansi teori ekonomi politik makin meningkat dengan adanya beberapa kecenderungan dalam bisnis dan teknologi media. Ibrahim dan Akhmad (2014: 15-16) menguraikan beberapa hal terkait dengan ini. *Pertama*, adanya pertumbuhan konsentrasi media di seluruh dunia dengan lebih banyak kekuatan kepemilikan yang terpusat pada segelintir pemegang dan kecenderungan

penggabungan antara industri perangkat keras dan lunak (Murdock, 1990; McChesney, 2000; Wasko, 204). *Kedua*, adanya pertumbuhan ekonomi informai secara global (Melody, 1990; Susman, 1997) melibatkan konvergensi yang semakin meningkat antara telekomunikasi dan penyiaran. *Ketiga*, adanya penurunan sektor publik media massa dan kontrol telekomunikasi kepada publik secara langsung, seperti “deregulasi”, “privatisasi”, atau “liberalisasi” (McQuail dan Siune, 1998; van Cuilenburg dan McQuail, 2003). *Keempat*, adanya perkembangan masalah mengenai ketidaksetaraan informasi. Adanya ketidakseimbangan digital sebagai wujud ketidaksetaraan akses dalam menggunakan fasilitas komunikasi yang canggih seperti internet (Norris, 200) dan perbedaan dalam kualitas potensi penggunaanya (McQuail, 2010).

Kajian ekonomi politik mempunyai beberapa karakteristik sebagaimana dijelaskan oleh Murdock dan Golding (2005) yaitu perubahan sosial dan sejarah (*social change and historical*), totalitas sosial (*the total sociality*), filosofi moral (*moral philosophy*) dan praksis (*praxis*) (dalam Mosco, 2009:26-36). Analisis ekonomi politik fokus pada pemahaman tentang perubahan sosial dan sejarahnya. Struktur sosial merupakan proses yang merefleksikan satu perubahan ke perubahan lainnya.

Sementara karakteristik totalitas sosial mengamati seluruh aspek kehidupan seperti: ekonomi, politik, sosial, dan budaya, sebagai upaya memahami masyarakat. Karakteristik ketiga *moral philosophy* merujuk pada nilai-nilai sosial sebagai pedoman perilaku. Dalam konteks ini, tujuan analisis ekonomi politik adalah mempertegas pada perspektif moral (Mosco, 2009: 32). Karena kajian ekonomi politik yang berorientasi terhadap filsafat moral, maka ekonomi politik kritis sangat memperhatikan dampak kapitalisme terhadap proses-proses dan lembaga komunikasi. Perhatiannya juga pada dampak ekonomi pasar terhadap pola-pola distribusi produk-produk budaya dan terhadap keberagaman bentuk dan struktur pemaknaan sosial.

Karakteristik keempat adalah praksis, atau kesatuan antara berfikir dan bertindak. Kajian ekonomi politik memandang kehidupan intelektual sebagai pembawa perubahan sosial. Umumnya praksis merujuk pada aktivitas bebas dan kreatif di mana manusia memproduksi dan mengubah dunia, termasuk mengubah dirinya.

Terkait dengan ini, Denis McQuail (2010:105) menjelaskan bahwa teori ekonomi politik adalah pendekatan kritik sosial yang berfokus pada hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media serta konten ideologis media. Dari sudut pandang ini, media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi dengan hubungannya dengan sistem politik.

McQuail menjelaskan beberapa proposisi utama dari teori ekonomi politik media.

1. Kontrol ekonomi dan logika selalu menentukan
2. Struktur media selalu cenderung menuju monopoli
3. Integrasi global kepemilikan media berkembang
4. Konten dan khalayak dijadikan komoditas (komodifikasi)
5. Keragaman yang sesungguhnya menurun
6. Oposisi dan suara alternatif dipinggirkan
7. Kepentingan publik dalam komunikasi dikesampingkan demi kepentingan pribadi
8. Akses terhadap keuntungan komunikasi disebarakan secara tidak merata (McQuail, 2010:106).

Sejalan dengan proposisi itu, secara umum para teoritikus ekonomi politik mempelajari kendali elit atas institusi ekonomi yang kemudian mempengaruhi banyak institusi sosial lain termasuk media massa. Herb Schiller (dalam Baran dan Davis, 2010: 263), diakui sebagai seorang ahli ekonomi politik yang paling diakui dan berpengaruh luas dalam komunikasi. Dia menulis bahwa pengaruh korporasi ada di hampir setiap aspek masyarakat. Dari yang sangat sederhana seperti menu sehari-hari dan pakaian yang kita kenakan, hingga hal-hal bersekala besar seperti cara kita berkomunikasi satu sama lain.

Pendekatan ekonomi politik memfokuskan hubungan antar struktur ekonomi dan dinamika industri media termasuk di dalamnya ideologi media. Dinamika yang terjadi dalam industri media pada umumnya berbentuk ekspansi, diversifikasi dan konvergensi media berbasis teknologi. Adanya konsentrasi, integrasi dan internasionlaisasi dari aktivitas media berdampak pada relasi ekonomi global dalam industri media yang dinamakan *the main media power*.

Terkait dengan relasi kekuasaan media ini, Mosco (2009: 26) membuat batasan secara sempit bahwa ekonomi politik merupakan kajian tentang hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan dalam bidang produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya termasuk sumber daya komunikasi. Sedangkan dalam konteks yang lebih luas, ekonomi politik media dapat diterjemahkan sebagai kajian tentang kontrol dan bagaimana manusia bertahan dalam kehidupan sosial. Bila pada umumnya para ahli mengungkapkan hakekat dasar ekonomi politik terkait pemenuhan kebutuhan dan memuaskan keinginan, maka Mosco mempertajam dengan menunjukkan adanya aspek kekuasaan di balik kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Penajaman ini mempetegas visi Mosco soal *social change* dan *historical transformation*.

Konsep kunci ekonomi politik melalui batasan-batasan di atas menunjukkan adanya kekuasaan di balik kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi, untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan masyarakat. Konsep ini masih berada di wilayah ekonomi secara umum, serta belum menyentuh areal subjek kekuasaan dan spesifikasi kebutuhan atau keinginan masyarakat yang dimaksud. Mosco secara lebih detail mengungkapkan:

“A far more general and ambitious definition of political economy is the study of control and survival in social life. Control refers specifically to the internal organization of individual and group members, while survival takes up the means by which they produce what is needed to reproduce themselves. Control processes are broadly political in that they involve the social organization of relationship within community. Survival process are fundamentally economic because they concern the production of what a society needs to reproduce it self” (Mosco, 2009: 25).

Oleh karena perhatian penelitian ekonomi politik diarahkan pada kepemilikan, kontrol, serta kekuatan operasional pasar media. Maka dari sudut pandang ini, institusi media massa dianggap sebagai sistem ekonomi yang berhubungan erat dengan sistem politik. Karakter utama pendekatan ekonomi politik adalah produksi media yang ditentukan oleh pertukaran nilai isi media di bawah kondisi tekanan ekspansi pasar dan juga ditentukan kepentingan ekonomi politik pemilik modal dan pembuat kebijakan media.

Berdasarkan karakteristik yang ada, Golding dan Murdock menempatkan perspektif ekonomi politik media pada paradigma kritis. Mereka berpendapat bahwa perspektif ini berbeda dengan arus utama dalam ilmu ekonomi. Apabila ilmu ekonomi arus utama melihat persoalan ekonomi sebagai suatu hal dominan yang terpisah dan kusus, maka perspektif ekonomi politik media kritis melihat persoalan ekonomi itu berada dalam hubungan dengan kehidupan politik, sosial dan budaya. Oleh karena itu, Golding dan Murdock (dalam Syahputra, 2007:98-99) menguraikan tiga karakteristik pendekatan ekonomi politik media sebagai berikut:

1. Holistik, melihat hubungan saling berkaitan antara faktor sosial, ekonomi, politik, dan budaya di sekitar media sehingga mengkaji dan memberikan penjelasan ilmiah dari berbagai faktor tersebut.
2. Historis, mengkaji posisi media dalam peta dunia global dan kapitalistik. Fokus pengamatannya terletak pada pengaruh perubahan dan perkembangan kekuatan pasar modal global.

3. Materialisme, rutinitas media yang mengacu pada hal-hal yang nyata dalam realitas kehidupan media.

Ketiga karakteristik yang dimiliki pendekatan ekonomi politik media ini kemudian dapat membantu mengungkap secara mendalam analisis yang terkait dengan kuatnya dominasi fungsi ekonomi televisi dibandingkan fungsi sosialnya. Murdock dan Golding (dalam Curran, 1995:187) juga menjelaskan empat proses historis penting dalam kajian ekonomi politik media, yaitu: 1) pertumbuhan media; 2) penjelasan jangkauan perusahaan; 3) komodifikasi; 4) perubahan peran negara. Keempat proses tersebut menurut Murdock dan Golding mengarah pada struktur kepemilikan media yang terkonsentrasi dan merupakan salah satu rangkaian perubahan yang mencerminkan perubahan ekonomi media. Ketika teknologi berkembang memasuki jaringan media, berbagai produksi media berubah menjadi industri, dan pada gilirannya, pola konsumsi media juga berubah menjadi lebih besar.

Selain itu, Murdock dan Golding (dalam Strinati, 2009: 208) juga mengungkapkan bahwa ekonomi politik media juga melibatkan tiga komponen penting yakni pemilik sarana produksi kapitalis (pemilik modal), dominasi pemikiran (hegemoni) dan upaya mempertahankan ketidaksetaraan antara kelas penguasa dan kelas subordinat. Dalam bahasa Strinati dijelaskan sebagai kepemilikan, pengendalian media massa dan produksi budaya.

Dalam hal ini, Mosco (2009:11-18), dalam *Political Economy of Communication* mengajukan tiga konsep yang sangat mendasar terkait dengan teori ekonomi politik media dalam industri komunikasi, yaitu: 1) komodifikasi (*commodification*); 2) spasialisasi (*spatialization*); dan 3) strukturasi (*structuration*). Konsep komodifikasi mengacu pada pemanfaatan barang dan jasa yang dilihat dari kegunaannya yang kemudian ditransformasikan menjadi komoditas yang dinilai dari maknanya di pasar. Intinya komodifikasi merupakan proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. "*commodification is the process of transforming things valued for their use into marketable products that are valued for what they can bring in exchange*" (Mosco, 2009: 127). Sementara yang dipertukarkan tidak saja barang-barang kebutuhan konsumen, melainkan juga simbol-simbol agama, kebudayaan, sosial dan seni.

Gagasan komodifikasi ini merupakan perluasan lebih lanjut dari logika Marxis. Komodifikasi adalah sesuatu yang didorong oleh televisi karena televisi itu sendiri merupakan suatu ekspresi masyarakat kapitalis. Dalam konteks televisi, komodifikasi diterapkan pada:

1. Artefak kultural yang merupakan program televisi.

2. Apa yang ada di balik perilaku dan pertukaran sosial yang digambarkan dalam televisi (misalnya, dalam sinetron dan iklan).
3. Khalayak itu sendiri, yang diukur dan dilukiskan melalui riset rating dan dijual sebagai komoditas melalui pengenaan tarif kepada pengiklan yang menghabiskan uangnya pada slot televisi (Burton, 2007:39-41).

Terkait dengan komodifikasi ini, Mosco (2009:133-156) menguraikan beberapa bentuk komodifikasi dalam komunikasi. *Pertama*, komodifikasi isi (*the commodification of conten*) yang merupakan proses perubahan pesan dari kumpulan informasi ke dalam sistem makna dalam wujud produk yang dipasarkan. *Kedua*, komodifikasi khalayak (*the commodification of audience*), yang merupakan proses modifikasi peran khalayak oleh perusahaan media dan pengiklan, dari fungsi awal sebagai konsumen media menjadi konsumen khalayak selain media. *Ketiga*, komodifikasi pekerja (*labour commodification*) yang merupakan penggerak kegiatan produksi dan juga distribusi.

Konsep kedua yaitu spesialisasi. Mosco (2009: 157) menjelaskan konsep ini sebagai proses mengatasi hambatan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial oleh perusahaan media dalam bentuk perluasan usaha, seperti integrasi horizontal, vertikal dan internasionalisasi. Konsep ini berkaitan dengan sejauh mana media mampu menyajikan produknya di depan pembaca dalam batasan ruang dan waktu tersebut. Struktur kelembagaan media menentukan perannya di dalam memenuhi jaringan dan kecepatan penyampaian produk media di hadapan khalayak. Perbincangan mengenai spesialisasi berkaitan dengan bentuk lembaga media, apakah berbentuk korporasi yang berskala besar atau sebaliknya, apakah berjejaring atau tidak, apakah bersifat monopoli atau oligopoli, konglomerasi atau tidak. Acapkali lembaga-lembaga ini diatur secara politis untuk menghindari terjadinya kepemilikan yang sangat besar dan menyebabkan terjadinya monopoli produk media.

Konsep ketiga yaitu strukturasi, yang berkaitan dengan relasi ide antaragen masyarakat, proses sosial dan praktik sosial dalam analisis struktur. Mosco (2009: 185) mengatakan bahwa *structuration describe a proess by which structures are constituted of human agency, even as they provide the very "medium" of that constitution*. Konsep ini merupakan buah karya dari Anthony Giddens (1984). Strukturasi dapat digambarkan sebagai proses dimana struktur sosial saling ditegakkan oleh para agen sosial, dan bahkan masing-masing bagian dari struktur mampu bertindak melayani bagian yang lain. Karakter penting teori strukturasi ini adalah kekuatan perubahan sosial yang menggambarkan bagaimana struktur diproduksi oleh agen manusia yang bertindak melalui struktur-struktur itu.

Hasil akhir dari strukturasi adalah serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan di antara kelas, gender, ras dan gerakan sosial yang masing-masing berhubungan satu sama lain.

Terkait dengan ini, pola praktik kapitalisasi media dan produksinya di bawah pengaruh pemilik modal dan dijalankan dengan persaingan pasar bebas. Hubungan antara pemilik modal, pelaksana modal dan pekerja didasarkan pada kepentingan pasar yang berorientasi pada keuntungan material tanpa dibarengi dengan refleksi diri secara komprehensif (Giddens, 2010: 290). Pada akhirnya pola seperti ini mereduksi nilai-nilai kemanusiaan yang seharusnya dimiliki para pekerja dan mengarahkan pada nilai-nilai ekonomi semata (Beilharz, 2005:275). Selain itu pola ini juga dapat membahayakan demokrasi dan kebebasan informasi. Betapa tidak, gagasan ruang publik yang bebas dari dominasi justru dikendalikan oleh kepentingan ekonomi, kepentingan pasar dan kepentingan pemilik modal.

3. Ideologi, Hegemoni dan Kapitalisme

Istilah ideologi diperkenalkan oleh filsuf Perancis Destutt de Tracy untuk menjelaskan ilmu tentang ide: yaitu sebuah disiplin ilmu yang memungkinkan orang untuk mengenali prasangka-prasangka dan bias-bias. Konsep ideologi juga dapat digunakan, sebagaimana Karl Marx (1818-1883) dan Frederich Engles (1820-1895) gunakan dalam *The German Ideology*, untuk menentang gagasan bahwa ide-ide sesungguhnya secara mandiri dapat mengembangkan konteks politik dan ekonomi tempat ide-ide tersebut diformulasikan (Cavallaro, 2004: 135).

Ideologi sering diartikan sebagai segala sesuatu yang ada dalam pikiran manusia sebagai formulasi dari gagasan atau pola pemikiran untuk memajukan dan mengembangkan kebudayaan. Ideologi dapat pula diartikan sebagai totalitas keyakinan, nilai-nilai dan norma-norma yang mengatur perilaku bersama. Sehingga dapat dikatakan bahwa ideologi tak ubahnya pedoman yang mendasar semua bentuk sikap dan perilaku di dalam mencapai tujuan ideologi, sehingga langkah-langkah dan keputusan yang diambil tidak menyimpang dari pedoman tersebut. Dalam hal ini, para kritikus dan filosof mengusulkan sejumlah definisi ideologi.

1. Sekumpulan ide, cita-cita, nilai atau kepercayaan;
2. Filsafat;
3. Agama;
4. Nilai-nilai palsu yang digunakan untuk mengendalikan seseorang;
5. Seperangkat kebiasaan atau ritual;
6. Suatu media tempat sebuah budaya membentuk dunianya;

7. Ide-ide yang diunggulkan oleh kelas sosial, gender atau kelompok ras tertentu;
8. Nilai-nilai yang melanggengkan struktur kekuasaan dominan;
9. Sesuatu proses di mana sebuah budaya memproduksi makna dan peran-peran bagi subjejek-subjeknya;
10. Gabungan antara budaya dan bahasa;
11. Perwujudan konstruksi budaya sebagai kenyataan yang sesungguhnya (Cavallaro, 2004: 136-137).

Terkait dengan definisi ideologi, Raymond William (dalam Eriyanto, 2001: 87-93) mengklasifikasikan penggunaan ideologi dalam tiga ranah. *Pertama*, sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu. Ideologi bukan sistem unik yang dibentuk oleh pengalaman seseorang, tetapi ditentukan oleh masyarakat di mana ia hidup, posisi sosial dia, pembagian kerja, dan sebagainya. *Kedua*, sebuah sistem kepercayaan yang dibuat—ide palsu atau kesadaran palsu—yang bisa dilawan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu di mana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. *Ketiga*, proses umum produksi makna dan ide. Ideologi digunakan untuk menggambarkan produksi makna. Dalam konteks penelitian ini, kekuatan kapital jelas dianggap paling berperan dalam produksi masyarakat. Ideologi kapital juga bekerja untuk memproduksi makna yang terlihat dari bagaimana kelompok khalayak masyarakat diposisikan sebagai subordinat.

Sementara itu, Thompson (2004: 17) menjelaskan bahwa istilah ideologi memiliki sejarah yang panjang dan kompleks. Ideologi juga merupakan hasil dari semakin meningkatnya pluralitas masyarakat dan berhubungan dengan kelompok-kelompok yang bersaing, dimana kepentingan bagian-bagiannya dilayani oleh ideologi tersebut. John Storey (dalam Adam, 2004: 10-11) menyebutkan bahwa konsep ideologi sebagai konsep terdiri dari lima konsep ideologi. *Pertama*, ideologi mengacu pada suatu pelembagaan secara sistematis yang diartikulasikan oleh sekelompok masyarakat tertentu. *Kedua*, ideologi sebagai upaya penopeng dan penyembunyian realitas tertentu. Di sini ideologi digunakan sebagai alat untuk mengungkap bagaimana teks dan praktik-praktik budaya tertentu digunakan untuk menghadirkan citra-citra tertentu yang diseleksi, direduksi, didistorsi yang kemudian memproduksi “kesadaran palsu”. Distorsi ini sengaja dilakukan guna mengamankan kepentingan kelas penguasa untuk mengendalikan sepenuhnya kelas yang dikuasai.

Ketiga, ideologi mengejawantah dalam bentuk-bentuk ideologis. Dalam hal ini ideologi dimanfaatkan sebagai alat untuk menarik dan memikat perhatian pemirsa terhadap teks-teks yang ditampilkan dalam bentuk sinetron, film, musik pop, novel, dan bentuk hiburan lainnya. Penghadiran teks dalam bentuk pop seperti ini dimaksudkan untuk meneguhkan citra-citra tertentu yang berpihak pada ideologi yang memproduksi bentuk-bentuk itu. Dalam istilah Stuart Hall disebut dengan “politik penandaan”. Sebagai upaya untuk menundukan para pembacanya dalam cara pandang dunia tertentu. Keempat, ideologi bukan hanya pelebagaan ide sebagaimana definisi pertama, tetapi sekaligus juga praktik material. Definisi ideologi ini dikemukakan oleh Louis Althusser yang menjelaskan bahwa ideologi sebenarnya bisa dijumpai dalam praktik kehidupan sehari-hari dan bukan hanya dalam ide-ide tertentu tentang kehidupan sehari-hari.

Kelima, ideologi yang difungsikan pada level konotasi (tersirat), makna sekunder, makna yang seringkali tidak disadari terdapat pada teks dan praktik kehidupan. Konsep ideologi ini dikemukakan oleh Roland Barthes. Ideologi (mitos menurut Barthes) mengarahkan kita pada perjuangan hegemonik untuk membatasi makna konotatif, menetapkan konotasi-konotasi partikular dan memproduksi konotasi-konotasi baru. Menurut Barthes contoh klasik ideologi adalah upaya untuk menjadikan apa yang pada faktanya partikular menjadi universal dan *legitimate*, dan juga upaya untuk menaturalkan hal-hal yang pada faktanya kultural.

Oleh karena itu, konsep ideologi sering kali digunakan untuk merujuk cara-cara bagaimana makna digunakan, tidak jarang digunakan untuk membangun dan mempertahankan relasi kekuasaan yang secara sistematis bersifat asimetris yang disebut relasi dominasi. Ideologi juga merupakan cara-cara bagaimana makna dikonstruksi dan disampaikan melalui bentuk-bentuk simbol dalam jenisnya yang bervariasi dari ungkapan sehari-hari hingga citra dan teks yang kompleks.

Teori Althusser tentang ideologi lebih menekankan pada kekuasaan kelompok dominan dalam mengontrol kelompok lain. Ideologi menggunakan segala macam strategi untuk melegitimasi dirinya. Dalam hal ini, menempatkan ideologi sebagai konsep sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini karena teks, percakapan dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Terkait dengan ini, Antonio Gramsci (1891-1937) mengenalkan konsep hegemoni. Gramsci berpendapat bahwa kekuatan dan dominasi kapitalis tidak hanya melalui dimensi material dari sarana ekonomi dan relasi produksi, tetapi juga kekuatan (*force*) dan hegemoni (Eriyanto, 2001: 103).

Dalam hal ini, Gramsci mencoba mengidentifikasi mekanisme-mekanisme yang memungkinkan sebuah sistem mempertahankan kekuasaannya bahkan ketika kekuasaan tersebut secara terang-terangan didasarkan pada penguasaan suatu kelas terhadap kelas-kelas lain. Bentuk kekuasaan ini tidak benar-benar ditopang oleh dominasi politik dan ekonomi. Pada kenyataannya, hegemoni berkembang pesat dengan meyakinkan kelompok-kelompok sosial yang subordinat agar menerima sistem kultural dan nilai-nilai etik yang dihargai oleh kelompok yang berkuasa seolah-olah sistem dan nilai tersebut benar secara universal dan melekat dalam kehidupan manusia (Cavallaro, 2004: 141).

Hegemoni berbeda dengan ideologi sebab hegemoni tidak semata-mata merujuk pada nilai-nilai kelas dominan, melainkan mengacu pada serangkaian proses melalui bagaimana nilai-nilai tersebut dipahami sebagai bagian dari tatanan ilmiah atas segala sesuatu yang dipaksakan oleh proses-proses tersebut. Oleh karena itu, Gramsci menjelaskan bahwa ideologi dipahami sebagai ide, makna dan praktik, yang kendati mereka mengklaim sebagai kebenaran universal, merupakan peta makna yang mendukung kekuasaan kelompok sosial tertentu (Barker, 2004: 62).

Ideologi hegemonik ini menyatu dan tersebar dalam praktik kehidupan, persepsi, dan pandangan dunia sebagai sesuatu yang dilakukan dan dihayati secara sukarela. Hegemoni bekerja melalui konsensus ketimbang upaya penindasan suatu kelompok terhadap kelompok lain. Salah satu kekuatan hegemoni adalah bagaimana ia menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan, yang dianggap benar, sementara wacana lain dianggap salah.

Salah satu ideologi yang sangat memiliki kekuatan hegemoni saat ini adalah kapitalisme. Hal ini menjadi fokus utama dalam adiknya Marx yaitu analisis tentang dinamika kapitalisme, yaitu suatu cara produksi yang dipremiskan oleh kepemilikan pribadi sarana produksinya. Oleh karena itu, kapitalisme didefinisikan sebagai suatu sistem dinamis di mana mekanismenya didorong oleh laba yang mengarah kepada revolusi yang terus berlanjut atas sarana produksi dan pembentukan pasar baru (Barker, 2004: 14).

Lekachman & Loon (2008: 106) menjelaskan bahwa ekonomi kapitalis berdasar pada tiga asumsi. *Pertama*, perhitungan individual dan pengejaran keuntungan pribadi. *Kedua*, akomodasi dan penyesuaian keuntungan-keuntungan pribadi melalui kompetisi. *Ketiga*, pasar membentuk pertukaran, berdasar komoditi, uang dan hukum. Oleh karena itu, pasar bebas merupakan model relasi-relasi sosial dari sistem kapitalis.

Perhatian Marxis terhadap ideologi dimulai sebagai suatu bentuk eksplorasi mengapa kapitalisme yang diyakini sebagai suatu sistem

eksploitatif dalam relasi sosial dan ekonomi, tidak dapat diruntuhkan oleh revolusi pekerja. Murdock dan Golding (dalam Strinati, 2004: 150) berusaha mengadaptasi pandangan ideologi Marx tentang pendekatan ekonomi politik untuk menganalisis media massa (1977). Ia berpendapat bahwa pernyataan Marx dalam *German Ideology* memerlukan tiga proposisi empiris yang mereka tunjukkan dapat divalidasi secara memuaskan: bahwa produksi dan distribusi gagasan dipusatkan di tangan para pemilik sarana-sarana produksi kapitalis; bahwa karena itu gagasan-gagasan mereka semakin mengemuka dan mendominasi pemikiran kelompok-kelompok subordinat; dan karena itu dominasi ideologis ini berfungsi mempertahankan sistem ketidaksetaraan kelas yang umum terjadi di mana memberi hak istimewa kelas penguasa dan mengeksploitasi kelas-kelas subordinat.

Menurut Max Weber inti dari kapitalis adalah orientasi rasional keuntungan ekonomi. Dalam kapitalisme, segala bentuk hasil produksi dan reproduksi dijadikan komoditas untuk dipasarkan dengan tujuan mencari keuntungan. Kekuatan produksi dibentuk dalam kaitan bukan untuk menggali nilai utilitas atau nilai guna akan tetapi untuk mencari nilai lebih (*surplus value*) dari nilai tukar (Abrahamson, 1991:209). Dalam formulasi aslinya, kerangka Weber ini menjelaskan sebuah perubahan sosial bukan perubahan kritis. Spirit kapitalisme menurutnya didorong sebuah perubahan sosial melalui semangat agama (terutama Protestan)—melalui konsekuensi yang tidak disengaja—realitas dorongan ekonomi (Fisher, 2010: 25).

Saat ini kapitalisme sudah mengalami transformasi atau perubahan bentuknya dari fase industri ke post-industri. Perubahannya tidak hanya dalam struktur dan teknologi tetapi juga dalam bentuk fungsi legitimasi wacana teknologi. Melalui teknologi jaringan (*network technology*) tidak saja membawa revolusi sosial dengan transformasi masyarakat kapitalisme lanjut, namun juga pada transformasi kapitalisme itu sendiri. Eran Fisher (2010:11) juga menjelaskan bahwa spirit jaringan adalah spirit baru tekno-kapitalisme kontemporer, yang menawarkan kerangka teknologistik pada transformasi struktural kapitalisme dari Fordisme ke post-Fordisme.

Selain itu, Schiller (1985) mengungkapkan bahwa media cocok dengan sistem kapitalis dunia dengan menyediakan dukungan ideologis bagi kapitalisme, dan korporasi transnasional khususnya (dalam Baker, 2004:295). Media dianggap sebagai kendaraan bagi pemasaran korporat, manipulasi penonton, dan menjadikan mereka sebagai pemasang iklan. Ini sejalan dengan efek ideologis dimana pesan media menciptakan dan memaksa keterikatan penonton kepada *status quo*. Ini adalah bentuk

dominasi budaya. Para pemikir Mashab Frankfurt memandang bahwa industri budaya sebagai agen kapitalisme. Industri budaya memainkan peranan dalam sistem kapitalisme monopoli dan eksploitasinya terhadap kelas pekerja (Milestone & Meyer, 2012: 35).

Televisi sebagai salah satu media merupakan mesin utama dalam memproduksi budaya dan alat untuk akumulasi modal. Ini sejalan dengan kapitalisme sebagai sebuah sistem ekonomi jelas menekankan pada pentingnya modal. Sebagai sebuah ideologi, kapitalisme jelas memiliki kekuatan sangat dominan dalam mengatur sistem industri televisi dan umumnya ekonomi dunia global. Dominasi kapitalisme ini terlihat dari kekuasaan para kapital dalam mengontrol berbagai aktivitas ekonomi yang ada dalam industri televisi. Kelompok subordinat seperti kelas pekerja media televisi, kaum profesional bahkan khalayak jelas dieksploitasi untuk kepentingan akumulasi modal pemilik televisi.

4. Eksploitasi dalam Industri Televisi

Untuk membongkar keberadaan kapitalisme dalam industri televisi, tentu harus memahami beberapa konsep penting dari mode produksi kapitalis. Sebagaimana diidentifikasi oleh Marx dan Engels, konsep eksploitasi dan alienasi mengemuka dari analisis yang mereka telah lakukan melalui perkembangan teori ekonomi politik Marxian. Beberapa bahasan kunci ekonomi politik adalah: eksploitasi, alienasi dan fetisme, komplusi akumulasi, konsentrasi dan pemusatan modal, ekspansi global, polarisasi sosial dan ekonomi, intensifikasi konflik kelas dan lain sebagainya. Fokus pembahasan buku ini hanya pada beberapa konsep saja yaitu: eksploitasi, konsentrasi dan pemusatan modal.

Membahas konsep eksploitasi ini tidak terlepas dari konsep kapitalisme itu sendiri. Dalam hal ini, George Ritzer (2005: 565) mengemukakan bahwa kapital didefinisikan sebagai hubungan sosial. Seperti yang ada pada hubungan antara pekerja dan kapital, para pekerja tidak saja dieksploitasi dengan ditekan dan diharuskan bekerja lebih lama dengan kompetisi yang ketat di antara para pekerja untuk tetap bertahan, tetapi mereka juga teralienasi dalam artian bahwa produk yang dihasilkan telah lepas dari kontrol dan menjadi milik para kapitalis. Tidak heran bila kemudian para pekerja, tidak mengontrol kehidupan mereka sendiri tetapi hanya menjadi boneka struktur kekuasaan.

Bagi Marx (dalam Ritzer, 2012:100) eksploitasi dan dominasi lebih dari sekedar mencerminkan distribusi kekayaan dan kekuasaan yang tidak sama secara kebetulan. Eksploitasi merupakan bagian penting dari ekonomi kapitalis. Kapitalis membayar para pekerja lebih sedikit dari nilai yang dihasilkan para pekerja dan menyimpan sisanya untuk dirinya

sendiri. Praktik seperti itu menghasilkan konsep sentral Marx mengenai nilai surplus, yang didefinisikan sebagai perbedaan nilai produk ketika dijual dan nilai unsur-unsur yang dihabiskan dalam pembentukan produk itu (termasuk tenaga kerja sang pekerja). Kaum kapitalis memperluas perusahaan-perusahaan mereka dengan mengubah keuntungan menjadi landasan bagi penciptaan nilai surplus yang lebih banyak lagi.

Nilai surplus bukan hanya konsep ekonomi. Nilai surplus seperti modal adalah bentuk suatu relasi sosial khusus dan suatu bentuk dominasi, karena tenaga kerja adalah sumber nyata nilai surplus. Dalam hal ini, Marx (Ritzer, 2012:1001) membuat metafora: “Modal adalah tenaga kerja yang hidup, seperti vampir, hidup hanya dengan menghisap tenaga kerja yang hidup, dan semakin hidup bila semakin banyak tenaga kerja yang diisapnya”. Oleh karena itu, untuk mendapatkan keuntungan dan nilai surplus yang lebih banyak, sebuah perusahaan akan selalu melakukan ekspansi. Kemudian para kapitalis ini berusaha mengeksploitasi para pekerja sebanyak mungkin.

Dalam konteks media massa yang kepemilikannya semakin terkonsentrasikan, menarik bila mengambil pandangan Baran dan Sweezy (1966) (dalam Ritzer, 2004: 193) yang mengkritik ilmu sosial Marxian karena mengulangi rumusan yang sudah lazim dan gagal menerangkan perkembangan penting terakhir yang terjadi di dalam masyarakat kapitalis. Mereka berdua ini menganggap bahwa teori Marxian mengalami stagnasi karena teori itu terus bersandar pada asumsi ekonomi kompetitif. Seharusnya teori Marxian modern menyadari bahwa kapitalisme persaingan sebagian besar telah digantikan oleh kapitalisme monopoli.

Terkait dengan ini, Ritzer (2004: 193-194) juga menambahkan bahwa monopoli kapitalisme dalam suatu hal berarti pengendalian satu atau sedikit kapitalis terhadap sektor ekonomi tertentu—seperti yang terjadi pada kepemilikan televisi di Indonesia. Jelas dalam kapitalisme monopoli kompetisi jauh lebih sedikit ketimbang dalam kapitalisme kompetitif. Dalam kapitalisme kompetitif organisasi usaha bersaing atas dasar harga; artinya kapitalis berupaya menjual barang lebih banyak dengan menawarkan harga lebih rendah. Dalam kapitalisme monopoli perusahaan tidak lagi bersaing dengan cara seperti itu karena satu atau beberapa perusahaan mengendalikan pasar; kompetisi bergeser ke bidang penjualan. Hal ini dapat ditemukan pada kasus bagaimana MNC mengendalikan pasar dengan melalui empat televisi bersiaran *free to air* dan media-media lain di bawah kelompok tersebut yang dimiliki untuk dapat meraih banyak pengiklan. Oleh karena itu, berbagai program dan cara pengemasannya ditujukan untuk menarik konsumen dan pengiklan potensial sebagai bentuk kompetisi dalam industri televisi.

Dalam hal ini, aspek penting kapitalisme monopoli dalam industri media massa adalah munculnya perusahaan besar dan hanya sejumlah kecil pemilik perusahaan besar saja yang mengendalikan sebagian sektor ekonomi media. Dalam kapitalisme kompetitif, organisasi perusahaan hampir seluruhnya dikendalikan oleh seorang pengusaha. Perusahaan modern dimiliki oleh sejumlah besar pemegang saham, namun sebagian kecil dari pemegang saham yang besar jumlahnya itu memiliki sebagian besar saham. Meski pemegang saham memiliki perusahaan, namun para manajer pelaksanalah yang mengontrol kegiatan usaha sehari-hari. Manajer adalah sentral dalam kapitalisme monopoli, sedangkan pengusaha adalah sentral dalam kapitalisme kompetitif. Namun demikian secara umum tetap para pemegang saham mayoritaslah sebenarnya yang mengontrol sistem kapitalis.

Berangkat dari hal ini, kontrol pemilik modal terhadap proses kerja dan eksploitasi para pekerjanya adalah inti dari teori Marxian. Televisi merupakan salah satu mesin utama sebagai alat kontrol terhadap pekerja. Sebagai diungkapkan oleh Braverman (1974:188) bahwa peralatan dan atau pekerjaan cenderung diatur gerakannya oleh struktur mesin itu sendiri. Keterampilan lebih ditujukan untuk melayani mesin ketimbang membiarkan didapatkan oleh pekerja. Pekerja menjadi dikontrol oleh mesin ketimbang mengontrol pekerjaan. Selanjutnya akan jauh lebih mudah bagi manajemen untuk mengontrol mesin ketimbang mengontrol pekerja (dalam Ritzer, 2004:197).

Pekerja sinetron, awak media dan orang yang terkait dalam media umumnya dikontrol oleh aturan birokrasi dan kontrak yang sudah mereka sepakati yang lebih bersifat impersonal ketimbang dikontrol secara personal oleh pengawas atau produser. Karena kapitalisme terus berubah mengikuti perubahan zaman dan bersamaan dengan itu mengubah cara mengontrol pekerja. Tidak heran bila para pekerja dalam sistem kapitalis berkerja lebih keras, hal ini berdasarkan pada unsur persetujuannya dan relasi yang telah terbangun. Dalam hal ini, Outhwaite (Ed) (2008: 302-304) mengemukakan bahwa eksploitasi adalah istilah yang paling sering diaplikasikan untuk relasi antara orang atau kelompok orang, di mana suatu kelompok atau individu secara struktural dalam posisi yang memampukannya untuk mengambil keuntungan dari orang lain. Eksploitasi selalu mengandung konotasi ketidakadilan. Menurut Marxisme eksploitasi adalah relasi antarkelas.

Suatu kelas dieksploitasi karena ia memproduksi lebih banyak ketimbang mengkonsumsi, sedangkan kelas penguasa mempertahankan kekuasaannya melalui kontrol atas surplus produk. Jadi, eksploitasi menurut Marxis adalah relasi dasar dari setiap epos historis yang menjadi

basis definisi kelas. Cara spesifik dimana surplus diambil oleh kelas penguasa inilah yang menentukan mode produksi spesifik. Misalnya, di dalam kapitalisme, kepemilikan alat-alat produksi oleh borjuis membuatnya mampu memperkerjakan buruh dan mengambil surplusnya dalam bentuk profit. Metode pengambilan surplus ini karenanya nampak murni ekonomi, didasarkan pada aturan pertukaran atau perdagangan yang tampak adil.

Terkait dengan eksploitasi ini, ada konsep yang juga mengiringinya yaitu alienasi. Outhwaite (Ed), (2008:13) dalam *Ensiklopedi Pemikiran Sosial Modern*, menjelaskan bahwa alienasi adalah proses historis dimana manusia semakin terasing dari alam dan juga dari produk aktivitas mereka (komoditas dan kapital, institusi sosial dan kebudayaan) yang kemudian oleh generasi selanjutnya dipandang sebagai kekuatan yang lepas dan tertindas, yakni realitas yang teralienasi. Aliensi juga mengacu pada perasaan terasing dari masyarakat, kelompok, kultur atau diri sendiri yang umumnya dirasakan oleh orang yang tinggal di masyarakat industrial yang kompleks, seperti halnya kota Jakarta dan kota besar lainnya di Indonesia.

Dalam karya Marx, proses historis dari alienasi telah mengubah manusia sebagai subjek kreatif menjadi objek pasif dalam proses sosial. Humanisme sekuler Marx banyak didasarkan pada teori agama materialis Ludwig Feurbach dimana dia mengklaim bahwa manusia telah menyerahkan esensinya dan potensinya sendiri kepada Tuhan, yang menyebabkan diri mereka teralienasi. Dalam *Manuscripts*, Marx mengklaim bahwa alienasi religius hanya salah satu aspek kecenderungan manusia untuk mengasingkan diri mereka sendiri dari produk-produk buatan mereka sendiri, yang dapat dijelaskan sebagai aspek alienasi ekonomi (Outhwaite, 2008:14).

Berkaitan dengan ini, Kruger & Johanssen (2014: 634) dan Ritzer (2012: 88-91) menjelaskan bahwa ada empat dimensi mendasar alienasi. *Pertama*, para pekerja di dalam masyarakat kapitalis dialienasi dari kegiatan produktifnya. Mereka tidak menghasilkan objek-objek menurut ide-ide mereka sendiri atau memenuhi kebutuhan mereka sendiri secara langsung. *Kedua*, para pekerja di dalam masyarakat kapitalis teralienasi bukan hanya melalui kegiatan-kegiatan produktif tetapi juga dari objek kegiatan-kegiatan itu. Produk pekerjaan mereka bukan milik para pekerja, tetapi milik para kapitalis. *Ketiga*, para pekerja di dalam masyarakat kapitalis teralienasi dari para rekan kerjanya. Para pekerja dipaksa memasuki kompetisi total, menghasilkan lebih banyak, bekerja lebih cepat dan kadang-kadang konflik antara satu dengan yang lain. *Keempat*, para

pekerja di dalam masyarakat kapitalis teralienasi dari potensi manusianya sendiri.

Marx juga menambahkan bahwa alienasi ekonomi adalah aspek alienasi lainnya, dan karenanya perampasan properti privat akan mengakhiri pemerasan oleh kapitalis dan akhirnya menyudahi semua bentuk alienasi. Pada sisi lain ini tentu merupakan kelemahan Marx, bahwa Marx tidak mengakui adanya kehendak untuk lebih berkuasa, sehingga dia tidak meramalkan munculnya bentuk eksploitasi baru terhadap orang lainnya, seperti yang terjadi eksplotasi media yang tidak saja pada pekerja, namun juga terhadap khalayak atau konsumen media. Oleh karena itu, eksploitasi ini tentu dapat menyebabkan makin parahnya alienasi yang terjadi.

Dalam era industri media saat ini, kepemilikan media tidak lagi di tangan jurnalis idealis sebagai mana terjadi pada awal-awal kelahiran media. Kepemilikan saham media bisa tersebar di sejumlah tangan pemodal yang sangat mungkin memiliki bisnis inti di wilayah lain dan berada di negara lain. Mereka mendirikan, membeli atau menanam saham di perusahaan media semata-mata untuk keuntungan finansial. Jadi bisa dipahami bahwa gagasan tentang media sebagai “agen pencerahan” tidak pernah dipertimbangkan secara serius (Armando, 2016: 32).

Stasiun televisi swasta komersial sangat bergantung pada iklan. Oleh karenanya, stasiun televisi komersial tidak dapat diharapkan menyajikan isi yang menggugat kebijakan yang menguntungkan para pemodal. Dengan begitu, kecenderungan media komersial untuk hanya menyajikan muatan yang tidak kritis terhadap kapitalisme jelas karena disamping perintah pemodal juga karena ideologi pekerja yang memang pro-kapitalisme. Keberpihakan pada kapitalisme itu sendiri adalah proses hegemoni yang tanpa disadari oleh para pekerja itu sendiri sehingga tidak dapat berpikir dan bergerak ke yang lain karena proses alienasi sudah terjadi.