

## PERGESERAN SISTEM KEKUASAAN DARI MARXISME KE HEGEMONI DAN POLITIK MEDIA:

### Suatu Kritik Ideologi

Muzairi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Jalan Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281, Indonesia  
muzairi@uin-suka.ac.id

#### Abstrak

Kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan publik inilah yang sesungguhnya menjadikan media tidak dapat netral, jujur, adil, objektif, dan terbuka. Akibatnya, informasi yang disuguhkan oleh media telah menimbulkan persoalan objektivitas pengetahuan yang serius pada media itu sendiri, dan hegemoni dalam media menjadi hal yang sangat strategis. Media massa sebagai bagian dari ruang publik, yang didalamnya bahasa, tanda dan simbol-simbol diproduksi, disebarluaskan dan ini bukan sebagai alat hegemoni yang bersifat pasif semata. Karena itu beroperasinya ideologi dibalik politik media tidak dapat dipisahkan dari mekanisme ketersembunyian dan ideologi itu menyusup serta menanamkan pengaruhnya lewat media secara tersembunyi merubah pandangan setiap orang secara tidak sadar. Oleh karena itu kritik terhadap ideologi dapat membantu dan memahami betapa ideologi sangat penting dan berperan dalam suatu sistem media massa, disamping itu kritik ideologi dapat mengungkapkan kepentingan-kepentingan tertentu di belakang nilai ideologi yang tersembunyi.

**Kata-kata Kunci:** Ideologi, Media Massa, Hegemoni, Politik Media.

#### Abstract

Strong economic interests and public powers are indeed making the media could not be neutral, honest, fair, objective and open. As a result, the information presented by the media has raised the issue of serious objectivity of knowledge on the media itself. The hegemony in the media then becomes strategic. Mass media as part of the public space, which includes languages, signs and symbols are produced, distributed and not served as a mere passive hegemony. Because of the operation of political ideology behind the media, it could not be separated from hidden-ness and ideological mechanisms that infiltrate and exert influence through the media that changes the people perception. Therefore, a critique of ideology can help and understand how ideology is very important and plays a role in a sistem of mass media. In addition to the criticism ideology discloses certain interests behind the value of the hidden ideology.

**Keywords:** Ideology, Mass Media, Hegemony, Politics Media

#### Pendahuluan

McLuhan memahami setiap media sebagai perluasan manusia (*the extensions of man*), yang meliputi aspek psikis maupun fisik yakni seluruh indera dan organ manusia. Roda adalah perluasan dari kaki, radio perluasan dari mulut dan telinga, tulisan perluasan dari mata, komputer perluasan dari sistem saraf, dan sebagainya.

Menegenai komunikasi, McLuhan menunjukkan sekaligus pengertian umum dan pengertian khusus. Dari pengertian umum ditunjukkan bahwa komunikasi adalah usaha dari perluasan manusia

itu sendiri. Jadi manusia menempati posisi baik sebagai subyek maupun objek komunikasi. Dari pengertian khusus, ditunjukkan bahwa media komunikasi adalah hasil dari usaha perluasan manusia. Dengan demikian media komunikasi merupakan objek budaya. Juga usaha perluasan manusia itu bisa dikatakan merupakan upaya teknologis manusia untuk mewujudkan kemampuan komunikasinya.<sup>1</sup>

Lewat pemahaman ini ditunjukkan adanya keterkaitan yang tak mungkin dilepaskan antara

---

<sup>1</sup>Puspa Binatama, Revolusi Media Komunikasi, *Majalah Filsafat Dwiyarkara*, Vol IXI, No 2, tahun 1992/1993, 25-26.

keberadaan manusia dan media di dalam memahami perkembangan kebudayaan. McLuhan dalam *The Gutenberg Galaxy* dan *Understanding Media* menunjukkan bahwa kemajuan kebudayaan Barat sangat ditentukan oleh perluasan manusia dalam tatanan komunikasi.<sup>2</sup>

Karena itu perbincangan mengenai media dan tatanan komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kepentingan yang ada di balik media tersebut, khususnya kepentingan terhadap informasi yang disampainya. Di dalam perkembangan media mutakhir, setidaknya-tidaknya ada dua kepentingan utama di balik media, yaitu kepentingan ekonomi (*economic interest*) dan kepentingan kekuasaan (*power interest*), yang membentuk isi media (*media content*), informasi yang disajikan, dan makna yang ditawarkan. Di antara dua kepentingan utama tersebut, ada kepentingan lebih dasar yang justru terabaikan, yaitu *kepentingan publik*. Media yang seharusnya berperan sebagai ruang publik (*public sphere*), disebabkan oleh kepentingan-kepentingan di atas, justru mengabaikan kepentingan publik itu sendiri.<sup>3</sup>

Kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan publik inilah yang sesungguhnya menjadikan media tidak dapat netral, jujur, adil, objektif, dan terbuka. Akibatnya, informasi yang disuguhkan oleh media telah menimbulkan persoalan objektivitas pengetahuan yang serius pada media itu sendiri. Kepentingan-kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik akan menentukan apakah informasi yang disampaikan oleh sebuah media mengandung kebenaran (*truth*) atau kebenaran palsu (*pseudo-truth*); menyampaikan objektivitas atau subjektivitas; bersifat netral atau berpihak; merepresentasikan fakta atau memelintir fakta; menggambarkan

---

<sup>2</sup>Proses komunikasi dapat dilihat dalam dua perspektif besar, yaitu perspektif psikologis dan mekanis. Perspektif psikologis dalam proses komunikasi hendak memperlihatkan bahwa komunikasi adalah aktivitas psikologis sosial yang melibatkan komunikator, komunikasi, isi pesan, lambang, sifat hubungan, persepsi, proses *decoding*, dan *encoding*. Perspektif mekanis memperlihatkan bahwa proses komunikasi adalah aktivitas mekanik yang dilakukan oleh komunikator yang sangat bersifat situasional dan kontekstual. Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Penerbit Kenanga, 2012), 83.

<sup>3</sup>Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang dilipat* (Bandung: Penerbit Mizan, 1998), 133-134.

realitas (*reality*) atau menyimulasi realitas (*simulacrum*).<sup>4</sup>

Publik dan masyarakat umumnya, berada di antara dua kepentingan utama media ini, yang menjadikan mereka sebagai mayoritas yang diam, yang tidak mempunyai kekuasaan dalam membangun dan menentukan informasi di ranah publik (*public sphere*) milik mereka sendiri. Di satu pihak, ketika ranah publik dikuasai oleh politik informasi (*politics of information*) atau politisasi informasi, yang menjadikan informasi sebagai alat kekuasaan politik, media menjelma menjadi perpanjangan tangan penguasa dengan menguasai ruang publik tersebut, di pihak lain, ketika ia dikuasai oleh ekonomi politik informasi (*political economy of information*), informasi menjadi alat kepentingan menacri keuntungan yang sebesar-besarnya, dengan cara mengeksploitasi publik, sebagai satu prinsip dasar dari kapitalisme.<sup>5</sup>

Di samping itu prinsip-prinsip tersebut memunculkan hegemoni dan politik media, sebab kuatnya kepentingan politik dan kekuasaan politik (*will to power*)<sup>6</sup>. Kalau Nietzsche mengatakan bahwa hakekat manusia intinya ingin berkuasa (*will to power*), maka Marxisme menyatakan bahwa kekuasaan entah dalam politik atau media adalah *ineffability ekonomi* yang diterjemahkan oleh Marx dengan *social being*. Istilah yang menentukan daripada ideologi atau cita-cita.<sup>7</sup>

Akan tetapi *imperative economy* sudah bergeser walaupun tidak sepenuhnya dengan hegemoni dan

---

<sup>4</sup>Simulacrum adalah sebuah duplikat dari duplikasi, yang aslinya tidak ada, sehingga perbedaan antara duplikasi dan asli menjadi kabur.

<sup>5</sup>Munculnya histeria kapitalisme menghasilkan hiperdensitas produk, akumulasi nilai surplus dan kapital, sekaligus akumulasi ketegangan, ketidakamanan, kegamangan. Ketegangan ada di mana-mana: di pabrik, di bank, di pasar modal, di supermal. Keidakamanan ada di mana-mana: di rumah, di hotel, di pasar, di bank. Kegamangan ada di mana-mana: di pasar kerja, di sebuah sidang DPR, di dalam sebuah pengadilan. Yasraf Amir Piliang, *Postrealitas Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), 129.

<sup>6</sup>Walter Kaufmann, *Existentialism from Dostoevsky to Sartre*, (New York: A Meridian Book, 1985), 132.

<sup>7</sup>Mc. Innes, Neil, "Marxist Philosophy", *The Encyclopedia of Philosophy*, Vol 5-6, (London: Macmillan Publisher, 1972), 1734-176.

politik media dan permainan bahasa (*language game*, gaya, lingkungan kata, kosa kata, simbol dan tanda) serta pengetahuan (keadilan, kebenaran, realitas) yang dihasilkan. Pergeseran ini bukan faktor alamiah, akan tetapi berkaitan dengan komputerisasi dan digitalisasi.

Artikel ini bermaksud mengungkapkan secara tentatif pokok-pokok pikiran tentang pergeseran sistem kekuasaan dari Marxisme ke Hegemoni dan politik media, kemudian kritik ideologi.<sup>8</sup> Dengan kritik ideologi yang dimaksud disini untuk mengungkap kepentingan-kepentingan tertentu. Dengan kata lain, kritik ideologi untuk mengungkap kenyataan di belakang ideologi tersembunyi kepentingan-kepentingan egois.

### Marxisme

Marxisme adalah sebuah paham yang mengikuti pandangan-pandangan dari Karl Marx. Marx menyusun sebuah teori besar yang berkaitan dengan sistem ekonomi, sistem sosial, dan sistem politik. Pengikut teori ini disebut sebagai Marxis. Marxisme mencakup materialisme dialektis dan materialisme historis serta penerapannya pada kehidupan sosial.<sup>9</sup>

Salah satu alasan mengapa Marxisme merupakan sistem pemikiran yang amat kaya adalah bahwa Marxisme memadukan tiga tradisi intelektual yang masing-masing telah sangat berkembang saat itu, yaitu filsafat Jerman, teori politik Perancis dan ilmu ekonomi Inggris. Marxisme tidak bisa begitu saja dikategorikan sebagai "filsafat" seperti filsafat lainnya, sebab Marxisme mengandung suatu dimensi filosofis yang utama dan bahkan memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap banyak pemikiran filsafat setelahnya. Itulah

sebabnya, sejarah filsafat zaman modern tidak mungkin mengabaikannya.<sup>10</sup>

Kiranya sulit untuk melukiskan perkembangan Marxisme, karena perkembangan ini di satu pihak agak beraneka bentuknya, di lain pihak berulang kali diwarnai oleh suatu dogmatisme, yang menggapai kembali bunyi kata-kata yang berasal dari Marx dan Engels. Juga karena hal itulah, perkembangan yang terjadi di Uni Sovyet berbeda dengan yang terjadi di Eropa Barat. Terdapat perbedaan yang mencolok antara kaum marxis bebas dengan kaum marxis yang terikat oleh dogma. Tetapi ditinjau secara keseluruhan setiap marxis akan menolak bila diberi tambahan kata "neo". Yang demikian ini kiranya dapat dimengerti. Bertentangan dengan para penganut neo-thomisme, neo-kantianisme dan neo-hegelianisme, yang kesemuanya hendak kembali kepada seorang pemikir, yang selama waktu yang cukup lama secara nisbi dilalaikan ajarannya, kaum marxis dewasa ini terus menerus mempunyai hubungan tradisi dengan Marx.<sup>11</sup>

Keterikatan marxisme pada Marx dan Engels juga membawa akibat bahwa bagi marxisme nama-nama jarang penting artinya. Yang diperlukan ialah secara singkat membicarakan pelbagai aliran yang terdapat dalam marxisme. Pertama-tama kita dapati filsafat yang setiap kaum marxis tidak akan mengakuinya sebagai marxisme, namun mengingat masalah-masalah yang dibahasnya, pasti dipengaruhi oleh Marx. Pertemuan antara marxisme dengan filsafat yang tidak didasarkan marxisme ini terutama terdapat di Perancis. Di satu pihak terkandung dalam filsafat yang diajarkan Merleau-Ponty, Sartre, Simone de Beauvoir serta para filsuf yang erat kaitannya, di lain pihak terkandung dalam "personalisme"<sup>12</sup> yang diajarkan Mounier, De

<sup>8</sup> Ideology (Gk. , idea, "idea", and logos, "the study of", "the science of"). 1. Literally and as used in classical metaphysics, the science of ideas, the study of their origins. 2. In modern usage, it has a pejorative sense, as dogmatic, visionary theorizing or speculation that is false or unrealistic. 3. In a nonpejorative sense, any sistem of ideas regarding philosophic, economic, political, social beliefs and ideals. Peter A Angeles, *Dictionary of Philosophy* (London: Barnes & Noble Books, 1981), 126.

<sup>9</sup> Neil Mc Innes, *Gramsci Antonio*, h173-176.

<sup>10</sup> Bernard Delgaaww, *Filsafat Abad 20*, terj. Soejono Soemargono (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1988), 157-160.

<sup>11</sup> Bernard Delgaaww, *Filsafat Abad 20*.

<sup>12</sup> Personalism. A philosophy having the following basic beliefs: 1. The characteristics possessed by the "person" and "personality" are the keys with which the universe and all things in it can be understood. 2. The whole of existence is an expression of a universal Personal Consciousness and can be analyzed in terms of the forms of human personality. 3. Reality is a sistem of person (selves, personalities, egos). 4. "Persons" are

Rougemont, Lacroix, Lepp dan lain-lain. Pada kelompok pertama, yang terutama dibicarakan ialah menemukan kembali kebebasan manusiawi di dalam marxisme; pada kelompok kedua, disamping apa yang disebut di atas, dimaksudkan sebagai usaha untuk merujukkan marxisme dengan agama Kristen.

Selanjutnya ada pula kaum marxis bebas, yang memandang ajaran Marx tidak sebagai dogma, melainkan – sejalan dengan maksud Marx sendiri – memandangnya sebagai dialektika, yang senantiasa harus memperkembangkan diri. Aliran pemikiran yang demikian ini terutama terdapat pada kaum sosialis. Seorang tokoh Vlaam, Hendrik de Man merupakan salah seorang contohnya yang jelas. Di Jerman, marxisme direnungkan kembali secara baru sama sekali oleh Erns Blich (lah. 1885), di Perancis oleh Roger Garaudy serta Henri Lefebvre (lah. 1901), di Italia antara lain oleh Antonio Gramsci (1891-1931). Juga tokoh Hongaria Georgi Lukacs (lah. 1885) berhasil dalam hal ini, seperti halnya di Polandia, Leszek Kolakowski (lah. 1927) serta Adam Schaff (lah. 1913).

Di bidang filsafat ucapan Marx yang mungkin paling radikal ialah: “Para filsuf sekedar menafsirkan dunia dengan berbagai cara; sesungguhnya yang peting ialah untuk mengubahnya”. Dengan ungkapan tersebut berarti merupakan suatu bentuk tindakan. Sesungguhnya pendirian ini bukan hal baru – bukannya demikian ini pada dasarnya sudah terdapat dalam hasil karya Plato yang berjudul “Negara?” – tetapi bagi filsafat modern pendirian ini adalah baru dan revolusioner. Secara demikian seorang filsuf terlibat di dalam kenyataan sehari-hari<sup>13</sup>. Ia tidak lagi sekedar secara tidak memihak mengamatinya, melainkan masuk di dalamnya, tanpa takut mengotorkan tangannya. Pendapat semacam ini, disimak atau tidak, di mana-mana tetap berpengaruh dalam bidang filsafat. Pendirian ini tetap hidup dalam pragmatisme, personalisme

dan filsafat-eksistensi, yang tampil kembali dalam bentuk “keterlibatan” (*engagement*).<sup>14</sup>

Pendapat di atas sangat erat hubungannya dengan pertalian erat yang diletakkan oleh marxisme antara filsafat, ekonomi dan politik. Apabila struktur dunia pertama-tama sudah ditentukan oleh pertimbangan ekonomi, jika segenap kebudayaan serta politik tergantung pada pertimbangan ekonomi, berarti filsafat sekedar merupakan hasil untuk menunjukkan bahwa segenap “bangunan atas” berasal dari pertimbangan ekonomi. Betapapun kerasnya filsafat dewasa ini mungkin menentang materialisme, yang memulangkan apa saja kepada ekonomi, namun tidak kurang pula benarnya bahwa filsafat memaklumi juga adanya pertalian yang erat antara ekonomi, hal-hal kemasyarakatan serta segenap “kebudayaan”, termasuk juga filsafat.

Pemikiran kefilsafatan yang menjauhi kenyataan, dalam batas-batas tertentu masih juga bertahan dalam idealisme. Tetapi paham ini justru kandas pada pendapat bahwa pemikiran bersangkut-paut dengan kenyataan konkret, dan kenyataan ini pertama-tama merupakan kenyataan yang terdiri dari hubungan-hubungan manusiawi, dan hubungan-hubungan tersebut memang tidak sepenuhnya atau bahkan tidak terutama ditentukan oleh ekonomi, namun bagaimanapun ikut ditentukan oleh ekonomi.

Materialisme abad 19 mungkin tidak dapat diterima oleh jaman kita, namun pembelaan oleh marxisme atas materialisme menyebabkan kita menyadari bahwa kita hidup di dalam dunia kebendaan yang konkret. Hal ini dapat menghindari keadaan yang dapat menyebabkan filsafat dewasa ini tengelam dalam perenungan yang abstrak. Betapapun mungkin kerasnya filsafat dewasa ini menolak pandangan marxisme mengenai hubungan antara bangunan bawah ekonomi dengan bangunan atas kebudayaan, namun marxisme menyebabkan manusia tetap menyadari, bahwa rohani tidak mungkin ada tanpa jasmani, bahwa analisa mengenai rohani hanya dapat terjadi

---

irreducible element of all existence and cannot be explained by anything else. 5. “Person” and “personality” are the highest levels attainable in the universe and are to be esteemed as being the highest values attainable in the universe. Peter A Angeles, *Dictionary of*, 208.

<sup>13</sup> Bernard Delgaaww, *Filsafat Abad 20*, 157-160.

---

<sup>14</sup> St. Nauman Jr. *The New Dictionary of Existentialism* (New Jersey: The Citadel Press, 1972) 45-48.

dengan jalan menguraikan caranya memperlihatkan diri dalam jasmani, dan atas dasar itu menciptakan sosoknya dalam berbagai bentuk kebudayaan.<sup>15</sup>

Di sini kita dapat melihat ditekankan pandangan bahwa perkembangan sejarah dimana materi dalam bentuk organisasi ekonomi dalam masyarakat dianggap sebagai dasar (esensi) dan pandangan itulah disebut materialisme sejarah (*historical materialism*), Rudolf F Wengartner menyebut materialisme sejarah sebagai *deduction from dialectical materialism*.<sup>16</sup>

Dalam mempersoalkan mana yang primair menentukan jalannya hukum perkembangan sejarah itu, ideologi atau materi-kah, maka paham tersebut menegaskan bahwa materiilah yang primair. Yang dimaksud materi disini ialah keadaan materiil manusia, keadaan sosial-ekonominya, atau "*man's social being*". Dan yang dimaksud dengan ideologi disini ialah cara berpikirnya manusia, bentuk ideologi serta kesadarannya, "*man's thinking and man's consciousness*".

Persoalan mana yang primair antara ideologi dan materi ini oleh Marx dijawab dalam kalimatnya yang terkenal: "*It is not the consciousness of Man that determines their being, but on the contrary, it is their social being that determines their consciousness*".<sup>17</sup>

Adapun yang dimaksud dengan "*Man's consciousness*" itu adalah kesadaran manusia mengenai sistem kekuasaan dan politik dan hukum, pandangan keagamaan, filsafat dan moral, ilmu pengetahuan sosial, seni, psikologi-sosial dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud dengan "*Man's social being*" ialah keadaan sosial dan ekonominya bendaniyah manusia didalam masyarakat ramai, dengan segala komplisitinya, inter-relasinya dan kontradiksi-kontradiksinya. Hubungan tali-temalnya antara "kesadaran manusia" dengan "keadaan sosialnya" ialah bahwa bukan kesadaran manusialah yang menentukan keadaan

sosialnya, melainkan keadaan sosialnyalah yang menentukan kesadarannya.

### Hegemoni

Seperti yang diuraikan tersebut terdahulu bahwa dalam pandangan marxisme apa yang disebut *man's social being* jauh lebih penting dan merupakan *esensi* daripada *man's consciousness* yang hanya merupakan *aksiden*, karena *man's social being* yang menentukan sistem kekuasaan khususnya klas berkuasa (*ruling class*).

Sistem kekuasaan yang sudah jelas dalam marxisme akan berbeda dalam perbincangan mengenai politik media atau politisasi media tidak dapat dilepaskan dari beberapa konsep dasar ideologi yang berkaitan dengan media, terutama konsep hegemoni, meskipun dalam kenyataannya Karl Marx memandang ideologi sebagai kesadaran palsu dan merupakan sistem yang menunjang kepentingan-kepentingan tertentu.<sup>18</sup>

Hegemoni dalam praktik media menjadi hal yang strategis. Dalam tradisi marxisme diperluas ke arah pengertian hubungan kekuasaan diantara kelas-kelas sosial khususnya yang berkuasa. Tanpa di sini, bahwa baik dalam tradisi marxisme maupun tradisi sebelumnya istilah hegemoni digunakan untuk menjelaskan fenomena kekuasaan politik.

Hegemoni merupakan gagasan Antonio Gramsci (1891-1937) yang bersumber dari buku *Selection from Prison Notebooks*. Buku ini adalah catatan Gramsci selama dipenjara antara tahun 1929-1935. Teori hegemoni Antonio Gramsci menganalisa berbagairelasi kekuasaan dan penindasan di masyarakat. Lewat perspektif hegemoni, akan terlihat bahwa penulisan, kajian suatu masyarakat, dan media massa merupakan alat kontrol kesadaran yang dapat digunakan kelompok penguasa. Alat kontrol tersebut memainkan peranan penting dalam menciptakan lembaga dan sistem yang melestarikan ideologi kelas dominan<sup>19</sup> Hegemoni

<sup>15</sup> Bernard Delgaaww, *Filsafat Abad 20*, 160.

<sup>16</sup> Neil Mc Innes, *Gramsci Antonio*, 173-176.

<sup>17</sup> Ruslam Abdul Gani, *Penggunaan Ilmu Sejarah*, (TTP:TP, TTT), 29-30.

<sup>18</sup> Frank Magnis Suseni, *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis* (Yogyakarta: Yayasan Kanisius, 1995), 228.

<sup>19</sup><http://id.shvoong.com/humanities/theory-criticism/2227008-teori-hegemoni-antonio-gramsci> Lihat Mc. Innes Neil, "*Gramsci Antonio*", 174-176

berasal dari bahasa Yunani, *egemonia* yang berarti penguasa atau pemimpin. Secara ringkas, pengertian hegemoni adalah bentuk penguasaan terhadap kelompok tertentu dengan menggunakan kepemimpinan intelektual dan moral secara konsensus. Artinya, kelompok-kelompok yang terhegemoni menyetujui nilai-nilai ideologis penguasa.

Gramsci membedakan antara konsep “dominasi” dan “hegemoni”, dimana dominasi merupakan model penguasaan yang ditopang oleh kekuatan fisik. Sedangkan hegemoni adalah model penguasaan yang lebih halus, yaitu secara ideologis. Teori hegemoni Gramsci memberikan sumbangan bagi pemikiran Marxian yang berkembang sebelumnya, yaitu: pertama, Gramsci menerapkan konsep tersebut pada setiap relasi sosial, bukan hanya dalam konteks hubungan buruh dan majikan. Kedua, hegemoni adalah pengaruh kultural, bukan kepemimpinan politik dalam sebuah sistem aliansi sebagaimana dipahami generasi Marxis sebelumnya. Selain itu, perbedaan hegemoni Gramsci dengan aliran Marxian sebelumnya adalah, gagasannya mulai terpisah dari determinisme dan ekonomisme Marxis. Gramsci lebih menekankan pada suprastruktur gagasan manusia daripada substruktur ekonomi masyarakat.<sup>20</sup>

Hegemoni melakukan kendali melalui penciptaan kesadaran umum masyarakat oleh kelas yang berkuasa. Hegemoni menggunakan kombinasi “paksaan” dengan “kerelaan”. Artinya hegemoni bukan hanya memaksa subyek yang dikuasai, namun juga menciptakan kondisi dimana subjek merelakan dirinya untuk dikuasai. Dan, kondisi demikian diciptakan melalui ideologi, sebagai medium penyampaian gagasan yang dipercayai. Pada praktiknya, hegemoni dicapai bukan melalui induktifikasi langsung, tetapi menyusup lewat tatanan nilai dan sistem makna yang dihayati masyarakat. Jadi, ideologi bukan cuma cerminan atas kondisi material sebagaimana pandangan kaum Marxis. Namun konsepsi kehidupan yang tampak dalam semua aspek masyarakat.

---

<sup>20</sup>Lihat Mc. Innes Neil, “Gramsci Antonio”, 174-176

Antonio Gramsci – seorang pemikir Italia – mengembangkan pengertian hegemoni secara lebih luas, sehingga ia tidak hanya digunakan untuk menjelaskan relasi antar kelas-kelas politing (*ruling class/ruled class*), akan tetapi relasi-relasi sosial yang lebih luas, termasuk relasi komunikasi dan media. Dalam pandangan Gramsci, konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan (*force*), akan tetapi yang lebih penting, lewat kepemimpinan intelektual dan moral (*intellectual and moral leadership*). Menurut Gramsci, dominasi kekuasaan diperjuangkan, di samping lewat kekuatan senjata, juga lewat penerimaan publik (*public consent*), yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas, yang diekspresikan melalui apa yang disebut sebagai mekanisme opini publik (*public opinion*) – khususnya lewat media massa (koran, televisi dan sebagainya).<sup>21</sup>

Oleh sebab itu, pembentukan opini publik merupakan hal yang sangat sentral dalam prinsip hegemoni, yang untuk itu diperlukan mediasi berupa ruang publik (*public sphere*). Dalam kaitannya dengan penciptaan ruang publik ini, Gramsci menganggap penting adanya institusi-institusi, yang berperan dalam mengembangkan dan menyebarkan hegemoni ideologi. Gramsci menyebut institusi dan strukturnya sebagai alat hegemoni (*hegemonic apparatuses*), seperti sekolah, masjid, gereja, media massa, bahkan arsitektur atau nama jalan<sup>22</sup>. Sesuai dengan namanya, alat hegemoni ini dapat digunakan untuk mensosialisasikan dan mempertahankan ide-ide atau ideologi hegemonik.

Media massa – sebagai sebuah bagian dari ruang publik, yang didalamnya, bahasa dan simbol-simbol diproduksi dan disebar-luaskan – tidak dilihat oleh Gramsci sebagai sebuah alat hegemoni yang bersifat pasif semata. Media massa (bersama media massa tandingan) membentuk sebuah ruang tempat berlangsungnya perang bahasa atau perang simbol<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup>Neil Mc Innes, *Gramsci Antonio*, 376-377.

<sup>22</sup>Yasraf Amir Piliang, *Postrealitas*, 136.

<sup>23</sup>Di samping bahasa, simbol mempunyai relasi dengan kebudayaan. Dalam *Philosophy of Symbolic Forms*, pokok pemikiran Ernst Cassirer dalam filsafat kebudayaan, dikatakan bahwa manusia sebagai *animal symbolicum*, yang mampu

(*symbolic battle field*), untuk memperebutkan penerimaan publik atas gagasan-gagasan ideologis yang diperjuangkan. Di dalamnya sebuah ide hegemonik mendapatkan tantangannya oleh berbagai hegemoni tandingan lainnya (*counter hegemony*).

Dalam upaya memperebutkan penerimaan publik, maka kekuatan bahasa<sup>24</sup> dan kekuatan simbol (*symbolic power*) mempunyai peranan yang sangat penting di dalam prinsip hegemoni. Gramsci melihat, bahwa makna (*meaning*) dan nilai-nilai (*value*) dominan yang dihasilkannya (lewat berbagai media), sangat menentukan pembentukan proses dominasi sosial itu sendiri. Meskipun demikian, di dalam prinsip hegemoni, bahasa, makna, dan nilai-nilai dominan tersebut tidak pernah berada dalam kondisi stabil. Ia selalu dipertanyakan, digugat, ditantang, dan dilawan lewat berbagai bentuk perjuangan politik pertandaan (*politics of signification*).

Prinsip hegemoni, dengan demikian, dibangun di atas sebuah landasan demokrasi yang terbentuk antara kelompok berkuasa dan kelompok yang dikuasai, sehingga apa yang diciptakannya adalah sebuah masyarakat sipil (*civil society*). Di dalam masyarakat sipil tersebut, pandangan hidup (*world view*) kelas yang dikuasai bukanlah pandangan hidup kelas hegemoni yang dipaksakan secara pasif (*coersive*), tetapi merupakan artikulasi dari berbagai pandangan hidup yang ada dari berbagai kelompok sosial, yang kemudian disatukan oleh sebuah prinsip artikulasi, yang konduktornya adalah kelas

---

menempatkan suatu sistem tanda (*sign*) sebagai penghubung antara dirinya dan dunia, yang kemudian sistem tanda itu dapat juga menjadi tuntunan motif filosofis untuk menguraikan suatu hubungan dan keadan dari fakta-fakta dalam kebudayaan dengan seluruh kekayaan dan keragamannya.

<sup>24</sup>Perbincangan mengenai media sebagai sebuah *discourse*, dengan demikian, tidak dapat dipisahkan dari kesalingberkaitan antara bahasa yang digunakan di dalamnya, pengetahuan (*knowledge*) yang melandasinya, serta bentuk-bentuk kepentingan dari kekuasaan (*power*) yang beroperasi di balik bahasa dan pengetahuan tersebut. Artinya, perbincangan mengenai media tidak dapat dipisahkan dari ideologi yang membentuknya, yang pada akhirnya mempengaruhi bahasa (*gaya*, ungkapan, kosakata, tanda) yang digunakan dan pengetahuan (*keadilan*, kebenaran, realitas) yang dihasilkan. Yasraf Amir Piliang, *Postrealitas*, 134.

hegemoni. Oleh karena dibangun berlandaskan masyarakat sipil yang demokratis, maka hegemoni tidak pernah berhenti membentuk dirinya, disebabkan berbagai kelompok sosial yang tersubordinasi secara terus-menerus menolak lukisan diri mereka yang digambarkan oleh ideologi dominan untuk mereka. Dengan perkataan lain, akan selalu ada resistensi-resistensi yang akan dihadapi oleh ideologi dominan yang harus dicari solusinya, agar selalu dapat memenangkan penerimaan publik.

Berdasarkan konsep hegemoni tersebut di atas, maka media massa – sebagai bagian dari alat hegemoni – membentuk sebuah ruang bersama alat hegemoni tandingan lainnya – yang didalamnya terjadi perebutan hegemoni yang tidak henti-henti, yang didalamnya gagasan ideologi dimenangkan / ditentang / dirubah dalam sebuah proses persaingan yang demokratis. Artinya – sesuai dengan prinsip hegemoni sebagai sebuah bentuk artikulasi – media mempunyai tugas untuk selalu menyerap dan mengartikulasikan berbagai kepentingan dan ideologi lain yang ada di dalam masyarakat, agar ia mendapatkan penerimaan publik yang lebih luas. Bila tidak, media akan dianggap sebagai alat kekuasaan (*represif*) semata, bukan sebagai alat hegemoni yang demokratis.

Meskipun demikian, proses perebutan hegemoni secara demokratis, khususnya lewat media, seperti yang dikatakan Gramsci tampaknya adalah sebuah situasi ideal, bahkan mungkin utopis, yang dalam kenyataannya sulit untuk dicapai di dalam politik media dan politik informasi yang ada, tanpa melibatkan pemaksaan atau kekerasan, setidaknya pemaksaan atau kekerasan (*berupa trik, rekayasa*) yang halus dan tak tampak, yang disebut kekerasan simbolik<sup>25</sup> (*symbolic violence*). Berbagai

---

<sup>25</sup> Frans Magnis Suseno membedakan antara ideologi dan ideologis, menurut beliau, sebutan "ideologis" selalu merupakan tuduhan bahwa argumentasi atau teori, atau nilai dan cita-cita itu tidak diajukan demi kebenaran dan nilai etisnya, melainkan demi kepentingan non-etis tertentu yang tersembunyi, atau apabila pemikiran dan cita-cita itu hanya pura-pura luhur dan dalam kenyataan hanya menyelubungi kepentingan-kepentingan kekuasaan sebuah kelas sosial atau sekelompok orang. Berbeda dengan kata "ideologi", "ideologis" tidak pernah dipakai dalam arti positif atau netral, melainkan selalu dalam arti negatif. Menyebutkan ciri-ciri sebagai ideologis

bentuk pemaksaan dan kekerasan ideologis yang tak tampak ini justru merupakan persoalan ideologis media yang dominan dewasa ini.

## Politik Media

Joachim Wach dalam bukunya yang berjudul *The Comparative Study of Religions*, mengatakan bahwa ada empat bentuk *pseudo religion* (agama semu), yaitu *marxisme*, *biologisme*, *racisme* dan *statism*. Keempat tersebut mempunyai credo dan sangat mapan, yang pertama credonya adalah *materialism*, yang kedua *sexual drive*, yang ketiga penyembahan *ethnic*, *political*, dan yang keempat *glorification of the state*.<sup>26</sup>

Pandangan Joachim Wach tersebut kemudian ditambah oleh George Gerbner, seorang pakar di bidang media massa yang mengatakan bahwa media massa telah menjadi “agama resmi” masyarakat industri. Karena itu, muncul asumsi bahwa *news as ideology*<sup>27</sup> dan sebagai konsekuensinya lahirnya upaya penafsiran sepihak dalam tingkah yang ekstrim juga pemisahan makna. Apalagi kalau ia membawa beban-beban ideologi yang akan mendistorsi bahasa media, dan ini menjadi persoalan yang cukup serius.

Persoalan ideologis pada media muncul ketika apa yang disampaikan media (dunia representasi), tatkala dikaitkan dengan kenyataan sosial (dunia Nyata), memunculkan berbagai problematika ideologis di dalam kehidupan sosial dan budaya. Pertanyaan-pertanyaan ideologis yang sering muncul mengenai politik media adalah, misalnya: apakah media merupakan cermin atau refleksi dari realitas?

---

berarti menyangkal bahwa cita-cita itu sungguh-sungguh cita-cita. Ideologi tertutup dianggap selalu bersifat ideologis, sedangkan ideologi terbuka dengan sendirinya tidak ideologis, meskipun dapat disalahgunakan secara ideologis. Cita-cita dan nilai-nilai yang pada hakikatnya baik, dapat juga mempunyai unsur ideologis, atau dapat menjadi ideologis dalam konteks tertentu. Frans Magnis Suseno, *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*, 231-232.

<sup>26</sup> Joachim Wach menyebut *pseudo religion* adalah man relates himself not to ultimate but to same finite reality. Lihat Joachim Wach, *The Comparative Study of Religions* (Columbia: University Press, 1966) 37.

<sup>27</sup> Yudilatif dan Isi Subandy “Media Massa dan Pemiskinan Imajinasi Sosial”, *Republika*, 21-22 April 1994.

Atau, apakah ia sebaliknya menjadi cermin dari separuh realitas, dan menjadi topeng separuh realitas lainnya? Apakah media melukiskan realitas atau sebaliknya mendistorsi realitas.

Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologis di baliknya – maka, ketimbang menjadi cermin realitas (*mirror of reality*), media sering dituduh sebagai perumus realitas (*definer of reality*) sesuai dengan ideologi yang melandasinya. Beroperasinya ideologi di balik media, tidak dapat dipisahkan dari mekanisme ketersembunyian (*invisibility*) dan ketidaksadaran (*unconsciousness*), yang merupakan kondisi dari keberhasilan sebuah ideologi. Artinya, sebuah ideologi itu menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat media secara tersembunyi (tidak terlihat dan halus), dan ia merubah pandangan setiap orang secara tidak sadar. Menurut Yasraf Amir Piliang ada berbagai mekanisme beroperasinya ideologi di dalam media yang diantaranya adalah sebagai berikut.<sup>28</sup>

*Pertama*, mekanisme oposisi biner (*binary opposition*), yaitu mekanisme penciptaan distribusi makna simbolik berdasarkan sistem kategori pasangan (*binary*) yang bersifat polaristik dan kaku. Setiap hal digeneralisir dan direduksi sedemikian rupa, sehingga ia hanya dapat berada pada satu kutub (makna simbolik) yang ekstrim, kalau tidak pada kutub ekstrim di seberangnya.

*Kedua*, kecenderungan membenaran diri sendiri semacam ini pada penguasa ketika diartikulasikan di dalam media, menciptakan sebuah media yang di dalamnya beroperasi apa yang di dalam teori politik informasi disebut sebagai kekerasan simbolik (*symbolic violence*), yaitu sebuah bentuk kekerasan yang halus dan tak tampak, yang menyembunyikan dibaliknya pemaksaan dominasi.

*Ketiga*, mekanisme *de re/de dicto*. *De re* berarti tentang suatu hal, sedangkan *de dicto* berarti tentang apa yang dikatakan (mengenai sesuatu hal). *De re* mengandung transparansi serta kejelasan fakta dan referensi, sedangkan *de dicto* mengandung kekaburan dan ambiguitas fakta dan referensi.

---

<sup>28</sup> Yasraf Amir Piliang, *Postrealitas*, 138-142.



Media misalnya, menciptakan *de dicto*, ketika ia menulis sebagai judul *headline*-nya, *Presiden Mengeluarkan Dekrit*. Padahal, yang sesungguhnya terjadi adalah presiden akan mengeluarkan dekrit bila situasi dianggap darurat. Tindakan yang akan dilakukan direduksi oleh media, seolah-olah tindakan tersebut telah dilakukan, semata untuk menciptakan daya tarik dan provokasi terhadap pembaca. Distorsi dan pengaburan makna semacam itu merupakan bagian yang tak terpisahkan dari media dewasa ini, yang terperangkap di dalam paradigma provokasi (kapitalistik), semata untuk mempertahankan rating atau oplah.

*Keempat*, disfemisme di dalam bahasa dipers dikenal istilah disfemisme, yaitu peningkatan efek simbolik (juga psikologis) sebuah fakta, lewat tanda atau bahasa hiperbolis, sehingga efek tanda jauh lebih besar dari fakta yang sebenarnya. Meskipun demikian, ada perbedaan antara tanda superlatif dan disfemisme. Bila disfemisme melebih-lebihkan fakta pada batas tertentu, tanda superlatif menarik fakta ke arah titik terjauh yang melampaui batas, atau titik paling ekstrim, lewat penggunaan tanda dan unsur visual lainnya yang melewati batas, yang dibantu oleh kemampuan teknologi pencitraan dan imagologi dalam merekayasa citraan, sehingga makna sebuah peristiwa menjadi sangat ekstrim. Tanda-tanda superlatif semacam ini dengan mudah dapat ditemukan di dalam film-film perang atau action Hollywood, yang di dalamnya hasrat kekerasan, gairah seks, efek ketakutan, dan rona kematian ditarik ke arah perwujudan simbolik yang paling ekstrim, sehingga semuanya melampaui apa yang dapat dibayangkan akal sehat atau yang mungkin ada di dunia realitas. Tanda superlatif, berdasarkan pemikiran Baudrillard, adalah tanda yang murni *hyper-pure hyper-signs*.

*Kelima*, tanda ekstrim (*superlative sign*).<sup>29</sup> Tanda ekstrim adalah tanda yang ditampilkan dalam

<sup>29</sup>Sejak Ernst Cassirer dan Susanne Langer, dalam kepastakaan filsafat manusia disebut sebagai *animal symbolicum*, dalam semiotik disebut sebagai *homo semiotikus*. Kedua pengertian itu, jika didampingkan memerlukan penjelasan tentang persamaan dan perbedaannya, yang terakhir ini manusia tidak bisa lepas dari simbol. Sebuah definisi tentang semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda-tanda dan kode-kode serta penggunaannya dalam masyarakat, menurut

sebuah model pertandaan yang ekstrim (*hyper-signification*), khususnya lewat efek-efek modulasi pertandaan dan makna (*modulation effect*) yang jauh lebih besar ketimbang apa yang ada di dalam realitas sendiri, semacam intensifikasi realitas, peningkatan efek, ekstrimitas makna (*extremity*). Tanda [A"] digunakan untuk menjelaskan realitas yang sesungguhnya tak lebih dari [A]. Ada efek pelipatgandaan (*multiplicity*) pada sebuah tanda – semacam multiplikasi efek – yang menghasilkan sebuah ungkapan hiperbolis atau superlatif.

Bertolak dari itu, akhirnya perlu kita telaah bersama mengenai asumsi *news as ideology*, dan sebagai konsekuensinya lahirnya upaya penafsiran sepihak – dalam tingkat yang ekstrem juga pemiskinan makna – pada realitas sosial. Dengan makna baru tadi ada upaya untuk mengkonsepsikan realitas secara simplistik lewat kehadiran media (tidak hanya berupa media massa dalam pengertian yang konvensional tapi justru merembes ke seluruh ekspresi manusia).

Maka, tidak jarang, “wajah” yang kita saksikan sesungguhnya hanyalah *surface* bukan *substance*. Ini kelemahan ketika sesuatu dimediakan, apalagi kalau ia membawa beban-beban ideologis yang akan mendistorsi bahasa media.<sup>30</sup>

---

Umberto Eco, dia memberikann definisi semiotika yang aneh, yaitu: bahwa semiotika “... pada prinsipnya adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (*lie*)”. Definisi Eco ini – meskipun mungkin sangat mencengangkan banyak orang secara eksplisit menjelaskan betapa sentralnya konsep *dusta* di dalam wacana semiotika, sehingga dusta tampaknya menjadi prinsip utama semiotika itu sendiri. Definisi tersebut memang cukup aneh, apakah dia menawarkan sebuah bahasa hiperbolis, atau sebuah metafora atau melakukan dusta itu sendiri? Lihat Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna* (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), 44.

<sup>30</sup>Mochtar Pobotinggi (1993): dalam praktek proses komunikasi politik sering mengalami empat distorsi. 1. Distorsi bahasa sebagai “topeng” ada wuphemism (penghalusan kata); bahasa yang menampilkan sesuatu lain dari yang dimaksudkan atau berbeda dengan situasi sebenarnya, bis disebut seperti ungkapan Ben Anderson (1966), “bahasa topeng”. 2. Distorsi bahasa sebagai “proyek lupa”, lupa sebagai sesuatu yang dimanipulasikan, lupa dapat diciptakan dan direncanakan bukan hanya atas satu orang, melainkan atas puluhan bahkan ratusan juta orang. 3. Distorsi bahasa sebagai “representasi”, terjadi bila kita melukiskan sesuatu tidak sebagaimana mestinya. Contoh, gambaran buruk kaum Muslimin dan orang-

Ketika Marshall McLuhann melontarkan ide spektakulernya, *medium is the message*, ia disinyalir telah menyulut pemahaman radikal menyoroti kehadiran media. Dalam pengertian yang sering bersifat ideologis ini, media hadir tidak hanya sebagai penyalir ampuh muatan-muatan ideologis. Dengan kata lain, media tidak hanya menjadi transmiter ideologi, tapi sekaligus telah menjelma menjadi ideologi itu sendiri (*medium means ideology*).<sup>31</sup>

Karena media akan dianggap sebagai ancaman, bilamana logika pesan media mesti tunduk kepada sekelompok orang yang disinyalir akan mengendalikan pikiran orang dalam memahami realitas. Singkatnya, dengan beban-beban ideologis tadi, realitas yang tampil di media acapkali bukan menggambarkan otentisitas dunia, tapi justru kepalsuan. Padahal kita tahu, atmosfer budaya yang memuat realitas yang palsu ini seringkali membawa luka sejarah sepanjang generasi.

Konsekuensi selanjutnya, pikiran manusia mengenai realitas yang telah terdistorsi tadi tidak pernah menyentuh alam bawah sadar mereka. Pesan-pesan media yang mereka konsumsi telah mengalami “sterilisasi” melalui konvensi-konvensi kognitif yang mentransformasikan seluruh ide ambisius pemilik atau pengendali media dalam kemasan paket industrialisasi media. Logika tekno-rasionalitas mulai meresapi pikiran orang-orang yang mungkin sehari-hari kurang memiliki saluran komunikasi alternatif yang dapat mengartikulasikan pikirannya dalam memahami realitas yang telah terdistorsi tadi.

Logika industrialisasi itulah – menurut istilah yang dilontarkan penyair dan filosof Jerman yang mewakili tradisi kritis, Hans Magnus Enzensberger

(1962) – yang menandakan era “industrialisasi pikiran”. Media akhirnya tidak lebih sebagai *tools of the mind-making industry*, suatu gerakan berdasamuka yang ditandai meningkatnya cara hidup yang diawasi dengan amat ketat (*regimentation*) dan eksploitasi pikiran manusia atau yang disebut Enzensberger sebagai *immaterial exploitation*. *Immaterial exploitation* telah menciptakan realitas-realitas artifisial di dalam media yang disebut hiperealitas.

Istilah hiperealitas media (*hyper-reality of media*) digunakan oleh Jean Baudrillard untuk menjelaskan perpekayaan (dalam pengertian distorsi) makna di dalam media. Hiperealitas media menciptakan satu kondisi sedemikian rupa, sehingga di dalamnya kesemuan dianggap lebih nyata daripada kenyataan; kepalsuan dianggap lebih benar daripada kebenaran; isu lebih dipercaya ketimbang informasi; rumor dianggap lebih benar ketimbang kebenaran. Kita tidak dapat lagi membedakan antara kebenaran dan kepalsuan, antara isu dan realitas. Munculnya hiperealitas media menurut Yasraf Amir Piliang menimbulkan masalah sosiokultural antara lain secara singkat sebagai berikut:<sup>32</sup>

Disinformasi. Simulakrum informasi yang berlangsung secara terus menerus pada satu titik akan menimbulkan kondisi ketidakpercayaan pada informasi itu sendiri, bahkan pada setiap informasi. Simulakrum menggiring informasi ke arah ketidakpastian dan chaos, yang menimbulkan berbagai persoalan dalam pencarian kebenaran. Simulakrum menciptakan krisis kepercayaan terhadap informasi itu sendiri. Informasi kehilangan kredibilitas disebabkan dia dianggap tidak lagi mengungkapkan kebenaran, tidak lagi merepresentasikan realitas.

Depolitisasi. Hiperealitas media, menciptakan model komunikasi (satu arah), yang di dalamnya terbentuk massa sebagai mayoritas yang diam (*the silent majorities*), yaitu massa yang tidak mempunyai daya resistensi dan daya kritis terhadap tanda-tanda yang dikomunikasikan kepada mereka, oleh karena telah berbaurnya realitas/simulakrum, kebenaran/

---

orang Arab oleh media Barat. 4. Distorsi bahasa sebagai “ideologi”. Ada dua perspektif yang cenderung menyebarkan distorsi ideologi. Pertama, perspektif yang mengidentikkan kegiatan politik sebagai hak istimewa sekelompok orang – monopoli politik kelompok tertentu. Kedua, perspektif yang semata-mata menekankan tujuan tertinggi suatu sistem politik. Mereka yang menganut perspektif ini hanya menitikberatkan pada tujuan tertinggi sebuah sistem politik tanpa mempersoalkan apa yang sesungguhnya dikehendaki rakyat. <http://wikipedia.com>. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2014.

<sup>31</sup> Yudilatif dan Isi Subandy, media Massa, 21-22.

<sup>32</sup> Yasraf Amir Piliang, *Postrealitas*, 142-145.

kepaksaan, fakta/rekayasa. Wacana politik berkembang ke arah citra (*politics of image*) atau politik simulakrum.

Banalitas Informasi. Berbagai informasi yang disajikan tanpa interupsi oleh berbagai media kontemporer – apakah video, televisi, produk seni, audio visual, atau internet – adalah informasi remeh-temeh, informasi yang tidak ada yang dapat diambil hikmah darinya – *banality of information*. Akan tetapi, ironisnya, informasi itu terus saja diproduksi, berita terus saja disampaikan; diskusi, dialog, dan talk show terus saja berlangsung, meskipun setiap orang tahu bahwa informasi tersebut tidak berguna, oleh karena tidak mempunyai kredibilitas.

Fatalitas Informasi. Informasi yang membiak tanpa henti dan tanpa kendali di dalam media telah menciptakan kondisi fatalitas informasi (*fatality of information*), yaitu kecenderungan pembiakan informasi ke arah titik ekstrim, yaitu ke arah yang melampaui nilai guna, fungsi, dan maknanya, yang menggiring ke arah bencana (*catastrophe*), berupa kehancuran sistem komunikasi (bermakna) itu sendiri. Di dalam kondisi fatalitas tersebut, informasi kehilangan logikannya sendiri. Informasi tidak lagi mempunyai tujuan, fungsi, dan makna. Informasi di dalam media berkembang ke arah sifat superlatif, yaitu diproduksi dalam wujudnya yang berlebihan – wujud hiperbola.

Skizofrenia. Skizofrenia, dalam kaitannya dengan media dan bahasa, didefinisikan oleh Jacques Lacan sebagai “... putusnya rantai pertandaan, yaitu, sintagmatris penanda yang bertautan dan membentuk satu ungkapan atau makna. “Ketika rantai pertandaan (*signification chain*) terputus, yaitu ketika penanda (*signifier*) tidak lagi berkaitan dengan petanda (*signified*) dengan ikatan yang pasti, maka yang kemudian tercipta adalah ungkapan skizofrenik, berupa serangkaian penanda yang satu sama lainnya tidak berkaitan, yang tidak mampu menghasilkan makna.

Hipermoralitas. Salah satu konsekuensi dari wacana kecepatan dan keharusan informasi adalah kecenderungan dekonstruksi terhadap berbagai kode-kode sosial, moral, atau kultural. Hiperealitas

media adalah sebuah ajang pembongkaran berbagai batas (sosial, moral, kultural, seksual) sedemikian rupa, sehingga menciptakan semacam kekaburan batas atau ketidakpastian kategori. Yang kemudian terbentuk adalah sebuah dunia ketelanjangan (*transparency*) – *ketelanjangan komunikasi* dan *informasi*, yaitu sebuah wacana komunikasi, yang di dalamnya tidak ada lagi rahasia, tidak ada lagi yang disembunyikan – semuanya serba tersingkap, serba diekspos.<sup>33</sup>

### **Ideologi Massa antara S.A. Kierkegaard dan Jean Baudrillard**

Seorang filosof eksistensialisme S.A. Kierkegaard memperingatkan suatu ideologi massa dimana proses perpenyamarataan akan terjadi. Manusia dalam abad ini akan menjelma sebagai manusia massa.<sup>34</sup> Massifikasi dan kolektivisme akan menjadi hantu-hantu yang memusnahkan ketunggalan kepribadian manusia. Dengan wawasan yang tajam sekali S.K. sudah menjangkau keadaan yang akan ditimbulkan oleh abad mesin dan teknologi: ia sudah meramalkan bahwa proses penyamarataan itu akan menyebabkan timbulnya frustrasi yang makin lama makin mendalam, oleh karena manusia merasa dicengkeram olehnya.<sup>35</sup>

Proses penyamarataan bukanlah akibat tindakan seseorang, melainkan akibat refleksi di tangan kekuatan-kekuatan abstrak. Oleh karenanya maka mungkin untuk menghitung hukum yang

<sup>33</sup>Semuanya dapat diekspos yang telah mengerikan lagi apa yang diekspos dari zoom anatomi. Menurut Yasraf Amir Piliang *zoom anatomi* adalah lewat media cetak, video atau komputer, mengikuti Baudrillard, adalah lenyapnya dimensi rahasia di dalam diri. Bila semua ini dapat diperoleh melalui seksual atau representasi komputernya, maka kini lenyaplah apa yang disebut ruang perspektif, imajinasi, fantasi, dan ilusi dalam diskursus seksual – lenyaplah seksualitas itu sendiri. Yang kita temukan adalah tubuh-tubuh yang menyimpan rahasia rasa malu dalam video, atau adengan seksual yang tanpa ritual dan transendensi dalam komputer. Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat*, 55-56.

<sup>34</sup>Manusia massa terjebak dan haus akan tontonan – masyarakat tontonan yaitu apa yang disebut dengan *societu of the spectacle* yang artinya masyarakat yang hampir segala aspek kehidupannya dipenuhi oleh berbagai bentuk tontonan, dan menjadikannya sebagai rujukan nilai dan tujuan kehidupan.

<sup>35</sup>Fuad Hasan, *Berkenalan dengan Eksistensialisme* (Jakarta: Pustaka Pelajar, tt), 25-27. Lihat Walter Kaufmann, *Existentialism From*, 87-88.

menguasainya serupa dengan cara kita menghitung diagonal dalam suatu parallelogram daya.

Dalam massa yang menyamaratakan itu individu probadi terasing dari dirinya sendiri, mengalami alienasi diri, dan tidak menjalani eksistensinya secara sejati. Dalam massa atau kollektivitas yang menyamaratakan itu, manusia bukan saja dirampas ketunggalannya, akan tetapi juga direduksikan sekedar menjadi suatu fraksi belaka, dan bahkan menjadi berkuranglah kesadaran tanggungjawabnya.

Dalam massa yang masif dan sistematis menimbulkan "tirani kognitif", sehingga kalau kita menyelami lebih jauh, fungsi ideologis utama dari pesan media seringkali tidak terletak pada surface pernyataan-pernyataan yang bersifat propagandistik, tapi justru - mengutip Sholle - "in the use of distorted language".

Kalau kita cermati seksama kita akan mendapatkan pendapat mengenai ideologi massa. Kalau Kierkegaard mengutarakan bahwa ideologi massa membahayakan eksistensi manusia sebagai manusia tidak menjalankan eksistensinya dengan autentik. Pandangan Kierkegaard tersebut berbeda dengan pandangan Jean Baudrillard, beliau mengatakan diskursus mengenai ideologi pada era media massa sekarang ini tidak dimungkinkan sebab-sebab Ideologi hanya ada dalam klas-klas sosial, sekarang yang ada massa, tidak ada ideologi massa sebab massa tidak memiliki realitas sosial, dalam massa tidak ada pertentangan klas, di hadapan publik, entah itu media, televisi, setiap orang siapa saja adalah massa, oleh karena itu di hadapan massa tidak ada lagi alienasi, Ideologi mengharuskan orang berpihak dalam massa tidak mempersoalkan keberpihakan, Massa adalah tempat lenyapnya realitas sosial. Dengan lenyapnya sebuah energi sosial dan ideologi kedalam wujud massa kita berada pada akhir sosial<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup>Para pemikir postmodern dengan gayanya masing-masing memaklumkan tentang "akhir" dan "kematian" seperti: Friedrich Nietzsche dan Martin Heidegger yang didapuk sebagai pemancing garis silsilah postmodernisme masing-masing memaklumkan "kematian Tuhan" dan "berakhirnya filsafat", mereka - para pendukung postmodern - lekas menyambutnya dengan menabuh genderang kematian dan keberakhiran lainnya. Michel Foucault buru-buru

Menurut Baudrillard kegagalan Marx dalam melihat bahasa sebagai satu media yang hidup dan dinamis dalam kerangka ideologi satu masyarakat, telah menyebabkan kebuntuan Marxisme ketika berhadapan dengan masyarakat kapitalisme mutakhir, yang didalamnya bahasa<sup>37</sup>, tanda dan simbol mempunyai fungsi yang sangat penting serta sangat menentukan proses produksi, konsumsi, pertukaran komoditi dan pertukaran sosial.

## Simpulan

Perbincangan mengenai media dan tatanan komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kepentingan yang ada di balik media tersebut, khususnya kepentingan terhadap informasi yang disampainya. Di dalam perkembangan media mutakhir, setidaknya-tidaknya ada dua kepentingan utama di balik media, yaitu kepentingan ekonomi (*economic interest*) dan kepentingan kekuasaan (*power interest*), yang membentuk isi media (*media content*), informasi yang disajikan, dan makna yang ditawarkannya.

---

menyatakan "kematian manusia", Roland Barthes menyambutnya dengan "kematian Pengarang". Mereka juga mengobarkan "akhir ideologi", "akhir representasi", dan sebagainya. Demikian, postmodern menjadi semacam perayaan dan pasar malam di mana di situ dijajakan segala barang dagangan. Gianni Vattimo, *The End of Modernity, Nihilisme dan Hermeneutika dalam Budaya Postmodern* (Yogyakarta: Sadasiva, 2003).

<sup>37</sup>Karena itu tidak mengherankan jika filsafat di era postmodern sering disebut-sebut tengah mengalami "pembalikan ke arah bahasa" (*linguistic turn*). Seratus tahun silam, filsafat mungkin masih mempercakapkan ide-ide tentang "kesadaran", "kesadaran palsu", "akal", "Roh Absolut, dan "pengalaman". Tetapi kini, memasuki ambang postmodernisme, filsafat beralih pada "bahasa". Arus balik filsafat dari *cognitive turn* ke *linguistic turn* memang tidak sepenuhnya terpola ke dalam satu bentuk pemikiran. Dalam batas tertentu, konsep-konsep seperti "kesadaran" atau "pengalaman" masih cukup dominan. Filsafat Husserl, misalnya, yang sangat mempengaruhi kaum post-strukturalis, mendasarkan diri pada konsep "ego transendental", yang tak lain adalah kesadaran dalam bentuknya yang intensional. Akan tetapi, beralihnya perhatian filsafat ke arah bahasa terlihat lebih dominan dan pengaruhnya yang luar biasa dapat ditemukan dalam perkembangannya yang demikian pesat pada kajian semiotika, hermeneutika, heremenetik filsafat, dan filsafat analitik dengan sayapnya: teori *speech-act* dan *performance utterance*. Muhammad Sabri "Mistisisme dan Hal-hal Tak Tercakapkan: Menimbang Epistemologi Hudhori", dalam *Kanz Philosophia, A Journal for Islamic Philosophy and Mysticism*, Volume II, Number 1, June 2012, 82-85.

Kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan publik inilah yang sesungguhnya menjadikan media tidak dapat netral, jujur, adil, objektif, dan terbuka. Akibatnya, informasi yang disuguhkan oleh media telah menimbulkan persoalan objektivitas pengetahuan yang serius pada media itu sendiri.

Keterikatan marxisme pada Marx dan Engels juga membawa akibat bahwa bagi marxisme nama-nama jarang penting artinya. Yang diperlukan ialah secara singkat membicarakan pelbagai aliran yang terdapat dalam marxisme. Pertama-tama kita dapati filsafat yang setiap kaum marxis tidak akan mengakuinya sebagai marxisme, namun mengingat masalah-masalah yang dibahasnya, pasti dipengaruhi oleh Marx. Hegemoni dalam praktik media menjadi hal yang strategis. Dalam tradisi marxisme diperluas ke arah pengertian hubungan kekuasaan diantara kelas-kelas sosial khususnya yang berkuasa. Tanpa di sini, bahwa baik dalam tradisi marxisme maupun tradisi sebelumnya istilah hegemoni digunakan untuk menjelaskan fenomena kekuasaan politik.

Media massa – sebagai sebuah bagian dari ruang publik, yang didalamnya, bahasa dan simbol-simbol diproduksi dan disebar-luaskan – tidak dilihat oleh Gramsci sebagai sebuah alat hegemoni yang bersifat pasif semata. Media massa (bersama media massa tandingan) membentuk sebuah ruang tempat berlangsungnya perang bahasa atau perang simbol (*symbolic battle field*), untuk memperebutkan penerimaan publik atas gagasan-gagasan ideologis yang diperjuangkan. Di dalamnya sebuah ide hegemonik mendapatkan tantangannya oleh berbagai hegemoni tandingan lainnya (*counter hegemony*).

Persoalan ideologis pada media muncul ketika apa yang disampaikan media (dunia representasi), tatkala dikaitkan dengan kenyataan sosial (dunia Nyata), memunculkan berbagai problematika ideologis di dalam kehidupan sosial dan budaya.

Pertanyaan-pertanyaan ideologis yang sering muncul mengenai politik media adalah, misalnya: apakah media merupakan cermin atau refleksi dari realitas? Atau, apakah ia sebaliknya menjadi cermin dari separuh realitas, dan menjadi topeng separuh realitas lainnya? Apakah media melukiskan realitas atau sebaliknya mendistorsi realitas.

Sebuah ideologi itu menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat media secara tersembunyi (tidak terlihat dan halus), dan ia merubah pandangan setiap orang secara tidak sadar. Ada berbagai mekanisme beroperasinya ideologi di dalam media, yang diantaranya adalah sebagai berikut. Istilah hiperealitas media (*hyper-reality of media*) digunakan oleh Jean Baudrillard untuk menjelaskan perekayasaan (dalam pengertian distorsi) makna di dalam media. Hiperealitas media menciptakan satu kondisi sedemikian rupa, sehingga di dalamnya kesemuan dianggap lebih nyata daripada kenyataan; kepalsuan dianggap lebih benar daripada kebenaran; isu lebih dipercaya ketimbang informasi; rumor dianggap lebih benar ketimbang kebenaran. Kita tidak dapat lagi membedakan antara kebenaran dan kepalsuan, antara isu dan realitas. Hiperealitas media telah menciptakan berbagai persoalan sosial kultural menurut Yasraf Amir Piliang antara lain: Disinformasi, Depolitisasi, Banalitas Informasi, Fatalitas Informasi, Skizofrenia, dan Hiper-moralitas.

Kegagalan Marx dalam melihat bahasa sebagai satu media yang hidup dan dinamis dalam kerangka ideologi satu masyarakat, telah menyebabkan kebuntuan Marxisme ketika berhadapan dengan masyarakat kapitalisme mutakhir, yang didalamnya bahasa, tanda dan simbol mempunyai fungsi yang sangat penting serta sangat menentukan proses produksi, konsumsi, pertukaran komoditi dan pertukaran sosial.

## Daftar Pustaka

- Abdulgani, Ruslan. *Penggunaan Ilmu Sejarah*. Bandung: Prapanca, tt.
- Action, HB. "Historical Materialism", *The Encyclopedia of Philosophy*, Vol. 3-4, London: Macmillan Publisher, 1972.
- Angeles, Peter A. *Dictionary of Philosophy*. London: Barnes & Noble Books, 1981.
- Barthes, Roland. *Element of Semiology*. Ttp: Hill & Wang, 1967.
- Binatama, Puspo. "Revolusi Media Komunikasi", *Majalah Filsafat Dwiyarkara*, Vol. XIX, No 2, tahun 1992/1993.
- Danny, Ida. *Manusia dan Media Dalam Refleksi Budaya Marshal McLuhan*. Jakarta: Lembaga Studi Filsafat, 1992.
- Delgaaww, Bernard. *Filsafat Abad 20*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1988.
- Eco, Umberto. *A Theory of Semiotic*. Ttp: Indiana University Press, 1976.
- Ewing, Alfred Cyril. *The Fundamental Questions of Philosophy*. New York: Collier Books, 1962.
- Gramsci, Antonio. *Selections from Prison Notebooks*. London: Lawrence & Wishart, 1991.
- Hasan, Fuad. *Berkenalan Dengan Eksistensialisme*. Jakarta: Pustaka Pelajar, tt.
- Kaufman, Walter. *Existentialism from Dostoevsky to Sartre*. New York: New American Library, 1976.
- Keanney, Richard (ed). *Continental Philosophy Reader*. London: Routledge, 1996.
- Mc. Innes, Neil. "Gramsci Antonio". *The Encyclopedia of Philosophy*. Vol. 3-4, London: Macmillan Publisher, 1972.
- \_\_\_\_\_, "Marxist Philosophy", *The Encyclopedia of Philosophy*. Vol. 5-6, London: Macmillan Publisher, 1972.
- Mouffe, Chantal (ed). *Gramsci and Marxist Theory*. London: Routledge & Kegan Paul, 1979.
- Mudhofir, Ali. *Kamus Filsafat Barat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Mufid, Muhammad. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Kenanga, 2012.
- Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika, Tafsir Cultural dan Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2003
- \_\_\_\_\_. *Post Realitas, Realitas Kebudayaan Dalam Era Postmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Sebuah Dunia yang Dilipat*. Bandung: Penerbit Mizan, 1998.
- Runes, Dagobert D., ed. *Treasure of Philosophy*, New York: Philosophical Library, 1955.
- Sabri, Muhammad. "Mistisisme dan Hal-hal Tak Tercakapkan: Menimbang Epistemologi Hudhori", dalam *Kanz Philosophia, A Journal for Islamic Philosophy and Mysticism*, Volume II, Number 1, June 2012.
- Simons, Herbert W. *After Post-modernism: Reconstructing Ideology Critique*. London: Sage Publication, 1994.
- St. Nauman Jr. *The New Dictionary of Existentialism*. New Jersey: The Citadel Press, 1972.
- Suseno, Fran Magnis. *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*. Yogyakarta: Kanisius, 1995.
- Vattimo, Gianni. *The End of Modernity, Nihilisme dan Hermeneutika dalam Budaya Postmodern*. Yogyakarta: Sadasiva, 2003.
- Wach, Joachim. *The Comperative of Religious*. New York: Columbia University Press, 1966.
- Williams, Raymond. *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford Univesity Press, 1977.
- Yudilatif dan Isi Subandy. "Media Massa dan Pemiskinan Imajinasi Sosial". *Republika*. 21-22 April 1994.
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Antonio\\_Gramsci](http://en.wikipedia.org/wiki/Antonio_Gramsci)

<http://id.shvoong.com/humanities/theory-criticism/2227008-teori-hegemoni-antonio-gramsci/#ixzz2PlesJaGb>

<http://narendradewadjikristy.blogspot.com/2009/05/rangkuman-buku-antonio-gramsci-negara.html>

