

KARANGAN KHAS

Tanggapan Kritis terhadap "Valentine's Day"

Oleh Ariel Heryanto

ADA berita pendek yang menarik di halaman depan *Suara Merdeka* Kamis Kliwon, 28 Januari 1988. Isinya diungkapkan secara jelas oleh judulnya "MUI Tidak Setuju 'Valentine's Day' Memasyarakat di Indonesia". Dalam beberapa tahun belakangan beberapa pihak di Indonesia ikut merayakan tanggal 14 Februari sebagai *Valentine's Day* yang pernah menjadi perayaan tradisional Eropah/Amerika Serikat. Berbagai tokoh masyarakat Indonesia tampaknya dingin saja sebelum munculnya pernyataan MUI.

MUI mempunyai alasan yang sah dan beralasan untuk menolak perayaan yang mulai menjamur di beberapa kota Indonesia belakangan ini. Sedikitnya ada tiga alasan di balik penolakan yang dinyatakan oleh ketuanya KH Hasan Basri.

Dari segi nasionalisme *Valentine's Day* ditolak "karena berasal dari budaya asing, yang dapat membawa dampak negatif bagi perkembangan akhlak bangsa". Dari sudut keagamaan, tradisi asing itu dianggap "tidak sesuai dengan ajaran agama, terutama Islam". Dari segi etika ekonomi, tradisi yang sama ditolak karena "biasanya juga dirayakan dengan berpesta dan berhura-hura", sehingga "tidak cocok bagi masyarakat Indonesia yang kini sedang menggalakkan pola hidup sederhana".

Di bawah ini disajikan beberapa pertimbangan alternatif mengenai gejala yang sama di atas. Walau dasar pertimbangan dalam uraian di bawah ini tidak sama dengan tiga alasan di atas, pada intinya tulisan ini bersikap sama kritis terhadap perayaan itu.

Pemasaran Komoditi

Hakikat perayaan yang masuk ke Indonesia dalam beberapa tahun belakangan tidak sama dengan apa yang pernah hidup dalam sejarah masyarakat Eropah/Amerika Serikat beberapa abad yang lalu. Bahkan tidak sama persis, walau mungkin mirip, dengan di tanah leluhurnya sana masa kini.

Valentine's Day pada abad-abad lalu di negeri leluhurnya merupakan tradisi yang religius, dan terpadu dengan tata masyarakat mereka pada zaman itu. Kini, perayaan itu sebagaimana halnya berbagai perayaan besar yang lain seperti Natal menjadi paket kegiatan komersial. Kadar "religius" maupun "sosial"nya (Eropah/Amerika Serikat) semakin memudar. Penyebarannya ke berbagai negara di dunia lebih banyak terkait dengan ganasnya perdagangan lintas bangsa-negara daripada dengan penyebaran tradisi religius tertentu.

Perayaan itu disambut dan digalakkan kaum pedagang berkebangsaan apa pun untuk memperkirakan, menyelamatkan, atau menyuburkan jalannya perdagangan. Khalayak umum diberi alasan yang dipoles secantik mungkin untuk berbelanja kartu, hadiah, makanan, hiburan dan berpesta. Sebagaimana halnya berbagai jenis perdagangan komoditi antar bangsa yang lain, perdagangan *Valentine's Day* pada dasarnya berorientasi dan berwatak keserakahan pedagang mencari laba.

Berbeda dengan pada abad-abad yang lalu di tanah alirnya,

Valentine's Day masa kini tidak lagi mewakili suatu nasionalisme asing atau pun agama asing tertentu. Karena itu pula perayaan ini punya pendukung di Indonesia. Tidak kebetulan, sebagian besar para pendukung Indonesia ini terdiri dari pedagang yg sedang berusaha merogoh kantong dan dompet masyarakat. Bukan mereka secara khusus ingin menyebarkan ajaran yang anasionalis atau sekuler. Tidak kebetulan pula pemasaran *Valentine's Day* di Indonesia terbatas pada pusat-pusat peredaran uang di kota-kota besar.

Dalam hubungan ini terdapat jauh lebih banyak persamaan daripada perbedaan di antara perayaan komersial *Valentine's Day* dan perjudian tingkat nasional. Keduanya menggiatkan peredaran uang. Bedanya yang satu punya nenek-moyang religius yang terhormat, sedang yang lain tidak.

Dengan demikian, merajalelanya perayaan ini di Indonesia harus dihadapi pertama-tama sebagai pemasaran komoditi industri dan bukannya sebagai suatu tradisi kebudayaan tertentu. Untuk mempertimbangkan masuknya perayaan ini di Indonesia, tidak lagi relevan mempertimbangkan sejarah dan pokok-pokok nilai religius pada tradisi lama *Valentine's Day* itu. Dalam kenyataannya perayaan itu seperti festival, tinju atau judi nasional sejalan dengan upaya penggalakan laju pertumbuhan ekonomi yang melesu belakangan ini. Dari segi ini, *Valentine's Day* kelihatannya menjadi salah satu katalisator pendukung program pembangunan nasional.

Mempertanyakan merajalelanya peristiwa ini akan lebih mengena jika dikaitkan upaya mempertanyakan kembali kebijakan industrialisasi dalam Pembangunan di berbagai negara "Dunia Ketiga". Tapi ini tidak berarti suatu kegiatan ekonomi bisa sepenuhnya dilepaskan dari dinamika kebudayaan.

Nasionalisme

Karena mendukung pembangunan nasional, apakah kampanye *Valentine's Day* itu harus didukung? Jawabnya tergantung dari siapa yang ditanya, pandangan dan kepentingan ekonomi-politiknya dalam kerangka besar Pembangunan nasional. Mereka yang diuntungkan oleh lalu lintas perdagangan dan pembangunan boleh jadi tidak keberatan dengan penyebaran perayaan itu. Mereka yang tidak diuntungkan mungkin tidak akan terlalu ambil peduli.

Dunia perdagangan tak lagi terlalu mempersoalkan kebangsaan sumber atau cara mendapatkan keuntungan. Banyak orang menyangka ada berbagai hal yang menarik dan baik bagi orang Indonesia dari Eropah Barat dan Amerika Serikat. Namun toh tak semua hal diimpor ke Indonesia. *Valentine's Day* masuk ke Indonesia, antara lain karena nilai komersialnya.

Sebagai barang "asing" perayaan yang datang dari negeri bekas tuan-tuan penjajah punya daya tarik bagi kaum pribumi yang pernah terjajah dan ingin berbandan gaya bekas penjajahnya. Lagi pula perdagangan *Valentine's Day* mempunyai legitimasi dan kehormatan lebih banyak daripada perjudian. Namun legitimasi bagi komoditi asing punya

batas. Ia dibatasi oleh ideologi nasionalisme.

Di sini kontradiksi "pembangunan" maupun "nasionalisme" sulit disembunyikan. Sementara Pembangunan membutuhkan legitimasi yang bernama "nasionalisme", Pembangunan itu sekaligus bersifat anasional. Selain bergantung pada jaring-jaring industri dunia, Pembangunan itu sendiri pada hakekatnya merupakan upaya yang berwatak internasional: semua "negara berkembang" juga punya.

Menolak segala yang berasal dari luar Indonesia sebagai "anasionalis" adalah mustahil. Nasionalisme sendiri merupakan suatu tradisi yang diimpor dari negeri asing. Sebagaimana juga halnya dengan gagasan, modal, dan peralatan pembangunan nasional. Juga agama-agama besar yang kini dianut di Indonesia tidak berasal dari Nusantara.

Aneka Bentuk

Semua ini mengingatkan kita pada kita betapa kompleksnya suatu gejala dalam perubahan masyarakat. Tetapi kompleksitas yang bagaimana pun rumitnya, tidak perlu sampai meleyapkan kemampuan kita untuk membedakan mana yang hakiki

dan inti, dan mana yang bukan. Dengan mencapai pemahaman terhadap yang hakiki, kita akan mampu mengamati secara jernih berbagai gejala serupa yang muncul dengan berbagai tampan.

Belum lama kita mengikuti perdebatan perihal tergilagilanya penonton TVRI terhadap film seri *Return to Eden*. Ini kelihatan dari sambutan mereka pada kunjungan pemeran utamanya Rebecca Gilling. Kita juga belum lupa bagaimana serunya perdebatan orang mengenai menyebarnya senam *Tai Chi Chuan*. Sedikit ke belakang lagi, demam tari *break dance* diikuti oleh berbagai pendapat yang saling bertentangan.

Dalam berbagai kasus tersebut, tampak adanya kecenderungan menyederhanakan persoalan menjadi pertentangan antara yang "nasionalis" lawan yang "asing". Selama kita tak mampu memahami hakikat dan inti "Pembangunan", "nasionalisme" serta kontradiksi yang dikandungnya di waktu mendatang masih akan muncul berbagai gejala perubahan sosial yang dituduh menjadi "ancaman nasional". *

— Ariel Heryanto, penulis dan dikenal sebagai kritikus sastra.