



Foto: Australian National University



10/09/2015



ARIEL HERYANTO: PERUBAHAN INI BELUM KITA PAHAM DENGAN BAIK

Dalam dekade yang menawarkan berbagai kebebasan, sekaligus juga ketakutan, kelas menengah Indonesia merumuskan identitasnya. Pergulatan yang bisa dilihat dari budaya layar.

M

emasuki dekade kedua setelah runtuhnya rezim otoriter Orde Baru, perkara identitas menjadi salah satu hal penting untuk didiskusikan. Keran kebebasan berpendapat dan berekspresi yang baru dibuka ini membuka peluang bagi

berbagai macam kelompok untuk bersuara dan didengar. Ini tentu merupakan perkembangan yang positif dalam kehidupan demokrasi kita, namun, kebebasan baru ini, pada titik-titik tertentu, menimbulkan gejolak. Apalagi ia berkelindan dengan perkembangan teknologi yang membuat perubahan dramatis dalam interaksi sosial.

Pada saat yang bersamaan, tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia pasca Orde Baru mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 1999, jumlah penduduk yang memiliki pengeluaran yang berkisar dari \$2 - \$20 per hari hanyalah 25 juta jiwa. Boston Consultation Group memperkirakan bahwa jumlah kelas menengah Indonesia mencapai angka 75 juta jiwa pada tahun 2013, dan akan meningkat jadi sekitar 141 juta jiwa pada tahun 2020. Sementara McKinsey Global Institute menaruh angka 45 juta jiwa pada tahun 2010 dan akan meningkat menjadi 170 juta jiwa pada 2030.

Dalam perjumpaan antara kebebasan ekspresi, identitas dan perkembangan teknologi tersebut, menarik untuk mengamati bagaimana kelas menengah merumuskan dan menafsirkan identitasnya. Posisi kelas ini memang rentan secara sosial-ekonomi, namun ia punya pengaruh yang cukup besar dalam menentukan wajah Indonesia hari-hari ini.

Agustus lalu, Ariel Heryanto, profesor The Australian National University, meluncurkan buku barunya berjudul *Identitas dan Kenikmatan: Potret Budaya Layar di Indonesia*. Buku ini mencoba memotret pergulatan kelas menengah Indonesia dalam merumuskan identitasnya. Pada 13 Agustus 2015 lalu, Remotivi mewawancarai Ariel melalui surat elektronik untuk mendiskusikan lebih jauh latar belakang penerbitan bukunya dan problem identitas kelas menengah Indonesia.

Apa pesan utama yang ingin anda sampaikan dalam buku ini?

Yang ingin saya katakan dalam buku ini adalah bahwa Indonesia telah diberkahi, tak hanya oleh kekayaan kemasyarakatan dan kebudayaan, tapi juga oleh sejarah panjang perkembangan gagasan yang cemerlang. Berbagai gagasan ini merupakan hasil persaingan sekaligus percampuran berbagai pandangan yang muncul dari orang-orang berwawasan kosmopolitan yang berupaya menjelajahi bentuk lokal modernitas hibrida.

Sayangnya, sejak pertengahan abad lampau, banyak kekayaan budaya ini telah dihapus dari sejarah resmi dan ingatan bersama. Sisa-sisa keragaman dan kosmopolitanisme itu kini menjadi sasaran serangan kelompok-kelompok modernis yang saling bersaing, dan semuanya berupaya memaksakan batasan sempit mengenai makna menjadi Indonesia. Untungnya, selalu ada harapan di masa depan, sebab serangan terhadap kekayaan sejarah dan keragaman Indonesia tidak pernah berlangsung habis-habisan atau sepenuhnya berhasil.

Dari beberapa tulisan, anda menilai kajian tentang budaya populer di

Indonesia masih minim dan perkembangannya lambat. Apakah buku ini menjadi usaha Anda untuk mengisi celah kekosongan tersebut?

Betul. Seperti yang sudah saya bahas dalam buku, ada tiga alasan mengapa kajian tentang budaya populer selama ini kurang berkembang, baik di Indonesia mau pun negara-negara tetangga di Asia Tenggara: “ekspansi industrialisasi di wilayah ini baru terjadi belakangan; kuatnya sebuah paradigma dominan kajian-kajian Indonesia di sepanjang sejarahnya, serta bias maskulin pada dunia akademis pada umumnya” (hal. 24).

Akademisi yang meneliti budaya Indonesia kerap memberi perhatian besar kepada budaya “tradisional” atau “etnik”, budaya nasional “resmi” yang diakui negara, atau budaya “garda depan” dan “adiluhung” yang lahir dari kaum terpelajar karena menarik perhatian penonton internasional yang umumnya adalah kritikus dan akademisi seni di kota-kota metropolitan.

Budaya populer yang jauh lebih besar peredarannya, jauh lebih mencolok kehadirannya dalam kehidupan sehari-hari, malah tidak atau kurang diperhatikan. Ibaratnya, gajah di pelupuk mata yang diabaikan.

Apa alasan Anda membatasi isu-isu budaya populer dalam buku ini ke dalam beberapa tema seperti islamisasi, asianisasi, komunisme, dan diskriminasi terhadap etnis Tionghoa?

Saya secara strategis membatasi ruang lingkupnya dengan mengidentifikasi dan menganalisa dua wilayah penelitian utama. Wilayah pertama mencakup sejumlah masalah yang diperdebatkan dengan seru di arena publik nasional, yakni politik identitas dan kenikmatan. Dua tema yang termasuk dalam kategori ini adalah: ledakan hebat budaya populer yang mengandung muatan atau tema Islam di dalamnya (Bab 2 dan 3); dan popularitas budaya layar dari Asia Timur Laut, khususnya Korea Selatan (Bab 7).

Sisi buruk politik identitas dan kesenangan ini adalah serangkaian duka, kesengsaraan, dan pilu. Maka, di wilayah kedua yang menjadi perhatian penelitian, saya mengkaji budaya politik yang telah dihindari, ditindas, atau dilupakan oleh masyarakat secara umum. Hal ini meliputi pertanyaan-pertanyaan seputar pembunuhan massal pada tahun 1965-66 yang telah menghantui bangsa ini terus menerus (Bab 4 dan 5); diskriminasi terhadap etnis Tionghoa yang telah berlangsung selama satu abad (Bab 6) dan kelas bawah (Bab 8).

Dalam pengantar buku dijelaskan bahwa budaya layar yang dimaksud definisinya meluas, tetapi banyak contoh kasus dalam buku ini berupa sinema dan sinetron. Mengapa minim contoh di medium lain seperti smartphone dan media sosial yang jauh berkembang pesat beberapa tahun belakangan?

Karena saya lebih banyak menemukan bahan dengan tema-tema pokok bahasan seperti yang sudah saya sebutkan itu dalam media tertentu ketimbang media yang lain. Sebenarnya agak keliru jika kita mempertentangkan atau memilah-milah berbagai teknologi media itu secara terpisah, seakan-akan mereka saling bersaing. Dalam kenyataannya, banyak “isi” atau bahan yang tampil dalam berbagai teknologi media

sekaligus. Yang dibidang film, bisa tampil di Youtube dan disaksikan di komputer, atau iPad, misalnya. Yang tampil di TV juga tampil di Facebook dan dilihat di telepon genggam. Dan seterusnya.

Di dalam buku, saya telah menyatakan bahwa buku ini tak bertujuan untuk menjadi kajian ensiklopedis dan komprehensif. Media atau budaya layar bukan topik utama buku itu. Topik utamanya terungkap dalam judul utamanya, yakni “identitas dan kenikmatan”. Hanya saja, topik utama itu dijelajahi di wilayah terbatas, yakni yang saya sebut “politik budaya layar Indonesia”. Nah, yang belakangan ini saya jadikan sub-judul buku. Jadi, jangan dibaca terbalik.

Dalam buku ini, Anda terlihat optimis dalam memandang potensi budaya populer sebagai sarana emansipasi. Sejauh apa Anda percaya budaya populer dapat menjadi sarana politik alternatif atas wacanan dominan dan turut menghasilkan perubahan?

Ini bukan soal sejauh mana saya percaya atau tidak percaya. Ini persoalan kemampuan kita membaca perubahan sosial, perubahan yang bersejarah, dan berlingkup besar-besaran. Sejauh mana kita mampu mengukur secermat mungkin pemahaman kita lewat kerja *bareng*, dan mengoreksi yang keliru dalam pemahaman kita.

Sulit dibantah, meluasnya jaringan media sosial bukan hanya memberdayakan dan mempersenjatai warga sipil untuk semakin terlibat dan bersuara di ruang publik. Pertumbuhan media sosial juga menghantar kita memasuki dunia baru, yang kadang-kadang dengan penuh catatan konseptual disebut sebagai globalisasi. Perubahan ini mengubah kita sebagai makhluk sosial dan menuntut cara pandangan baru. Ini tidak mudah. Perubahan-perubahan ini belum sepenuhnya kita pahami secara baik.

Contoh yang bagus adalah kasus kemenangan Jokowi pada pemilu presiden 2014. Jokowi mencapai kemenangan itu terutama berkat jasa massa relawan di luar partai. Bahkan termasuk relawan tidak-resmi yang berada di luar relawan yang diorganisir atau mengorganisir diri secara jelas untuk pemenangan Jokowi. Nah, yang paling menarik adalah massa yang tidak resmi itu. Luar biasa besarnya. Luar biasa semangat mereka. Mereka ini sosok sosial atau spesies baru dalam sejarah politik Indonesia.

Inilah sosok yang lahir dari kandungan media sosial. Massa ini berbeda *banget* dari gerakan-gerakan sosial yang tersusun dengan alat dan sarana organisasi yang jelas pada generasi terdahulu. Ini massa yang sangat cair dan tersebar, kalau bukan tercerai-berai—tanpa nama, tanpa tokoh pimpinan, dan tanpa alamat yang jelas. Mereka datang dan pergi dengan cepat, ibarat *post* Facebook atau Twitter yang berkelebat sejenak lalu lenyap. Lalu muncul lagi karena ada yang mengangkatnya ke permukaan, tetapi cepat hilang lagi.

Terlalu banyak yang beranggapan pemerintahan Orde Baru itu tumbang pada 1998 karena tekanan dari gerakan mahasiswa. Pandangan seperti itu sangat lemah, kalau tidak mau dibidang konyol. Ada banyak analisa lain yang lebih menyakinkan. Mereka menunjuk aneka penyebab lain jatuhnya Orde Baru. Yang paling menarik perhatian saya, dan sangat jarang disebut dalam diskusi, adalah analisis Eiko Ikegami. Uraianya canggih dan rumit. Jadi

agak kikuk jika saya sederhanakan di sini.

Salah satu pokok pemikirannya, Orde Baru runtuh karena bangunan politik-ekonominya rentan terhadap badai gejalak ekonomi dunia. Gejalak itu sendiri terjadi dengan skala dan percepatan yang luar biasa, akibat mudahnya saham dan modal beralih dalam jumlah besar-besaran melintasi batas negara, bahkan antar-benua, lewat dunia maya. Cukup dengan satu atau dua klik di komputer. Termasuk yang berbondong-bondong “cabut” dari Indonesia. Krisis ekonomi ini berbeda dari yang dialami pemerintahan Soekarno di tahun 1960an.

Sejauh apa Anda melihat budaya populer mampu menjadi sarana kritik dalam isu-isu lokal seperti konflik agraria atau perburuhan?

Banyak gerakan sosial lain yang Anda tanyakan bergerak dalam medan yang berbeda. Mereka sosok sosial dari abad ke-20. Mereka berorganisasi dengan musuh yang terlembaga seperti negara atau perusahaan.

Arus politik dan budaya yang bergelombang di samudra digital pada masa ini berbeda. Salah satu cirinya yang paling kuat adalah jaringannya berlingkup trans-nasional. Selain itu, perjuangan yang muncul bukan semata-mata untuk merebut kepentingan ekonomi atau kekuasaan negara, tetapi pembentukan identitas diri.

Selama ini kita baru memahami sedikit gejalak yang masih baru pada tahap awal pertumbuhannya. Gejalanya macam-macam. Mulai dari lautan jilbab di tahun 1980an, demam Hallyu atau Korean Wave di awal abad ke-21, sampai anak-anak muda di negara mayoritas kulit putih sekuler yang bergabung dengan ISIS atau kelompok anti-ISIS.

Apa potensi media baru sebagai alat emansipasi?

Media elektronik, termasuk yang digital, punya watak jauh lebih demokratis ketimbang media-media lain yang pernah kita kenal dalam sejarah. Tetapi semua media, termasuk yang elektronik, punya sifat-sifat yang saling bertentangan. Tidak selalu dan tidak hanya memerdekakan dan membahagiakan manusia.

Sudah banyak kritik dalam berbagai bentuk, termasuk karikatur, tentang betapa mengerikan perilaku generasi yang sudah terkena candu media sosial. Ada yang mempertanyakan apakah selama ini media sosial merupakan teknologi yang diperalat manusia untuk melayani kepentingannya? Atau sebaliknya, manusia menjadi makhluk yang diperalat teknologi untuk kepentingannya: terus-menerus cari *wi fi*, minta *apps*, minta *update*, minta disuapi listrik untuk mengisi ulang baterai, minta diperhatikan dan *dipijit-pijit* terus. Hahaha.

Begitu juga yang namanya “demokrasi”. Salah jika orang beranggapan demokrasi itu semacam obat mujarab untuk berbagai penyakit sosial dan politik. Lihatlah betapa amburadul berbagai penyakit politik dan sosial di negeri-negeri yang liberal dan demokratis. Termasuk Amerika Serikat. Tetapi sejelek-jeleknya demokrasi, masih lumayan bagus ketimbang sistem-sistem lain yang, untuk sementara ini, pernah dibikin manusia.

Setelah buku Anda ini, studi lanjutan apa yang perlu dilakukan dalam upaya memahami budaya media dan populer di Indonesia?

Buku ini baru menyentuh sebagian kecil dari persoalan yang maha besar. Masih dibutuhkan jauh lebih banyak karya dan analisa di kalangan peneliti Indonesia dan asing untuk memahami fenoma yang sangat trans-nasional itu. []

BACAAN TERKAIT



*Eko Maryadi: MEA dan Media di Asia Tenggara
Punya Problem yang Berbeda*



*Denny Setiawan: Internet Indonesia Lelet Karena
Infrastruktur yang Belum Optimal*

0 Comments

Remotivi

1 Login ▾

Share

Sort by Best ▾



Be the first to comment

DISQUS

REMOTIVI

Remotivi adalah sebuah pusat studi media dan komunikasi. Cakupan kerjanya meliputi penelitian, advokasi, dan penerbitan. Dibentuk di Jakarta pada 2010, Remotivi merupakan bentuk inisiatif warga yang merespon praktik industri media pasca-Orde Baru yang semakin komersial dan mengabaikan tanggung jawab publiknya.

FREKUENSI MILIK PUBLIK
RAPOTIVI



JL. SATRIA RAYA NO. 36,
KEL. JATI, KEC. PULOGADUNG,
JAKARTA TIMUR 13220 (DEKAT VELODROME, RAWAMANGUN),
(021) 475 0363,
KOTAKSURAT@REMOTIVI.OR.ID
ISSN: 2301-5357

© **REMOTIVI 2010-2015**

DESAIN OLEH ELLENA EKARAHENDY
PENGEMBANGAN OLEH KEVIN ARIAN