

May 2007

Industri Budaya sebagai Arsitek Selera Massa

Abdullah Sumrahadi

Universitas Gadjah Mada, abdullah.sumrahadi@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/global>

Recommended Citation

Sumrahadi, Abdullah (2007) "Industri Budaya sebagai Arsitek Selera Massa," *Global: Jurnal Politik Internasional*: Vol. 9 : No. 1 , Article 1.

DOI: 10.7454/global.v9i1.255

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/global/vol9/iss1/1>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Social and Political Sciences at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Global: Jurnal Politik Internasional by an authorized editor of UI Scholars Hub.

Industri Budaya sebagai Arsitek Selera Massa

ABDULLAH SUMRAHADI

Abstract

This article attempts to provide a theoretical analysis of the cultural industry. Focusing on the origins and emergence of the cultural industry approach, as well as thinkers influencing its apparition and intellectual project, the article toils to show how the approach can be used as guidance in further discussion by contextualizing and criticizing the culture industry of our modern consumption era. By tracing creative leaps of Frankfurt School thinkers, the capitalist industrial pattern can be seen as creating its consumer's appetite through multinational corporations as well as the media industry influencing our lifestyle. With the emphasis on understanding excessive consumption acceptance of a product, the article tries to examine the cultural industry development within the Frankfurt School, its disciplinary position as well as the role of corporations in using the culture industry to open up new markets and maximize their profit.

Keywords: Culture Industry, Frankfurt School, Humanism, Capitalism

PENGANTAR

Diskusi bertema industri budaya oleh sebagian kalangan akademisi seringkali terjebak pada perdebatan bentuk fisik (arsitektural) dari industri budaya. Untuk memberikan perimbangan wacana atas keterjebakkan itu, artikel ini memberanikan diri untuk mendiskusikan industri budaya dalam Mazhab Frankfurt, posisi disipliner industri budaya dan wujud produksi dari industri budaya. Guna memfasilitasi langkah tersebut, artikel ini akan berkonsentrasi pada tiga pokok bahasan utama dan pada pokok bahasan terakhir akan diberikan contoh praktis atas semua wacana yang ditawarkan. Namun, untuk menjaga aliran ide yang berkesinambungan dan kebebasan berapresiasi, tulisan ini memberikan kemerdekaan kepada

pembaca untuk membuat simpul-simpul sendiri atas pembacaannya.

Di atas telah disinggung secara sederhana tentang keterjebakkan sebagian kalangan akademisi dalam memahami industri budaya. Maka sebagai upaya analitis untuk menghindari jebakan tersebut, diskusi ini akan diawali dengan pembacaan dan pemahaman karya-karya intelektual Jerman -dengan julukan Mazhab Frankfurt- sebagai pintu masuk ke dunia industri budaya yang menjadi pokok bahasan diskusi artikel ini.

INDUSTRI BUDAYA DALAM MAZHAB FRANKFURT

Adalah Leszek Kolakowsky yang memberikan klarifikasi tentang seluk-beluk

maupun sejarah dari Mazhab Frankfurt dengan menekankan bahwa untuk mengerti Mazhab Frankfurt harus dibedakan antara; Institut Penelitian Sosial (*Institut für Sozialforschung*), kemudian Teori Kritis, dan Mazhab Frankfurt itu sendiri.¹ Istilah Institut Penelitian Sosial digunakan mulai dari pertama berdirinya institut tersebut di awal tahun 1923, sedangkan perintis awalnya ialah Felix Weil seorang sarjana ilmu politik dari Universitas Frankfurt. Namun dalam sejarah dan perkembangannya, Weil kurang menonjol di muka publik intelektual. Justru orang-orang seperti; Friedrich Pollock (1894-1970; Ahli Ekonomi), Carl Grunberg (1861-1940; Direktur pertama Institut), Max Horkheimer (1895-1973; Filsuf, Sosiolog, Psikolog, dan Direktur sejak tahun 1930), Karl Wittfogel (1869; Sejarahwan yang memiliki perhatian terhadap pengaruh Marxisme di Asia), Theodore W. Adorno (1903-1970; Filsuf, Sosiolog, Musikolog), Leo Lowenthal (Sosiolog), Walter Benjamin (1892-1940; Kritikus Sastra), Herbert Marcuse (Filsuf), Franz Neumann (Ahli Hukum), Erich Fromm (Psikolog Sosial), Otto Kirchheimer (Ahli Politik), Henryk Grossman (1881-1950; Ahli Ekonomi dan Politik), Arkadij Gurland (Ahli Ekonomi dan Sosiolog), lebih menonjol darinya, karena itu orang-orang tadi juga dikenal sebagai tokoh utama dalam Institut Penelitian Sosial. Sejauh istilah 'Mazhab' atau 'aliran' dipahami sebagai aliran pemikiran yang sama, umumnya kita bisa memberi julukan 'Mazhab Frankfurt' hanya untuk Horkheimer, Adorno, Marcuse, Lowenthal dan Pollock. Di antara mereka berlima itu, hanya pada Adorno, Horkheimer dan Marcuse, para Ahli Ilmu Sosial dan Budaya memberi sebutan *Teori*

Kritis Generasi Pertama.² Sedangkan untuk *Teori Kritis Generasi Kedua* lebih banyak diasosiasikan pada Jürgen Habermas dan mulai berkembang di tahun 1950an-1960an.

Tercatat dalam sejarahnya, tahun 1950 merupakan situasi yang sangat menentukan dalam karir intelektual Mazhab Frankfurt, namun di tahun itu juga kondisinya sangat kompleks. Hal ini dikisahkan dalam tulisan C. Teguh Budiarto:

Sejarah Mazhab Frankfurt setelah 1950 tak bisa dipisahkan dari Horkheimer dan Adorno dengan ide-ide mereka dari Amerika. Dengan mundurnya atau kurang aktifnya banyak anggota Institut, hubungan Horkheimer dan Adorno semakin erat. Mereka kembali ke Jerman Barat untuk merumuskan kembali "Teori Kritis" yang telah mereka pilih sejak tahun 1920an. Mereka menyusun program untuk membuat penilaian kritis atas komunisme di Eropa Timur, fasisme, dan industri budaya yang merupakan fenomena sosial yang mereka alami selama di Eropa Barat dan Amerika Serikat.³

Berangkat dari informasi dan deskripsi historis yang sederhana tentang Mazhab Frankfurt di atas, fokus analisis nantinya akan banyak membahas kiprah Teori Kritis Generasi Pertama yang menjadi basis gerakan intelektual Mazhab Frankfurt generasi pertama. Untuk itu, beberapa pembahasan di bawah ini dan seterusnya sudah tentu mengambil *insight* dari karya-karya berpengaruh anggota Mazhab Frankfurt generasi pertama, dan diantaranya adalah *The Dialectic of Enlightenment* yang ditulis bersama oleh Horkheimer dan Adorno pada tahun 1972. Tidak berhenti pada karya itu saja, analisis nantinya juga akan berkembang dengan

membaca dan membandingkan karya-karya lain yang memiliki keterkaitan dengan isu-isu 'industri budaya, budaya pop, maupun konsumsi modern dan *postmodern*, sebagai manifestasi praktis atas gambaran dan kritik yang dikembangkan oleh teori-teori sosial dan budaya dalam artikel ini.

POSISI DISPLINER INDUSTRI BUDAYA

Istilah industri budaya '*was coined by the Frankfurt School theorists Horkheimer and Adorno in The Dialectic of Enlightenment (1972), to refer to the production of mass culture.*'⁴ Dalam beberapa literatur yang terkait dengan budaya massa dan atau budaya pop⁵, diterangkan bahwa istilah industri budaya merupakan istilah yang bebas dan melawan di mana ia memiliki peran untuk menyerap sesuatu yang berkaitan dengan nasib suatu budaya dalam masyarakat yang telah sangat terinstrumentasi secara rasional dan birokratis pada kapitalisme akhir. Lebih jauh, ia juga dapat menentukan model budaya melawan terhadap lawan yang tepat dan nyata dalam industri. Catatan kritis dan bukti atas industri budaya, mungkin secara mendasar dapat dilihat dari misalnya formasi pertumbuhan ekonomi, dan ekonomi sebagai suatu bagian integral dari dialektika pemaknaan ulang atas materialisme.

Pada disiplin tematisnya, industri budaya meliputi iklan di media massa maupun film, dimana iklan, media massa dan film oleh industri budaya diasosiasikan sebagai pelayan yang akan mengubah formasi nilai guna kepada sesuatu yang diproduksi oleh sistem kapitalis, yaitu, mendudukan dan

menggunakan konsumen sebagai suatu komoditas. Dengan demikian, sangat dimungkinkan sistem kapitalis itu akan menggabungkan iklan dan media massa untuk mempromosikan gaya hidup, daripada mempromosikan suatu produk.⁶ Diskusi di seputar tema industri budaya juga mencatat serapan nilai guna ke dalam produksi yang berhubungan dengan analisis Adorno tentang hubungan dan kekuatan produksi pada kapitalisme abad 20. Di sisi yang lain, independensi nilai guna pada kapitalisme abad 19 memberikan otonomi penuh kepada manusia yang mana hal ini sangat berpotensi untuk melakukan perlawanan, atau bisa juga disebut sebagai upaya destabilisasi kapitalisme. Namun, dalam perkembangannya, kini otonomi itu perlahan-lahan mulai hilang. Kemudian dengan cara yang sama, misalnya dengan teknik-teknik administratif yang mengembangkan suatu bagian dari kekuatan produksi dan berguna untuk meningkatkan efisiensi bidang industri, saat ini menjadi bagian fundamental dari hubungan-hubungan produksi kapitalis. Yang nantinya akan sampai pada bagaimana hak-hak kepemilikan dan pasar berperan dalam mensubordinasikan kemanusiaan ke dalam organisasi atau birokrasi. Kenyataan yang paling pahit ialah manusia yang bekerja keras ataupun pengangguran menjadi seperti alat pembayar kesejahteraan industri kapitalis. Meskipun nampak utopis dalam pandangan Marx, kontradiksi antara hubungan produksi dengan kekuatan produksi lambat laun akan menjatuhkan kapitalisme.

Apa yang dihasilkan oleh industri budaya memiliki kelemahan jika ia dikritik,

misalnya dengan kritikan dari *cultural studies*. Meskipun ada perbedaan konsentrasi tematis dalam perkembangannya -baik di Inggris, Amerika Serikat, Kanada, Australia, Perancis maupun India⁷- tetap saja disiplin *cultural studies* memiliki piranti untuk menelanjangi apa yang dihasilkan oleh industri budaya, sekaligus menjadi pendukungnya, seperti di Amerika Serikat melalui pengabdianya terhadap 'postmodernisme' yang mengkhianati batas-batas disiplin eksponennya di Inggris, serta tidak jelasnya posisi mereka dengan kajian media dan media sebagai suatu praktik.⁸ Sementara Horkheimer dan Adorno berasumsi dengan semangat bahwa industri budaya memosisikan manusia sebagai pelaku utama yang akan dijadikan korban oleh industri budaya.

Asumsi-asumsi negatif yang dilekatkan pada industri budaya akan lebih terarah pada unsur-unsur kritiknya dan mudah dipahami dengan mencermati uraian menarik dari Dominic Strinati berikut, bahwa 'industri budaya merefleksikan fetisisme komoditas, dominasi akan pertukaran dan meningkatnya kapitalisme monopoli negara'. Industri budaya menentukan selera dan kecenderungan massa, yang akhirnya mampu mencetak kesadaran mereka melalui cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan-kebutuhan "nyata", konsep-konsep atau teori-teori alternatif maupun radikal, serta cara-cara berpikir dan bertindak oposisional politis. Industri budaya sangat efektif dalam menjalankan hal-hal ini sehingga orang sampai tidak menyadari apa yang sedang terjadi.⁹ Terkait dalam kerangka kerja analitis yang sama, Adorno selalu mengulang-ulang

dukungannya atas semua gagasan dan upaya kritis terhadap industri budaya, melalui buku yang diterbitkan dengan judul *The Culture Industry*.¹⁰

Sedikit kembali ke paragraf di awal pengantar bahwa untuk menghindari keterjebakkan akan debat mengenai industri budaya, Adorno menegaskan secara terang dan lugas dengan membedakan ide antara industri budaya dengan budaya massa, sebab budaya massa mengandaikan bahwa massa mempunyai tanggung jawab murni akan budaya yang mereka nikmati. Oleh karena itu, budaya didesain lewat kecenderungan-kecenderungan massa itu sendiri. Dengan melompat sedikit jauh dari para ahli budaya massa, Adorno melihat budaya massa merupakan suatu hal yang beban-bebannya dialamatkan kepada massa, dan yang membuat mereka siap menyongsongnya, dengan catatan massa tidak menyadari bahwa itu merupakan sebuah beban.

Pembahasan industri budaya tidak terlepas dari buku *The Dialectic of Enlightenment* seperti disinggung pada awal paragraf seksi ini. Untuk melengkapi dan mungkin saja untuk menyebutnya komprehensif, perlu kiranya ditampilkan definisi konkrit industri budaya yang ditulis oleh Adorno di tahun 1991 sebagai pengkondisian ulang atas buku *The Dialectic of Enlightenment*. Secara lebih jelas, Adorno mendefinisikan apa yang ia maksud dengan konsep industri budaya sebagai:

...in all its branches, products which are tailored for consumption by masses, and which to a great extent determine the nature of that consumption, are manufactured more or less according to plan.

The individual branches are similar in structure or at least fit into each other, ordering themselves into a system almost without a gap. This is made possible by contemporary technical capabilities as well as by economic and administrative concentration. The culture industry internationally integrates its consumers from above. To the detriment of both it forces together the spheres of high and low art, separated for thousands of years. The seriousness of high art is destroyed in the speculation about its efficacy; the seriousness of the lower perishes with the civilizational constraints imposed on the rebellious resistance inherent within it as long as social control was not yet total. Thus, although the culture industry undeniably speculates on the conscious and unconscious state of the millions towards which it is directed, the masses are not primary but secondary, they are an object of calculation, an appendage of the machinery. The customer is not king, as the culture industry would have us believe, not its subject but its object.¹¹

Maka dari itu, akhirnya komoditas-komoditas yang merupakan hasil dari industri budaya dikonstruksi sedemikian rupa oleh kebutuhan untuk menyadari nilainya di pasaran. Kondisi maupun motif keuntungan menentukan sifat dari berbagai bentuk budaya. Secara industrial, suatu produksi budaya merupakan sebuah proses standarisasi yang mana produk-produk tersebut mendapatkan bentuk yang sama di semua komoditas, misalnya gaya hidup bebas dalam serial film televisi *Melrose Place* sudah banyak dikenal oleh penikmat film tersebut. Namun, produksi budaya pada level tertentu memberikan anugrah akan selera individual dalam makna setiap produk yang 'mempengaruhi situasi individual'. Pengkaitan individualitas dalam setiap produk-produk tersebut, dan sudah tentu pada masing-masing konsumen memiliki fungsi dalam

mengaburkan standarisasi dan manipulasi kesadaran yang dijalankan oleh industri budaya.¹² Artinya, dengan semakin banyak produk budaya yang benar-benar distandarisasikan, maka akan semakin banyak juga yang diindividualisasikan, dalam suatu pemaknaan di mana individualisasi adalah sebuah proses ideologis yang menyembunyikan proses standarisasi. Secara lebih lugas lagi Adorno mencontohkan sistem bintang Hollywood dengan:

The more dehumanised its methods of operation and content, the more diligently and successfully the culture industry propagates supposedly great personalities and operates with heart throbs.¹³

Dalam merespons pernyataan-pernyataan bahwa budaya massa modern sebagai bentuk hiburan yang aman, dan sebagai respons demokratis atas tuntutan konsumen, para ahli -seperti juga dirinya- seringkali mengadopsi posisi intelektual elitis. Namun, dalam banyak hal, Adorno lebih memfokuskan kajian-kajiannya pada kedangkalan, kekonyolan, maupun keseragaman yang diakibatkan oleh industri budaya, seperti yang dia pertegas misalnya:

The colour film demolishes the genial old tavern to a greater extent than bombs ever could...no homeland can survive being processed by the films which celebrate it, and which thereby turn the unique character on which it thrives into an interchangeable sameness.¹⁴

Setelah sedikit mengerti ciri industri budaya -seperti yang telah dijelaskan oleh Adorno- dan jika kita mengabaikannya secara lebih ekstrim, maka sama halnya dengan tunduk pada ideologinya.

Ideologi tersebut memanipulasi dan mengkorupsi, kemudian akan mendukung pasar dan fetisisme komoditas yang sering pula diperbincangkan oleh Marx. Ideologi tersebut memiliki sifat konformis serta membunuh kreativitas pikiran, dengan mewajarkan pola kejamakan dan menerima begitu saja aturan-aturan kapitalis. Dalam pandangan Adorno, dampaknya sangat dalam dan memiliki cakupan yang cukup jauh:

*The concepts of order which it (the culture industry) hammers into human beings are always those of the status quo...the power of the culture industry's ideology is such that conformity has replaced consciousness.*¹⁵

Sementara itu bagi Strinati yang menafsir ulang Adorno, secara lebih radikal mengeksplorasi bahwasanya sokongan pada konformitas tersebut tidak memberikan ruang toleran untuk melawan kepadanya atau sekedar memunculkan gagasan alternatif baru bagi tatanan sosial. Model-model berpikir ataupun kegiatan yang menyimpang, melawan dan yang bersifat alternatif, semakin sulit untuk diimajinasikan sebagai kekuatan industri budaya yang dikembangkan dalam pikiran kebanyakan orang. Industri budaya terkait erat dengan hal-hal salah -tidak dengan hal-hal benar- melalui pemanfaatan kebutuhan-kebutuhan palsu dan pemecahan-pemecahan masalah secara semena-mena, serta tidak melalui kebutuhan-kebutuhan maupun pemecahan-pemecahan masalah yang konkrit. Industri budaya memecahkan masalah 'hanya di permukaan', bukan diselesaikan seperti seharusnya dalam alam nyata. Pada kesempatan demikian, industri budaya sekedar menyediakan

bentuk -bukan inti pemecahan masalah- maksimalisasi semu akan kebutuhan palsu sebagai pengganti pemecahan konkrit atas persoalan-persoalan yang nyata. Pada beberapa modus tersebut, industri budaya secara diam-diam tetapi pasti mengambil alih kesadaran massa.¹⁶

Adorno kembali menegaskan bahwa massa menjadi tak berdaya jika dihadapkan dengan industri budaya, sebab produk yang dihasilkan oleh industri budaya merangsang terjadinya konformitas dan keseragaman pemahaman untuk tunduk kepada sistem kapitalis melalui cabang-cabangnya. Apa yang telah dimungkinkan oleh industri budaya dengan ia menjadi mapan, utamanya dalam bagaimana ia mengambil alih kesadaran massa, telah lengkap dan sangat efektif. Lebih jauh, Adorno membuat argumen akan itu dengan menunjuk:

*...lies in the promotion and exploitation of the ego-weakness to which the powerless members of contemporary society, with its concentration of power, are condemned. Their consciousness is further developed retrogressively. It is no coincidence that cynical American film producers are heard to say that their pictures must take into consideration the level of eleven-year-olds. In doing so they would very much like to make adults into eleven-year-olds.*¹⁷

Membaca diskusi yang dimunculkan oleh Adorno maupun Strinati lewat penegasan dan bangunan argumentasi mereka di atas dapat dipetik intinya bahwa sebenarnya apa yang diprogramkan dan dijalankan oleh industri budaya tak lain untuk memperpanjang rantai kuasa maupun dominasi ekonomi sistem kapitalis. Proses tersebut memanfaatkan kekuatan jaringan modal serta distribusi internasional dalam

memberikan petunjuk untuk mengkonsumsi sesuatu yang telah distandarisasi. Di mana proses standarisasi yang demikian tidak sepenuhnya disadari oleh khalayak atau konsumen, sehingga mereka tidak merasakan sesuatu yang buruk, merugi, dan terjajah pada diri mereka. Modus ketidaksadaran ini beroperasi dengan sangat rapih karena memanfaatkan jalinan kuasa modal yang diselubungkan melalui isu-isu budaya dan budaya pop. Dalam diskusi selanjutnya artikel ini akan menjelaskan kelemahan Mazhab Frankfurt yang mengabaikan potensi budaya pop sebagai kekuatan tandingan alternatif, dengan cara memanfaatkan kerjasama kritis melalui apa-apa yang telah disediakan oleh kapitalisme untuk mengkritisi kapitalisme industri budaya itu sendiri.

Dalam studi Ben Agger, sedikit berbeda dengan yang sudah ditawarkan artikel ini, ia lebih eksploratif dengan melacak ke akar disiplin yang digunakan oleh Mazhab Frankfurt dalam membangun kritiknya terhadap industri budaya. Pelacakan itu dimulai dari bagaimana Mazhab Frankfurt mengemukakan prinsip dasar peradaban Barat, yang di dalamnya terdapat kritik khusus Marx tentang alienasi¹⁸. Dominasi pada masa kapitalisme akhir dapat dilacak dari ide Yunani awal tentang bagaimana orang (subjek) dapat menguasai dunia (objek). Namun teoritis kritis juga mengemukakan sumber dominasi.¹⁹ Lebih rinci lagi, sumber dominasi yang dikemukakan oleh Mazhab Frankfurt terelaborasi secara sistematis melalui buku yang ditulis secara bersama antara Horkheimer dan Adorno, seperti yang telah ditulis pada awal bagian ini dalam buku *The Dialectic of Enlightenment*. Buku

tersebut tidak hanya sekedar bercerita secara analitis, imajinatif dan teoritis semata, tetapi studi yang ditawarkan oleh kedua penulis dalam karyanya itu juga mencakup hal-hal empirik dari pengalaman dan penelitian yang mereka jalankan.

Berada dalam satu nuansa sama dengan Adorno sekaligus mengkritiknya, Agger bersemangat untuk menerangkan dan mendeskripsikan konsep industri budaya Mazhab Frankfurt yang mengacu kepada cara di mana hiburan dan media massa menjadi industri pada kapitalisme pasca Perang Dunia II, baik dalam mensirkulasikan komoditas budaya, maupun dalam memanipulasi kesadaran manusia. Meskipun Adorno banyak menghabiskan banyak waktu untuk menganalisis budaya "tinggi", atau resmi, misalnya dalam *Aesthetic Theory* (1984) dan *Philosophy of Modern Music* (1973), perhatiannya kepada teori estetika mengarahkannya kepada praktik mode kritik yang menjelaskan mode ekspresi budaya yang paling abstrak, yang merentang dari novel Franz Kafka dan pertunjukan Samuel Beckett sampai pada musik Arnold Schoenberg.²⁰ Perhatian Mazhab Frankfurt -terutama Adorno maupun Horkheimer- terhadap industri budaya tidak hanya tertuang dalam *The Dialectic of Enlightenment*, tetapi secara khusus Adorno misalnya, dengan giat mengembangkan studi-studi empiriknya dalam beberapa artikel yang ia tulis, seperti; *A Social Critique of Radio Music* di *Kenyon Review* tahun 1945 dan *How to Look at Television* di *Quarterly of Film, Radio and Television* tahun 1954, membangun ide bahwa budaya telah menjadi 'afirmatif' sebagaimana

dikemukakan Herbert Marcuse pada bukunya *Industrialization and Capitalism in the Work of Max Weber* tahun 1968, yang juga salah satu eksponen dari Mazhab Frankfurt.

Dalam beberapa karya tersebut, para eksponen Mazhab Frankfurt sebenarnya sedang menekankan suatu studi di mana industri budaya menjadi subur dengan mendesain ulang budaya pop dalam arsitektur selera budaya massa. Kondisi budaya demikian menjadi berkembang semakin kuat dengan dukungan dari sistem ekonomi kapitalis. Dukungan tersebut selalu didaur ulang antar periode, dari sejak ide ini menjadi keresahan Mazhab Frankfurt hingga kini. Yang membedakan hanya model dan corak salurannya saja yang lebih variatif dan canggih. Akan tetapi modal dasarnya tetap sama karena perubahan model distribusi dan promosi budaya pop memang terletak di permukaan saja.

Secara lebih kritis, tepat sasaran dan sekaligus satir, Agger mengembangkan argumentasi yang tentu saja ia sarikan dari pemikiran-pemikiran Mazhab Frankfurt dan dikontekstualisasikan. Dengan demikian, budaya pop dalam hal ini menjadi mode ideologi kapitalis akhir yang tidak menawarkan doktrin yang terbantahkan atau tesis tentang keniscayaan dan rasionalitas masyarakat kini, namun hanya menyediakan narkotika jangka pendek yang mengalihkan konsentrasi orang dari persoalan riil mereka dan mengidealisasikan masa kini dengan menjadikan pengalaman representasinya menyenangkan, misalnya menonton televisi yang menghabiskan banyak waktu orang, memecahkan

persoalan mereka di dunia “nyata” dengan gembira sebagaimana yang mereka dan kita seharusnya alami. Melihat figur fiktif ini, dengan hidup bahagia bersama dan mengatasi dilema dalam waktu setengah atau satu jam di depan televisi, kita memproyeksikan hidup kita dalam layar kecil dan membayangkan bahwa kita hidup di dalam peran yang tengah ditayangkan dan kita lihat. Proses identifikasi sekaligus pengalihan ini memungkinkan budaya pop “mengatasi” keterasingan kita sambil kadang-kadang mengambil keuntungan untuk jaringan televisi, studio, film, dan majalah, maupun hal-hal menguntungkan umum lainnya.²¹ Dalam perspektif *postmodern* kepungan dan banjir budaya pop dalam kehidupan kita jika dipotret dengan gaya simulasi Baudrillardian terbungkus rapih lewat isu representasi dan citra.²²

Kesan canggih bisa ditangkap dari pembacaan kita terhadap penekanan studi industri budaya Mazhab Frankfurt. Namun, kecanggihannya itu sedikit banyak menyisakan masalah baru ketika peran yang harus diambil oleh masyarakat yang terkomodifikasi oleh industri budaya dan budaya pop. Apakah budaya pop tidak memiliki potensi kritis? Setidaknya demikian kritik membangun yang meski ironis dari semangat kritisisme Mazhab Frankfurt perlu ditampilkan sebagai silang wacana agar tidak absolutis. Dalam catatan, sekali lagi Agger, ‘penekanan Mazhab Frankfurt pada potensi kritis seni dan budaya non komodifikasi, yang menahan penyerapannya ke dalam industri budaya, telah memicu serangan dari berbagai pihak. Kelompok konservatisme budaya menyatakan bahwa budaya memang seharusnya bersifat politis. Marxis

ortodoks berpandangan bahwa karena keunggulan ekonomi, budaya bukanlah medan perang yang relevan. Pendukung *cultural studies* mengindikasikan kesukaan Mazhab Frankfurt pada budaya "tinggi". Mereka menyatakan bahwa Adorno kehilangan contoh budaya pop yang berpotensi membebaskan, misalnya menulis musik rock politik di era 1960an dan Jazz yang dikategorikan sebagai fasis. Akhirnya, dari pinggiran Mazhab Frankfurt itu sendiri, Walter Benjamin berpandangan bahwa "reproduksi mekanis budaya", yang disebarluaskan melalui media cetak dan elektronik, memiliki potensi untuk menyebarkan pesan kritis dan kebebasan. Dia tidak menerima kritik pedas Adorno tentang seni yang "kehilangan aura". Seni hanya kehilangan "aura" khusus pada pertunjukan *live* atau duduk-duduk di galeri karya yang orisinal.²³

Masih dengan nada yang sama, Agger melanjutkan argumen dan dukungannya untuk memperjelas posisinya sebagai salah satu kritikus dan pembaca karya-karya Teori Kritis Mazhab Frankfurt dengan menegaskan kesetujuannya dengan mereka yang mengatakan bahwa teoritis Frankfurt, kecuali Marcuse, pada masa gerakan mahasiswa era 1960an, terlalu meremehkan budaya pop hanya karena budaya ini populer. Mereka kehilangan potensi emansipatoris mode khusus budaya pop yang terkomodifikasi, seperti film yang menyebabkan kemarahan dan memicu pemahaman (seperti yang dicatat oleh Ryan dan Kellner dalam buku *Camera Politica* 1988, serta seperti yang dicatat oleh teoritis film feminis Laura Mulvey 1989). Namun kesetujuan serupa juga ditujukan kepada Adorno, Horkheimer dan Marcuse

yang menyatakan bahwa industri budaya telah menjadi faktor ekonomis dan politis yang krusial pada masa kapitalisme akhir, yang mengalihkan perhatian orang dari masalah yang sebenarnya mereka alami, serta menawarkan solusi palsu yang diproyeksikan ke dalam "kehidupan" karakter fiktif dan terkodekan ke dalam harmoni manis musik, dan tentu saja menguntungkan MGM, NBC, dan majalah *Time*.²⁴

Dapat dipetik simpul awalnya bahwa, industri budaya dalam cakrawala pengusungnya Mazhab Frankfurt dan kritik yang ditujukan kepadanya memiliki unsur-unsur positif. Bagaimana ia mempromosikan dan mendeklarasikan semangat humanisme telah tergeser oleh arus eksploitasi industri kapitalis dan bagaimana kita dapat menyikapinya di era *late capitalism* dengan lebih arif, cerdas dan kontekstual. Sebagai manifestasi empirik atas basis wacana dan teori budaya di atas, berikut akan disinggung dalam contoh praktis wujud dari industri budaya agar memudahkan dalam menghubungkan dunia praktik dan wacana kritis yang ditawarkan oleh para pemikir dan teoritis di atas.

PERAN MNC'S, IKON GAYA HIDUP DAN HIBURAN

Pada bagian ini diskusi akan dicoba diarahkan pada peran dan pengaruh MNC's dalam merancang agenda setting mereka untuk maksimalisasi profit dan ekspansi pasar dalam ruang industri budaya. Untuk dapat memahami pola kerja MNC's, secara singkat akan disinggung juga tentang definisi kerja maupun karakteristiknya. Perusahaan multinasional

atau *Multinational Corporations* dan selanjutnya akan terus disingkat dengan MNC's, dapat didefinisikan dengan, 'unit-unit usaha yang memiliki atau mengontrol aset-aset seperti pabrik, pertambangan, perkebunan, outlet (pusat penjualan/*shopping center*), dan perkantoran yang terdapat di dua negara atau lebih.'²⁵ Sedangkan jika dilihat dari karakteristiknya MNC's memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Pertama, lingkup kegiatan *income generating* (perolehan pendapatan) yang dilakukan melampaui batas-batas negara. Kedua, perdagangan MNC's kebanyakan terjadi di dalam lingkup perusahaan sendiri, meskipun antar negara. Ketiga, kontrol terhadap pemakaian teknologi dan modal sangat diutamakan mengikat kedua faktor tersebut merupakan keuntungan kompetitif MNC's. Keempat, pengembangan sistem manajemen dan distribusi yang melintasi batas-batas negara, terutama sistem modal ventura, lisensi, dan *franchise* (waralaba).²⁶

Lebih jauh lagi, apa yang melatarbelakangi kegiatan MNC's di atas adalah karena ia memiliki dua kekuatan besar. *Pertama*, sistem operasi MNC's cenderung untuk mempersempit akses perusahaan-perusahaan yang kurang profesional karena mereka sudah pasti akan kalah bersaing dengan MNC's. Hal yang positif dari proses ini adalah hanya perusahaan yang paling efisien yang nantinya dapat terus bertahan menghadapi persaingan dengan MNC's. Di sini tampak bahwa kehadiran MNC's dianggap sebagai faktor yang dapat 'mendisiplinkan' perusahaan lokal untuk beroperasi secara lebih efisien. *Kedua*, melalui proses akuisisi terhadap perusahaan-perusahaan kecil yang kurang

efisien, MNC's dalam jangka panjang dapat menciptakan konglomerasi perusahaan-perusahaan lokal sehingga dapat memperkuat struktur industri di negara berkembang. Dalam kaitan ini MNC's dilihat sebagai sebuah kekuatan yang dapat 'mengontrol' perusahaan-perusahaan lokal, terutama untuk bersaing pada tingkat global.²⁷

Dari dua sumber kekuatan besar MNC's di atas menumbuhkan beberapa kritik yang sebenarnya, apa yang diagung-agungkan oleh MNC's memiliki banyak kelemahan, diantaranya adalah kecenderungan bisnis MNC's untuk melakukan monopoli dan oligopoli membuat mereka lebih tepat untuk dianggap sebagai 'penyebab' daripada 'penyelamat' perekonomian dan erosi budaya suatu negara bangsa dari jeratan distorsi pasar. Lebih jauh kapasitas MNC's untuk menguasai modal dan teknologi telah membuat mereka tampil sebagai kekuatan institusional yang memiliki kecenderungan untuk melakukan monopoli. Dalam kapasitas sebagai kekuatan monopoli inilah, maka MNC's memiliki kecenderungan untuk menciptakan distorsi pasar di dalam perekonomian negara tuan rumah.²⁸

Dengan demikian dapat dimengerti dari beberapa ciri, kekuatan, dan kelemahan MNC's ialah dalam cara ia memanipulasi, yang oleh kritikus 'kiri' dianggap sebagai kelemahan, akhirnya dibalik menjadi kekuatan dalam menciptakan monopoli. Dalam tema atau diskusi ini bagaimana MNC's menggerakkan dan menggeser orientasi bisnisnya tidak hanya dalam kerja ekonomi saja, tetapi juga dengan mempolitikasi gerak ekonomi menjadi gerak industri budaya yang bertujuan

Tester, K. 2004. *Media, Budaya dan Moralitas*. Yogyakarta: Juxtapose & Kreasi Wacana.

CATATAN BELAKANG

- ¹ Bisa dibaca misalnya dalam; F. Hardiman. *Kritik Ideologi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1990), hlm. 41.
- ² Lihat dalam buku; F. Hardiman, *Kritik Ideologi*, (Yogyakarta, Buku Baik, 2003), hlm. 33.
- ³ C. Teguh Budiarto, *Musik Modern dan Ideologi Pasar*, (Yogyakarta: Tarawang Press, 2001), hlm. 17. Dan untuk pembacaan secara komprehensif dapat dibaca dalam buku; M. Jay, *The Dialectical Imagination: A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research 1923-1950*, (Berkeley: University of California Press, 1973), hlm. 3-40. Atau dapat pula dibaca dalam edisi terjemahannya; M. Jay, *Sejarah Mazhab Frankfurt: Imajinasi Dialektis dalam Perkembangan Teori Kritis*, (Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2005), hlm. 1-56.
- ⁴ A. Edgar, dalam A. Edgar. & P. Sedgwick, (2004) *Cultural Theory The Key Concept*, (London & New York, Routledge, 2004), hlm. 103.
- ⁵ Baca misalnya; Theodore W. Adorno & Paul Kegan, *Aesthetic Theory*, (London: Routledge, 1991). Selain itu dapat juga dibandingkan dengan membaca; D. Cook, *The Culture Industry Revisited: Theodor W. Adorno on Mass Culture*, (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 1996).. Untuk pembacaan yang lebih runtut dapat ditemukan dalam buku; D. Held, *Introduction to Critical Theory: Horkheimer to Habermas*, (Cambridge: Polity Press, 1990).
- ⁶ Sebagai bahan acuan pembandingan; Chaney menulis dalam bukunya bahwa untuk memahami gaya hidup perlu didekati dengan cara reflektif, sebab 'makna' praktik gaya hidup tidak sepenuhnya ditentukan oleh "kekuatan-kekuatan" dalam masyarakat yang lebih luas (dari jenis apapun). Ia lebih menunjukkan bahwa dalam negosiasi praktis dari dunia kehidupan tertentu, makna dari cara-cara menggunakan sumber daya simbolik konsumsi massa diubah menjadi objek-objek atau praktik-praktik yang kasat mata yang merupakan metafor bagi diri mereka sendiri. D. Chaney, *Lifesyyles*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), hlm. 149. Dalam membangun paparannya itu Chaney berhutang kepada Anthony Giddens, yang menyatakan bahwa 'reflektivitas' di sini mengacu pada penggunaan informasi tentang kondisi-kondisi aktivitas sebagai sarana yang secara reguler menata dan mendefinisikan kembali apa yang dimaksud 'aktivitas'. Anthony Giddens, *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*, (Cambridge: Polity Press, 1994), hlm. 86. Masih menggunakan kerangka berpikir

Giddens, Chaney juga menjelaskan tentang perkembangan perubahan struktural serta gaya hidup saling terkait lewat reflektivitas institusional: karena "keterbukaan" (*openness*) kehidupan sosial masa kini, pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam "otoritas", pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. Dalam Anthony Giddens, *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, (Cambridge: Polity Press, 1991), hlm. 5.

⁷ Untuk penjelasan mengenai gejala internasionalisme *cultural studies* demikian dapat dilihat dalam buku; Z. Sardar, & B. Van Loon, *Cultural Studies for Beginners*, (Bandung: Mizan, 2001).

⁸ Dinyatakan bahwa *cultural studies* adalah disiplin ilmu yang secara moral sangat bodoh, karena dia adalah 'anak haram' (*bastard child*) media yang diklaim akan diekspos oleh *cultural studies*. Akibatnya, seluruh dampak media terhadap nilai-nilai moral dan budaya hanya bisa diapresiasi kalau studi tentang media dipisahkan dari disiplin ilmu *cultural studies*. Khususnya melalui Stuart Hall-lah *cultural studies* diformalkan sebagai sebuah subjek kajian dan sebuah model metodologi di Universitas Birmingham pada tahun 1960-1970-an. Karena hasil aktivitas dan penelitian *Centre for Contemporary Cultural Studies*, kemudian *cultural studies* bisa mengklaim bahwa studi tentang media adalah miliknya. Lebih lanjut lihat; K. Tester, *Media, Budaya dan Moralitas*, (Yogyakarta: Juxtapose & Kreasi Wacana, 2004), hlm. 6-7.

⁹ D. Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, (London & New York: Routledge, 1995), hlm. 61.

¹⁰ Buku tersebut diterbitkan ulang oleh penerbit Routledge di London pada tahun 1991.

¹¹ Theodore W. Adorno, *The Culture Industry, Op.Cit.*, hlm. 85.

¹² Bandingkan dalam; *Ibid.*, hlm. 86-87.

¹³ *Ibid.*, hlm. 87.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 89.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 90.

¹⁶ D. Strinati, *Op.Cit.*, hlm. 63-64.

¹⁷ Theodore W. Adorno, *The Culture Industry, Op.Cit.*, hlm. 91.

¹⁸ Erich Fromm, salah satu eksponen Mazhab Frankfurt, membuat analisa sistematis tentang konsep alienasi yang ditawarkan Marx, dengan menjelaskan bahwa; 'seluruh konsep alienasi ini diungkapkan untuk pertama kalinya dalam pemikiran Barat yang terdapat pada konsep pemujaan berhala menurut kitab perjanjian lama. Esensi dari apa yang disebut oleh para nabi sebagai "syirik" bukanlah bahwa

dan tidak tahan uji dalam proses kinerjanya karena adanya injeksi virus "gaya hidup". Untuk hal-hal demikian terpaksa kita harus mencontoh semangat-semangat pemilik kapital besar yang mengendalikan industri budaya dengan menjalin kerjasama lintas sektoral.

DAFTAR PUSTAKA

- Adorno, Theodore W. & Paul Kegan. 1991. *Aesthetic Theory*. London: Routledge.
- Adorno, Theodore W. 1991. *The Culture Industry*. London: Routledge.
- Agger, Ben. 2003. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*, terj. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean. 2006. *Esktasi Komunikasi*, terj. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hadiwinata, Bob Sugeng. 2002. *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta: Kanisius.
- Budiarto, C. Teguh. 2001. *Musik Modern dan Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- Chaney, D. 2004. *Lifestyles*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gook, D. 1996. *The Culture Industry Revisited: Theodore W. Adorno on Mass Culture*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Edgar, A. dalam Edgar, A. & Sedgwick, P. 2004. *Cultural Theory: The Key Concept*. London & New York: Routledge.
- Fromm, Eric. 2001. *Konsep Manusia Menurut Marx*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Hardiman, F. 1990. *Kritik Ideologi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hardiman, F. 2003. *Kritik Ideologi*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Held, D. 1990. *Introduction to Critical Theory: Horkheimer to Habermas*. Cambridge: Polity Press.
- Jay, M. 1973. *The Dialectical Imagination: A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research 1923-1950*. Berkeley: University of California Press.
- Jay, M. 2005. *Sejarah Mazhab Frankfurt: Imajinasi Dialektis dalam Perkembangan Teori Kritis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Lury, C. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ritzer, G. 1996. *Classical Sociological Theory*. New York: The McGraw-Hill.
- Sardar, Z. & B. Van Loon. 2001. *Cultural Studies for Beginners*. Bandung: Mizan.
- Strinati, D. 1995. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London & New York: Routledge.

menciptakan kekuatan baru melalui pencitraan yang segmentatif, terutama bagi kaum muda, untuk tujuan akhir mengakumulasi keuntungan.

Melalui jaringan kerjanya, MNC's mendirikan jenis usaha untuk melebarkan sayapnya, sebagai contoh di Amerika sebagai pusat MTV di Indonesia juga ada MTV, di Amerika ada majalah *Time* di Indonesia juga ada dengan diwakili melalui *Time Asia*. Kemudian majalah *Penthouse*, *Playboy*, *FHM*, *Maxim* dan sebagainya yang dijustifikasi sebagai majalah gaya hidup mutakhir dapat kita temukan di pinggir-pinggir jalan di kota kita. Di Perancis ada *Versace*, *YSL* dan berbagai macam produk fashion maupun parfum di Indonesia kita juga bisa membelinya di mal-mal, bahkan bajakannya juga tersedia. Di Amerika ada *McDonald*, *KFC*, *Texas Chicken* dan sebagainya, kitapun dapat menyantapnya dengan harga dan selera lokal. Dan yang tidak kalah ialah kartu kredit, sebagai alat komunikasi gaya hidup dalam memudahkan transaksi, meskipun proses dalam aplikasinya ada yang mudah ada juga yang berbelit-belit, pokoknya utang dulu bayar belakangan! Jika telat bayar pengguna akan dikejar-kejar, akan tetapi jika yang salah pada penerbit kartu kredit ia selalu harus dimenangkan! Dari contoh yang pertama hingga terakhir tadi disimulasikan melalui kerjasama apik antara kekuatan pemodal dalam MNC's melalui media. Kerjasama tersebut memanfaatkan iklan sebagai pemompa sarana konsumsi, dan iklan ini sangat memenuhi setiap tayangan di berbagai media. Seolah pendengar, pemirsa, pembaca maupun konsumen diperintahkan untuk diam dan nikmati apa yang tersaji tanpa perlu kritis dengan apa

setting agenda sebenarnya. Dan hampir dari semua yang dicontohkan tadi target pasarnya ialah kaum muda, yang kemudian dikategorikan dalam *youth culture*.²⁹ Dan sebenarnya kaum muda baru menjadi fokus perhatian media dan dasar identifikasi umum ketika memasuki periode pasca-perang di Inggris. Anak muda tidak selalu diperlakukan dengan cara ini. Tidak selalu karakter penampilan atau selera dalam hal musik, film atau pakaian teridentifikasi secara jelas untuk generasi muda; dengan kata lain, tidak selalu ada budaya atau gaya subkultur generasi muda yang menonjol. Hal ini membuktikan bahwa budaya generasi muda bukanlah manifestasi hormonal yang tidak terelakkan atau ekspresi tahap tertentu dalam siklus kehidupan biologis tetapi lebih merupakan konstruksi sosial.³⁰

KESIMPULAN

Sebagai suatu "pemakluman", apa yang disediakan oleh sarana sistem ekonomi pasar dan diselubungkan melalui peran serta aktif industri budaya demikian mejadi benar ketika dihubungkan dengan analisa yang dikemukakan oleh Mazhab Frankfurt lewat bagaimana kesadaran massa telah dirampas oleh industri budaya untuk selalu mengonsumsinya secara aktif. Namun sebenarnya masih terbuka luas ruang-ruang kritis untuk memanfaatkan pola kerja ekonomi pasar, misalnya dengan kita bisa berharap membuat segmentasi tandingan yang independen; dari industri film maupun hiburan, musik hingga fashion yang tersedia melalui fenomena distro dan pemasaran alternatif. Namun selalu saja ada sisi "maskulin" untuk akumulasi kapital dari setiap harapan tadi

manusia menyembah banyak Tuhan, meskipun sebenarnya hanya ada satu Tuhan. Syirik itu berarti pemujaan pada karya tangan manusia sendiri, yakni barang-barang; manusia tunduk menyembah barang-barang; menyembah apa yang diciptakan sendiri. Dalam melakukan ini, manusia mentransformasikan diri menjadi sebuah barang. Dia berubah menjadi barang ciptaannya sendiri sebagai hiasan hidupnya. Dan meskipun menganggap dirinya sebagai manusia yang mencipta, dia hanya berhubungan dengan dirinya sendiri ketika dia menjadi musyrik. Dia telah terpisah dari kekayaan potensialitasnya sendiri, dan dia hanya dapat berhubungan dengan dirinya secara tidak langsung, serta tunduk pada hidupnya yang membeku dalam behala-berhala.' Eric Fromm, *Konsep Manusia Menurut Marx*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 59. Sementara itu, di luar penjelasan akan konsep alienasi dari Mazhab Frankfurt diberikan oleh George Ritzer, dengan ia memberikan kategori-kategori dalam melihat alienasi, meskipun lebih mengarah pada konsep kerja; '*alienation can be seen as having four basic component. First, the workers in capitalist society are alienated from their productive activity...Second, the workers are alienated not only from productive activities but also from the object of those activities—the product...Third, the workers in capitalism are alienated from their fellow workers. Marx's assumption was that people basically need and want to work cooperatively in order to appropriate from nature what they require to survive. But in capitalism this cooperation is disrupted, and people, often strangers, are forced to work side by side for the capitalist...Finally, and most generally, workers in capitalist society are alienated from their own human potential.*' G. Ritzer, *Classical Sociological Theory*, (New York: The McGraw-Hill, 1996), hlm. 165-166.

¹⁹ Ben Agger, *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*, (Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2003), hlm. 179-180.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 180.

²¹ *Ibid.*, hlm. 180-181.

²² Sekedar bahan pembandingan baca; Abdullah Sumrahadi dalam Pengantar Editor buku; Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, terj. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), hlm. v-xii. Kemudian baca juga; Abdullah Sumrahadi dalam Kata Pengantar berjudul "*Baudrillard Menampar yang Menjadi Kebiasaan*" dalam buku; Jean Baudrillard, *Ekstasi Komunikasi*, terj. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006). Serta pembacaan yang lebih aplikatif dengan menggunakan konstruksi teori-teori Baudrillardian bisa dibaca dalam; Abdullah Sumrahadi, "*Kelkusaan Amerika dan Penyeragaman*

Identitas Budaya Massa Global", dalam *Jurnal Studi Amerika* Vol. XI No. 1 Januari-Juni 2006, hlm. 50-58.

²³ Ben Agger, *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*, *Op.Cit.*, hlm. 183-184.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 184.

²⁵ Bob Sugeng Hadiwinata, *Politik Bisnis Internasional*, (Yogyakarta: Kanisius, 2002), hlm. 117.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 117.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 145-146.

²⁸ C. Vaitos, *Inter-Country Income Distribution and Transnational Enterprises*, (Oxford: Clarendon Press, 1974), hlm. 18. dikutip dari *Ibid.*, hlm. 137-138.

²⁹ Ide awal tentang *youth culture*/budaya kaum muda dikenal dalam Sosiologi antara tahun 1950an-1960an, yang terkait dengan suatu fakta bahwa budaya remaja maupun ketika usia beranjak dewasa memiliki selisih tajam dengan orang tua. Bacaan serupa juga dapat ditemui dalam buku tulisan Simon Frith, *The Sociology of Youth*, 1984 atau dengan membaca uraian Andrew Edgar yang diolah dari berbagai sumber tema budaya kaum muda, bahwa: '*youth will have different values, attitudes and patterns of behaviour to those current in the dominant culture. Youth cultures are seen to emerge under certain conditions. First, youth must form a sufficiently large cohort. Second, rapid social change may disrupt young people's integration into the adult world, through, for example, changes in industry removing the traditional occupations or simply causing unemployment. Finally, an increasing pluralism in society will provide a stimulus to new ideas and life styles*', Andrew Edgar, dalam Andrew Edgar, A. & P. Sedgwick, *Cultural Theory The Key Concept*, (London & New York: Routledge, 2004), hlm. 435.

³⁰ C. Lury, *Budaya Konsumen*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998), hlm. 256.