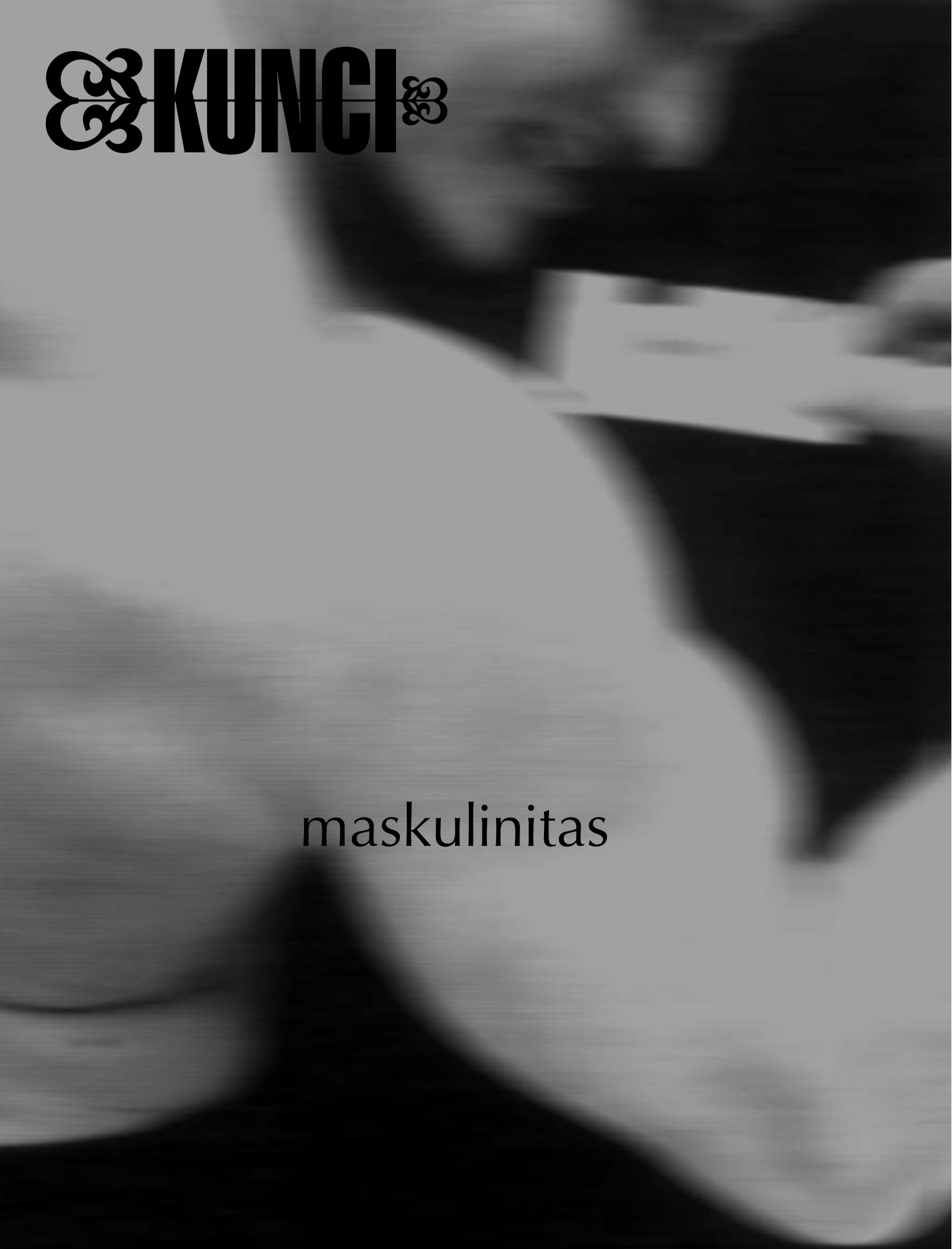
KUNCI



maskulinitas

ISSN: 1411-5832 | Edisi 8 | September 2000 | Rp 1.000,-

Edisi 8. September 2000

KUNCI adalah media informasi tentang perkembangan mutakhir *cultural studies*. Apa yang tertulis dalam KUNCI bukanlah definisi (media ini bukan kamus); KUNCI tidak mengklaim akses kepada pengertian "yang sebenarnya" dari tiap konsep yang tertulis di dalamnya.
KUNCI diterbitkan oleh KUNCI Cultural Studies Center, terbit sekali sebulan.

ISSN: 1411-5832

Editor:
Nuraini Juliastuti (*newsletter*)
Antariksa (situs)

Alamat:
Blunyah Rejo TRII/695
Yogyakarta 55281 Indonesia
Tel. +62 274 517473

Situs:
http://kunci.org

Email:
editor@kunci.org

KUNCI Cultural Studies Center berdiri sejak Agustus 1999. Bekerja untuk mempopulerkan *cultural studies* di Indonesia dan menawarkan pendekatan-pendekatan *cultural studies* (sebagai bidang interdisipliner/pascadisipliner) dalam studi sosial dan kebudayaan di Indonesia.

Catatan untuk Kontributor:
KUNCI menerima artikel dalam Bahasa Indonesia atau Inggris. Artikel berbahasa Inggris akan diterjemahkan oleh KUNCI. Panjang artikel tidak lebih dari 1.200 kata dan tidak menggunakan catatan kaki. Semua referensi harus disebutkan dengan jelas (nama penulis, tahun publikasi, judul, penerbit dst) dalam dokumen/file tersendiri.
KUNCI juga menerima foto dan ilustrasi hitam/putih, sesuai dengan tema setiap edisi.

Harga langganan tahun 2000 (sudah termasuk ongkos kirim dalam negeri):
Institusi: Rp 50.000/tahun
Individu: Rp 30.000/tahun

Pembelian di luar Yogyakarta:
BANDUNG:
Aminudin Th. Siregar/Ucok
Komplek Bukit Pajajaran
No. Kav. 172 Pasir Impun, Bandung 40194
Tel. +62 22 7212860

JAKARTA:
Ismet
Yayasan Pop Corner Indonesia
Jl Tulodong Bawah A16
Kebayoran Baru, Jakarta 12110
Tel./Fax. +62 21 5736314

SURABAYA:
Kopma Universitas Airlangga
Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan
Surabaya 60132

SEMARANG:
Deddy OTB
Jl Kelapa Gading VII/535
Plamongan Indah, Semarang
Tel. +62 24 711040

MANADO:
Amato Assagaf
Istiqlal Lingkungan II/120
Manado 95121

Dari Editor

Di edisi KUNCI kali kami menampilkan tiga tulisan Nuraini Juliastuti tentang maskulinitas, yang porsinya agak lebih panjang dari biasanya. Dua tulisan di antaranya merupakan studinya tentang kasus Indonesia. Ini merupakan hasil diskusi-diskusi panjang kami untuk mulai memikirkan bagaimana memberikan konteks lokal yang lebih kuat pada artikel-artikel yang dimuat KUNCI. Selain informasi terkini tentang perkembangan wacana *cultural studies* dari berbagai penjuru dunia, di masa mendatang kami mengharapkan akan dapat terus memberikan porsi lebih besar untuk wacana *cultural studies* di tingkat lokal. Seperti halnya tulisan R. Kristiawan tentang teori hegemoni dan mediasi yang juga mengambil latar belakang kasus Indonesia, kami mengharapkan Anda juga dapat turut serta menyumbangkan pemikiran.

Sementara itu, kami ingin memberitahukan kepada Anda bahwa alamat situs KUNCI telah berubah menjadi http://kunci.org dan alamat emailnya menjadi editor@kunci.org. KUNCI kini juga telah ber-ISSN, pindah ke markas baru, dan KUNCI tidak lagi hanya bisa dibeli di Yogyakarta, Bandung dan Jakarta, tapi juga di Surabaya, Semarang, dan Manado (lihat kotak informasi di samping).

Selamat membaca.

Ariel Heryanto, *Perlawanan dalam Kepatuhan*, Idi Subandy Ibrahim (ed.), Bandung, Mizan, Mei 2000, 430 hal., Rp 34.500,-



Kelemahan sebuah buku yang berisi kumpulan tulisan seseorang adalah bahwa ia seringkali terjebak pada pengelompokan tulisan yang kadang memerangkap pembacanya untuk membaca karya-karya tulis yang ada disitu dalam kerangka dan kotak-kotak seperti yang dibentuk oleh editornya. Begitu juga dengan yang terjadi pada buku ini. Tetapi bukan berarti karya-karya Ariel yang ada dalam buku ini tidak menarik untuk dibaca. Pada karya-karya tulis yang dikumpulkan dari berbagai media-*Kompas, Forum Keadilan, Tempo, Jakarta-Jakarta*, dsb.-sejak tahun 1990 sampai 1998 ini, kita akan menyaksikan perhatian dan pencermatan Ariel pada beraneka ragam persoalan: bahasa, media massa, gaya hidup, militerisme, nasionalisme, SARA, pembredelan buku, kesenian, pernikahan, sampai kecantikan.

Bagi Ariel Heryanto, studi kebudayaan membutuhkan dialektika studi yang tidak hanya memperhatikan aspek dan wawasan materialisme, tapi juga studi yang peduli pada proses reproduksi kapitalisme dari dimensi non material. Bisa dikatakan, tulisan-tulisan yang ada di buku ini adalah bukti dari pernyataan tersebut.

Dengan esai-esai yang ditulis dengan bahasa yang ringkas dan lugas, kita diajak untuk berpikir bahwa kebudayaan bukan sesuatu yang objektif, universal, dan mandiri. Ia juga bukan benda keramat yang tidak bisa diubah dan harus selalu dilestarikan. Ia bukan sesuatu yang konstan. Ia senantiasa bergantung pada kesadaran, konsep, bahasa, dan kultur tertentu tempatnya berada.

Pernikahan misalnya, samasekali bukan sekedar urusan perasaan manusia, tapi merupakan sebuah konstruksi sosial yang melibatkan berbagai macam pihak: birokrasi dan kekuasaan negara, adat dan aturan-aturan yang dibentuk masyarakat, kepercayaan, serta lembaga pranata sosial lainnya. Keikutsertaan Alya Rohali dalam kontes Miss Universe yang menghebohkan banyak kalangan Indonesia di Amerika beberapa tahun silam juga tidak hanya disebabkan karena Alya memakai baju renang yang dianggap tidak

sopan. Tetapi sebenarnya menyangkut persoalan konstruksi perempuan dan kecantikan ditempatkan di negeri ini.

Semuanya menunjukkan bahwa kasus kebudayaan selalu berisi pergulatan dan negosiasi manusia dengan segala nilai moral, kultur, adat, konsep, dan kesadaran tertentu yang melingkupinya.

Budi Susanto, S.J., *Imajinasi Penguasa dan Identitas Postkolonial*, Seri Siasat Kebudayaan, Yogyakarta, Kanisius-Lembaga Studi Realino, 2000, 191 hal., Rp 17.000,-



Ini buku tentang kethoprak. Bukan buku sejarah, tetapi buku yang bicara tentang siasat kebudayaan. Budi Susanto dengan jitu memanfaatkan kajian pascakolonial untuk menjawab pertanyaan bagaimana siasat yang dijalankan kethoprak ketika harus berhadapan dengan elit kekuasaan, di panggung dan di kehidupan sehari-hari. Tema ini kemudian dihubungkannya dengan penyelidikan tentang politik imajinasi, bahasa, dan identitas.

Dengan kefasihannya berbicara tentang kethoprak (penelitian untuk buku dilakukan selama 6 tahun), Budi Susanto menunjukkan bahwa masyarakat bawah pun mempunyai cara melawan yang khas terhadap kekuasaan yang menindas.

Sebagai contoh, menurut Budi *plesetan* bisa dilihat sebagai usaha pengaturan dan penjinakkan modernisasi. Ia merupakan alternatif bagi penterjemahan tradisi desa menjadi tradisi modern yang dilakukan oleh kaum terpelajar, yang berwujud kebudayaan adiluhung. Identitas penguasa yang dikaitkan dengan imajinasi adiluhung justru menjadi rapuh ketika simbol-simbol kekuasaan itu dipentaskan secara khas di atas panggung kethoprak. Ia memberi bukti bahwa bahasa sebaiknya dimengerti sebagai sarana yang memudahkan, mencontohkan atau menyinggung sesuatu yang sesungguhnya tidak mudah dijelaskan.

Buku ini segar, mengejutkan, dan jenial.



alt.culture: an a-z of the '90s
http://altculture.com

alt.culture adalah ensiklopedi budaya remaja era '90-an. Di situs ini Anda bisa memperoleh informasi dan definisi ringkas baik tentang budaya pop maupun media digital: grunge dan gangsta, indie rock dan indie film, cyberpunk dan gaya jalanan dll. Sekarang ini alt.culture telah memiliki lebih dari 900 entri yang bertambah sekurang-kurangnya 5 entri tiap minggu. Ensiklopedi online ini berawal dari rangkaian promosi seri buku alt.culture yang ditulis Steven Daly dan Nathaniel Wice pada 1995. Sekarang pengembangan situs ini dilakukan bersama oleh Daly, Wice, dan Time Warner's Pathfinder.



Whoosh!
http://whoosh.org

Para penggemar serial televisi *Xena: Warrior Princess* sudah selayaknya mengunjungi situs ini. Whoosh! adalah jurnal yang terbit sejak 1996 dan secara khusus mempelajari berbagai aspek serial *Xena.* Whoosh! dieditori Kym Taborn, diterbitkan oleh The International Association of Xena Studies (IAXS) yang berpusat di Malibu, California. Di situs ini Anda bisa membaca dan men-*download* semua esai, artikel, komentar, dan penelitian tentang *Xena* yang dikelola IAXS.



Cybersoc
http://cybersoc.com

Cybersoc adalah sebuah pusat data penelitian sosiologi dan etnografi internet, *cyberspace*, *computer mediated communication* (CMC), dan komunitas online. Dari situs ini Anda bisa memperoleh informasi bibliografi, men-*download software* dan artikel, berlangganan milis, membeli buku, dan berdiskusi. Cybersoc dikelola oleh Robin Hamman Cyberdari Hypermedia Research Centre, University of Westminster, yang di dunia maya telah terkenal dengan situs Cybersociology-nya (http:// cybersociology.com).

Mailing List

Artifact: studi budaya materi.
listserv%umdd.bitnet@listserv.net isi pesan: *sub ARTIFACT nama Anda.*
Consumer-Studies: studi konsumsi dan iklan.
mailbase@mailbase.ac.uk isi pesan: *subscribe consumer-studies.*
Cybermind: filsafat dan psikologi *cyberspace*.
listserv@listserv.aol.com isi pesan: *subscribe cybermind nama Anda..*
Lesbian-Studies: studi lesbianisme.
majordomo@queernet.org isi pesan: *info lesbian-studies.*
MEDCC-L: relasi media, budaya, dan kurikulum.
listserv@uafsysb.uark.edu isi pesan: *sub MEDCC-L nama Anda.*
Technology: aspek-aspek sosial dari teknologi.
majordomo@lists.village.virginia.edu isi pesan: *subscribe technology.*

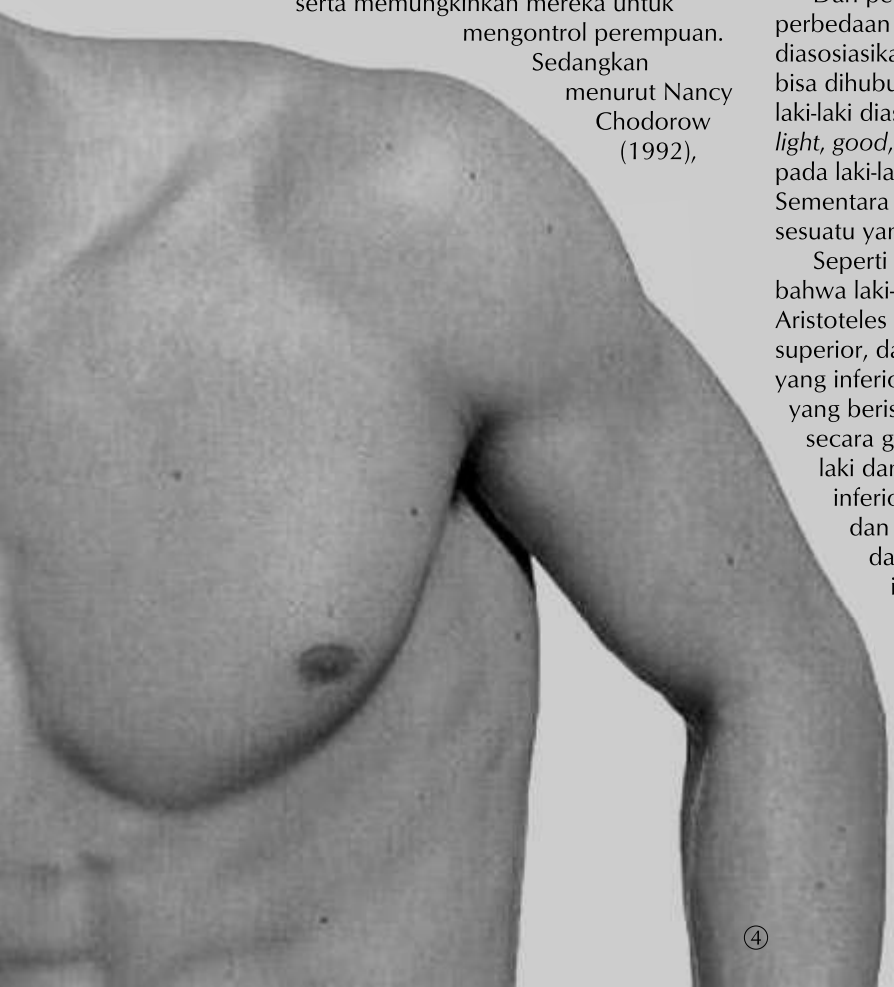
Kebudayaan yang Maskulin,

Mengapa semua laki-laki harus maskulin dan perempuan harus feminin? Mengapa laki-laki harus tampak jantan dan perempuan harus tampil lembut? Mengapa semua laki-laki cenderung mempunyai posisi lebih tinggi dari perempuan? Apakah hanya karena persoalan dia "laki-laki" dan dia "perempuan? Ataukah karena "dikonstruksikan secara sosial"?

Pertanyaan-pertanyaan diatas, seperti juga pertanyaan-pertanyaan tentang kematian, tuhan, dan kehidupan, mungkin adalah pertanyaan-pertanyaan abadi. Persoalan-persoalan seputar jagad perempuan dan jagad laki-laki seperti ketegangan abadi yang tidak pernah mereda.

Laki-laki, beruntung atau tidak, selalu menempati posisi lebih tinggi dari perempuan. Konsep budaya yang menempatkan posisi laki-laki lebih sempurna dari perempuan, dan yang mengharuskan laki-laki dan perempuan bertindak sehari-hari menurut garis tradisi sedemikian rupa sehingga perempuan berada dalam posisi "pelengkap" laki-laki, semuanya berakar pada budaya patriarki.

Juliet Mitchell (1994) mendeskripsikan patriarki dalam suatu term psikoanalisis yaitu "*the law of the father*" yang masuk dalam kebudayaan lewat bahasa atau proses simbolik lainnya. Menurut Heidi Hartmann (1992), salah seorang feminis sosialis, patriarki adalah relasi hirarkis antara laki-laki dan perempuan dimana laki-laki lebih dominan dan perempuan menempati posisi subordinat. Menurutnya, patriarki adalah suatu relasi hirarkis dan semacam forum solidaritas antar laki-laki yang mempunyai landasan material serta memungkinkan mereka untuk mengontrol perempuan. Sedangkan menurut Nancy Chodorow (1992), perbedaan fisik secara sistematis antara laki-laki dan perempuan mendukung laki-laki untuk menolak feminitas dan untuk secara emosional berjarak dari perempuan dan memisahkan laki-laki dan perempuan. Konsekuensi sosialnya adalah laki-laki mendominasi perempuan.



Superioritas laki-laki atas perempuan bisa dirunut mulai dari jaman penciptaan Adam dan Hawa, jaman filsafat Yunani Kuno sampai jaman modern. Laki-laki dan perempuan tidak hanya dianggap sebagai makhluk yang berbeda, tapi juga sebagai seks yang berlawanan. Sebuah pertemuan antara dunia laki-laki dan perempuan adalah "pertempuran seks" (*the battle of the sexes*). Laki-laki dan perempuan dipolarisasikan dalam kebudayaan sebagai "berlawanan" dan "tidak sama".

Kisah superioritas laki-laki atas perempuan bisa dimulai dari cerita penciptaan manusia dalam kitab suci Bibel, sebuah cerita yang sangat umum dikenal seperti ini: Adam diciptakan terlebih dulu dan Hawa diciptakan darinya. Jadi Adam adalah kreator dari Hawa, dan Hawa diciptakan untuk membantu Adam. Secara sosial dan secara moral, Adam lebih superior karena Hawa adalah penyebab kenapa mereka berdua dikeluarkan dari surga.

Phytagoras (1993), seperti dikisahkan oleh Aristoteles, membuat tabel pengklasifikasian hal-hal atau elemen-elemen yang berlawanan (oposisi biner). Menurut tabel yang dibuat oleh Phytagoras itu terlihat bahwa laki-laki dan perempuan tidak hanya ditempatkan sebagai "berbeda" tapi juga "berlawanan".

Dari pemikiran Phytagoras menjadi jelas terlihat bahwa perbedaan antara laki-laki dan perempuan tidak hanya diasosiasikan dari perbedaan-perbedaan fisik saja tapi juga bisa dihubungkan dari persoalan-persoalan lainnya. Misalnya, laki-laki diasosiasikan dengan segala sesuatu yang bermakna *light*, *good*, *right*, dan *one*. Semua metafora yang dikenakan pada laki-laki adalah yang berkenaan dengan makna Tuhan. Sementara perempuan misalnya, diidentifikasikan dengan sesuatu yang *bad*, *left*, *oblong*, dan *darkness*.

Seperti halnya Phytagoras, Aristoteles juga beranggapan bahwa laki-laki lebih tinggi kedudukannya dari perempuan. Aristoteles mengatakan bahwa: secara natural, laki-laki itu superior, dan perempuan itu inferior. Yang superior mengatur yang inferior, dan yang inferior harus rela untuk diatur. Tabel yang berisi elemen-elemen yang saling berlawanan juga secara gamblang menjelaskan hal ini. Secara natural laki-laki dan perempuan adalah bermakna: superior dan inferior, pengatur dan yang diatur, jiwa dan tubuh, akal dan nafsu, manusia dan binatang, atau makhluk bebas dan budak. Perempuan adalah laki-laki yang impoten. Perempuan adalah makhluk yang terdingin dan terlemah di alam. Bahkan ia mengatakan bahwa contoh yang paling baik untuk melihat segala defisiensi (kekurangan) alam adalah dengan mengamati karakter perempuan.

Alam pemikiran modern tampaknya terus berpijak pada pemikiran-pemikiran sebelumnya sehingga gagasan-gagasan tentang laki-laki dan perempuan tidak jauh mengalami perubahan atau perbedaan. Bahkan JJ. Rousseau (1993),

Macho, Jantan dan Gagah

salah seorang pemikir revolusi Prancis, memulai karyanya *The Social Contract* dengan kalimatnya yang terkenal seperti ini: "*man is born free and everywhere he is in chains*". Argumennya adalah seperti ini, "*A woman's education must therefore be planned in relation to man. To be pleasing in his sight, to win his respect and love, to train him in childhood, to tend him in manhood, to counsel and console, to make his life pleasant and happy, these are the duties of woman for all time, and this is what she should be taught while she is young*".

Dalam bahasa Kate Millet (1993) telah terjadi "politik seks" (*sexual politics*) pada hubungan laki-laki dan perempuan. Ini adalah efek dari konsep awal Freud tentang perempuan yang menyatakan bahwa perempuan sebenarnya adalah laki-laki yang tidak punya penis (*penis envy*). Menurut Millet, Freud dengan teorinya itu telah meratifikasi anjuran-anjuran tradisional dan memvalidasi perbedaan temperamental antara laki-laki dan perempuan.

Simone de Beauvoir (1981) dalam *The Second Sex* banyak mencontohkan wujud patriarki ini dalam bermacam-macam kebudayaan di dunia. De Beauvoir menyatakan dalam budaya Arab misalnya, seorang anak perempuan yang baru lahir sebisa mungkin akan disingkirkan karena semua bayi perempuan dianggap tidak menguntungkan dibandingkan jika mempunyai anak laki-laki. Masih menurut De Beauvoir, di negara-negara Asia dan di banyak kultur lain, ketika seorang anak perempuan masih berusia remaja, seorang ayah memegang kendali penuh atas hidupnya sampai ketika ia menikah dan kontrol itu akan beralih ke tangan suaminya. Di Tunisia, masih jadi pemandangan sehari-hari disana dimana para istri bekerja keras menyiapkan makanan di dapur atau sibuk mengurus anak-anaknya sementara para suami, si laki-laki asyik bergerombol dengan teman-temannya, sesama laki-laki di warung-warung di pasar, membicarakan dan mendiskusikan persoalan dunia.

Masyarakat India, seperti yang diceritakan oleh Kamla Bhasin (1996), mengenal konsep Pativrata (kesetiaan ibu). Konsep itu menanamkan dalam setiap kepribadian perempuan suatu pemahaman sebagai berikut: *"dengan apa perempuan menerima dan bahkan menginginkan kesucian dan kesetiaan ibu sebagai ekspresi tertinggi dari kepribadian mereka"*. Dengan konsep itu, para perempuan di India mau menerima apapun perlakuan suami terhadap mereka karena yang penting bagi mereka adalah menjunjung tinggi pativrata. Dan karena konsep itu disosialisasikan sendiri oleh kaum perempuan maka status rendah perempuan dengan demikian dibuat tidak terlihat dan patriarki pun dengan kuat ditegakkan sebagai ideologi yang kelihatannya alamiah.

Patriarki dikonstruksikan, dilembagakan dan disosialisasikan lewat institusi-institusi yang terlibat sehari-hari dalam kehidupan seperti keluarga, sekolah, masyarakat, agama, tempat kerja sampai kebijakan negara. Sylvia Walby (1993) membuat sebuah teori yang menarik tentang patriarki. Menurutnya, patriarki itu bisa dibedakan menjadi dua: patriarki privat dan patriarki publik. Inti dari teorinya itu adalah telah terjadi ekspansi wujud patriarki, dari ruang-ruang pribadi dan privat seperti keluarga dan agama ke wilayah yang lebih luas yaitu negara. Ekspansi ini menyebabkan patriarki terus menerus berhasil mencengkeram dan mendominasi kehidupan laki-laki dan perempuan.

Dari teori yang dikembangkan Walby, kita bisa mengetahui bahwa patriarki privat bermuara pada wilayah rumah tangga. Wilayah rumah tangga ini dikatakan Walby sebagai daerah awal utama kekuasaan laki-laki atas perempuan. Sedangkan patriarki publik menempati wilayah-wilayah publik seperti lapangan pekerjaan dan negara. Ekspansi wujud patriarki ini mengubah baik pemegang "struktur kekuasaan" dan kondisi di masing-masing wilayah (baik publik atau privat). Dalam wilayah privat misalnya, dalam rumah tangga, yang memegang kekuasaan berada di tangan individu (laki-laki), tapi di wilayah publik, yang memegang kunci kekuasaan berada di tangan kolektif (manajemen negara dan pabrik tentunya berada di tangan banyak orang).

Rumah adalah tempat sosialisasi awal konstruksi patriarki itu terjadi. Para orang tua melakukan "gender" pertama-tama pada saat memberi nama kepada anak-anaknya. Anak laki-laki lazimnya diberi nama: Joko, Andi, Iwan, Budi, dan seterusnya. Sedangkan anak perempuan diberi nama: Sita, Wati, Ani, Yuli, Rina, dan lain sebagainya. Anak laki-laki belajar untuk menjadi "maskulin", dan anak perempuan belajar untuk menjadi "feminin" dari hadiah-hadiah yang diberikan oleh ayah-ibu dan teman-teman dekat pada saat ulang tahun. Mobil-mobilan dan robot untuk anak-anak laki-laki, dan boneka serta bunga untuk anak perempuan. Hal ini berlanjut juga untuk persoalan perlakuan ayah-ibu terhadap anak-anaknya. Anak laki-laki diajari untuk bisa membetulkan genteng yang bocor atau perangkat listrik yang rusak, sementara anak perempuan belajar memasak dan menyulam. Para orang tua cemas dan gelisah jika anak-anak mereka tidak bertingkah laku sesuai dengan garis konstruksi sosial yang telah menetapkan bagaimana seharusnya anak laki-laki dan anak perempuan itu bertingkah laku.

Hal serupa juga terjadi di institusi sekolah. Buku-buku pelajaran SD, tanpa disadari bersifat patriarkis. Buku pelajaran bahasa Indonesia misalnya, sering mengambil contoh-contoh kalimat seperti: Wati Memasak di Dapur, Budi Bermain Layang-layang, dsb. Kalimat-kalimat kategoris bernada manipulatif, yang mengkotak-kotakkan fungsi laki-laki dan perempuan sesuai nilai-nilai kepantasan tertentu yang berlaku di masyarakat: pekerjaan apa yang lazim dikerjakan anak laki-laki, dan apa yang lazim dikerjakan oleh anak perempuan.

Menurut Kamla Bhasin dalam budaya India, seorang kenalan laki-laki yang selalu diledek karena ia mendapat latihan sebagai penari *Kathak,* suka menjahit dan merajut, yang semuanya adalah aktivitas feminin, tidak cocok untuk untuk laki-laki sejati.

Dalam beberapa hal sebetulnya laki-laki juga dirugikan oleh patriarki. Dalam berbagai sistem kebudayaan, seperti juga yang dialami perempuan, mereka didesak ke berbagai macam stereotipe, dipaksa menjalankan peranan tertentu, diharuskan bersikap menurut suatu cara tertentu, terlepas mereka suka atau tidak. Mereka juga diwajibkan untuk menjalankan tugas-tugas sosial dan lainnya yang mengharuskan mereka berfungsi dalam cara tertentu. Laki-laki yang sopan dan tidak agresif dilecehkan dan diledek sebagai banci; laki-laki yang memperlakukan istrinya secara sederajat dicap "takut istri". (NJ)

Majalah HAI dan ‘Boyish Culture‘

Tidak seperti lapangan penelitian tentang media yang lain, majalah remaja, khususnya majalah remaja laki-laki belum banyak menjadi subjek penelitian yang menerapkan analisa metodologis secara ketat. Padahal, sama halnya dengan bentuk-bentuk media massa yang lain-koran, TV, film, atau radio-majalah remaja juga menyimpan kekuatan ideologi yang besar.

Tulisan ini akan menyelidiki bagaimana dunia remaja laki-laki dan ideologi maskulinitas direpresentasikan dan dikonstruksikan oleh Majalah *HAI*, satu-satunya majalah remaja laki-laki di Indonesia yang eksis sejak tahun 1977.

Secara sederhana makna dari term maskulinitas dalam studi ini menunjuk kepada nilai-nilai maskulinitas atau sifat-sifat yang dianggap lazim dimiliki laki-laki. Pertanyaan penting yang ingin dijawab dalam studi ini adalah bagaimana sistem operasi dari konstruksi budaya dan konstruksi sosial itu bekerja membentuk dominasi ideologi maskulinitas lewat media massa.



Ideologi maskulinitas mewujud dalam banyak wacana. Karena obyek penelitian ini adalah media remaja yang pangsa pasarnya juga remaja, maka wacana-wacana ideologi maskulinitas yang akan diteliti otomatis juga harus menggambarkan wacana ideologi maskulinitas yang dekat dengan kehidupan remaja, yaitu wacana-wacana maskulinitas seputar dunia personal mereka, sebuah dunia yang juga menjadi materi berita *HAI*.

Studi kecil ini akan memfokuskan diri pada 2 wacana maskulinitas yaitu: wacana pemujaan tubuh dan wacana machoisme atau wacana kejantanan. Dua wacana inilah yang dianggap mewakili nilai-nilai maskulinitas atau ideologi dominan secara umum dalam sistem kebudayaan kita. Dapat juga dikatakan, 2 wacana ini adalah representasi dari *social stock of knowledge* masyarakat, pengetahuan bersama yang dimiliki bersama oleh masyarakat tentang dunia, termasuk tentang nilai-nilai maskulinitas.

Mengingat studi ini bukan studi kuantitatif, maka tidak semua edisi majalah *HAI* diteliti. Majalah *HAI* yang diteliti adalah yang didalamnya memuat artikel-artikel tentang empat wacana yang dijadikan acuan penelitian.

Wacana Pemujaan Tubuh

Jika pada diri perempuan terdapat stereotipe bahwa bentuk tubuh ideal yang harus dikejar adalah tubuh yang kurus, tinggi, langsing, lengkap dengan rambut lurus panjang, maka pada diri seorang laki-laki pun sebenarnya juga terdapat stereotipe bentuk tubuh tertentu yang berlaku. Bahwa seorang laki-laki sebaiknya harus mempunyai bentuk tubuh yang kuat, berotot, dan sehat. Ini sesuai dengan tuntutan bahwa setiap laki-laki harus mempunyai sikap mental yang jantan dan macho. Laki-laki yang bertubuh lemah gemulai, kurus, dan lembek dianggap tidak sepenuhnya laki-laki, karena diragukan kemampuannya bisa menjaga perempuan.

Pertama, saya akan menganalisa 3 artikel berjudul: "Agar Sekuat Stallone" (*HAI*, 21-27/03/1989), "Agar Perkasa Seperti Arnold" (*HAI*, 5-11/12/1989), dan "Cowok Paling Takut Dipanggil Si Mungil". Dua artikel pertama berisi upaya-upaya yang harus dilakukan supaya kaum laki-laki bisa memperoleh bentuk tubuh yang kekar. Argumentasi yang dipakai adalah seperti yang tertulis dalam artikel "Agar Perkasa Seperti Arnold" yaitu," *Yang namanya tubuh indah, kini tak Cuma jadi milik cewek. Cowok pun wajib hukumnya. Meskipun tentu saja ada perbedaannya. Jika cewek membentuk tubuhnya agar nampak singset dan seksi, cowok justru harus kelihatan kekar dan atletis. Toh jika dicari benang merahnya, ada juga kesamaannya. Enak dilihat, tubuh pun jadi sehat".*

Usaha untuk membuat seseorang bertubuh kekar menurut artikel-artikel tersebut adalah dengan melakukan *body building*, angkat beban, melatih otot-otot di seputar kedua lengan tangan, dsb. Dengan melakukan kegiatan diatas secara rutin, bisa diperoleh bentuk bahu lebar, pinggang ramping, bahu tegap tidak bungkuk, dan betis yang bagus. Atribut maskulinitas tampak dalam simbol-simbol otot yang menonjol melekat di tubuh. Remaja laki-laki dipaksa untuk menunjukkan semuanya itu dalam tubuh laki-laki yang sedang berkembang, tidak untuk kesenangan, tapi terutama sebagai metode pembuktian mereka sebagai substansi bibit maskulinitas yang sedang tumbuh.

Artikel ketiga berisi tanya jawab dengan 4 remaja perempuan siswa SMU dan mahasiswa tentang cowok yang bertubuh mungil. Ketika ditanya manakah yang lebih enak dilihat, cowok yang bertubuh tinggi besar atau cowok yang bertubuh mungil, semuanya berpendapat bahwa cowok yang bertubuh kecil lebih enak dilihat karena tampak lucu dan menggemaskan, tapi tidak untuk dijadikan pacar. Cowok mungil sering tampak kurang berwibawa, *slengean*, *klemar-klemer*, anak mami, dan diragukan untuk bisa menjaga dan melindungi pasangan perempuannya. Kita simak ucapan Sisca, mahasiswa Unika Atmajaya yang ikut diwawancarai," *Gue sih ngeraguin juga kalo punya cowok mungil. Gimana nih kalo ada yang jailin di jalan, soalnya preman kan gede-gede. Kalo berantem, gue ragu pokoknya".* Disini, nilai-nilai yang dijadukan pegangan untuk

menjaga dan melindungi seseorang diandalkan pada kebesaran dan kegagahan tubuh seseorang.

Selama ini jenis kelamin yang dianggap wajar melakukan segala aktivitas perawatan tubuh adalah perempuan. Laki-laki yang rajin membersihkan mukanya setiap hari akan dianggap seperti anak perempuan. Contoh artikel-artikel dibawah ini: "Sehat tanpa Jerawat", "Biang Kerok rambut Rontok", "Membuat Wajah Tetap Cerah" (*HAI*,17/09/1991) menunjukkan bahwa segala urusan perawatan tubuh tidak selamanya menjadi milik perempuan. Laki-laki pun berhak membersihkan mukanya setiap hari, supaya tetap tampak segar dan terhindar dari jerawat. Berhak untuk merawat rambut supaya tidak ketombean dan tidak mudah rontok, juga berhak untuk memakai minyak wangi untuk menyegarkan aroma tubuh. Terdapat negosiasi nilai-nilai disini. Anggapan umum bahwa perawatan tubuh adalah milik perempuan bukan harga mati yang tidak bisa ditawar. Kita juga bisa melihat bahwa tubuh yang besar dan gagah tidak selamanya menjadi patokan tubuh ideal bagi laki-laki. Pada suatu masa mungkin yang menjadi mode adalah tubuh yang besar, gagah, dan berotot, tapi sekarang mungkin titik fokus perhatian lebih tertuju pada bentuk tubuh laki-laki yang kurus, ceking, dengan model dan warna pakaian yang dulu kerap identik dengan perempuan. Untuk urusan pakaian, laki-laki tidak harus hanya memakai kemeja motif kotak-kotak atau garis-garis, kaos berkerah, atau kaos berleher bundar seperti biasanya. Ia juga bisa memakai rompi, warna-warna cerah, motif bunga-bunga atau polkadot, bentuk-bentuk baju yang menonjolkan lekuk tubuh, kemeja dan celana transparan, atau bahkan boleh memakai baju semacam rok. Intinya, remaja laki-laki pun berhak untuk tampil seksi dan mencari perhatian lewat tubuhnya.

Wacana Machoisme

Pemberani, tidak boleh cengeng, tidak boleh menangis, tidak boleh bersifat pengecut, adalah nilai-nilai dan kode-kode sifat kejantanan yang identik dengan laki-laki. Remaja laki-laki yang berniat merayakan Valentine, menciptakan puisi atau memberi setangkai bunga kepada seorang perempuan, harus berhati-hati. Jika tidak, ia akan dianggap terlalu melankolik dan sentimentil. Dua sifat yang jelas bukan gaya cowok yang macho dan jantan. Laki-laki juga tidak boleh suka bergunjing atau bergosip, apalagi latah, karena ia bisa dianggap kecewek-cewekan. Satu artikel yang bisa dijadikan contoh adalah artikel berjudul "Cowok Pun Bisa Cengeng " (*HAI* edisi 18 Oktober 1984). Leadnya berbunyi seperti ini: *Meski tergolong langka, sebenarnya ada juga cowok yang gampang nangis. Ada yang karena gampang terharu, ada juga yang terlalu mikirin diri sendiri. Hah? How Come!* Selanjutnya kita simak kalimat-kalimat ini: *Kamu pernah menangis? Barangkali kamu langsung ketawa denger pertanyaan konyol itu. Ngapain pakai nangis-nangis segala. Buat cowok, nangis itu seolah "haram" hukumnya. Memalukan banget. Masak cowok nangis? Yang bener aja. Mungkin kalo ada teman sesama cowok yang ketauan nangis, nggak bakal kamu akuin teman*







lagi. Artikel ini menjelaskan bahwa banyak faktor yang bisa menyebabkan seorang cowok sampai mengucurkan air mata. Mungkin karena ia adalah seorang yang sangat peka dan perasa, atau bisa jadi saat itu ia tidak kuat menanggungkan perasaannya. Tetapi akhirnya sama, cowok yang menangis adalah cowok yang cengeng, dan ini adalah kenyataan yang memalukan. Bahkan kalau ternyata sudah terlanjur terjadi, harus disembunyikan supaya tetap tidak ada orang yang tahu. Menangis, suatu reaksi natural atas perasaan yang berkecamuk dalam diri seseorang, masih dianggap sebagai hak monopoli perempuan. Laki-laki boleh saja menangis, asal jangan terlampau sering dan jangan sampai ketahuan banyak orang karena bisa dicap cowok cengeng.

Artikel berjudul "Cowok Paling Takut Dibilang Pengecut" (*HAI*, 2/6/1998) juga bisa dipakai sebagai contoh bagus untuk melihat bagaimana nilai-nilai kepengecutan ditanamkan sebagai sesuatu yang seharusnya tidak terdapat pada diri seorang laki-laki. Artikel ini juga berisi tanya jawab seputar topik diatas bersama 5 orang remaja perempuan. Kenapa yang diwawancarai perempuan? Kenapa bukan remaja laki-lakinya langsung yang dimintai pendapat? Jawabnya tentu saja karena perempuan dianggap sebagai pasangan ideal laki-laki, dan laki-laki harus menyimak baik-baik pendapat perempuan jika ingin mendapatkan hati mereka. Pertanyaan kenapa cowok paling takut dibilang penakut dijawab oleh Nina, salah seorang perempuan yang diwawancarai seperti ini: *Kali karena cowok seharusnya serba lebih dari cewek. Maksudnya lebih pinter, lebih tinggi, lebih apa-apa. Jadi otomatis begitu dia dibilang pengecut dia merasa, wah masa gue diginiin.*

Pendeknya, cowok harus kelihatan berani. Dan konsep berani disini berarti siap membela dan menjaga pasangan perempuannya, berani menjadi diri sendiri, dan berani bertanggungjawab atas apa yang sudah diperbuatnya. Semuanya adalah sikap yang seharusnya dimiliki oleh semua orang, baik laki-laki maupun perempuan.

Remaja laki-laki juga dianggap lebih berani dari perempuan. Kegiatan-kegiatan keras dan cenderung menyerempet bahaya seperti panjat tebing, tinju, arung jeram, tampak lebih lazim jika dilakukan laki-laki. Perempuan yang kegiatan olahraganya tinju dan sepak bola misalnya, akan dianggap seperti anak laki-laki dan berbeda dari perempuan lain. Kode-kode kejantanan tidak berhenti pada sifat intrinsik yang melekat pada diri manusia, ia juga ikut dilekatkan pada asesoris kulit, metal, motor besar harley davidson, dan pilihan musik tertentu. Musik rock sempat menjadi jenis musik yang identik dengan laki-laki, meskipun kemudian banyak juga perempuan yang menggemari jenis musik ini. (NJ)

Kode-kode Roman

Kalau cowok banyak pacarnya, dibilang hebat
Kalau cewek banyak pacarnya, dibilang murah
Kalau cowok nakal, dibilang lumrah
Kalau cewek nakal, dibilang dunia mau kiamat
(Arswendo Atmowiloto, *HAI*, 10/1/1989)

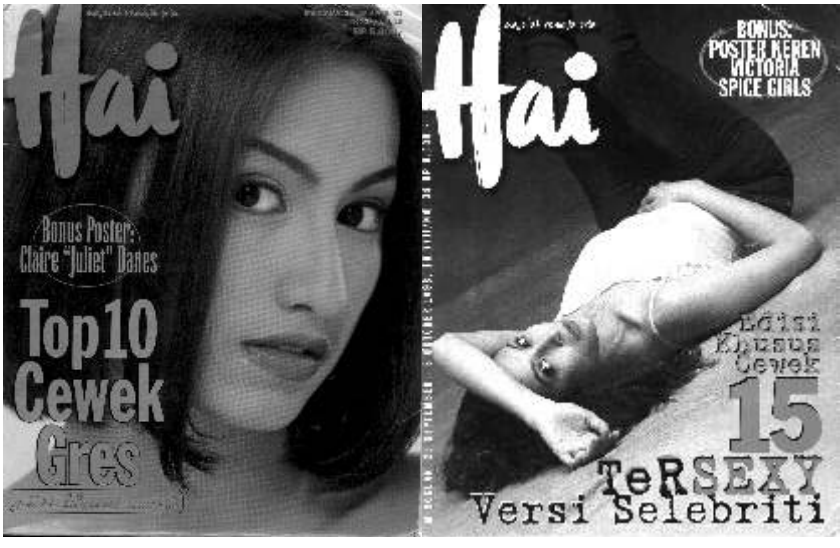
Tulisan di bawah ini masih berupa studi terhadap Majalah *HAI*. Tulisan ini akan menunjukkan wacana hubungan romantisme remaja laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi lewat artikel-artikel yang ada di Majalah *HAI*.

Jika majalah perempuan semacam Gadis atau Kawanku penuh dengan ulasan tentang laki-laki yang cakep dan keren, begitu juga dengan *HAI*. Hampir setiap tahun *HAI* menurunkan laporan tentang cewek favorit di SMU-SMU di beberapa kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya. Pengertian cewek favorit disini cukup sederhana, yaitu remaja perempuan yang banyak disenangi laki-laki di sekolahnya. Sekolah-sekolah yang dijadikan sampel biasanya adalah SMU-SMU yang tergolong favorit di masing-masing kota tersebut. *HAI* tidak menerapkan metode penelitian yang formal dan ketat untuk bisa mendapatkan satu nama cewek favorit di satu sekolah. Cukup bertanya kepada sejumlah siswa," Siapa sih cewek favorit di sekolah ini?"

Artikel berjudul "Cewek Favorit Part III" (*HAI*, 3/9/1996) ini bisa dijadikan contoh. Ada Erny dari SMU 5 dan Tamara dari SMU BPI 1 Bandung, ada Citra dari SMU 1 Semarang, ada Melia dari SMU 3 Yogyakarta, ada juga Happy dari SMU Trimurti dan Santi dari SMU 5 Surabaya. Happy selalu masuk rangking 1 atau 2 dikelasnya. Ia juga peraih beasiswa sekolah di SMU Trimurti. Tamara sangat dekat dengan mama. Begitu juga dengan Citra. Bahkan sampai urusan memilih pacarpun Citra harus minta persetujuan mama. Semuanya punya ciri-ciri yang sama: cantik dan berpenampilan menarik. Sebagian cewek favorit yang ditampilkan diatas memang aktif di bidang model dan berjalan diatas panggung peragaan busana. Selain punya ciri umum diatas, perempuan-perempuan yang ditampilkan disini sebagian besar termasuk dalam kategori "anak rumahan" seperti pernah diteorisikan oleh Angela McRobbie (1991): anak baik-baik, 'tidak macam-macam', tidak ikut kegiatan-kegiatan yang berbahaya, paling-paling hanya les pelajaran ini-itu, dan dekat dengan ibu.

Selain rutin menurunkan tulisan tentang cewek-cewek favorit di SMU, majalah ini beberapa kali membuat *edisi khusus cewek* yang kurang lebih isinya sama dengan laporan tentang cewek favorit di SMU-SMU seperti di atas. Hanya saja perempuan-perempuan yang ditampilkan disitu berasal dari kalangan selebritis. Misalnya artikel tentang "15 Cewek Tersexy Versi Selebriti 1998" (*HAI*, 29/9/1998) ini. Artikel ini memuat nama-nama terkenal Ineke Koesherawati, Reza, Dewi Sandra, Sarah Azhari, Karenina, Aimee Juliette, dsb. Pembahasannya seputar apa saja yang dilakukan tokoh-tokoh tersebut untuk merawat tubuh, perlengkapan apa saja yang dipakai untuk mandi, tipe cowok seksi seperti apa yang disenangi mereka, dan syarat-syarat apa yang harus dimiliki seorang laki-laki untuk mendekati mereka. "Yang jelas, cowok yang boleh *deketin* tidak gondrong dan lebih tinggi dari saya. Juga yang *laki* banget, tidak manis. Kepribadiannya terbuka, mengerti saya, setia, dan gampang bergaul. Soal tongkrongan tidak penting," begitu kata Dominique Sanda, seorang artis yang juga dimasukkan dalam jajaran cewek terseksi versi majalah ini.

Artikel-artikel *HAI* diatas menunjukkan bahwa memang begitulah gambaran universal perempuan-perempuan yang diidolakan oleh kaum laki-laki. Meskipun jaman sudah menunjukkan bahwa konsep kecantikan selalu berubah, tetapi selalu ada nilai dasar yang dijadikan patokan. Bahwa kecantikan adalah kondisi yang tercipta karena ada harmoni



dan kesimetrisan antara wajah, tubuh, serta mentalitas seseorang. Hal ini mengingatkan pada Orlan, seorang artis perempuan dari Perancis, yang pernah melakukan seri performance berjudul: *The Reincarnation of Saint Orlan (1990-present)*. Konsep dari performance yang dilakukannya ini adalah ia akan melakukan operasi plastik untuk menentang nilai feminitas alamiah yang terdapat pada masyarakat. Orlan mengacu pada simbol kecantikan yang paling dikenal dalam dunia seni barat yaitu sosok indah perempuan yang terdapat pada lukisan *The Birth of Venus* karya Sandro Botticeli. Orlan merancang sebuah transmisi video yang bisa menyebarluaskan seluruh proses operasi wajahnya lewat website khusus bernama *Renaissance-Facial Cosmetics Surgery Center*. Selama operasi Orlan hanya menggunakan alat bius lokal, sehingga ia masih bisa membaca dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat luas. Karyanya ini tidak hanya mengundang perhatian banyak orang, tapi juga sampai kritik personal dari beberapa orang jurnalis semacam ini: *wajah Orlan masih tampak jelek, bahkan meski ia sudah melewati 6 kali proses operasi. Tampaknya Orlan membutuhkan lebih dari sekedar pisau operasi untuk mencapai kesempurnaan kecantikan yang diinginkan.* Dan justru poin seperti itulah yang dimaksud oleh Orlan dalam misi performance-nya kali ini. Bahwa kondisi kecantikan ideal hanya dapat dicapai dalam imej-imej visual,

tis Remaja Laki-laki

dan tidak pernah dapat dicapai dalam permukaan tubuh fisik yang sesungguhnya.

Dalam hal pandangan laki-laki terhadap perempuan, *HAI* tampaknya masih belum bisa lepas dari nilai-nilai tradisional yang menggariskan bahwa nilai lebih yang harus dimiliki seorang perempuan untuk dijadikan sumber perhatian bagi laki-laki adalah kecantikan fisik. *HAI* belum mampu menawarkan perspektif lain yang lebih bisa dijadikan pegangan untuk menaruh penghargaan terhadap orang lain.

Paling tidak ada 6 jenis remaja perempuan yang bisa ditaksir oleh remaja laki-laki menurut artikel "6 Tipe Cewek Pilihan" yaitu cewek kece, cewek pemalu, cewek pengertian, cewek tomboy, cewek materialistis, dan cewek sederhana.



Menurut *HAI*, cewek pemalu mempunyai tipikal yang alim, lemah lembut, pintar, dan halus tutur katanya. Cewek kece biasanya sadar bahwa dirinya kece, makanya kadang ia sombong. Sementara cewek sederhana memiliki sifat tidak mau menonjolkan kelebihan dirinya meskipun ia seorang yang hebat, pintar, dan kece.

Lantas apa yang harus dilakukan oleh remaja laki-laki untuk menarik perhatian dan supaya populer di kalangan remaja perempuan? Menurut artikel "Jadi Populer di Mata Cewek" (*HAI*, 26/2/1999), ada banyak cara supaya bisa populer di kalangan remaja perempuan. Seorang remaja laki-laki harus mempunyai keunikan. Ia harus berbeda dari teman-temannya yang lain. Sikap ekstrim-menentang aturan dan nilai-nilai yang berlaku di rumah, sekolah atau masyarakat-dan sikap eksentrik, bisa membuat seorang remaja laki-laki berkibar di kalangan anak perempuan. Kita simak kalimat-kalimat yang ada dalam artikel ini: "...Keunikan sangat penting. Semakin berbeda, cewek-cewek itu akan semakin mengenal kita....cewek juga merasa bangga bisa dekat dengan cowok yang menurutnya unik. Dalam keunikan, cewek juga menangkap kemisteriusan. Dan yang bikin mereka bangga adalah jika kemisteriusan seorang cowok berhasil diterobos lewat hubungan istimewa. Semakin dia akrab dengan kita, semakin bangga".

Ada sejumlah persyaratan lain yang harus dipenuhi supaya laki-laki disenangi perempuan. Persoalan ini dibahas dalam artikel "A Sampai Z Sifat Cowok yang Disebelin Cewek" (*HAI*, 26/3/1996). Menurut *HAI*, "Jadi cowok yang pengen disenengin para cewek memang nggak gampang. Sejumlah persyaratan harus dipenuhi. Bukan sekedar fisik, harus ganteng, harus kece, atau harus imut. Yang terpenting justru adalah sifat-sifat yang menyenangkan". Ia tidak boleh angkuh, bandel, cerewet, dusta, egois, gombal, jahat, nyinyir, omong jorok, rapuh, berkualitas payah, *lelet* atau lamban, *yes man,* pengecut, *zero* atau telat mikir, munafik, dan kikir.

Artikel berjudul "Merebut Hati Sang Cewek" (*HAI*, 24/10/1989) membahas tentang persoalan-persoalan yang harus disadari dan diwaspadai oleh remaja laki-laki untuk meraih hati seorang perempuan. "Berbeda dengan cowok yang menganggap tampang kece cewek sebagai daya tarik 40% (hampir 2 kali lipatnya), cewek umumnya lebih mengutamakan cowok yang sanggup menghadapi realitas, jujur, dan punya kedudukan. Disamping itu, ia juga harus berani, dan berkemampuan untuk tetap sehat. Para cewek itu akan memberikan respon pada para cowok yang mampu memberikan sinyal-sinyal kehangatan, kedekatan, dan perlindungan terhadap bahaya. Kesemua itu dapat diungkapkan dalam bentuk perhatian, suara yang meyakinkan, atau sentuhan. Itu saja sudah cukup. Para cewek tidak tertarik dengan organ seks cowok...", begitulah kalimat-kalimat yang tertulis dalam artikel ini.

Selain memberi saran-saran yang lebih bersifat anjuran untuk mengeksplorasi hal-hal yang ada dalam diri seseorang, *HAI* juga memberi saran-saran yang lebih bersifat teknis dan praktis untuk mendekati seorang remaja perempuan. Bahwa ia harus bisa menjaga penampilan, unjuk diri lewat prestasi, tidak malu-malu, dan berteman dengan sahabat-sahabatnya ("10 Cara Menggaet Cewek", *HAI,* 11/7/1995). Jika perlu ia harus memperhatikan tatapan mata dan cara bicara seseorang untuk mengetahui apakah seorang perempuan benar-benar tertarik kepadanya atau tidak. Jika seseorang merasa tertarik, tanpa sadar pupil matanya akan membesar. Tetapi jika ia bicara dengan nada yang terlalu lambat, berhati-hatilah, biasanya itu disebabkan karena ia merasa tidak tertarik atau bosan ("Modal Jadi Playboy", *HAI*, 19/9/1989).

HAI mungkin memang tidak selalu memberikan apa yang diinginkan oleh remaja laki-laki pembacanya. Setiap media pasti punya konvensi dan gaya sendiri-sendiri. Tapi diantara konvensi-konvensi itu pasti ada seperangkat nilai-nilai tertentu yang diarahkan kepada pembacanya. *HAI* membingkai sebuah dunia romantis tersendiri lengkap dengan kode-kode romantik khusus kepada pembacanya. Poin menarik yang bisa ditarik disini adalah bahwa semua artikel yang ada dalam majalah *HAI* tidak hanya ditulis oleh penulis laki-laki yang tentu saja berada dalam satu atmosfer pemikiran dengan pembacanya, tapi juga ditulis oleh penulis perempuan. Jadi dalam kasus majalah *HAI*, seluruh model dunia romantis dan perspektif-perspektif yang ditawarkan disitu dibentuk bersama-sama oleh kaum laki-laki dan perempuan yang ada di dalamnya. (NJ)

Mediasi: Fakta Pasca-Hegemoni

Pada suatu senja cerah di sebuah warung makan tepi selokan Mataram Yogyakarta, segerombolan anak muda tampak ribut mengobrol. Dandanan mereka seperti layaknya anak metropolis. Yang cewek berkaos ketat lengan mepet hingga seluruh ubuhnya tampak penuh sementara para cowoknya pakai jeans dengan berbagai asesori. Sambil ngobrol, mereka menikmati ayam goreng. Warung itu secara geografis tidak istimewa. Namun penampilan warna telah membedakannya dengan warung makan Yogya pada umumnya. Dinding warung itu dicat kuning berbaur merah. Lampunya juga terang benderang seperti mall. Di depan warung itu terpampang *board* cukup mencolok: Kentuku Fried Chicken.

Beberapa waktu terakhir, Yogyakarta disemarakkan dengan hadirnya rumah makan (tepatnya warung makan) khusus ayam goreng. Namanya lucu-lucu dan bermacam-macam. Ada Yogya Fried Chicken, Kentuku Fried Chicken, dll Warung itu bisa hadir di mana-mana. Bisa di tepi jalan besar atau juga menjorok masuk kampung. Kalau diamati, secara simbolik perilaku mereka mengacu pada satu tema yaitu *franchise* ayam goreng Amerika semacam McDonald atau Kentucky Fried Chicken. Lihat saja bagaimana mereka memilih nama warung yang cenderung memlesetkan perusahaan asing sampai bagaimana mereka mendesain tempat dan memilih warna. Warna warung biasanya warna cerah didominasi merah, biru cerah dan kuning : warna Amerika. Tampilan ayam gorengnya sepintas sama dengan ayam goreng impor. Daging ayam itu digoreng garing dengan selimut tepung. Kira-kira delapan tahun lalu, saat masyarakat terkena demam sepeda gunung ala Amerika, orang Yogya malah ramai-ramai berburu sepeda unta dari Prambanan dan Gunung Kidul kemudian menyulapnya menjadi sepeda 'kota' berwarna metalik cerah seperti sepeda gunung. Biasanya pada malam Minggu, rombongan sepeda itu akan memenuhi jalanan utama Yogyakarta. Tak ketinggalan para pengendaranya menyertakan seragam kain sorjan lurik Pasar Beringharjo dan helm mandor jaman Belanda. Dengan penuh percaya diri mereka membunyikan bel sepanjang jalan sambil tertawa ramai-ramai. Dari dua fakta menarik itu, saya sejenak menjadi tidak mengidolakan Gramsci dan bertanya: Benarkah hegemoni ada? Saat membaca *Selection from the Prisoner's Notebooks* (1979) tiga tahun lalu, saya terkesima pada halaman 21 saat Antonio Gramsci mengulas dengan terang bagaimana hegemoni bisa terjadi saat instrumen koersif dan instrumen ideologis sudah dipegang penguasa. Apalagi saat Joseph V. Femia lewat *Gramsci's Political Thought* (1981) semakin memperjelas pikiran Gramsci yang agak rumit itu, saya menjadi semakin terkesan pada konsep aktivis partai komunis asal Sardinia itu. Ditambah lagi saat beberapa pemikir cultural studies mencangkok ide hegemoni dalam konteks kebudayaan modern dalam relasinya dengan kapitalisme, konsep hegemoni yang semula lebih condong pada konteks politik militeristis (Italia) menjadi lebih kaya dan tajam setelah dikontekstualisasikan dengan kuasa modal. Salah satu inti pemikiran Gramsci adalah terciptanya ketaatan moral, intelektual dan afektif karena dikehendaki oleh kekuatan struktur ekonomi dan politik. Dalam konteks peradaban modern, kebudayaan dominan dengan demikian merupakan hasil penaklukan kapitalisme terhadap aktivitas kebudayaan manusia. Bahkan jika dibandingkan dengan aparat modernisme yang lain-militer, birokrasi, dan borjuasi lokal-kapitalisme tetap menjadi ujung tombaknya. Gramsci melihat secara kritis bahwa kekuatan struktur ekonomi dan politik itu akan semakin meminggirkan ekspresi yang tidak berada di dalam jaringan penaklukan. *The winner takes all.*

Dalam konteks hubungan antarnegara, konsep Gramsci itu mempengaruhi munculnya teori imperialisme budaya seperti yang pernah dilontarkan ahli komunikasi Belanda Cees Hamelink. Melalui jembatan pembangunanisme, Barat telah melakukan penetrasi besar-besaran dalam kehidupan ekonomi negara dunia berkembang hingga berujung pada globalisasi saat ini. Relasi dalam globalisasi adalah manifestasi ekspansi ekonomi transnasional dalam semangat dasar kapitalisme. Kepentingannya beragam mulai dari penaklukan ekonomi sampai ekspansi pasar. Karena ekspansi ekonomi dan politik inheren dengan ekspansi kebudayaan, maka tikda bisa tidak kebudayaan akan cenderung mendukung kebijakan ekonomi dan politik itu. Ambil contoh bagaimana simbol-simbol kemakmuran seperti *handphone* dan McDonald telah menghinggapi sebagian besar kelas perilaku menengah Asia Tenggara pertengahan '90-an seiring dengan orientasi pertumbuhan ekonomi mashab neoklasik seperti yang pernah diulas oleh Richard Robison dalam *New Rich in Asia* (1994). Selain itu muncul pula gejala dimana dipakainya secara besar-besaran simbol-simbol kebudayaan negara maju karena mitos kemakmuran cenderung membuat orang melakukan aktivitas kebudayaan menurut citra kemakmuran itu. Kadang tidak rasional secara material. Ayam goreng McDonald menjadi laris manis dan punya imej tinggi bukan karena substansi material yaitu





kelezatan ayamnya tetapi terlebih karena simbol kelas McDonald itu membuat konsumen mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari golongan kelas atas pada saat mereka mengkonsumsi ayam itu. Bukan lagi konsumsi material yang penting namun konsumsi simbol yang berhubungan dengan mitos identitas dan kenyamanan kelaslah yang menjadi pertimbangan konsumsi. Padahal, lihat saja betapa tidak kayanya bumbu ayam McDonald dibanding Ny. Suharti. Paul Ricoeur bilang, selera dan estetika itu ideologis. Parameter tentang keindahan dan kelezatan cenderung punya sentimen mendukung kelas dominan.

Dalam cara pandang hegemonian, kebudayaan global akan bersifat tunggal karena watak kapitalisme yang monolitik. Seluruh ekspresi kebudayaan termasuk ekspresi simboliknya akan mengacu pada ekspresi dominan dalam nama pasar. Tidak ada celah lagi untuk menjadi independen secara simbolik karena rekayasa elitis yang terlanjur disepakati oleh moralitas, kognisi, dan afeksi masyarakat bawah. Padahal ketiga faktor inilah yang terpenting dalam memproduksi simbol. Kebudayaan lokal yang tidak *marketable* akan terpinggirkan karena desakan kultur asing yang sangat *profit oriented*. Pertanyaan kritis lalu muncul. Seberapa jauhkah masyarakat luas (*crowd*) akan menyerahkan identitasnya pada kekuasaan dominan? Apakah masyarakat dengan begitu mudahnya akan bertindak sangat pasif sehingga tidak mampu lagi melakukan resistensi? Dalam kaca mata Gramsci, penguasa adalah sejenis makhluk super jenius yang dengan segala tipu daya bisa mematikan kesadaran resistensi masyarakat. Dalam kondisi hegemoni, orang tidak akan punya kekuatan kritis lagi. Semuanya serba pesimis. Apakah sesederhana itu? Soeharto pada pertengahan masa Orba sampai menjelang ajalnya tampil sebagai penguasa yang ditakuti. Ia-seperti halnya Lee Kuan Yew-punya prinsip lebih baik ditakuti daripada dicintai. Siapa orang yang berani terang-terangan menentang Soeharto waktu itu? Dalam tataran politik praktis mungkin tidak ada. Namun dalam ranah kultur keseharian, apakah Soeharto benar-benar absolut? Jawabnya tidak. Di tingkat bawah, orang sudah muak dan kemuakan itu muncul dalam berbagai bentuk resistensi. Resistensi yang paling sederhana adalah humor. Subversi kecil-kecilan itu paling tidak akan memunculkan rasa bahwa mereka tidak terkuasai. Kita bisa melihat berapa banyaknya humor-humor politik yang hidup subur di masyarakat dan cepat menyebar. Semuanya bernada kritis pada penguasa. Kondisi ini mirip Rusia pada masa Kruschev. Kalau ekspresi politik resmi tidak bisa disalurkan, jalur kultural siap menampungnya. Dalam banyak kisah sejarah terbukti, hegemoni tidak pernah ada. Gramsci dan raja Mataram sama gagalnya. Kekuasaan yang bulat utuh hanyalah ilusi Hamengkubuwono yang hanya bisa mengatupkan kedua ibu jarinya-saat posisi resmi-membentuk bulatan kosong sebagai lambang dunia yang bisa ia pegang. Buktinya, Mataram tidak pernah benar-benar menguasai seluruh dunia. Soeharto pun tidak pernah menelan Indonesia secara bulat-bulat. Masih ada serpihan resisten di sana-sini bahkan saat kekuasaan tampil dengan pongah.

Dalam dunia kebudayaan populer perdebatannya semakin ramai. Kalau diambil asumsi bahwa globalisasi-wajah lain dari kapitalisme internasional-telah melakukan penetrasi kultural ke segala mata angin dunia, maka seharusnya ekspresi kebudayaan dunia akan bermuka tunggal dalam satu kontrol. Tapi rumus hegemonian itu tidak sepenuhnya bekerja dengan baik. Cara pandang ofensi versus resistensi terasa terlalu sederhana apabila dilihat dinamika budaya yang tidak sefrontal itu. Saat musik rap Amerika menjalar ke seluruh negeri, orang Indonesia khawatir musik domestik akan hilang. Namun apa yang terjadi. Tidak dalam rangka menentang rap, Iwa K. malah melakukan terobosan dengan membuat rap dalam lirik bahasa Indonesia. Begitu juga saat banyak orang Jawa khawatir pada serbuan Manthous malah membuat gamelan dalam tangga nada diatonis, tidak lagi pentatonis. Dalam struktur diatonis, lagu apapun dari negeri manapun akan bisa dibawakan dalam timbre gamelan yang khas Jawa. Belakangan kedua tokoh Yogya itu menjadi tersohor karena mampu mengahdirkan musik pop Jawa yang sinkretik dengan Barat. Eddy Kempot dari Solo yang punya paradigma serupa bahkan tersohor di Suriname. Kasus ayam goreng Yogya, sepeda onthel, kaos oblong Yogya juga ada dalam kerangka alur yang sama. Orang-orang itu bukanlah tokoh revolusioner dalam impian Gramsci yang akan menentang segala bentuk ofensi. Mereka hanya memadukan segala unsur, dan itulah realitas politik kebudayaan pada umumnya. Ekspresi kebudayaan tidak bisa disederhanakan ke dalam kotak apapun termasuk kelas. Bahwa perspektif kelas bisa membantu melakukan analisis itu benar. Namun menggantungkan analisis hanya pada satu instrumen kelas saja akan sangat reduksionis dan dangkal. Kadang ekspresi tidak butuh ideologi. Estetika bisa saja menjadi determinan.

Nah, lalu dimanakah posisi media dalam konstelasi ini? Menurut paradigma hegemonian, media massa adalah alat penguasa untuk menciptakan reproduksi ketaatan. Media massa seperti halnya lembaga sosial lain seperti sekolah dan rumah sakit dipandang sebagai sarana ampuh dalam mereproduksi dan merawat ketaatan publik. Benarkah media massa hanya bersifat satu arah melayani kepentingan ekonomi? Tidak. Bahkan istilah media mungkin perlu digeser menjadi mediasi karena di sanalah segala macam simbol dari berbagai latar identitas budaya bisa saling bertemu. Hasil interaksi antarsimbol itu akan bersintesis dan menemukan bentuk ekspresi baru. Bentuk baru itu ada dalam spektrum yang amat luas dan tidak melulu hegemonik. Contoh-contoh di atas adalah buktinya. Mediasi terasa lebih kaya dan jernih dibanding hegemoni. Namun perlu dicatat, seluruh ekspresi itu tidak bisa lepas dari jual beli. (R. Kristiawan)

Ras dan Etnisitas

Konsep ras bisa ditelusuri jejaknya dari wacana biologis Darwinisme sosial yang menekankan "garis keturunan" dan "tipe-tipe manusia". Di sini ras menunjuk pada karakteristik-karakteristik yang dinyatakan secara fisik dan biologis. Bentuknya yang paling jelas adalah pigmentasi kulit. Atribut-atribut ini kemudian seringkali dikaitkan dengan intelejensi dan kemampuan, yang dipakai untuk memeringkat kelompok-kelompok yang telah diraskan dalam hirarki sosial, superioritas material, dan subordinasi. Akar dari rasisme adalah klasifikasi-klasifikasi rasial yang dibangun dan dipertahankan dengan kekuasaan.

Formasi Ras

Ide tentang "rasialisasi" atau "formasi ras" meliputi argumen bahwa ras adalah sebuah konstruksi sosial dan kategori biologi atau kultural yang universial dan esensial. Stuart Hall (1997) berargumen bahwa ras selalu terbentuk dalam proses sosial dan pertarungan kekuatan politik. Dengan begitu ras tidak pernah eksis di luar representasi. Karakteristik-karaketiristik fisik ditransformasikan menjadi penanda ras, termasuk di dalamnya anggapan palsu tentang perbedaan kultural dan biologis yang esensial. Sementara Gilroy (1987) berusaha membuka kemungkinan untuk memakai teori-teori penandaan yang dapat menunjukkan elastisitas dan kekosongan penanda 'rasial'. Penanda ras mestinya dilihat sebagai ketegori politik yang terbuka, yang definisinya tergantung pada pertarungan kekuasaan yang terus berlangsung.

Di Indonesia formasi historis ras adalah pentas kekuasaan dan subordinasi. Dalam hubungannya dengan kesempatan hidup, orang-orang Papua misalnya, secara struktural posisinya disubordinasikan. Orang-orang Papua diposisikan dalam pekerjaan-pekerjaan bergaji rendah, tidak membutuhkan ketrampilan, diberi keuntungan minimal di pasar, di sekolah, di media, dan dalam representasi budaya. Dalam konteks ini, formasi ras atau rasialisasi secara inheren telah bersifat rasis, yang meliputi bentuk-bentuk sosial, ekonomi, dan subordinasi politik, yang telah hidup dalam kategori dan ideologi ras.

Sebagai sebuah konstruksi diskursif, makna "ras" selalu berubah dan dipertarungkan. Kelompok-kelompok yang berbeda dirasialkan dengan cara berbeda pula. Misalnya, karena keberhasilan ekonominya, peranakan Cina secara historis dijadikan subjek kecemburuan sosial dan distereotipkan dengan berbagai kelicikan. Cina Peranakan di Indonesia dijadikan warga negara kelas dua.

Etnisitas

Etnisitas adalah sebuah konsep kultural yang berpusat pada pembagian norma-norma, nilai-nilai, kepercayaan, simbol dan praktik-praktik kultural. Formasi kelompok etnis menyandarkan dirinya pada pembagian penanda-penanda kultral yang dibangun dalam di bawah konteks sejarah, sosial, dan politik yang khusus, yang mendorong perasaan saling memiliki, yang menciptakan mitos-mitos leluhur. Mengikuti argumen antiesensialis, adalah jelas bahwa kelompok etnis tidaklah mendasarkan dirinya pada garis primordial atau karakteristik kultural yang bersifat universal, melainkan sebuah praktik diskursif. Etnisitas mewujud dalam bagaimana cara kita berbicara tentang identitas kelompok, tanda-tanda dan simbol-simbol yang kita pakai mengidentifikasi kelompok.

Konsep etnisitas bersifat relasional yang berkaitan dengan identifikasi diri dan asal-usul sosial. Apa yang kita pikirkan sebagai identitas kita tergantung kepada apa yang kita pikirkan sebagai bukan kita. Orang Jawa bukan Madura, Batak dll. Konsekuensinya, etnisitas akan lebih baik dipahami sebagai proses penciptaan batas-batas formasi dan ditegakkan dalam kondisi sosio-historis yang spesifik (Barth 1969). Konsepsi kulturalis tentang etnisitas merupakan sebuah usaha yang berani untuk melepaskan diri dari implikasi rasis yang inheren dalam sejarah konsep ras. Seperti ditulis Stuart Hall (1996), "Jika subjek kulit hitam dan pengalama kulit hitam tidak distabilkan oleh alam atau esensi lainnya, maka pastilah ia terkonstruksi secara historis, cultural, dan politis... Term etnisitas mengakui kedudukan sejarah, bahasa, dan kebudayaan dalam konstruksi subjektivitas dan identitas, seperti halnya fakta bahwa semua wacana selalu punya tempat, posisi, situasi, dan semua pengetahuan selalu kontekstual."

Masalah dalam konsepsi kulturalis tentang etnisitas adalah dibaikannya pertanyaan-pertanyaan tentang kekuasaan dan ras. Etnisitas dapat dikembangkan ke dalam diskusi tentang multikulturalisme, untuk menunjukkan formasi sosial yang beroperasi dalam kelompok yang plural dan sejajar, daripada kelompok yang terasialisasi secara hirarkis. Konskuensinya, hooks (1990) dan Gilroy (1987) lebih suka memakai konsep "ras", bukan karena ia berhubungan dengan keabsolutan biologis atau kultural, tetapi karena ia berhubungan dengan isu kekuasaan. Sebaliknya, Hall (1996) mencoba membangun kembali konsep etnisitas dengan memusatkan perhatian pada dimana kita semua terlokasikan secara etnis.

Etnisitas terbangun dalam relasi kekuasaan antarkelompok. Ia merupakan sinyal keterpinggiran, sinyal tentang pusat dan pinggiran, dalam konteks sejarah yang selalu berubah. Di sini, pusat dan pinggiran dibentuk dalam representasi politik. Seperti ditulis Brah (1996), "Adalah penting untuk menjadikan sebuah aksioma bahwa apa yang direpresentasikan sebagai 'pinggiran' tidaklah sepenuhnya pinggiran tetapi merupakan efek dari representasi itu sendiri. 'Pusat' tidaklah lebih pusat daripada pinggiran." (A)

