Journal of Integrative International Relations, 3:2 (2017) 33-51
Copyright © Department of International Relations UIN Sunan Ampel Surabaya
ISSN 2477-3557 (Print)
DOI: 10.5281/zenodo.4891745

Konsumerisme dan Hegemoni Barat terhadap Masyarakat Negara Berkembang: Perspektif Antonio Gramsci

Hamzah Fansuri
Universitas Krisnadwipayana, Jakarta, Indonesia
Email: avantgarde818@gmail.com

Abstract

This article elaborates dominant discourse in contemporary international relations study which is especially focus on how consumerism as ideology and the machine of capitalism operate until become Western cultural hegemony to the developing countries. By using Antonio Gramsci's perspective, this research is on qualitative approach with literature study method. The argument built in this research is that society and culture will always change with the influences that exist in the world today. These changes happened in a fast or slow time. On a large or small scale in everyday life, so that people are unconsciously in a circle of domination and hegemony. This research aims to describe and dismantle consumerism as a Western cultural hegemony in influencing the culture of society and reflect social reality in the post-industrial era and neoliberal globalization.

Artikel ini mengelaborasikan diskursus dominan dalam studi hubungan internasional yang berfokus pada bagaimana konsumerisme sebagai sebuah ideologi dan mesin dari kapitalisme berjalan sampai menjadi budaya hegemon Barat terhadap negara-negara berkembang. Dengan menggunakan perspektif Antonio Gramsci, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Argumen yang dibangun dalam penelitian ini yaitu bahwa masyarakat dan budaya akan selalu berubah beserta pengaruhnya yang muncul di dunia saat ini. Perubahan ini dapat terjadi pada waktu yang cepat maupun lambat. Pada skala besar maupun kecil dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat secara tidak sadar berada pada suatu siklus dominasi dan hegemoni. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan dan membongkar konsumerisme sebagai sebuah hegemoni budaya Barat dalam mempengaruhi budaya masyarakat dan merefleksikan realita sosial di era pasca-industri dan globalisasi neoliberal.

Kata-Kata Kunci: Konsumerisme; Hegemoni; Negara Berkembang; Antonio Gramsci

Pendahuluan

Dengan berakhirnya Perang Dingin, perkembangan kapitalisme lanjut ditandai dengan globalisasi yang menjadi perhatian banyak pengamat Hubungan Internasional. Salah satunya menawarkan pendekatan kebudayaan serta peradaban yang dipandang sebagai salah satu faktor penentu dalam hubungan antar bangsa. Pemerhati globalisasi kemudian meyakini bahwa pembentukan hubungan politik harus dilandasi pada faktor tersebut. Teori-teori yang dikemukakan oleh para pemikir seperti Antonio Gramsci dan Samuel Huntington misalnya, secara umum mempercayai pengaruh budaya dan peradaban dalam proses transformasi dunia.

Globalisasi sendiri dapat dimaknai sebagai proses integrasi dunia disertai dengan ekspansi pasar (barang dan uang) yang di dalamnya mengandung banyak implikasi bagi kehidupan manusia. Globalisasi perlu diamati dari perspektif sejarah terutama ketika bangsa Eropa telah mengenal teknologi pelayaran dan kompas sehingga memudahkan untuk ekspansi ke belahan dunia baru di belahan bumi bagian selatan yang kemudian menjadikan bangsa Eropa sebagai penguasa perdagangan dunia. Peristiwa sejarah yang dimulai di awal abad ke-19, yang juga dikenal sebagai masa kolonialisme Eropa ini kemudian berakhir seiring keluarnya Amerika Serikat sebagai pemenang Perang Dunia II. Konstelasi ekonomi dan politik global terus mengalami transformasi hingga ideologi kapitalisme liberal berhasil membubarkan Uni Soviet di masa Perang Dingin.

Periode inilah yang kemudian mendapat perhatian serius dalam kajian hubungan internasional seperti tesis Fukuyama mengenai akhir sejarah. Periode ketika Amerika berhasrat membangun imperium dunia dengan tidak lagi mempraktikkan kolonialisme gaya lama melainkan bagaimana praktik penjajahan tersebut beroperasi pada ranah teoritik dan ideologi. Sebuah proses yang oleh Fakih dipahami sebagai hegemoni ketika produksi pengetahun menjadi saluran guna mendominasi cara pandang, ideologi, dan diskurus.[1]

Sementara Gramsci memandang hakekat hegemoni merupakan dominasi ideologi, moral dan nilai-nilai terhadap budaya masyarakat lain, maka melalui penerimaan globalisasi juga berarti lenyapnya sistem resistensi nilai-nilai masyarakat setempat. Pendekatan Gramsci secara substantif melontarkan kritik kepada implikasi-implikasi yang ditimbulkan oleh gencar dan meluasnya jaringan kapitalisme lanjut dibawah jargon globalisasi, diantaranya adalah polarisasi masyarakat di segala penjuru kepada bentuk masyarakat industrial dan konsumsi tinggi. Perkembangan masyarakat postindustri dan kebudayaan postmodern tidak dapat dipisahkan dari perkembangan konsumerisme didalam diskursus kapitalisme. Disinilah konsep hegemoni Gramsci dipandang memiliki makna pada perubahan dan bahkan perkembangan ideologi kapitalisme.

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan dalam bingkai wacana kapitalisme tentunya disertai oleh peran dari berbagai media yang pada dasarnya berwatak

ganda. Dalam konteks ini, implikasi yang ditimbulkan tidak hanya berbuah pada kemajuan pola hidup yang semakin cepat dan *instant* akan tetapi juga merambah wilayah tradisi dan budaya konsumerisme. Hal ini dapat dilihat dari pergeseran budaya di sebagian besar negara-negara berkembang dimana iklan, televisi dan internet terbukti telah menjadi bagian yang saling terkait dalam sistem kehidupan masyarakat.

Keberadaan negara-negara dalam ketegori maju *vis a vis* negara berkembang dalam pandangan Gramsci merupakan manifestasi pola hegemoni yang tidak hanya bergerak dalam bidang ekonomi dan politik melainkan juga melalui pendekatan-pendekatan persuasif dengan berbagai media dan aspek kehidupan suatu negara. Akhirnya kemudian relasi yang tercipta dimana alat-alat seni, ilmu pengetahuan dan teknologi serta elemen-elemen budaya lainnya memainkan peran sebagai mediator lewat aktivitas propaganda, iklan-iklan dan dominasi pasar. Situasi ini kemudian membuka jalan bagi determinasi setiap produk dari negara industri dengan tetap menjaga pola hubungan tersebut yang mengarah pada aspek kebudayaan.

Tatanan sosio-kultural pada masyarakat negara berkembang pun tidak berdiri secara otonom melainkan berada dalam posisi terdesak oleh pengaruh ekonomi dan politik dari pihak asing. Instabilitas sosial, deregulasi ekonomi dan ancaman keamanan menjadikan negara-negara tersebut sebagian besar masyarakatnya sebagai objek sasaran paling empuk dan mudah terpengaruh oleh potensi besar dari dunia bisnis dan industri. Karena itu, globalisasi kapitalisme yang menjadi diskursus dominan pada abad ini, tidak berkembang secara adil dan menempatkan distribusi ekonomi secara merata. Sebab, orang-orang kaya yang berkuasalah yang akan dengan mudah menikmati globalisasi, sedangkan orang miskin dan kaum marjinal akan semakin terpinggir dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Kilas Sejarah Kapitalisme

Secara etimologis, kapitalisme berasal dari kata Latin *caput* yang berarti kepala; kata *capitalis* dikaitkan dengan usaha mempertahankan kepala, kehidupan, kesejahteraan. Beberapa pengertian dari kata kapitalisme diantaranya, ungkapan klasik kapitalisme dikaitkan dengan Adam Smith yang menganjurkan permainan bebas pasar yang memiliki aturannya sendiri. Ia meyakini bahwa dengan persaingan, pekerjaan dari "tangan yang tak terlihat (*invisible hand*) akan menaikkan harga-harga kepada tingkat-tingkat *alamiah* dengan mendorong tenaga kerja dan modal beralih dari perusahaan yang kurang menguntungkan kepada yang lebih menguntungkan. Dengan kata lain, berarti usaha-usaha kompetitif manusia akan dengan sendirinya berubah menjadi kepentingan bersama (kesejahteraan bersama).

Pengertian lainnya berasal dari istilah Perancis *laissez faire* (semaunya) yang ditempelkan pada kapitalisme sebagai ungkapan penyifat. Ungkapan *kapitalisme laissez faire* menekankan pandangan bahwa dalam sistem ini kepentingan-kepentingan ekonomi dibiarkan jalan sendiri agar perkembangannya berlangsung tanpa pengendalian pemerintah dan dengan regulasi sesedikit mungkin. Hingga pada *credo* Max Webber akan kaitan antara bangkitnya kapitalisme dan Protestanisme. Kapitalisme merupakan bentuk sekuler dari penekanan Protestanisme pada individualisme dan keharusan mengusahakan keselamatannya sendiri.[2] Pada perkembangannya, pemahaman tentang kapitalisme memang mengacu pada ketiga pengertian dasar tersebut.

Sementara dalam pandangan Marx, di zaman industri modern sejarah dapat berupa pertentangan antara pemilik atau "pengusaha" dengan para pekerjanya, antara kaum borjuis dengan kaum proletar. Marx juga berpendapat bahwa cara hidup bisa gagal akibat kontradiksi-kontradiksi internalnya sendiri, bahwa cara hidup kapitalis, di mana segelintir industrialis kaya berjuang melawan massa pekerja yang dieksploitasi, akan runtuh karena kontradiksi-kontradiksi internalnya sendiri.

Dalam ruang lingkup negara, dominasi kapitalisme sangat berpengaruh pada sistem ekonomi yang cendrung mengutamakan pasar yang bebas dari campur tangan negara. Di tubuh negaralah kepentingan ekonomi kaum *borjuis* tumbuh dan berkembang, sebagaimana yang dikatakan Karl Marx pula bahwa negara "hanyalah sebuah panitia yang mengelola kepentingan kaum *borjuis* secara menyeluruh". Sehingga dalam pandangan kaum Marxis, perhatiannya dalam hal ini lebih terfokus pada studi tentang kelas-kelas sosial yang ada di masyarakat, khususnya kelas yang dominan, dan bagaimana kelas yang dominan ini memanipulasi negara untuk kepentingan dirinya.[3]

Ideologi yang menghasilkan kekuasaan hegemonik ini dapat dilihat misalnya pada cara negara-negara di Dunia Ketiga yang menganut sistem kapitalis mempersembahkan kebijakan-kebijakan pembangunannya. Sehingga dengan keadaan seperti ini, posisi negara secara legitimitasi telah pudar oleh pengaruh pasar, negara terperangkap dalam kontradiksi kapitalisme.

Dengan melihat berbagai perspektif tentang perkembangan kapitalisme tersebut, terdapat beberapa struktur kunci dalam kapitalisme menurut James Petras yaitu *pertama*, konsentrasi dan sentralisasi modal yang berlangsung pada dekade-dekade akhir abad ke-19, dalam konteks krisis sistemik pada akhir tahun 1870-an, mengakibatkan bergabungnya industri besar dan bentuk-bentuk pembiayaan modal, tumbuhnya berbagai monopoli perusahaan, pembagian teritorial dunia menjadi koloni-koloni, ekspor modal, dan perluasan pasar ke seluruh dunia berdasarkan pembagian kerja antara negar-negara yang khusus memproduksi barang-barang manufaktur dan negara-negara yang berorientasi pada komoditi dan bahan-bahan mentah. *Kedua*, pengadopsian regim Fordist

(model Fordist) atas akumulasi dan mode regulasi menghasilkan sebuah sistem produksi massal dan manajemen buruh secara ilmiah dalam kegiatan produksi dalam berbagai formasi dalam negara-bangsa (*nation-state*). *Ketiga*, di bawah tekanan serikat-serikat buruh dan partai-partai kiri, sejumlah reformasi ekonomi dan sosial yang diarahkan oleh negara telah menciptakan kondisi-kondisi politik bagi keseimbangan modal-buruh berdasarkan produktivitas buruh, redistribusi sosial pendapatan yang diperoleh dari pasar, dan legitimasi sebuah negara kapitalis dengan program-program sosialnya (kesejahteraan, kesehatan dan pendidikan) dan jaminan penghapusan pengangguran. *Keempat*, dalam konteks pembagian dunia menjadi Timur-Barat pasca Perang Dunia II, yakni hegemoni Amerika Serikat dalam sistem perekonomian dunia, proses dekolonisasi dan kesepakatan Bretton Woods untuk membentuk tatanan ekonomi dunia yang liberal menciptakan sebuah kerangka bagi angka pertumbuhan ekonomi dan perkembangan kapitalisme yang cepat secara terus-menerus selama dua puluh lima sampai tiga puluh tahun –"zaman Keemasan Kapitalisme". *Kelima*, negara dalam banyak contoh dikonversi menjadi agen utama bagi pembangunan nasional yang mengimplementasikan model ekonomi yang bersendikan nasionalisme, industrialisasi, dan modernisasi, proteksi terhadap industri domestik dan penguatan serta perluasan pasar domestik untuk menyatukan kelas pekerja dan produsen-produsen langsung.[4]

Maka dengan kenyataan seperti itu, dimulailah sebuah tatanan dunia baru yang dioperasikan oleh lembaga-lembaga ekonomi dunia seperti WTO, perusahaan-perusahaan transnasional dan multinasional (TNC's, MNC's), dan bahkan melibatkan lembaga-lembaga keuangan internasional (IMF, World Bank) sebagai aktor akumulasi modal. Keberadaan lembaga-lembaga dunia inilah yang turut mendorong lahirnya globalisasi ekonomi yang mendominasi hampir semua aspek kehidupan bahkan dalam skala lebih besar dari pada kekuasaan sebuah negara. Negara pada saat ini semata-mata hanya berperan sebagai pelaksana dari kebijakan yang sudah dirancang pasar, dan dalam diskursus ideologi formasi kenyataan ini pun juga berarti lahirnya paham neoliberalisme.

Pada dasarnya globalisasi ekonomi mempunyai beberapa ciri yaitu, pertumbuhan tinggi (*hypergrowth*) dan eksploitasi sumber-sumber daya alam serta lingkungan untuk mendorong pertumbuhan itu; swastanisasi (privatisasi) pelayanan publik; penyeragaman (homogenisasi) budaya dan ekonomi global serta promosi konsumerisme; integrasi dan konvensi ekonomi nasional, dari swasembada menjadi berlandaskan pasar; deregulasi korporat dan perpindahan modal lintas-batas negara tanpa penghalang atau pembatas; pemusatan korporasi menjadi segelintir perusahaan besar saja; penghapusan bantuan atau subsidi program pelayanan kesehatan dasar masyarakat, pelayanan sosial lainnya, dan pemeliharaan lingkungan hidup, karena dianggap sebagai biaya; serta penggusuran kekuasaan negara demokrasi dan masyarakat lokal oleh birokrasi korporasi global.

Kekuatan pendorong proses globalisasi ekonomi hingga saat ini sangat jelas tampak dari pesatnya pertumbuhan investasi asing langsung melalui perusahaan-perusahaan transnasional dan multinasional (TNC/MNC) dan fenomena ini bukanlah suatu hal yang baru. Pada tahun 1931, tidak hanya telah ada perusahaan *East India* dan *Hudson Bay Company*, tetapi juga TNC-MNC yang merupakan induk langsung perusahaan industrial saat ini, terutama perusahaan industri Inggris dan Amerika yang menginvestasikan sahamnya yang cukup signifikan ke luar negeri. Meskipun sempat terganggu pada masa perang, namun kebangkitan dan konsolidasi segelintir TNC dan MNC ini dimungkinkan oleh penguasaaan atas teknologi komunikasi, informasi, modal, dan peraturan global sehingga periode pasca perang menyaksikan ekspansi yang cukup luas.

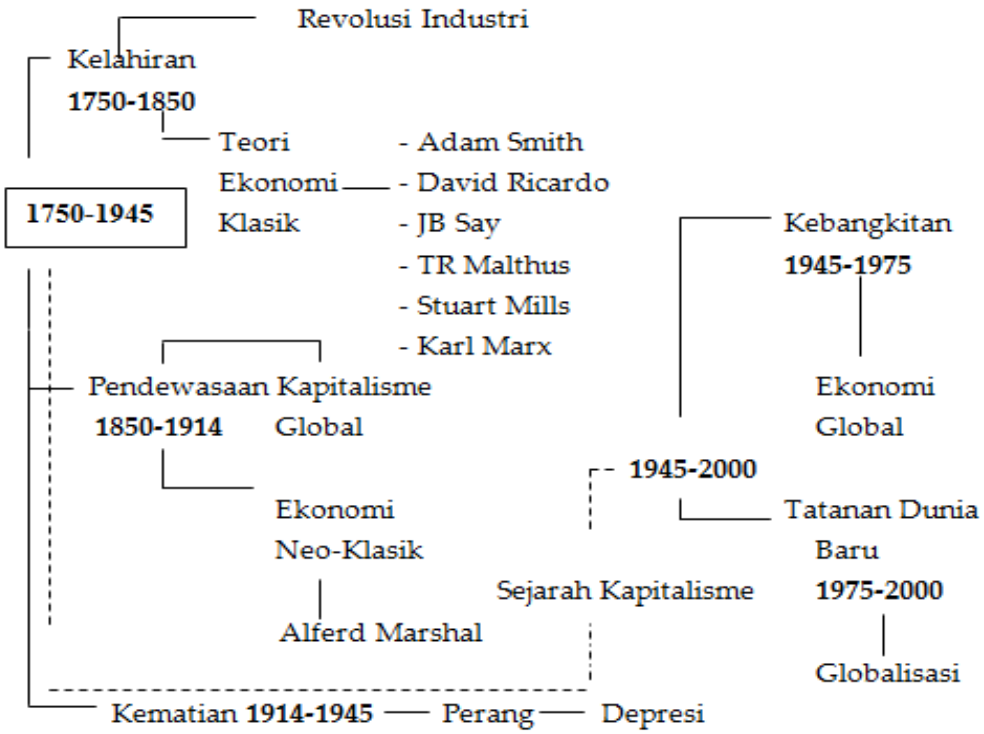

Diagram 1. Sejarah Kapitalisme

Sumber: *Capitalism its Economics: A Critical History*, Douglas Dowd (Eds), Plato Press, USA, 2000 dikutip dari Klik R, 2002.

Konsumerisme

Perkembangan perusahaan-perusahaan asing yang semakin luas, tentunya tidak lepas dari pengaruh ideologi yang dianut. Dalam analisis Gramsci, ideologilah yang memajukan perkembangan kekuatan-kekuatan produktif. Maka, ketika berbicara mengenai globalisasi ekonomi ketika itu pula tengah berbicara mengenai tatanan dunia baru yang bertumpu pada kekuasaan modal dan pemilik modal. Di dalamnya, terdapat tiga hal. Pada tataran tindakan, tata kekuasaan global ini bertumpu pada praktik bisnis raksasa lintas-negara; pelaku utamanya adalah perusahaan-perusahaan transnasional; dan proses kultural ideologis yang dibawanya adalah konsumerisme.

Dalam globalisasi, praktik perdagangan-bisnis transnasional didorong dan didukung oleh regulasi/kesepakatan internasional yang kerap disebut ‘aturan baru’—seperti GATT (*General Agreement on Tariffs & Trade*) dalam kerangka pasar bebas. deologi konsumerisme juga didesakkan oleh kekuatan luar biasa dari bisnis periklanan dalam bentuk logo, merek dan label –dibawah sadar menanamkan prinsip ‘kenikmatan-gengsi-status-kemewahan’ pada banyak individu. Cara kerjanya dapat dilihat dari diagram berikut.

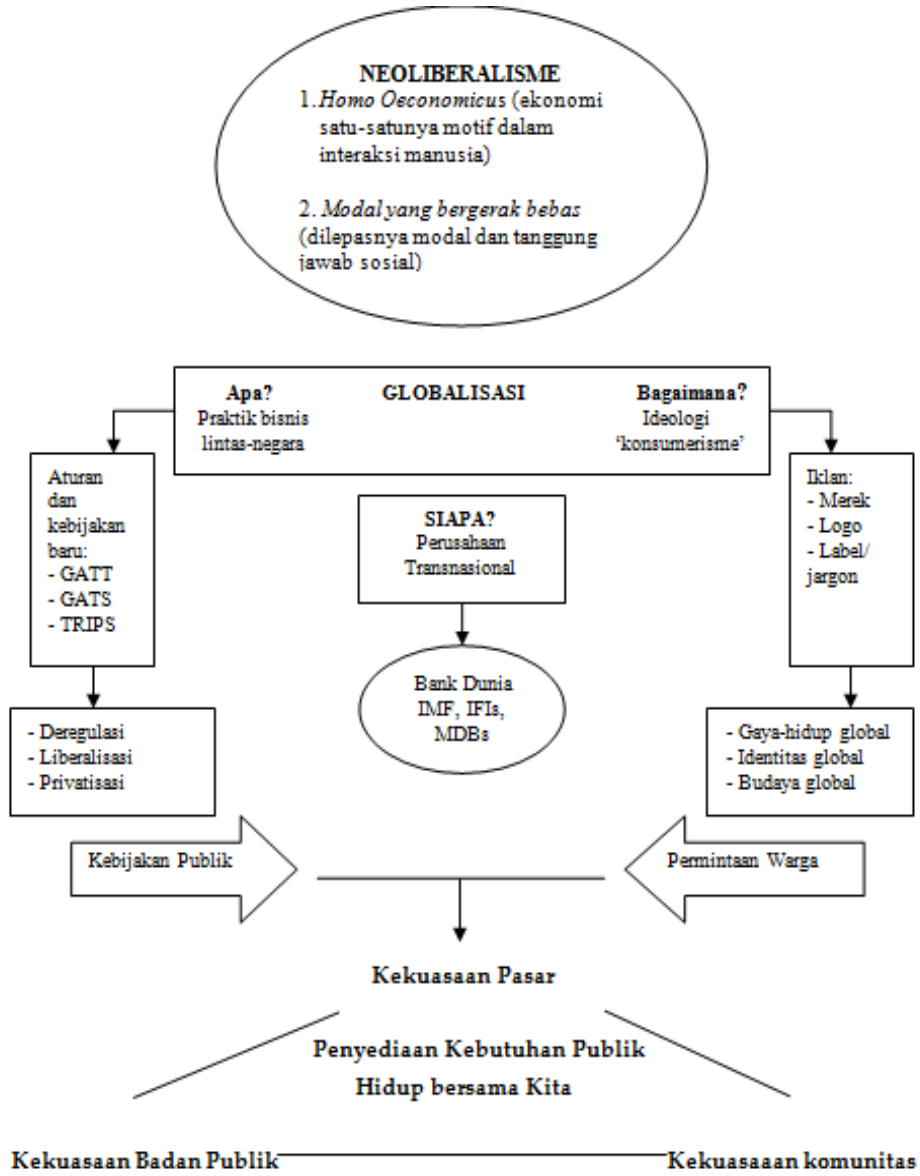

Diagram 2. Globalisasi Neoliberalisme

Sumber: Yanuar Nugroho dalam Jurnal Wacana: *Kuasa Korporasi-Dari Homogenisasi Rasa Sampai Hegemoni Pikiran*, Insist, Edisi 19. Tahun VI 2005, hlm.55. Diagram ini pertama kali dipublikasikan di The Jakarta Post, 30 Desember 2002.

Konsumerisme dalam pengertiannya secara etimologis berarti paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya; pengertian ini mendapat konotasi negatif yaitu suatu perkara yang jangan sampai ditumbuh-kembangkan di dalam masyarakat.[5] Dalam pengertian lain, dapat pula dikatakan bahwa konsumerisme merupakan prilaku mengkonsumsi produk atau barang secara simbolik, artinya barang yang dikonsumsi tersebut bukan atas dorongan kebutuhan yang bersifat mendasar melainkan atas pengaruh mengejar *prestise*, citra (*image*), gaya hidup, kemewahan dan mensejajarkan atau bahkan menaikkan strata sosial dalam masyarakat. Konsumerisme berarti juga manipulasi tingkah laku para konsumen melalui berbagai aspek komunikasi pemasaran. Sehingga dapat dikatakan bahwa konsumerisme bermain dalam banyak bidang kehidupan masyarakat dan lebih cendrung ada dalam wilayah pikiran ataupun paradigma. Maka ketika proses dominasi ini berjalan, kendali atas teknologi memainkan peranan penting. Monopoli atas teknologi – atau gabungan teknologi baru yang nyaris tanpa peraturan pengamanan — akan memperkuat penjajahan atas ruang hidup dan pikiran.[6]

Di dalam masyarakat kapitalisme global, yang disebut juga masyarakat konsumer ini, setidak-tidaknya terdapat tiga bentuk kekuasaan yang beroperasi di belakang produksi dan konsumsi objek/benda yaitu, kekuasaan kapital, kekuasaan produser, serta kekuasaan media massa. Ketiga bentuk kekuasaan ini beserta pengetahuan yang mendukung serta artikulasinya pada berbagai praktik sosial menentukan bentuk dan gaya seni, serta produksi dan konsumsinya.[7]

Ketika konsumerisme mulai tumbuh dan berkembang, maka fenomena sosial tersebut dapat dilihat sebagai sebuah fenomena sosial-budaya yang tidak lepas kaitannya dari dampak globalisasi dan sistem kapitalisme modern dengan mendasarkan pada tata nilai materialistis, mulai dari tingkah laku, pola pikir, hingga sikap. Budaya konsumerisme berjalan seiring dengan arus besar kapitalisme yang dalam situasi kontemporer ditandai dengan revolusi teknologi dan kebudayaan. Media, teknologi dan bentuk-bentuk kebudayaan lain di dalamnya memainkan peranan penting dalam masyarakat internasional sehingga perkembangan teknologi informasi mutakhir turut pula membawa perubahan mendasar pada berbagai tatanan sosial budaya dalam skala global.

Hegemoni dalam Ruang Lingkup Budaya: Perspektif Antonio Gramsci

Dalam pengertian Gramsci, kapitalisme berarti hegemoni dalam wujud pelaksanaan politik yang tampil dalam upaya penguasaan intelektual dan moral dengan melibatkan cara-cara kultural dan intelektual yang canggih untuk melumpuhkan kesadaran kritis pihak yang dikuasai, maka melaui dominasi pasar dan sumberdaya yang menguntungkan dari keberadaan perusahaan-perusahaan MNC/TNC dalam bingkai korporasi ini pun tanpa di sadari telah mengambil cara

berpikir kita sebagai manusia, melalui pencitraan iklan dan berita media yang tidak seimbang.

Sebagai sebuah budaya global, konsumerisme pun lahir dalam masyarakat kapitalis lewat apa yang disebut Mazhab Frankfurt sebagai industri budaya dimana di situ juga menghasilkan hegemoni budaya dan kesadaran palsu. Maka, ketika semakin banyak perusahaan-perusahaan MNC/TNC yang mengendalikan teknologi ketika itu pula lengkaplah alat-alat untuk menguasai kehidupan. Dengan modal, peraturan global yang menguntungkan dan teknologi digunakan untuk memanipulasi cara berpikir manusia dalam ruang lingkup global.

Karena entitas komunikasi (media) ditopang oleh teknologi informasi yang terus berkembang semakin canggih, memungkinkan ideologi hegemonik tidak hanya merasuk ke dataran ekonomi dan politik tapi juga dataran kultural/budaya dan ideologi. Hegemoni kultural-ideologis inilah yang dalam jangka panjang bisa menjadi penentu arah gejala bukan-material dalam kehidupan sosial masyarakat, khususnya apa-apa saja yang boleh mengisi benak kita, yaitu pikiran-pikiran, nilai-nilai, kecendrungan-kecendrungan, dan impian-impian.[8]

Lantas bagaimana ideologi hegemonik itu bisa mempengaruhi dan membentuk alam pikiran masyarakat, dalam pandangan Raymond Williams, *term* hegemoni ini mendapat pengertian sebagai *"a particular way of seeing the world and ourselves and others are not just intellectual but political facts, expressed over a range from institutions to relationships and consciousness."*[9] Upaya mempengaruhi dan membentuk alam pikiran masyarakat luas sangat dimungkinkan dalam bentang hegemoni ini sebagaimana pula ketika merujuk pada pandangan Louis Althusser di mana manifestasi ideologi hegemonik berlangsung melalui pengaruh budaya yang disebarkan secara sadar dan dapat meresap, serta berperan dalam menafsirkan pengalaman tentang kenyataan. Artinya, secara sistematis ideologi hegemonik mencekoki orang banyak dengan pikiran-pikiran tertentu, doktrin-doktrin tertentu, bias-bias tertentu, sistem-sistem preferensi tertentu, bahkan "tuhan-tuhan tertentu".

Maka ketika konsumerisme telah merambah wilayah kesadaran manusia dalam bentuk paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang atau benda (materi) sebagai ukuran kebahagiaan dan kesenangan, ini juga berarti telah menjadi bagian dari sebuah kehidupan sosial yang akan jauh lebih menentukan dalam jangka panjang daripada lewat tindakan pemaksaaan atau bahkan intimidasi. Atau dalam ungkapan Alan O'Connor, sistem hegemoni yang beroperasi dalam negara yang relatif 'stabil' biasanya "*domination is achieved culturally, not but direct violence.*" Sehingga dari pengertian tersebut ada dua kata kunci bagi beroperasinya hegemoni budaya; dicapai secara budaya dan kekerasan tak langsung.

Untuk gejolak hegemoni budaya yang berperan dalam bidang komunikasi, seperti halnya Teori Hasil Kebudayaan yang dicetuskan oleh Harold Lasswell

setidaknya objek yang menjadi sorotan adalah massa dan media sebagai alat komunikasi. Dalam teori tersebut, Lasswell mengidentifikasikan fungsi dari komunikasi massa, pandangan tersebut paralel menurut O'Connor yang berbicara proses guna mengkaji konsep hegemoni budaya dalam ranah komunikasi. Terdapat tiga aspek utama yang menjadi pertimbangan untuk hal tersebut, *pertama* ia menyarankan bahwa kita harus mempelajari seni, media massa, dan budaya sehari-hari sebagai proses persuasi tempat kita senantiasa digiring untuk memahami dunia berdasarkan cara-cara tertentu, tidak dengan cara lain. *Kedua*, ia menganggap bahwa cara menghayati dan mengalami dunia sehari-hari seperti yang kita jalani memiliki konsekuensi-konsekuensi politik yang mendalam. *Ketiga*, ia mengusulkan bahwa kita harus memahami sebagian besar keberhasilan hegemoni budaya karena ia fleksibel, responsif terhadap kondisi-kondisi yang sedang berubah, dan bersifat adaptif.[10]

Melihat berbagai kekuatan yang beroperasi di balik tatanan hegemonik inilah, maka saat membahas kerangka sosial budaya massa (*popular or people's culture*) Gramsci menekankan perhatian khusus pada *"its illusive nature"*. Untuk itu konsep yang diajukannya lebih sebagai "*a potensial rather than a manifest function and structure of creative immagination, a carefully disguised arsenal of mental states whose raison d'etre is to resist inclusion and actively subvert the dominant culture of contemporary capitalist societies, and, more importantly, any form of cultural domination.*"[11]

Konteks Sosial dan Budaya di Negara Berkembang: Telaah Studi Hubungan Internasional

Dalam studi hubungan internasional kontemporer, dikenal beberapa aktor internasional mulai dari individu, kelompok, negara-bangsa, negara-negara kawasan (pengelompokan negara-negara), dan international nongovermental organization (INGO) mencakup etnik, lembaga/organisasi keagamaan, terorisme sampai pada bentuk sistem internasional dan ideologi global. Sementara instrumen lain yang juga memainkan peranan penting dalam domain hubungan internasional adalah *power* (kekuasaaan), seperti dalam ungkapan "*Might Make Right*", kekuasaan menentukan hak. Dalam ilmu politik, dikenal beberapa konsep yang erat kaitannya dengan konsep kekuasaan (*power*), seperti pengaruh (*influence*), persuasi (*persuasion*), manipulasi, *coersion*, *force*, dan kewenangan (*authority*).

Dalam fase globalisasi ekonomi yang didalamnya era industrialisasi beserta kemajuan teknologi secara paralel seiring sejalan, konsep *power* akan memiliki pengaruh yang berarti bagi perubahan sosial pada masyarakat internasional. Konsep persuasi misalnya, mendapatkan ruang melalui perkembangan teknologi internet dan televisi, sehingga tidak dapat tidak untuk menutup ekses negatif yang ditimbulkan termasuk menyangkut aspek kebudayaan suatu masyarakat.

Seperti juga halnya perusahaan-perusahaan multinasional yang telah merambah dan bahkan mendominasi bidang ekonomi hampir ditiap negara dibelahan dunia, terbukti telah menjadi aktor penting tersendiri dalam kancah ekonomi dan politik internasional. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi, perusahaan-perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan yang berlipat oleh karena distribusi barang lintas negara akan terselenggara dengan mudah dan hemat. Melalui media periklanan yang persuasif misalnya, praktek perdagangan bebas (perdagangan antar negara) akan lebih efektif dan efisien dalam hal promosi suatu produk. Sehingga dalam perdagangan internasional, tidak hanya memberi implikasi yang positif pada sektor kemajuan dan kemakmuran akan tetapi turut memberi bias pada bidang ketenagakerjaan (pengangguran dan kemiskinan) disamping terjadinya pergeseran budaya akibat adanya perbenturan budaya yang mengikuti proses globalisasi, modernisasi, dan industrialisasi.

Sementara dalam sejarah perpolitikan internasional, telah diketahui bersama akan pengaruh dan dominasi (hegemoni) serta perkembangan dari ideologi kapitalisme pasca Perang Dingin. Dalam ruang lingkup sistem internasional, kapitalisme telah menjelma menjadi semacam jalan (mediator) bagi kepentingan-kepentingan politik dari negara-negara maju bahkan juga sebagai alat ideologisasi yang sifat keseragaman (homogen) menjadi orientasi terpusat pada ritme kapitalisme.

Perkembangan kapitalisme dewasa ini juga menunjukkan pengaruh korporasi dalam eksploitasi sumber daya alam dan perusakan lingkungan hingga kepada perubahan kebudayaan yang senyatanya berada dalam wilayah kognitif psiko-sosial masyarakat pada tingkatan global. Sebagaimana dalam perspektif Gramscian, penafsiran hubungan sosial dan politik antar negara akan menjadikan hubungan budaya sebagai bagian yang penting. Artinya, relasi yang tercipta ketika perusahaan-perusahaan MNC dalam bingkai korporasi ini berkembang adalah pada terbentuknya hubungan sosial dan budaya yang bersinggungan dengan wilayah politk. Ranah budaya tidak hanya menjadi arena pertarungan politik dan penundukkan ekonomi semenjak kelompok yang berkuasa bisa bermain dan memprovokasikan ideologi kapitalisme, tetapi aspek budaya dapat dikatakan tergabung kedalam kedua wilayah tersebut.

Kajian hubungan internasional dalam perspektif kontemporer tentunya akan menemui banyak keragaman pada wilayah (*scope*) ruang lingkup. Interaksi dan relasi yang terjalin dalam situasi kekinian telah menggambarkan sebuah dinamika kajian hubungan internasional yang semula dibatasi pada bentuk hubungan antara institusi negara dengan negara, saat ini telah mengalami perluasan seiring perubahan pada konteks sosio-politik sehingga bermunculan ruang-ruang baru kajian hubungan internasional seperti konsep *soft power* yang didalamnya mencakup imprealisme budaya memiliki keberagaman yang luas termasuk ketika sedang menyorot perubahan sosial dan kebudayaan pada suatu masyarakat.

Ekonomi-Politik, Perubahan Budaya dan Konsumerisme

Perkembangan ekonomi dan politik internasional tidak dapat dilepaskan dari pengaruh dan dominasi pasar serta pemodal terhadap perpolitikan dalam negeri suatu negara. Negara pada batas-batas kewenangannya telah dicampuri oleh kekuasaan ekonomi dari para pemodal dalam menentukan arah kebijakan. Tatanan ekonomi dan politik internasional kontemporer, tentunya merubah paradigma awal ketika Hobbes berbicara tentang absolutisme sebuah negara. Kenyataan yang ada saat ini justru menunjukkan peran dan posisi negara (pemerintah) berada dibawah kehendak pasar. Semenjak disepakatinya perjanjian GATT, perdagangan bebas beserta bias selanjutnya semakin memperluas pengaruh ekonomi, bisnis dan korporasi kedalam dunia politik. Sebagaimana Noreena Herzt menganalisa kuasa kapitalisme global dalam peran-peran yang dimainkan oleh lembaga-lembaga keuangan internasional seperti IMF, WHO, dan World Bank serta berkembang pesatnya perusahaan-perusahaan multinasional, MNC dan TNC semakin membuka jalan bagi matinya demokrasi ditubuh negara dan negara mulai disingkirkan dalam proses-proses ekonomi.

Kekuasaan dalam sistem kapitalisme yang mayoritas dianut negara-negara di Eropa dan Amerika Serikat (negara maju) pada tatanan ekonomi-politik kontemporer memainkan perannya melalui pertumbuhan dan keberadaaan korporasi global berwujud perusahaan-perusahaan multinasional dengan menjadikan negara-negara miskin dan berkembang sebagai 'objek pemasaran'. Perusahaan-perusahaan ini telah menjadi kaki-tangan kapitalis dalam upaya baru imprealisme-kolonialisme. Dominasi yang sedang berjalan dalam wilayah ekonomi dan politik ini ditopang pula oleh keberadaan lembaga-lembaga keuangan dunia seperti IMF, WHO, dan World Bank sehingga dengan kekuasaan yang dimiliki oleh negara-negara maju ini semakin memperlancar dalam maksud dominasi dan hegemoni terhadap negara berkembang (Dunia Ketiga).

Globalisasi ekonomi dunia pada saat ini cenderung telah mengarah kepada timbulnya ketergantungan ekonomi yang bersentuhan dengan wilayah politik secara terus menerus dan jelas sasaran ada pada negara-negara dalam kategori miskin dan berkembang, pengaruh yang tampak kemudian adalah ketika kuasa politik menjalin kerjasama secara langsung dengan kuasa ekonomi (pasar). Pada bentang wilayah seperti inilah yang akan mengarah pada tata ekonomi-politik dunia kedalam sebuah paham global yang kapitalistik.

Kolonialisme dan imprealisme era baru merupakan kiasan yang tepat dari situasi dan realitas ekonomi-politik dewasa ini. Tidak lagi berbentuk perang dalam artian fisik yang lebih memberikan pengaruh berkepanjangan melainkan sebuah situasi dimana segala sesuatunya saling tumpang tindih (*overlapping*) sehingga mengaburkan batasan-batasan yang semestinya. Konstelasi ekonomi dan politik internasional menjadi kentara sekali saat kedua aspek tersebut bersinggungan, kepentingan ekonomi terbukti jauh lebih menjadi prioritas dalam segala urusan

sehingga kekuasaan politik seakan tidak dapat melindungi kepentingan masyarakat luas, contoh nyata tampak dalam kekuasaan Freeport di Indonesia yang sekaligus menggambarkan ketidakberdayaan serta kelemahan pemerintah dan politik dalam negeri.

Hampir semua telah dijajah dan khususnya pada masyarakat negara-negara berkembang dalam sebuah masyarakat modern di mana hampir semua transaksi untuk kebutuhan dasar (primer), pangan, papan, transportasi, pendidikan anak-anak, dan jaminan hari tua, dilakukan dengan uang. Pada gilirannya, lembaga keuangan ini menguasai seluruh sendi kehidupan masyarakat. Kekuasaan dan prestise uang –yang menjadi simbol kemakmuran—serta prestise profesi ekonomi tumbuh seiring sejalan. Kekuasaan dan prestise yang bertambah hebat dari korporasi besar yang didorong oleh logika uang ini juga merupakan penyumbang lain terhadap semakin menonjolnya materialisme rasional.

Maka sebuah tatanan dunia telah berubah di mana bisnis telah berada di pusat sebagai pengendali, perusahaan menentukan skema ekonomi-politik baik ditingkatan lokal maupun di skala lebih luas dan pemerintah hanya menjalankan fungsi sebagai wasit dan penyelenggara aturan yang ditetapkan dari pihak luar. Sehingga dengan ini, ilmu ekonomi modern beserta pula ilmu politik telah mengubah ideologi Hobbes tentang materialisme rasional dengan menjadi ilmu terapan tentang prilaku manusia dan organisasi sosial yang merangkul hedonisme dan konsumerisme sebagai tujuan dan ukuran kemajuan manusia, yang mengasumsikan bahwa prilaku manusia hanya termotivasi oleh kepentingan diri sendiri yang bersifat materi belaka, serta membebaskan pribadi dari tanggungjawab pilihan moral.

Konsumerisme Sebagai Bentuk Perubahan Budaya

Perubahan cepat dalam teknologi informasi telah mengubah budaya sebagian besar masyarakat dunia, terutama yang tinggal di perkotaan. Masyarakat di seluruh dunia telah mampu melakukan transaksi ekonomi dan memperoleh informasi dalam waktu singkat berkat teknologi satelit dan komputer. Pemerintah dan perusahaan-perusahaan besar mampu memperoleh kekuasaan melalui kekuatan militer dan pengaruh ekonomi. Bahkan perusahaan transnasional mampu menghasilkan budaya global melalui pasar komersil global.

Dalam konteks Dunia Ketiga, masyarakat konsumen mutakhir tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya seperti *mall shopping*, industri mode atau *fashion*, industri kecantikan, industri kuliner, industri nasihat, industri gosip, kawasan huni mewah, apartemen, iklan barang-barang mewah dan merek asing, makanan instan (*fast food*), serta reproduksi dan

transfer gaya hidup melalui iklan dan media televisi maupun cetak yang sudah sampai ke ruang-ruang kita yang paling pribadi.

Ketika sistem ekonomi kapitalisme merambah Dunia Ketiga, dimana hal tersebut menyebabkan terjadinya pergesekan budaya dan kesenjangan budaya (*cultural lag*) pada masyarakat Dunia Ketiga yang pada dasarnya belum siap secara mental menghadapi terpaan budaya Barat. Kapitalisme telah melahirkan budaya baru bagi masyarakat kelas atas. Konsumerisme dan gaya hidup hedonis menjadi sesuatu yang dianggap moderen dan ke-Baratan, tetapi lain pihak sisi ketimuran masih menjadi landasan berpijak dalam mengedepankan aspek etis-moral dalam kehidupannya. Kesenjangan itulah yang pada akhirnya menimbulkan kegamangan terhadap masyarakat di Dunia Ketiga.

Agen kapitalisme Barat di Dunia Ketiga terbukti telah merambah sendi-sendi kehidupan masyarakat yang masih labil. Mengguritanya perusahaan-perusahaan multinasional adalah salah satu contoh ideal dalam memahami perkembangan pesat budaya konsumersime ini. Coba simak betapa Coca Cola, perusahaan minuman ringan, atau Mc Donald, perusahaan makanan siap saji serta Unilever, Twenty One (bioskop) dan lain-lainnya menjadi perusahaan yang menguasai pasar dibidangnya serta dianggap produk yang punya prestise tinggi. Nama-nama itu kemudian dianggap sebagai simbol kemodernan. Seperti halnya dalam media televisi, yang kini telah menjangkau lebih dari 60 persen penduduk dunia, berfungsi sebagai alat dunia uang yang paling berkuasa dalam indoktrinasi budaya dan ideologi global.

Liberalisasi ekonomi menjadi pintu masuk bagi penguasaan ekonomi Dunia Ketiga lengkap dengan dampak yang mengikutinya. Kekuasaan perusahaan-perusahaan multinasional dan transnasional telah sanggup memegang kendali perkembangan ekonomi dan politik serta kehidupan sosial-budaya sampai kepada tingkatan paling dasar dari masyarakat. Jika dalam penilaian Lasswell, di dalam masyarakat kapitalisme global, setidak-tidaknya terdapat tiga bentuk kekuasaan yang beroperasi di belakang produksi dan konsumsi yaitu; kekuasaan kapital, kekuasaan produser, serta kekuasaan media massa. Dengan perspektif ini misalnya, dapat dilihat ketika minuman ringan produk perusahaan multinasional, dapat dijual dengan harga yang nyaris dapat dijangkau kaum miskin. Produk semacam ini tentunya juga mencitrakan simbol gaya-hidup penuh keberhasilan.

Memang hal tersebut di atas telah menjadi wacana publik puluhan tahun yang lalu. Namun berkaitan dengan persoalan tersebut, Theodor Adorno dan Horkheimer menganggapnya sebagai kecenderungan fasisme budaya, lewat mekanisme yang disebutnya sebagai industri budaya (*culture industry*). Suatu produk atau komoditas dalam sudut pandang kapitalisme adalah penciptaan ilusi (*illusion*) dan manipulasi (*manipulation*) sebagai cara untuk mendominasi selera.[12]

Asosiasi budaya yang lahir dari rahim media massa sebagai agen konstruksi paling ampuh untuk perubahan gaya hidup, *interest*, kebutuhan dan bahkan

ideologi. Benar kata James Lull, bahwa media massa terutama televisi tidak sekedar menggambarkan realitas sosial tetapi menciptakan realitas. Keadaan ini telah menciptakan budaya global yang ditransformasi lewat ide-ide dan produk transnasional yang seragam hampir diseluruh dunia. Betapa tangguhnya saluran televisi MTV dalam menciptakan trend baru berpakaian, gaya rambut, dan ikon-ikon popular lainnya. MTV terbukti merupakan agen paling berpengaruh dalam jagat hiburan bagi kaum muda dihampir seluruh belahan dunia. Anak muda Singapura, Hongkong tidak akan berbeda dengan gaya anak muda Jakarta atau Bandung, di Rio de Jeneiro, Mexico City, Bogota juga menggambarkan demikian. Sama dengan mereka yang ada di Milan, New York atau Paris.

Pasar konvensional sebagai arena transaksi barang dan jasa telah berubah wujud menjadi super pasar atau hipermarket (*hyper-market*), yaitu pasar yang disertai perdagangan dan produksi global yang melampaui pengertian pasar konvensional. Hipermarket disini telah menjadi arena reproduksi yang sempurna terhadap kebudayaan pragmatis Amerika Serikat. Inilah sebuah tatanan yang menyembunyikan dibaliknya hegemoni kebudayaan Amerika yang dominan. Ia memproduksi tidak saja produk, akan tetapi sekaligus memproduksi kebudayaan hegemoni Amerika Serikat dalam wujud neo-imprealisme kebudayaan.

Logika budaya kontemporer adalah budaya yang berpusat pada label ke-Amerika-an sebagai representasi dari dunia Barat dan ketika simbol-simbol Barat ini terus mengelilingi kehidupan masyarakat dunia dan Dunia Ketiga khususnya, kenyataan ini dianggap sebagai awal masa suram tercerabutnya budaya-budaya tradisional. Kapitalisme dalam banyak ruang kehidupan manusia telah merasuk kedalam wilayah mental kolektif dan dengan itu mendirikan aturan, menciptakan jaringan semiotik serta mencetak karakter manusia konsumer. Seperti Mike Featherstone yang melihat budaya konsumen telah membawa banjir simbol dan banjir makna, sekaligus menunjukkan suatu gangguan bagi tata simbol tradisional. Logika konsumerisme menyisihkan status tradisional yang tinggi dari representasi artistik, demikian menurut Baudrillard.

Saat generasi kini tengah menata ranah kehidupan dan memperkuat sisa-sisa optimisme, budaya konsumerisme untuk tingkat tertentu harus dipahami dalam kapasitasnya sebagai perpanjangan kepentingan ideologi pasar yang memanfaatkan pergeseran sensibilitas atau kepekaan masyarakat dalam arti yang terdalam. Sebuah pergeseran sensibilitas yang dari waktu ke waktu terus diperparah ke arah lembah konsumsi massa (*mass consumption*) yang menganggap budaya materi adalah segalanya.

Penutup

Louis Althusser pernah berujar bahwa proses yang diinjeksikan (*ideological state apparatus*) yang sesungguhnya tidak jauh berbeda dengan (*repressive state apparatus*).[13] Aparat ideologis tersebut dalam konstelasi ekonomi-politik kontemporer ternyata telah memungkinkan negara penganut paham kapitalisme seperti Amerika Serikat mempertahankan eksistensinya tanpa melakukan kekerasan secara langsung.

Pandangan tersebut memiliki cakupan makna yang relevan pada konsep hegemoni yang dikembangkan oleh Antonio Gramsci. Pengertian hegemoni dalam perspektif Gramsci tidak hanya untuk menjelaskan relasi antar kelas-kelas politik (*ruling class/ruled class*), akan tetapi relasi-relasi sosial yang lebih luas, termasuk relasi antara komunikasi dan media. Konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan (*force*), akan tetapi yang lebih penting adalah lewat kepemimpinan intelektual dan moral. Menurut Gramsci, dominasi kekuasaan diperjuangkan, disamping lewat kekuatan senjata, juga lewat penerimaan publik (*public consent*), yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas, yang diekspresikan melalui mekanisme opini publik seperti lewat media massa (koran, internet, televisi dan sebagainya).

Dengan mengacu pada konsepsi hegemoni tersebut, realitas sosial dan budaya pada masyarakat Dunia Ketiga yang menjadi objek kajian dalam tulisan ini, secara langsung maupun tidak langsung telah dipengaruhi oleh faktor penggerak dari luar ruang lingkup tersebut yaitu perkembangan ekonomi dan juga politik dalam tingkatan global. Hegemoni lebih dilihat sebagai bentuk dominasi dan perkembangan ideologi kapitalisme. Didalam arus besarnya, kapitalisme telah merambah setiap sendi kehidupan ummat manusia dari persoalan kebutuhan hidup dasar sampai kepada bentuk kebutuhan yang bersifat pelengkap (*tersier*). Dalam proses tumbuh dan berkembangnya ideologi kapitalisme inilah paham materialisme turut pula bertahan bahkan telah menjadi *mainstream* dari masyarakat modern didunia sampai saat ini.

Catatan Akhir

[1] Mansour Fakih, *Jalan Lain-Manifesto Intelektual Organik* (Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2002).

[2] Bagus Takwin, *Akar-akar Ideologi* (Jogjakarta: Jalasutra, 2003), 391.

[3] Hikmat Budiman, *Lubang Hitam Kebudayaan* (Jogjakarta: Kanisius, 2002), 57.

[4] James Petras, *Imprealisme Abad 21*, (Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2002), 12-14.

[5] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 459.

[6] Hira Jhamtani, WTO dan Penjajahan Kembali Dunia Ketiga (Insist Press, 2005), 4.

[7] Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna* (Jalasutra, 2003), 158).

[8] Mochtar Pabottinggi, *Islam: Antara Visi, Tradisi dan Hegemoni Bukan Muslim* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1986), 251.

[9] Raymond Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society* (Oxford University Press, 2014), 100.

[10] Idi Subandy Ibrahim (ed.), *Hegemoni Budaya*, (Jogjakarta: Bentang, 1997), ix.

[11] *Ibid*, *op*. *cit*., xvii.

[12] John B. Thompson, *Kritik Ideologi Global* (Jogjakarta: Ircisod, 2004), 153.

[13] Louis Althusser, "Ideology and Ideological State Apparatuses", dalam Louis Althusser (Ed.), *Lenin and Philosophy and Other Essays* (New York: Monthly Review Press, 1971).

Daftar Referensi

Agger, Ben. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2003.

Barker, Chris. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Jogjakarta: Bentang, 2005.

Baudrillard, Jean P. *Masyarakat Konsumsi*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2006.

Budiman, Hikmat. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Jogjakarta: Kanisius, 2002.

Cabin, Philipe (ed.). *Sosiologi-Sejarah dan Berbagai Pemikirannya*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2005.

Edgar, Andrew (ed.). *Cultural Theory The Key Concept*. London: Routledge, 1999.

Gellinas, Jasques B. *Juggernaut Politics: Understanding Predatory Globalization*. London: Zed Book, 2003.

Giddens, Anthony. *Jalan Ketiga: Pembaharuan Demokrasi Sosial* (terjemahan). Jakarta: Gramedia, 1999.

_____. *Kapitalisme dan Teori sosial Modern*. Jakarta: UI-Press, 1985.

Fakih, Mansour. *Jalan Lain-Manifesto Intelektual Organik*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2002.

Featherstone, Mike. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2001.

Hardiman, Francisco Budi. *Kritik Ideologi Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan*. Yogyakarta: Kanisius, 1990.

Hoogvelt, Ankie. *Globalization and The Postcolonial World: The New Political Economy of Development*. London: Palgrave, 2001.

Ibrahim, Idi Subandy (ed.). *Hegemoni Budaya*. Jogjakarta: Bentang, 1997.

Jay, Martin. *Sejarah Mazhab Frankfurt: Imajinasi Dialektis dalam Perkembangan Teori Kritis*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2005.

Jurnal Wacana. *Kuasa Korporasi: Dari Homogenisasi Rasa Sampai Hegemoni Pikiran*. Jogjakarta: Insist Press, 2005.

Kellner, Douglas. *Teori Sosial Radikal*. Jogjakarta: Syarikat, 2003.

Korten, David C. *The Post-Corporated World*. Jakarta: Buku Obor, 2002.

Petras, James. *Imprealisme Abad 21*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2002.

Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jogjakarta: Jalasutra, 2003.

_____. *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Jogjakarta: Jalasutra, 2004.

Prisma No.11, 1981.

Quintin Hoare and Geoffrey Nowell Smith (ed). *Selections from The Prison Notebook of Antonio Gramsci First Edition*. New York: International Publisher, 1971.

Ricoeur, Paul. *Hermeneutika Ilmu Sosial*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2006.

Ritzer, George. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana, 2004.

Sarup, Madan. *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis*. Jendela, 2004.

Simon, Roger. *Gagasan-Gagasan Politik Gramsci*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2001.

Sugiono, Muhadi. *Kritik Antonio Gramsci Terhadap Pembangunan Dunia Ketiga*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 1999.

Suseno, Franz Magnis. *Pijar-Pijar Filsafat: Dari Gatholoco ke Filasafat Perempuan, Dari Adam Muller ke Posmodernisme*. Jogjakarta: Kanisius, 2005.

_____. *Pemikiran Karl Marx dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. Jakarta: Gramedia. 2000.

Sztompka, Piotr. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada, 2004.

Takwin, Bagus. *Akar-akar Ideologi*. Jogjakarta: Jalasutra, 2003.

Thompson, John B. *Kritik Ideologi Global*. Jogjakarta: Ircisod, 2004.

Webber, Max. *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*. Pustaka Promethea, 2003.

World Bank. *Workers in an Integrating World*. New York: Oxford University Press, 1995.