

BOOK REVIEW

Judul	: <i>Memahami Budaya Populer</i>
Penulis	: John Fiske (terjemahan <i>Understanding Popular Culture</i>)
Halaman	: 240 + xii hlm.
Edisi/ ISBN	: Cetakan 1, Oktober 2011/ 978-602-8252-48-5
Penerbit	: Jalasutra

Oleh Muhamad Adji

Universitas Padjadjaran

m.adji@unpad.ac.id

Perbincangan tentang budaya populer pada umumnya bermuara pada dua cara pandang. Cara pandang pertama memiliki kesangsian terhadap budaya populer sehingga muncul pertanyaan kritis: dapatkah budaya populer dijadikan sarana untuk melakukan wacana tanding terhadap budaya elit? Pandangan ini muncul karena para pemikir tersebut menganggap budaya populer tidak lebih sebagai budaya yang menjadi tunggangan kapitalisme sehingga mengharapkan budaya populer memiliki sikap kritis adalah hal yang utopis. Pandangan kedua memiliki harapan positif terhadap budaya populer karena memandang budaya populer merupakan arena yang terbuka bagi pertarungan ideologis. Oleh karena itu, budaya populer dapat dijadikan alat perjuangan melawan kelas elite.

Pandangan pertama muncul dari para pemikir budaya penganut teori kritis Mazhab Frankfurt, yaitu Theodore Adorno dan Herbert Marcuse. Pandangan mereka yang cenderung bercuriga terhadap budaya populer muncul karena mereka memandang bahwa alih-alih menjadikan manusia tercerahkan, budaya populer atau yang mereka sebut dengan budaya komoditas malah membuat manusia menjadi kehilangan nalar objektif. Manusia yang mengonsumsi atau yang terjebak dalam budaya komoditas adalah manusia

yang hanya mengedepankan hasrat sehingga kehilangan nalar rasional. Hal ini merupakan ciri masyarakat industri. Marcuse menyebutnya manusia satu dimensi “one dimensional man” (Marcuse, 2001). Sebagai makhluk satu dimensi, manusia dibiarkan menjadi objek yang membiarkan manusia kehilangan esensinya sebagai manusia sehingga pada akhirnya menjadi makhluk yang tidak tercerahkan. Bagi Adorno, budaya komoditas tidak lebih sebagai bentuk penipuan massal yang bertujuan mengafirmasi kekuasaan kaum elite yang sedang berkuasa (status quo) (Barker, 2014).

Hubungan antara budaya populer dan kekuatan kapitalis yang problematis menjadi fokus dalam buku yang berjudul *Memahami Budaya Populer*. Dengan jeli John Fiske, penulis buku ini, menyoroti persoalan-persoalan yang melingkupi budaya populer dengan menyajikan contoh-contoh yang konkret dan dapat dirujuk dalam kehidupan keseharian sehingga persoalan pelik yang berkenaan dengan budaya populer dapat dipahami.

Buku yang diterbitkan oleh penerbit Jalasutra ini merupakan terjemahan dari buku *Understanding Popular Culture* terbitan London dan New York Routledge. Buku yang terbagi ke dalam tujuh bab pembahasan ini menyajikan berbagai konsep yang berkaitan dengan

budaya populer yang diikuti dengan fenomena-fenomena budaya populer yang sejalan dengannya: jeans, mall, film, dan koran. Pendekatan deduktif yang dilakukan Fiske dalam buku ini memberikan ruang pemahaman pembaca yang lebih baik terhadap teori-teori budaya populer. Fiske tidak membiarkan pembaca terombang-ambing dalam belantara pemikiran budaya populer, tetapi membimbing pembaca untuk memahaminya dengan baik dengan menyediakan sejumlah contoh yang konkret dan mudah dipahami.

Menurut Fiske, kapitalisme tahap akhir memang dicirikan dengan komoditas, yang tidak hanya berkaitan dengan objek-objek material, tetapi juga objek-objek nonmaterial – program televisi, nama seorang bintang, dan lain-lain. Fiske menunjukkan komoditas memiliki dua fungsi, yaitu fungsi material dan fungsi budaya. Ia mencontohkannya pada jeans yang menjadi ikon budaya populer sekaligus simbol Amerikanisasi dunia. Jeans memiliki fungsi material yaitu memenuhi kebutuhan kehangatan, kelayakan, kenyamanan, dan seterusnya. Sementara itu, fungsi budaya berkaitan dengan makna dan nilai (2011: 13). Dalam kaitannya dengan makna dan nilai, pendekatan konsumen-komoditas meletakkan kekuasaan pada produsen komoditas dan cenderung memandang konsumen sebagai objek yang pasif dan tereksplorasi oleh produsen. Padahal, menurut Fiske, konsumen dapat mengonstruksi nilai sesuai dengan pemaknaan yang ia berikan, terbebas dari hal yang diinginkan produsen.

Pada bab satu buku ini, Fiske secara historis mengupas bagaimana budaya yang lahir dari masyarakat menjadi budaya populer melalui contoh berupa aspek material: jeans. Celana yang merupakan produk yang lahir dari masyarakat penambang Amerika ini dalam perkembangan selanjutnya

menjadi budaya global. Meskipun jeans tersebut dipakai oleh orang-orang dari berbagai belahan dunia yang lain pun, jeans tetap dilabeli sebagai produk budaya Amerika karena seperti yang dinyatakan Fiske “setiap komoditas mereproduksi ideologi sistem yang menghasilkannya (2011: 17). Pernyataan ini seakan menegaskan manusia sebagai subjek/ objek budaya populer tidak dapat terlepas dari kerangkeng ideologi dominan yang melingkupinya. Bahkan, ketika perlawanan tersebut dilakukan terhadapnya, misalnya apa yang dilakukan kaum muda dengan mengenakan celana jeans yang robek di bagian lutut, selalu ada upaya dari ideologi dominan untuk menertibkannya dengan cara mengadopsi simbol perlawanan tersebut menjadi sebuah tren baru dalam produksi jeans.

Namun, alih-alih bersikap pesimistis terhadap budaya populer, Fiske cenderung melihat ada yang dapat diberdayakan dari budaya populer. Fiske memandang sikap pesimistis tersebut muncul karena para pemikir budaya ini hanya berfokus pada kekuatan kelompok-kelompok dominan dalam mempertahankan sistem yang menguntungkan mereka (2011: 22). Bagi Fiske, tetap ada diferensiasi sosial antara pemakai jeans yang benar-benar tua dan robek dengan pemakai jeans robek yang diproduksi *brand* jeans ternama. Mengutip de Certau (1984), Fiske memandang bahwa dalam budaya populer selalu ada perlawanan dari kelompok yang lemah (subordinat) dan pilihan perlawanannya adalah dengan taktik gerilya, bukan dengan cara peperangan terbuka. Oleh karena itu, budaya populer, kata Fiske, “akan selalu menjadi bagian dari hubungan-hubungan kekuasaan yang selalu menyanggah jejak perjuangan dan penindasan, antara kekuasaan dan pelbagai bentuk perlawanan maupun pengelakan, antara

strategi militer dan taktik gerilya” (2011: 23).

Bab dua membahas keterkaitan komoditas dan budaya populer. Fiske menyinggung soal kegamangan posisi budaya populer pada masyarakat industri. Di satu pihak, seperti disampaikan Fiske, budaya masyarakat ini diindustrialisasi dan dimotivasi oleh keuntungan ekonomi. Namun di pihak lain, budaya populer tersebut merupakan budaya yang bersumber dari masyarakat dan ditujukan untuk masyarakat itu sendiri.

Pada bab tiga dibahas soal aspek kesenangan yang bersumber dari budaya populer. Fiske menyebutkan pada dasarnya kesenangan-kesenangan populer tersebut berasal dari masyarakat dan merupakan bentuk oposisi dari kekuasaan. Bentuk-bentuk kesenangan yang berkaitan dengan tubuh pada umumnya didukung oleh teoretisi-teoretisi yang beraliran kiri seperti Bakhtin dan Barthes, sedangkan teoretisi beraliran kanan seperti Kant dan Shopenhauer cenderung menganggap kesenangan yang bersumber dari tubuh merupakan kesenangan palsu (2011: 56). Berada dalam posisi yang berbeda dengan Kant dan Shopenhauer, Fiske meyakini masyarakat dapat mengubah komoditas-komoditas budaya yang mereka konsumsi dengan memberikan makna menurut kepentingan mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan pernyataan Storey (2007) bahwa budaya populer memang merupakan arena kontestasi yang dapat diisi dengan makna apa pun dan teoretisi beraliran kiri menjadikannya sebagai arena yang berpotensi bagi arena perebutan makna.

Fiske percaya pada kekuatan kelompok subordinat yang menjadikan budaya populer sebagai bentuk resistensi, seperti yang disampaikan pada bab lima. Dengan demikian, ada kekuatan produktif pada kelompok subordinat untuk mengubah komoditas-komoditas

budaya tersebut menurut kepentingan kelompok masyarakat ini. Hal tersebut merupakan suatu bentuk kesenangan produktif.

Berfungsinya kekuatan kelompok subordinat dapat dilihat dari kemampuan masyarakat menyeleksi teks-teks budaya menjadi budaya populer. Dalam bab lima buku ini, Fiske menunjukkan teks budaya populer tidak selamanya berupa teks-teks yang berorientasi pada kepentingan pembaca, seperti yang selama ini kita bayangkan mengenai teks populer. Mengacu pada pandangan Barthes (1975a), teks yang berorientasi pada pembaca mengundang pembaca yang pada dasarnya pasif untuk cenderung menerima makna-makna yang dimunculkan teks. Sementara itu, teks yang berorientasi pada penulis, cenderung menantang pembaca untuk membuat pemahaman atas teks tersebut. Barthes menyimpulkan, teks yang berorientasi pada pembaca lebih dapat diakses dan populer, sedangkan teks yang berorientasi pada penulis lebih sulit sehingga hanya menarik perhatian sebagian orang. Dalam pandangan Fiske, teks populer hendaknya merupakan teks yang berorientasi pada produsen (2011: 117). Namun, agak berbeda dengan pandangan Barthes, Fiske menyimpulkan, teks yang berorientasi pada produsen tidak selalu harus sulit. Teks yang sulit membuat pembaca mencari jejak terhadap penulisnya. Hal itu secara tidak langsung menunjukkan, pembaca teks *avant-garde* adalah pembaca yang terdisiplinkan. Bagi Fiske, teks yang berorientasi pada produsen memiliki aksesibilitas yang berorientasi pada pembaca. Akan tetapi, teks ini tidak berusaha memberikan satu makna tunggal kepada pembaca, melainkan menyerahkan pemaknaan kepada pembaca. Pengalaman sosial pembacalah yang berperan dalam mengaitkan aspek tekstual dan aspek sosial (masyarakat).

Dengan cara itu teks populer menjadi teks yang produktif. Teks seperti ini terbuka pada keterlibatan pembaca karena pembaca juga dapat bersama-sama mengonstruksi makna yang ada di dalamnya.

Bab enam membahas kontradiksi budaya populer tersebut. Kontradiksi tersebut misalnya dapat dilihat dari teks-teks yang memenuhi karakteristik teks populer, tetapi dalam kenyataannya tidak otomatis menjadi populer. Hal tersebut dapat kita lihat pada contoh kasus sastra populer di Indonesia. Pada kasus meledaknya novel *Ayat-Ayat Cinta* di tahun 2004 yang diikuti dengan tenarnya ikon Fahri di kalangan remaja perempuan muslim Indonesia, fenomena tersebut diikuti dengan bermunculannya novel-novel sejenis yang menjadi epigon dari novel tersebut. Pada kenyataannya, novel-novel hipogram ini tidak otomatis menjadi populer. Banyak yang tenggelam dalam belantara novel sejenis. Dengan demikian, fenomena sastra populer di atas semakin menguatkan tesis Fiske yang menunjukkan kekuatan masyarakat sangat besar untuk memilih suatu teks berterima atau tidak. Masyarakat memiliki caranya sendiri untuk memilih teks yang akan mereka baca yang, dalam kasus tertentu, sering keluar dari perkiraan industri budaya, dalam hal ini industri perbukuan.

Pada bab terakhir, Fiske mengaitkan budaya populer dengan politik. Budaya populer dapat menjadi kekuatan politis untuk melakukan perubahan sosial. Demikian dinyatakan Fiskepadababtujuh. Fiskemengkritik para teoretisi radikal yang sering meremehkan kekuatan-kekuatan pada budaya populer. Bagi Fiske, ketidakpercayaan para teoretisi radikal terhadap budaya populer menyebabkannya tidak mampu memobilisasi kekuatan dan energi budaya populer untuk melakukan perubahan sosial. Dalam perubahan

sosial, Fiske mengategorikannya ke dalam dua model perubahan sosial, yaitu model radikal dan model populer (2011: 219). Perubahan sosial radikal sering diidentikkan dengan revolusi (bersenjata atau tidak) dan terjadi pada titik-titik krisis dalam sejarah, sehingga intensitasnya tidak sering. Sementara itu, perubahan populer berlangsung terus menerus sehingga dapat menyebabkan melunaknya kekuatan dominan. Hal ini tampak misalnya pada fenomena musik Rhoma Irama di tahun '70-an dan '80-an serta musik Iwan Fals di tahun '80-an dan '90-an yang berkembang sebagai bentuk perlawanan terhadap kekuasaan Orde Baru (Heryanto, 2012). Dengan demikian, secara politis budaya populer, dalam kapasitas tertentu, dapat dijadikan kekuatan produktif untuk melawan sistem kekuasaan yang opresif.

Dari pembacaan atas buku ini, kita dapat melihat posisi John Fiske dalam pemikiran budaya populer. Dibandingkan beberapa pemikir budaya yang lain, Fiske cenderung lebih positif dalam memandang budaya populer. Fiske tidak mengelak bahwa budaya populer berpotensi untuk dijadikan kuda tunggangan bagi kekuatan kapitalis. Namun, Fiske juga melihat potensi budaya populer yang dapat menjadi kekuatan resisten terhadap kekuatan dominan. Oleh karena itu, bagi Fiske, budaya populer merupakan sumber daya budaya yang dapat dimaknai kembali, tidak dipandang sebagai objek yang diterima begitu saja (2011: 13).

Di tengah keberadaan budaya populer yang masih diletakkan dalam posisi yang dipandang sebelah mata, buku karya John Fiske ini memberikan setitik pencerahan bagi kita untuk memahami budaya populer dengan lebih dalam dan menilainya dengan lebih jernih. Kita, sebagai pembaca, dapat memperoleh cara pandang yang berbeda bahwa kekuatan budaya populer

dapat direvitalisasi sebagai kekuatan yang meresistensi kekuatan dominan. Budaya populer bukan merupakan arena yang menjadi milik mutlak kekuatan hegemonik. Ia dapat difungsikan bagi masyarakat untuk melawan kekuatan dominan dengan memberikan makna sesuai dengan keinginan mereka, sekecil apa pun makna tersebut. Dengan demikian, budaya populer dapat menjadi kekuatan produktif, sesuatu yang jarang dimunculkan dalam perbincangan tentang budaya populer selama ini.

Buku ini memberikan gambaran tema-tema budaya populer dan bagaimana kita memandangnya sebagai fenomena budaya yang hadir dalam kehidupan kontemporer saat ini. Buku ini dapat dijadikan pegangan bagi pembaca yang memiliki ketertarikan dengan rimba belantara budaya populer. Buku ini, setidaknya, memberikan lampu penerang agar kita lebih mudah memahami budaya populer, baik dari kacamata teoretis maupun dari kacamata fenomenologis.

Bagi pembaca awam, memahami buku ini memang membutuhkan usaha yang cukup panjang karena di dalamnya banyak terdapat konsep teoretis yang berkenaan dengan budaya populer yang tersaji dengan sangat padat, ditambah dengan kecenderungan penggunaan struktur kalimat yang kompleks. Oleh karena itu, dibutuhkan kesabaran dalam memahami kalimat demi kalimat, paragraf demi paragraf sehingga diperoleh pemahaman yang utuh mengenai budaya populer seperti yang tersaji dalam buku ini.

Bagi peneliti, akademisi, mahasiswa, ataupun pemerhati budaya populer, buku ini layak menjadi pengisi rak perpustakaan pribadi karena fenomena, konsep, dan teori yang berkenaan dengan budaya populer tersaji dengan apik dan dapat menjadi referensi yang berharga.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2014). *Kamus kajian budaya* (terj. B. Hendar Putranto). Yogyakarta: Kanisius.
- Heryanto, A. (2012). *Budaya populer di Indonesia: mencairnya identitas pascaorde baru*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Marcuse, H. (2000). *Manusia satu dimensi* (terj: Silveter G. Sukur dan Yusup Priasudiarja). Yogyakarta: Bentang.
- Storey, J. (2007). *Cultural studies dan kajian budaya* (terj. Laily Rahmawati). Yogyakarta: Jalasutra.