

BEDAH RUMAH: KOMODIFIKASI KEMISKINAN DAN BUDAYA KONSUMSI

Anhar Widodo

Dosen Jurusan Tari, Fakultas Seni Pertunjukan,
Institut Seni Indonesia Surakarta,

Abstract

This paper will review the co relation between poverty who becomes the object, the media that is doing commodification, and consumption as the goal of the commodification of the object by the media.

Television program Bedah Rumah is very helpful in realizing the government's program a simple home for the poor. This is not explain that government programs are not fully successful, proven there are still those who can not afford to get their basic rights, particularly employment and decent living.

Keyword: *Television program, poor, consumption*

“Di sini orang mesti curiga dan kritis terhadap bahasa-bahasa neoliberalisme yang kedengarannya manis. Mereka memakai istilah “perencanaan sosial”, sedangkan yang dimaksudkan adalah pengurangan tenaga kerja secara massal. Mereka gemar memakai istilah “daya kekuatan yang memacu”, padahal yang dimaksudkan hanya aktivitas usaha yang melulu didasarkan kalkulasi dan profesionalisme bisnis, yang sering tidak berpadanan dengan cita-cita kemanusiaan secara lebih menyeluruh. Neoliberalisme suka menggunakan istilah “deregulasi”, padahal yang terjadi adalah memberikan peluang sebesar-besarnya bagi kapitalisme untuk bertindak seliar-liarnya.” (Sindhunata)¹

PENDAHULUAN

Siapa yang ingin rumahnya dibangun sedemikian rupa sehingga menjadi lebih baik secara gratis? Ikutlah program *real-*

ity show “Bedah Rumah”. Syaratnya mudah: kemiskinan dan ketidakmampuan kita harus menjadi bagian utama cerita; kemudian kita harus mampu mengungkapkan rasa bersyukur dan terima kasih kepada acara ini dengan cara yang ekspresif dan alami –bukan sebuah rekayasa adegan. Fasilitas yang akan didapat: selain mendapatkan bantuan pembangunan rumah –dengan segala perabot dan kelengkapan sekelas ‘rumah sehat sederhana’, kita juga akan mendapatkan kesempatan menjadi bintang televisi karena acara ini ditayangkan televisi swasta nasional. Dalam setiap episode-nya, sangat kental bahwa program ini nampak bagai “dewa penolong” bagi mereka yang rumahnya menjadi sasaran pembangunan.

Acara ini sepiantas sarat bermuatan sosial karena membantu orang-orang yang secara ekonomi tidak mungkin dapat membangun sebuah rumah yang layak

huni. Keterlibatan pejabat pemerintah dari tingkat RT, kelurahan, kecamatan bahkan bupati/walikota memberikan legitimasi seolah-olah acara ini bertujuan membantu program-program mengatasi kemiskinan yang dicanangkan oleh kebijakan negara. Sinopsisnya, acara tersebut membawa bintang tamunya untuk *live-in* (tinggal bersama) dengan keluarga yang akan “dibedah” rumahnya. Sang artis berperan seolah-olah sedang melakukan sebuah studi/penelitian –dan bertanya banyak hal tentang sisi lain kehidupan keluarga tersebut. Sebagai *reality show*, narasi dari sang artis terkadang harus dibumbui dengan sedu-sedan dan air mata untuk menunjukkan bahwa keluarga tersebut layak dibantu, alih-alih pantas mendapatkan hadiah yaitu rumah mereka akan direnovasi oleh Tim Bedah Rumah.

Natalie Sarah, sang artis, berkunjung ke sebuah keluarga yang terdiri dari seorang nenek tua, seorang lelaki –anak sang nenek yang menderita kelainan fisik, dan seorang perempuan lebih muda (adik dari sang nenek). Natalie sedang melakukan program survei, untuk itu dia perlu tinggal bersama keluarga tersebut dalam beberapa hari ke depan. Natalie berinteraksi dengan semua anggota keluarga tersebut –terutama sang nenek pemilik rumah. Dialog seputar kehidupan keluarga tersebut di sela-sela aktivitas sang nenek menjalani hari-harinya. Pagi hari, sang nenek pergi ke kebun untuk mengumpulkan ranting dan dahan-dahan yang jatuh dari pohon sebagai kayu bakar. Digambarkan pula, bagaimana susahnya

memasak dengan kayu bakar, karena mereka tak mampu membeli minyak tanah, alih-alih kompor gas dan elpijinya.

Digambarkan bagaimana mereka makan dalam kesederhanaan, nasi berlaukrupuk. Kemudian bagaimana mereka harus berbagi tempat tidur, yang sebenarnya tidak layak disebut sebagai kamar tidur –sebenarnya sangat kontras pada saat terlihat ternyata kamar tidur Natalie dilengkapi dengan kasur dan bantal yang sepertinya baru, plus selambu untuk melindungi dari gigitan nyamuk. Natalie juga “dipaksa” merasakan menggunakan kamar mandi dan WC yang sangat tidak layak. Secara lengkap “narasi kesedihan” Natalie hidup bersama keluarga tersebut tergambar bagaimana rumah tersebut sangat tidak layak dianggap sebagai rumah. Dapurnya masih tradisional dan menggunakan kayu bakar, kamarnya hanya sebuah dipan dari bambu, tanpa ruang tamu dan kamar mandi yang layak.

Pagi pada hari ketiga, secara mengejutkan Natalie Sarah mengutarakan maksud sebenarnya dia datang kepada keluarga tersebut. Saat nenek dan keluarga membaca tulisan “Selamat, Anda mendapatkan program Bedah Rumah”, maka meledaklah tangis haru dan bahagia. Mereka saling berpelukan, kemudian berkemas untuk pergi sejenak meninggalkan rumah, selagi direnovasi. Keluarga nenek tersebut dibawa ke sebuah hotel di tengah kota. Mereka dijamu layaknya tamu agung dan mendapatkan fasilitas kelas satu: makanan, minuman, hiburan, hadiah dan kamar tidur

—di dalamnya ber-AC, selimut tebal, kasur empuk dan televisi yang besar. Menjelang tengah malam, keluarga sang nenek diajak pulang untuk melihat bagaimana rumah mereka setelah direnovasi.

Dalam hitungan ketiga, selambu penutup rumah dibuka, dan mimpi benar-benar menjadi kenyataan. Rumah sang nenek telah “disulap” sedemikian rupa. Rumah itu telah menjadi sedemikian bagus dari sebelumnya. Sekarang rumah itu telah memiliki semua kelengkapan rumah yang semestinya: ada lampu penerangan yang cukup, dinding yang rapat dan tebal untuk menghalau angin pada malam hari, ruang tamu dengan kursi sofa, ruang keluarga dengan meja makan dan kulkas, kamar-kamar tidur dengan kasur yang empuk, dapur dengan kompor dan gas elpiji, kamar mandi yang bersih, dan pintu yang bisa dirapatkan kuncinya. Tak terkatakan rasa bahagia dan terima kasih mereka, karena rumahnya telah menjadi sedemikian bagus dan lengkap. Demikianlah kilasan cerita *Bedah Rumah* yang ditayangkan RCTI pada Jumat (23/1/09) lalu.

Tulisan ini akan mengulas kait kelindan antara kemiskinan yang menjadi objek, media yang melakukan komodifikasi, dan konsumsi sebagai tujuan dari komodifikasi objek oleh media.

Kemiskinan

Kemiskinan dapat dibedakan menjadi tiga pengertian:² kemiskinan absolut, kemiskinan relatif dan kemiskinan kultural. Seseorang termasuk golongan miskin absolut apabila hasil

pendapatannya berada di bawah garis kemiskinan, tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup minimum: pangan, sandang, kesehatan, papan, pendidikan. Seseorang yang tergolong miskin relatif sebenarnya telah hidup di atas garis kemiskinan namun masih berada di bawah kemampuan masyarakat sekitarnya. Sedang miskin kultural berkaitan erat dengan sikap seseorang atau sekelompok masyarakat yang tidak mau berusaha memperbaiki tingkat kehidupannya sekalipun ada usaha dari pihak lain yang membantunya.

Saya tidak tahu persis, bagaimana pembagian statistik atas ketiga kategori kemiskinan tersebut. Namun jika merujuk kepada sejumlah negara lain yang dulunya juga miskin —namun sekarang telah menjadi masyarakat yang sejahtera— kemiskinan kita, hampir sebagian besar dapat dikatakan miskin kultural. Singkat kata, sikap mental kita yang miskin dan berujung pada ketidakmampuan sosial dan ekonomi.

Indonesia sebagai negara yang kaya akan sumber daya alamnya mempunyai 49,5 juta jiwa penduduk yang tergolong miskin (Survei Sosial Ekonomi Nasional / Susenas 1998). Jumlah penduduk miskin tersebut terdiri dari 17,6 juta jiwa di perkotaan dan 31,9 juta jiwa di perdesaan. Angka tersebut lebih dari dua kali lipat banyaknya dibanding angka tahun 1996 (sebelum krisis ekonomi) yang hanya mencatat jumlah penduduk miskin sebanyak 7,2 juta jiwa di Perkotaan dan 15,3 juta jiwa perdesaan. Akibat krisis jumlah penduduk miskin diperkirakan

makin bertambah. Ada dua kondisi yang menyebabkan kemiskinan bisa terjadi, yakni kemiskinan alamiah dan karena buatan. Kemiskinan alamiah terjadi antara lain akibat sumber daya alam yang terbatas, penggunaan teknologi yang rendah dan bencana alam. Kemiskinan “buatan” terjadi karena lembaga-lembaga yang ada di masyarakat membuat sebagian anggota masyarakat tidak mampu menguasai sarana ekonomi dan berbagai fasilitas lain yang tersedia, hingga mereka tetap miskin. Maka itulah sebabnya para pakar ekonomi sering mengkritik kebijakan pembangunan yang melulu terfokus pada pertumbuhan ketimbang pemerataan. Berbagai persoalan kemiskinan penduduk memang menarik untuk disimak dari berbagai aspek, sosial, ekonomi, psikologi dan politik. Aspek sosial terutama akibat terbatasnya interaksi sosial dan penguasaan informasi. Aspek ekonomi akan tampak pada terbatasnya pemilikan alat produksi, upah kecil, daya tawar rendah, tabungan nihil, lemah mengantisipasi peluang. Dari aspek psikologi terutama akibat rasa rendah diri, fatalisme, malas, dan rasa terisolir. Sedangkan, dari aspek politik berkaitan dengan kecilnya akses terhadap berbagai fasilitas dan kesempatan, diskriminatif, posisi lemah dalam proses pengambilan keputusan.³

Pernyataan tentang ‘kaya akan sumber daya alam’ sebenarnya bertolak belakang dengan fakta bahwa 49,5 juta penduduknya tergolong miskin. Tulisan tersebut menegaskan bahwa kemiskinan kita adalah soal kultural. Fakta berikut ini

semakin menjelaskan bahwa sebenarnya untuk menjadi kaya (sejahtera) setiap bangsa harus mengalami dan melalui tahap kemiskinan, tak terkecuali Inggris dan Amerika Serikat.

Kemiskinan sebagai suatu penyakit sosial ekonomi tidak hanya dialami oleh negara-negara yang sedang berkembang, tetapi juga negara-negara maju, seperti Inggris dan Amerika Serikat. Negara Inggris mengalami kemiskinan di penghujung tahun 1700-an pada era kebangkitan revolusi industri yang muncul di Eropah. Pada masa itu kaum miskin di Inggris berasal dari tenaga-tenaga kerja pabrik yang sebelumnya sebagai petani yang mendapatkan upah rendah, sehingga kemampuan daya belinya juga rendah. Mereka umumnya tinggal di permukiman kumuh yang rawan terhadap penyakit sosial lainnya, seperti prostitusi, kriminalitas, pengangguran. Amerika Serikat sebagai negara maju juga dihadapi masalah kemiskinan, terutama pada masa depresi dan resesi ekonomi tahun 1930-an. Pada tahun 1960-an Amerika Serikat tercatat sebagai negara adi daya dan terkaya di dunia. Sebagian besar penduduknya hidup dalam kecukupan. Bahkan Amerika Serikat telah banyak memberi bantuan kepada negara-negara lain. Namun, di balik keadaan itu tercatat sebanyak 32 juta orang atau seperenam dari jumlah penduduknya tergolong miskin.⁴

Kemiskinan kultural ini akan lebih jelas saat paket-paket program pengentasan kemiskinan dijalankan. Hampir sebagian besar masyarakat kita, tanpa malu-malu

mengaku miskin untuk mendapatkan fasilitas seperti jaminan kesehatan masyarakat, bantuan langsung tunai, kupon sembako murah dan sebagainya. Fenomena miskin secara kultural ini juga muncul saat ada pembagian zakat menjelang Idul Fitri, atau pembagian daging saat Idul Kurban –ribuan orang mengaku miskin demi mendapatkan bantuan sebesar Rp 20.000,- atau demi 1-2 kg daging.

Bisa saja sejumlah pihak berpendapat bahwa acara *Bedah Rumah* ini sangat membantu program pemerintah dalam mewujudkan rumah sederhana bagi masyarakat kurang mampu. Namun bukankah ini juga menjelaskan bahwa program-program pemerintah belum sepenuhnya sukses, terbukti masih ada orang yang tidak mampu untuk mendapatkan hak-hak dasarnya, terutama pekerjaan dan penghidupan yang layak sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Dasar 1945?

Bagaimanakah media memandang fenomena kemiskinan tersebut? Media dengan sejumlah kekuatan dan peluang yang dimiliki akan melihat setiap celah yang menguntungkan bagi industri layak menjadi komoditas.

Media

Program *Bedah Rumah* dan juga program lain sejenis menjadikan kemiskinan sebagai tontonan yang pantas dikonsumsi masyarakat luas –seperti halnya isu-isu miring dan aib seputar selebritis dalam sejumlah tayangan infotainment. Kemiskinan yang muncul di layar kaca dan

dapat membuat penonton menangis dan terharu seraya berkata “kasihan sekali mereka”, adalah sebuah komoditas yang sangat menguntungkan bagi para pemilik modal. Gagasan ini tidak akan berbicara mengenai kalkulasi keuntungan program *reality show* bagi para produsernya.

Secara jelas media memiliki peran yang sangat penting dalam institusi sosial masyarakat –seperti apa yang ditulis oleh Denis Mc Quail⁵, setidaknya ada lima alasan utama mengapa media dewasa ini mengambil peran penting sebagai institusi dalam masyarakat. *Pertama*, media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait; media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya; di lain pihak, institusi media diatur oleh masyarakat. *Kedua*, Media (massa) merupakan sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. *Ketiga*, Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional. *Keempat*, Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya

hidup dan norma-norma. *Kelima*, media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif; media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Sebagai industri, apa yang muncul dalam setiap tayangan program akhirnya berhitung dengan kalkulasi ekonomi yang berujung pada hasil, untung/rugi –tak terkecuali program *Bedah Rumah* yang dalam realitas media menampilkan berbagai citra menurut penilaian normatif masyarakat. Meskipun tetap saja kemasannya adalah hiburan. Kesadaran sejumlah kelompok masyarakat akan arti penting dan kekuatan media dalam membangun kendali atas berbagai citra menjadikan apa yang disebut sebagai media kadang disalahartikan sebagai realitas sosial, apa yang benar-benar terjadi di masyarakat. Wajar jika sejumlah poling politik menjelang pemilu 2009 ini melihat fenomena iklan politik sebagai salah satu faktor pendongkrak popularitas partai maupun calon presiden tertentu.

Tak diragukan lagi, saat media menjadi sebuah wahana pengembangan budaya, maka apa yang hadir di media seringkali dimaknai sebagai apa yang ada dan harus ada dalam kenyataan sebenarnya. Menjadi relevan apa yang dikatakan oleh Baudrillard⁶ bahwa media menciptakan dunia simulasi yang kebal terhadap kritik rasional –tidak ada satu pun iklan yang menampilkan sesuatu secara rasional.

Sangat rasional apa yang muncul dalam *Bedah Rumah* adalah sebuah simulasi.

Grossberg dan kawan-kawan⁷ menegaskan bahwa media mempunyai peran dalam memproduksi identitas masyarakat, membangun relasi produksi, distribusi dan konsumsi, serta bagaimana pada titik tertentu media membangun sebuah perilaku atau tindakan tertentu. Intinya, bagaimana media berpengaruh secara langsung maupun tidak dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam ekonomi, politik, sosial dan ideologi, alih-alih bagaimana media berkontribusi signifikan pada proses-proses globalisasi yang melahirkan imperialisme kebudayaan karena adanya 'global media'.

Baudrillard mengatakan media massa menyimbolkan zaman baru di mana bentuk produksi dan konsumsi lama telah memberi jalan bagi semesta komunikasi yang baru. Berbeda dengan dunia yang lama (yang kata Baudrillard melibatkan ambisi yang keras, dan pertarungan Anak melawan Ayah patriarkal), semesta baru ini mendasarkan diri pada pola hubungan, umpan balik, dan persinggungan; proses-prosesnya bersifat narsistik dan selalu melibatkan perubahan permukaan. Ruang publik tidak lagi menjadi tontonan dan ruang privat tidak lagi menjadi rahasia. Bila dulu terdapat perbedaan yang jelas antara bagian dalam dan bagian luar, sekarang, perbedaan tersebut telah terhapus dalam sebetuk kecarutan di mana proses kehidupan kita yang paling intim menjadi penopang hidup virtual media.⁸

Budaya Konsumsi

Lantas bagaimana keluarga sang nenek akan menjalani kehidupan dengan rumah dan “gaya hidup” barunya? Dahulu, mereka hidup dengan mengandalkan kemurahan alam, kayu bakar, sinar matahari, daun-daunan sayuran dan sebagainya. Setelah rumah mereka dibangun dan dilengkapi dengan fasilitas yang serba “modern”, ada kompor gas, kulkas dan penerangan listrik yang cukup, dapatkah mereka memenuhi kebutuhan konsumsi bulanan, setidaknya untuk membeli elpiji dan membayar tagihan listrik?

Memang konsep konsumsi di sini tidak sama persis dengan perspektif yang berkembang dalam wacana kajian budaya. Namun inilah faktanya: untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti biasa saja mereka sangat terbatas, bagaimana mereka akan memenuhi gaya hidup yang menuntut “serba belanja” dan “serba uang”. Kalau pun mereka diberikan modal usaha, sudahkah ketrampilan usaha tersebut dimiliki sehingga pengusahaannya dapat dipastikan berhasil dan dapat menjadi penopang hidup barunya?

Persoalan ekonomi yang tidak tuntas ini berkelindan dengan masalah budaya baru, misalnya soal kamar tidur dan kamar mandi. Tidak jarang orang terbiasa tidur tanpa alas menjadi sangat tersiksa saat harus tidur di atas kasur yang empuk. Tidak sedikit pula orang yang terbiasa memenuhi kebutuhan fisiologisnya berbaur dengan alam (di sungai), tidak nyaman harus mandi dan buang hajat di kamar mandi yang bersih dan tertutup.

Saya tidak yakin, tim Bedah Rumah berpikir sampai ke persoalan itu, alih-alih melakukan proses transformasi budaya dengan pelatihan atau kursus.

Apa yang dipandang Marx sebagai bagian modal yang nonesensial, seperti iklan, media, informasi dan jaringan komunikasi, menurut Baudrillard berubah menjadi bagian “esensial”.⁹ Di masyarakat media dan konsumsi, demikian Sarup menulis, orang terjebak dalam permainan citra, *simulacra*, yang semakin tidak berhubungan dengan yang di luar, “realitas” eksternal. Pada kenyataannya kita hidup di dunia *simulacra* di mana citra atau penanda suatu peristiwa telah menggantikan pengalaman dan pengetahuan langsung rujukan petandanya.

Dalam *The System of Objects* (1968),¹⁰ Baudrillard mengkaji, dari perspektif neo-Marxis, kemungkinan konsumsi menjadi landasan utama tatanan sosial. Ia mengatakan objek konsumsi membentuk sistem klasifikasi dan bahwa objek tersebut ikut berpengaruh dalam pembentukan perilaku.

Dalam *Consumer Society* (1970), Baudrillard yang pada waktu itu masih seorang Marxis, terus mengembangkan argumen bahwa objek konsumsi membentuk *sistem tanda* yang membedakan masyarakat. Objek konsumsi sebaiknya tidak dipahami sebagai tanggapan pada kebutuhan atau persoalan tertentu, melainkan sebagai jaringan penanda—mengambang yang memiliki kemampuan tidak terbatas untuk membangkitkan hasrat. Ia mengatakan

sekarang komoditas telah menjadi tanda dalam pengertian saussurien, dengan makna ditentukan secara arbitrer oleh posisinya dalam sistem penanda yang merujuk pada dirinya sendiri. Dengan demikian konsumsi tidak dapat dipahami sebagai konsumsi nilai guna, tetapi terutama sebagai konsumsi tanda. Konsumsi lebih dari sekadar titik akhir rantai ekonomi yang dimulai dengan produksi, tapi juga sistem pertukaran. Tidak ada individu yang merangkum dirinya sendiri, yang ada hanyalah cara-cara menggunakan sistem sosial, terutama bahasa, barang-barang, dan hubungan kekerabatan, untuk menghubungkan setiap orang secara berbeda dengan tatanan sosial dan oleh karena itu, mengonstruksi pemahaman individu.¹¹

SIMPULAN

Kemiskinan yang dibenturkan dengan budaya konsumsi akan melahirkan sebuah konstruksi budaya yang ambivalen: pada satu sisi tidak mungkin dalam sebuah kemiskinan seseorang dapat “berbelanja”, padahal tuntutan gaya hidup meminta dia untuk tetap belanja demi hidup yang terus berjalan. Jika modalitas ekonomi dan budaya, meminjam istilah Bourdieu,¹² tidak juga terpenuhi mereka tetap akan kembali kepada kemiskinannya. Hidup dari alam dan sedikit demi sedikit menjual apa yang telah dimilikinya –alih-alih kemiskinan mereka termasuk golongan miskin secara kultural.

Betapa media mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam membangun sebuah perubahan –mendorong dinamika sosial

budaya masyarakat –sesuai dengan apa yang diharapkan oleh media sendiri. Media dengan segenap kekuatannya mampu membangun sebuah konstruksi masyarakat sebagai audiens dengan idenditas budaya tertentu –yang sangat bergantung pada bagaimana media berlaku dan bagaimana sebenarnya proses konsumsi media dijalankan.

Catatan Akhir

¹Sindhunata, *Membangun Sikap Intelektual*, dalam *Basis Edisi Khusus Bourdieu*, Nomor 11-12, Tahun ke-52, November-Desember 2003

²Memahami Kemiskinan, diunduh dari <http://www.pu.go.id/publik/P2KP/Des/memahami99.htm> <http://www.pu.go.id/publik/P2KP/Des/memahami99.htm> pada tanggal 20 Januari 2009

³Memahami Kemiskinan, ibid.

⁴Memahami Kemiskinan, ibid.

⁵lihat Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa: Sebuah Pengantar* (terjemahan), Erlangga, Jakarta: 1996, hal. 1

⁶Sarup, Madan, *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis* (terjemahan), Penerbit Jendela, Yogyakarta: Cetakan III, Maret 2007, hal. 286

⁷lihat Grossberg, Lawrence, et. al, *Media Making: Mass Media in a Popular Culture* (Second Edition), Sage Publication, London-Thousand Oaks-New Delhi, 2006

⁸Sarup, Madan, *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis* (terjemahan), Penerbit Jendela, Yogyakarta: Cetakan III, Maret 2007, hal. 282-283

⁹lihat Sarup, Madan, *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis* (terjemahan), Penerbit Jendela, Yogyakarta: Cetakan III, Maret 2007, hal. 282

¹⁰lihat Sarup, Madan, *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis* (terjemahan), Penerbit Jendela,

Yogyakarta: Cetakan III, Maret 2007, hal. 278

¹¹ Sarup, Madan, *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis* (terjemahan), Penerbit Jendela, Yogyakarta: Cetakan III, Maret 2007, hal. 278-279

¹² baca Haryatmoko, *Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa*, dalam *Basis* Edisi Khusus Bourdieu, Nomor 11-12, Tahun ke-52, November-Desember 2003

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, Perry, *Asal-Usul Posmodernitas* (terjemahan), Pustaka Pelajar, Yogyakarta: Cetakan II, Juni 2008

During, Simon, *Cultural Studies: A Critical Introduction*, Routledge, New York, 2005

_____ (ed), *The Cultural Studies Reader*, Routledge, London: 1993.

Gandhi, Leela, *Teori Poskolonial: Upaya Meruntuhkan Hegemoni Barat* (terjemahan), Qalam, Yogyakarta: 2006

Grossberg, Lawrence, et. al, *Media Making: Mass Media in a Popular Culture* (Second Edition), Sage Publication, London-Thousand Oaks-New Delhi: 2006

Hall, Stuart (ed), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*

_____, Sage Publication, London-Thousand Oaks-New Delhi in association with The Open University: 1997

Jameson, Fredric, *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*, Verso (London-New York): 1998

Lomba, Ania, *Kolonialisme/ Pascakolonialisme* (terjemahan), Benteng Budaya, Yogyakarta, 2003

Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa: Sebuah Pengantar* (terjemahan), Erlangga, Jakarta: 1996

Morton, Stephen, Gayatri Cakravorty Spivak: *Etika, Subaltern dan Kritik Penalaran Poskolonial* (terjemahan), Pararaton, Yogyakarta: 2008

Sarup, Madan, *Posstrukturalisme dan Posmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis* (terjemahan), Penerbit Jendela, Yogyakarta: Cetakan III, Maret 2007