KUASA MEDIA MASSAL, SIASAT KEBUDAYAAN & PENGARUH TEO-"LOGI"

ALBERTUS BUDI SUSANTO SJ

Dalam bahasa Indonesia, kata-kata seperti **mendidik, merumuskan, meng(h)ajar,** dan **mempertobatkan** adalah istilah-istilah yang tidak terlalu jauh kaitan kesamaan artinya antara yang satu dengan yang lainnya.[1] Menyadari bahwa kehidupan ini pada dasarnya adalah sesuatu yang bhineka, plural, maka masalah menemukan "konsensus" – yang dalam arti tertentu melalui proses pendidikan, perumusan, pengajaran dan pertobatan[2] – menjadi salah satu kepentingan utama yang diusahakan manusia.

Dalam dua tahun terakhir ini, masyarakat dan media massa di Indonesia sedang hangat-hangatnya memperbincangkan hal dan permasalahan "high technology (selanjutnya disingkat HITEK) dalam konteks perjalanan politik ekonomi Pembangunan. Usaha mencari "konsensus" dalam politik ekonomi tersebut dilakukan baik secara ilmiah maupun dalam perbincangan hidup sehari-hari. Misalnya, yaitu perbincangan mengenai kelanjutan nasib rekayasa dan perakitan pesawat terbang IPTN (Industri Pesawat Terbang Nusantara). Saat tulisan ini dikerjakan, pers Indonesia sedang memperbincangkan suntikan modal kerja IPTN yang berdasar Keppres memperoleh dana sebesar 400 milyard rupiah. Istimewanya, dana tersebut diambil dari uang simpanan Dana Reboisasi yang dikelola oleh kementerian kehutanan. IPTN adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah kontrol Badan Pengawas Industri Strategis (BPIS) pemerintah Indonesia yang diketuai oleh menteri Habibie.

Perbincangan ilmiah tersebut menjadi "rumit" karena industri HITEK tersebut sesungguhnya adalah bidang pengetahuan eksklusif milik kaum teknolog atau teknokrat. Sebuah perbincangan yang tidak dapat begitu saja segera dimengerti – atau bahkan ditafsir lain – baik oleh kaum intelektual dari bidang ilmu lainnya maupun oleh sisa warga massa rakyat yang lain di negara "Dunia Ketiga" seperti Indonesia ini. Perlu diingat bahwa dalam kacamata massa rakyat yang termasuk golongan "bukan intelektual," kedudukan para cerdik cendikia adalah istimewa. Massa rakyat menganggap kaum intelektual Indonesia sebagai golongan yang mempunyai kebudayaan baca-tulis yang bersifat rahasia; dan berdasar itu mampu merekayasakan IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi) bahkan sebuah HITEK yang berpotensi besar untuk menghasilkan kekuasaan. Dan dengan kekuasaan yang sama itulah rekayasa tersebut akan dilakukan atau diwujudkan secara nyata.[3] Bahkan rekayasa itu dilakukan demi atau atas nama kepentingan orang banyak.

Bagian pokok dari tulisan berikut ini akan mengkaji ulang bagaimana peri kelakuan para pemegang kekuasaan politis negara (dengan dukungan pengusaha dan cerdik cendikia tertentu) ketika harus berhadapan dengan "sisa warga masyarakyat" yang lain. Tentu warga "tersisa" tersebut juga mempunyai cara berpikir **(lain)** berdasar adat, kebudayaan dan tradisi sendiri dalam menyiasati hidup sehari-hari mereka. Pluralisme kehidupan seperti itu mengandaikan sesuatu jalan keluar, konsensus, untuk menghadapi kemungkinan adanya penafsiran lain. Media pokok untuk mengusahakan konsensus adalah bahasa[4] – atau yang dalam istilah Indonesia akan lebih tepat disebut sebagai **budibahasa!** Maka, kalaupun ada pihak yang menginginkan hanya menjalin kesatuan dan persatuan bahasa, langkah selanjutnya adalah keperluan merekayasakan satu "kepercayaan." Masalahnya, "konsensus kepercayaan" tersebut seringkali diusahakan orang dengan cara memanfaatkan (baca: mengontrol produksi, distribusi dan konsumsi) dari apa yang disebut bahasa dan hal-hal lain yang terkait dengannya.

Kasus berikut adalah contoh dalam bidang politik (bahasa) yang operatif dan effektif dalam rangka usaha pertobatan itu. Dalam arti tertentu, kaitan antara bagian pokok kajian berikut ini dengan masalah teologi akan menjadi perbincangan di akhir tulisan ini.

***

1. Massa Rakyat, Kesadaran (Modernis) dan Pendidikan

Selama ini, bilamana ada perselisihan atau perbedaan penafsiran terhadap pelaksanaan sesuatu program pembangunan, pihak penguasa lebih suka mengambil kebijaksanaan bahwa "pihak yang berbeda" dianggap sebagai pihak yang dianggap belum sadar. Untuk memperoleh kesadaran tersebut, mereka perlu diberi pendidikan atau "peng(h)ajaran" seperlunya.[5]

Sesungguhnya, perbincangan dalam bidang ilmiah mengenai nasib IPTN tersebut masih panjang dan masih akan berlanjut. Akan tetapi, sementara itu cukup menyolok bahwa berbagai macam praksis siasat (atau strategi) di luar hal-hal ilmiah sudah mulai dijalankan oleh pihak pemegang **kekuasaan** yang sekaligus dimaksudkan untuk **mempengaruhi** masyarakat untuk menyetujui program HITEK termaksud.[6] Berikut ini adalah contoh bagaimana IPTN telah menyiasati salah satu unsur kebudayaan Jawa, khususnya dari dunia pewayangan. Entah apapun latarbelakangnya dan siapapun "dalang"nya, ternyata sudah ada pihak-pihak yang bertugas untuk mencoba menjelaskan bahwa IPTN adalah sesuatu program industri yang patut untuk diterima.

Usaha "pemasyarakatan" produk pesawat terbang IPTN milik BUMN di bawah BPIS seperti itu nampaknya memang sudah menjadi bahasa resmi pemerintah untuk sebuah istilah pengganti bagi pengakuan terhadap kekuasaan pemilik kebijakan pembangunan. Mereka yang berada di bawah "tanggung jawab" penguasa perlu menyadi "sadar." Sebuah kesadaran yang bukan sekedar berangkat dari "ketidak tahuan" tentang sesuatu; tetapi justru dikait-eratkan dengan sesuatu "kelemahan." Kelemahan yang dianggap sebagai akibat karena pihak "yang belum sadar" itu cenderung hanya mengikuti hawa nafsu dan kurang memakai akal mereka.[7]

Keistimewaan pemasyarakatan industri HITEK tersebut dapat kita kaji ulang berdasar iklan pesawat terbang N-250 produk IPTN berikut ini.[8] Tidak perlu diragukan lagi bahwa iklan ini ada dalam konteks usaha "pentobatan." Iklan berikut ini dimaksudkan untuk memberi pendidikan kesadaran yang sebenarnya bagi warga negara – yang mungkin tidak setuju atau berbeda penafsiran terhadap kelanjutan industri HITEK termaksud. Apalagi, iklan bernada pendidikan berikut ini mengajar bahwa kejadian lahirnya produksi teknologi modern pesawat terbang seakan-akan berada dalam suatu kesinambungan **"sejarah"** dari bangsa dan negara RI. Sesuatu keniscayaan yang sudah sejak dahulu memang akan begitu. Iklan tersebut menulis,

Ketika pada 17 Agustus 1945 pemuda Soekarno dan Muhammad Hatta memproklamirkan kemerdekaan Republik Indonesia, sebuah revolusi telah terjadi. Proklamasi itu mengakhiri 3,5 abad penjajahan negeri ini.[9] Lewat revolusi itu, suatu lompatan besar tercipta: Indonesia merdeka!

Kemudian, menurut iklan itu pula bahwa adalah sebuah revolusi yang dihasilkan oleh IPTN lima windu berikutnya. Pada bulan Juni 1983, IPTN mampu menciptakan lompatan besar dibidang kedirgantaraan dengan mengikuti pameran kedirgantaraan ke 35 di Paris. Pada tahun itu, Indonesia sebagai pendatang baru di industri pesawat terbang mengumumkan karakteristik sebuah pesawat terbang yang akan dibuatnya, CN-235. Pesawat angkut serba guna tersebut bermesin turboprop CT7-7a (buatan General Electric) berkekuatan 1700 tenaga kuda.

Dan 3 tahun kemudian, pada Indonesia Air Show 1986 di Jakarta, CN-235 muncul sebagai salah satu bintang pameran ini. Ketika pada September 1983 pesawat ini pertama kali diluncurkan, presiden Suharto memberinya nama **Tetuko** – nama lain **Raden Gatotkaca,** tokoh dunia pewayangan yang bisa terbang tinggi dan sakti mandraguna, yang memperoleh kesaktiannya secara revolusioner, lewat penggodogan di **kawah Candradimuka** (semua cetak tebal dari penulis).[10]

Pemberian nama Tetuko tersebut akan semakin terasa mendesak kepentingannya mengingat bahwa "warisan kuno" dari leluhur tersebut ternyata mulai bersifat **rapuh** dalam perilaku warga RI modern pada masakini. Setiap orang tahu bahwa "pop culture" juga sedang melanda di kalangan generasi muda penerus bangsa Indonesia. Arswendo Atmowiloto yang pengasuh tabloid remaja **Fantasi** mengaku bahwa majalahnya, pada waktunya nanti, juga akan memperkenalkan dunia pewayangan untuk para pembaca. Akan tetapi, katanya, "... kalau pertama kali saya pasang Gatotkaca, nggak ada yang mau."[11] Juga, group usaha media cetak Kedaulatan Rakyat di Yogya semula pernah menerbitkan majalah untuk remaja dengan nama Gatotkaca. Tetapi, dalam perjalanan selanjutnya hanya nama "Kaca" yang terang-terangan dicetak. Mungkin nama "Kaca" dianggap lebih kelihatan modern di mata kalangan pembaca remaja?! Tidak hanya kalangan anak-anak dan remaja, bahkan kalangan universitaspun sempat ikut melecehkan kebudayaan pewayangan tersebut.[12]

Lalu, iklan tersebut juga menyatakan bahwa "revolusi memang menjadi ciri khas PT Industri Pesawat Terbang Nusantara (IPTN)." Pesawat jenis CN-235 alias Tetuko tadi diciptakan ketika IPTN sendiri – yang lahir pada 23 Agustus 1976 – belum genap berusia satu dasawarsa. Sebuah bayangan bahwa bangsa Indonesiapun sudah mampu "lepas landas" menuju dunia kehidupan HITEK sejajar dengan bangsa-bangsa dari "Dunia Pertama" diungkapkan sebagai:

> Suatu lompatan besar bagi bangsa yang baru memasuki industri kedirgantaraan. Itulah perwujudan kemampuan teknologi pembuatan pesawat terbang yang merupakan pijakan untuk langkah-langkah berikutnya.[13]

Entah dengan memperhitungkan atau tidak memperhitungkan siapa-siapa sebenarnya pembaca surat kabar harian(!) Republika, iklan tersebut lalu menguraikan keunggulan bintang baru tersebut. Pesawat terbang N-250 itu dirancang mampu "fly by wire" dan "yang sepenuhnya hasil rancang bangun bangsa Indonesia dan berorientasi pasar."[14] Pesawat jenis ini diharapkan muncul tahun 1995. Dilengkapi dengan gambar sketsa teknis dari pesawat N-250 (dengan keterangan bahasa Inggris), lalu iklan ini mengakhiri dengan kalimat,

> Dengan berbagai keunggulan ini, bisa diramalkan, kelak N-250 akan menjadi salah satu primadona armada penerbangan regional, bukan hanya di dalam negeri, melainkan juga di dunia internasional. Saat itulah revolusi penerbangan regional terjadi.

Mudah ditebak bahwa iklan itu sebenarnya bukan pertama-tama urusan, maksud dan tujuan bidang disiplin ilmu milik para insinyur dan teknolog dari IPTN. Bisa jadi itu adalah siasat kebudayaan hasil rekaan departemen kreatif dari sebuah perusahaan iklan; yang tentunya direka-reka secara lintas ilmu oleh para antropolog, psikolog, sosiolog dan para ahli komunikasi massa. Tentu, untuk jasa kreatifitas mereka, tersedia imbalan selayaknya dari para menejer pemasaran BUMN RI, PT IPTN tersebut.

2. Kesatuan Bahasa, Keabadian & Resiko Gagal

Masih sangat berkaitan dengan peran pengaruh wayang atau kebudayan Jawa pada umumnya dalam isi iklan di atas, belum lama ini di Yogyakarta dipublikasikan sebuah laporan berjudul **"Piwulang Presiden Soeharto untuk Lomba kaligrafi Jawa."** Laporan ini ditulis

oleh seorang sastrawan, E. Suharjendro.[15] Dalam rangka lomba lukis kridasastra (kaligrafi) Jawa di Yogya pada bulan Februari 1993, dilaporkan bahwa panitia menetapkan dua puluh kalimat piwulang (pelajaran) dari pak Harto yang boleh dikaligrafikan oleh peserta remaja dan dewasa. Suharjendro mengungkap bahwa bagi sementara orang Jawa, lukisan kaligrafi biasanya dipasang sebagai "hiasan" pada dinding "depan senthong tengah" rumah mereka. Senthong adalah kamar tidur suami-isteri pemilik rumah.

Menarik perhatian bahwa kalimat-kalimat piwulang dari pak Harto tersebut diterbitkan oleh putri sulungnya, Siti Hardiyanti Rukmana. Semua orang kenal bahwa mbak Tutut ini sesungguhnya adalah orang yang bukan dari kalangan cerdik cendikia di kampus dan juga bukan dari kalangan birokrat penguasa.[16] Buku tersebut dibagi dalam dua bagian besar yang terdiri dari ratusan ujaran berisi Pituduh (Pedoman) dan Wewaler (Larangan) bersumber dari khasanah kebudayaan dan sastra Jawa – yang juga terungkap dalam kebudayaan pewayangan.[17] Masing-masing bagian itu memuat enam topik tentang: Ketuhanan YME, Kerohanian, Kemanusiaan, kebangsaan, Kekeluargaan dan Kebendaan. Prakata dalam buku yang diterbitkan dalam rangka perkawinan pak Harto dan bu Tien yang ke 40, tanggal 26 Desember 1987, tersebut menyebutkan,

> Bapak mencoba menyusun butir-butir Pituduh (Pedoman) dan Wewaler (Larangan) tersebut dalam satu kumpulan, dengan harapan agar selalu diingat khususnya oleh putera-puterinya. Kami merasakan bahwa butir-butir Pituduh dan Wewaler tersebut sangat berharga dan besar manfaatnya sebagai salah satu petunjuk dan pegangan hidup dalam kami meniti kehidupan di dunia ini.[18]

Sementara pada halaman awal buku yang sama itu juga pak Harto sendiri berpesan dengan menuliskan, "buku ini saya berikan pada anak-anak sebagai pegangan hidup."

Apa yang menjadi kepentingan kajian dari tulisan ini yaitu bahwa "piwulang" yang semula adalah kumpulan "pasemon"[19] milik umum, pada giliran berikutnya sudah dicetak dan dibukukan sebagai sesuatu yang mirip fungsi sebagaimana sebuah kamus. Sebuah buku yang diharapkan berlaku abadi untuk generasi penerus. Konteks "kamus" tersebut (apalagi dengan penampilan teknologi cetakan yang eksklusif) menyebabkan proses tarik menarik antara kekuasaan dan pengaruh dalam memanfaatkan sebuah produk kebudayaan menjadi semakin pu-

dar. Pasemon terlanjur menjadi pendidikan, pengajaran dan perumusan yang semakin baku dalam relasi sosial antar manusia yang terlibat.

Perilaku sosial lalu menjadi terbaku-beku-kan dalam rumus "bapak – anakbuah" yang sering mengorbankan unsur "pasemon"nya.[20] Apalagi bilamana halnya terjadi secara mendadak atau tidak terduga, tanpa pikir panjang lagi pola itu yang diterapkan sebagai pola perilaku "instant" dalam aksi-aksi reaktif.[21] Atau, kalaupun bukan dalam relasi "bapak – anakbuah" tetap saja masih dalam sebuah hubungan kekerabatan yaitu antara "kakak dan adik"[22] Perilaku menghormati dalam paham manusia berakal yang perlu mengontrol spontanitas nafsunya akhirnya menjadi dasar bagi perbincangan antar kepentingan dalam masyarakat yang sesungguhnya adalah sesuatu yang bersifat plural.

3. Rekayasa "Images" & Demokratisasi Massal

Masalah berikutnya adalah: mengapa pihak yang dididik – dalam arti tertentu – begitu mudah untuk menerima atau menyetujui pengajaran para "pendidik"nya? Salah satu jawaban penting tentang itu yaitu bahwa kemajuan peran dan pengaruh media massa (cetak, elektronik, dll.). Pada zaman modern ini, media komunikasi massa sangat memanfaatkan apa yang disebut image (gambar rekaan) daripada sekedar memakai kata-kata yang dalam arti tertentu lebih rapuh untuk ditafsir secara berlainan. Dunia gambar rekaan – yang menjadi nyawa iklan untuk beragam kepentingan – sangat berperan dalam mempengaruhi gaya hidup dan pola perilaku warga negaranya. Rekayasa tersebut dilaksanakan secara jeli dan halus yang tidak lain mencerminkan hidup konsumeristis berorientasi pada kemakmuran Pembangunan ekonomi.[23]

Tidak berbeda dengan bahasa kata-kata, sebuah image juga salah satu media komunikasi simbolik. Akan tetapi, sebuah image mampu mengacu ke sesuatu makna secara khusus dan mampu membuat hadir sesuatu yang sebenarnya mangkir. Pengaruh rekayasa image seperti ini menjadi operatif dan effektif karena mengena pada panca indera atau tubuh manusia atau warga massa rakyat yang menyaksikannya. Sebuah image adalah sesuatu yang segera dapat disaksikan dan dialami melalui pancaindera manusia; daripada sebagai sesuatu media tertulis belaka.[24] Masalahnya, di tangan siapa pengaruh siasat kebudayaan tersebut berada?!

Siasat kebudayaan iklan massal yang diperkenalkan dan dihidupi oleh media massa seperti itu tak teringkari lagi telah "mempertobatkan"

massa rakyat Indonesia untuk meyakini akan sesuatu cara hidup tertentu. Kebudayaan massa seperti sering ditafsir sebagai salah satu bukti mengalirnya arus demokratisasi dalam hidup massa rakyat. Demokratisasi yang biasanya, antara lain, dipromosikan melalui siasat pemerataan pendidikan dan kemakmuran sebagaimana layaknya diprogramkan dalam Pembangunan bagi segenap kelas atau lapisan massa rakyat.[25] Akan tetapi, masalahnya yaitu bahwa pemerataan atau demokratisasi Pembangunan tersebut (atas jasa iklan juga!) biasanya dilaksanakan dengan dasar ukuran yaitu menaikkan taraf hidup ke kelas yang lebih tinggi. Bukan dengan usaha-usaha yang lebih untuk menyeimbangkan (atau menurunkan) gaya hidup berlebihan dari mereka yang selama ini sudah selalu berada di kelas atas.[26]

Dalam dunia rekayasa image ini pula pembangunan ekonomi berorientasi "Nilai Tambah" menjadi mudah untuk memberi kesan bahwa tujuan akhirnya adalah sebagai sebuah keniscayaan. Memang, bagi yang sudah berkepunyaan, pembangunan justru selalu mampu menghasilkan keinginan untuk menambah lebih banyak apapun yang masih mungkin. Akan tetapi, bagi pihak yang tidak punya, yang melarat, mereka hanya akan semakin sadar bahwa dirinya hanyalah "mahluk berkekurangan" – ketika dengan mata kepala sendiri menyaksikan pihak lain hidup bermewah-mewah.[27] Pembangunan sebagai sebuah hal konseptual hasil produksi pikiran manusia menjadi (seakan-akan) sebagai sesuatu yang "pasti" berhasil dan yang pada saatnya nanti pernah akan melandas – entah kapan dan di mana tidak menjadi penting – karena dijanjikan bahwa di sana ada yang disebut keselamatan.

Akhir Kata: Rekayasa Dunia Sehari-hari & Pengaruh Teo-Logi

Kajian intertekstualitas tentang iklan pesawat terbang, buku Pedoman & Larangan serta laporan tentang lomba kaligrafi di atas telah memberi contoh bagaimana dunia image mampu mempengaruhi perilaku atau aksi seseorang. Sebuah kaligrafi yang diharapkan mampu menerobos ke dalam senthong, ruangan paling "pribadi" dalam sebuah keluarga. Hal itu semua dikerjakan karena dalam sebuah hidup sosial, orang memang membutuhkan sesuatu media (entah dalam bentuk penafsiran, penerjemahan, perumusan, pengajaran, dll.) untuk mengkomunikasikan kepentingan antara yang satu dengan yang lain. Demi kepentingannya itu orang "rela" untuk menyesuaikan diri dengan pihak lain. Masalahnya – sebagaimana sudah dicontohkan dalam tulisan ini – kerelaan dan penyesuaian diri tersebut dapat direkayasakan oleh

pihak yang berkekuasaan (dan berilmu) bagi pihak yang dikuasai. Bahkan rekayasa dan kontrol atas bahasa atau bentuk presentasi lainnya tersebut seringkali disiasatkan secara menyenangkan dan tidak sewenang-wenang.[28]

Mengingat hal tersebut, kewaspadaan terhadap rekayasa dunia image menjadi perlu. Sebuah image mampu memberi aroma yang membuat orang – terkenang akan sesuatu yang klasik dari warisan leluhur sebagaimana diterbitkan oleh mbak Tutut dalam buku Pedoman yang dicetak luks, eksotik, dalam dua versi huruf Latin dan "Hanacaraka" dan terbit dalam bahasa Jawa, Indonesia dan Inggris[29] Penerbitan ini secara jeli (dibayangkan) memberi nada misioner dan universal bila dimiliki "pembeli" berbahasa Indonesia dan Inggris. Sebuah kitab pedoman hidup "religius" bagi setiap generasi penerus dan dimaksudkan mampu menggusur atau menjauhkan kekhawatiran akan Masa Depan dari hidup sehari-hari yang toh akan berakhir pada kematian.[30] Apalagi ketika sebagian kata-kata pedoman itu – entah dengan alasan apapun – dirubah menjadi kaligrafi yang akan dipasang di kamar tidur, ruang paling pribadi seseorang. Benda kaligrafis yang diharapkan berdaya meredam dan menangguhkan ketegangan antara kenyataan hidup sehari-hari dengan ketakterdugaan hidup hari esok.

Sejarah dunia telah mencatat bahwa "bisnis" media massa cetak atau elektronik yang berkaitan (langsung maupun tidak langsung) dengan teks Kitab Suci juga berdampak dalam perbincangan tarik menarik antara kekuasaan dengan pengaruh sebagaimana telah dikaji di bagian muka tadi. Arus demokratisasi dalam penafsiran teks-teks suci – misalnya sejak peristiwa Reformasi oleh Luther – telah mempengaruhi (entah membantu atau bahkan membingungkan) banyak orang untuk menyiasati kehidupan sehari-hari mereka. Benar bahwa dalam batas-batas tertentu kekristenan lebih "mengiklankan" **Sabda** daripada sekedar sebuah **alkitab.** Sesungguhnya, apa yang dikhawatirkan para pemegang kekuasaan pada masa sekitar peristiwa Reformasi – adalah bukan pada masalah tersedianya buku atau bentuk cetakan lainnya dari teks suci. Apa yang mereka khawatirkan yaitu hal penyebarluasan teks bagi konsumen yang dianggap tidak terlatih dalam penafsiran yang sepantasnya dan semakin populernya bentuk-bentuk media komunikasi yang massal, spektakular[31] dan otoriter[32] dalam menyampaikan kepentingan-kepentingannya.

Pada dasarnya, "mengiklankan" Kabar Gembira sebagaimana dipesankan oleh Jesus adalah berarti juga sebuah usaha untuk "menjinakkan" (domestication) atau membuat konsensus terhadap kenyataan

kehidupan sehari-hari dengan surga atau "hidup" sesudah kematian di masa datang. Pada awal abad ini, misalnya, almarhum Mgr. Jayaseputra, S.J. (ketika masih sebagai frater) berpidato di hadapan peserta konggres misi internasional Belanda dan berkata,

> Dahulu, kami orang Jawa bagaikan ikan dalam air keruh yang menyesakkan, berkeliaran mendambakan udara segar dan bernafas lega. ... Dengan pemberian keselamatan dari agama saudara, kami sekali waktu akan bertempat tinggal dalam dunia yang lebih indah itu untuk selama-lamanya.[33]

Tidak ragu lagi, pertobatan adalah juga sebuah proses domestikasi tentang sebuah masa depan, antara lain yaitu kematian. Pengalaman tentang kematian – yang sekali waktu pasti akan dialami – ditunda lewat rekaan perbincangan tentang sesuatu "Masa Depan" yang mampu mendefinisikan kesinambungan kenyataan masalalu dan masakini manusia dengan sebuah imajinasi "keberadaan" di masadepan; di sesuatu saat dan sesuatu tempat – entah yang macam mana.[34]

Adalah keterbatasan penulis dalam konteks penerbitan ini untuk tidak dapat memperbincangkan lebih jauh kekhasan dari peristiwa Jesus dengan penderitaan, kematian dan kebangkitannya yang bersifat eskatologis itu. Selama ini peristiwa Jesus (nama yang semakin dilupakan karena digusur dengan istilah Kristus!?) juga telah di(re)presentasikan oleh para ahli Teo-Logi dalam beragam rekayasa lambang atau image seperti ritus, sakramen, dll. Lambang-lambang yang memang sungguh menjadi operatif dan effektif dalam proses **pengajaran & pertobatan** bagi dan bersama jemaat (kristiani).[35] Meskipun, teologi (Gerejani) yang sama itu juga sesungguhnya tidak terbebas dari kerapuhan lambang-lambang yang dimanfaatkannya. Kerapuhan yang sekaligus membawa kerawanan akan munculnya kebosanan dan kekerasan dalam praktek hidup sehari-hari jemaat. Gereja dan jemaat yang sedang berziarah menuju ke Firdaus atau Surga – atau apapun juga namanya – sebagai sesuatu dari sebuah Masa Depan yang ada diseberang batas-batas Kematian manusia itu.

CATATAN

1 Lihat, Tim Penyusun, ***Kamus Besar Bahasa Indonesia*** (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).

2 Gagasan ini muncul sesudah pembacaan terhadap buku tulisan Vicente L. Rafael, ***Contracting Colonialism:*** *Translation and Christian Conversion in Tagalog Society under Early Spanish Rule* (Manila: Ateneo de Manila University Press, 1988), h.ix-x.

3 Lihat, Anderson, B.R.O., "Gagasan Tentang Kekuasaan Dalam Kebudayaan Jawa" dalam, Budiardjo, Miriam, (ed.), *Aneka Pemikiran Tentang Kuasa dan Wibawa*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1984), hlm. 99.

4 Rafael, Vincente, 1988, op. cit., hlm. 7.

5 Adalah James T. Siegel yang pernah mengkaji masyarakat dan kebudayaan Jawa di Solo yang mencatat bahwa bilamana ada pencuri tertangkap, biasanya dia akan segera di(h)ajar oleh penduduk. "Pelajaran" ini dimaksudkan supaya akhirnya berteriak "kapok" (baca: bertobat) yang berarti dia menyetujui aturan main atau budibahasa dari para peng(h)ajarnya. Siegel, James T., *Solo in the New Order: Language and Hierarchy in an Indonesia City* (Princeton: Princeton University Press, 1986), hlm. 47-49.

6 Robert Conckling, seorang pengamat politik Indonesia, pernah membedakan antara apa yang disebut kekuasaan ("power") dengan pengaruh ("influence"). Sebuah kekuasaan biasanya terkait pada pribadi seseorang, kelompok atau perkumpulan yang bergerak dalam tatanan hidup sosial. Sementara sebuah pengaruh berkaitan dengan gagasan, ajaran atau kepercayaan tertentu yang berada dalam lingkungan ideologis. Selain itu, sebuah pengaruh hanya bersifat mendukung sementara sebuah kekuasaan bersifat memaksa. Warga masyarakat hanya akan secara sukarela ikut pada sebuah pengaruh. Kekuasaan justru minta ketaatan. Lihat, Robert Conkling, "Power and Change in an Indonesian Government Office," dalam *American Etnologist* 1984, hlm. 265.

7 Ib.id., h.268, lihat juga, Glicken, Jessica, "Sundanese Islam and the Value of Hormat: Control, Obedience, and Social location in West Java", dlm: Kipp, R.S., & Rodgers, S., (eds.), *Indonesian Religions in Transition*, (Tueson: The University of Arizona Press, 1987), hlm. 238-252.

8 Republika: 24 Mei 1994.

9 Tentu saja masih boleh diperdebatkan mengenai pernyataan "3,5 abad penjajahan "di atas. Para sejarawan kiranya juga maklum bahwa VOC adalah sebuah usaha dagang swasta dan bukan sebuah lembaga dengan kepentingan "Negara" dari kerajaan Belanda.

10 Dalam sejarah politik kekuasaan di Indonesia, siasat kebudayaan pewayangan (Jawa) seperti dalam teks di atas memang sering dimanfaatkan. Dalam kampanye politiknya Bung Karno juga suka memanfaatkan tokoh-tokoh pewayangan. Misalnya, Sukarno dengan nama kecilnya Kusno ini (maupun rekan-rekannya sejaman) mengidentifikasi kepribadian Bung Karno seperti tokoh Bima (ayah Gatotkaca). Bima sebagai ksatria atau pemuda ideal Indonesia yang paham bahwa "revolusi belum selesai." Lihat, misal-

nya: Dahm, Bernhard, *Sukarno dan Perjuangan Kemerdekaan* (Jakarta: LP3ES, 1987), h. 31-32, 48-49. Lihat juga Carey, Peter, "Mitos, Pahlawan dan Perang," dalam Wild, C., & Carey, Peter, (eds.) *Gelora Api Revolusi* (Jakarta: BBC & Gramedia, 1986), hlm. 8.

11 Lihat wawancara dengan Arswendo dalam tabloid *Detik*, no. 64, 1-7 Juni 1994.

12 Pada tanggal 15 Juli 1994 yang lalu, sekelompok mahasiswa dan dosen di Universitas Gadjah Mada sempat mementaskan kesenian "Wayang Orang Gerr" dengan judul "Lesmono Broken Heart."

13 Bagi masyarakat (termasuk anak kecil) di Indonesia, apa yang disebut pesawat terbang selama ini sering menjadi simbol effektif untuk sesuatu yang disebut "modern." Tabloid remaja **Kaca** terbitan Yogya yang berslogan "Citra Putra Merdeka," menulis tentang "Pengin rasakan naik pesawat buatan Indonesia: Pesawat-pesawat IPTN Makin Canggih dan Nyaman." Di situ diungkapkan: "Pernah naik pesawat terbang? Naik pesawat terbang itu mahal. Ongkosnya beda dengan kalau naik bus. Apalagi naik becak. ... Tapi, ternyata tak semua remaja sudah pernah merasakan naik pesawat. Ke Jakarta, kan cuma 50 menit dari Yogyakarta? Dengan teknologi yang diterapkan dan terus menerus disempurnakan, orang akan semakin "ketagihan" naik pesawat. Sebab, seperti mimpi saja layaknya." (**Kaca**: no.19, th.24. 5-19 Juli 1994, h.14). Lihat juga isi lukisan rekaan yang tercetak pada uang lembaran limapuluhribuan rupiah Indonesia.

14 Justru tentang kedua sifat andalan inilah "almarhum" majalah **Tempo** (5 Maret 1994) meragukan kebenarannya dengan mengungkap bahwa (1) secuil sistem fly by wire hanya akan mempertinggi ongkos produksi yang tidak sebanding dengan singkatnya jam terbang pesawat kelas menengah ini, (2) bilamana tanpa pemasaran protektif di dalam negeri, sangat sulit bersaing dengan produsen pesawat sekelasnya yang diproduksi Jepang, Swedia, Belanda, Perancis-Itali, dll. Balik menjawab, IPTN menganggap bahwa ulasan majalah Tempo bisa jadi berdasar dari "jiwa kroco" dan mempertanyakan mengapa majalah tersebut begitu sinis dan bersikap a-nasionalis terhadap bangsa sendiri (Republika: 7 Maret 1994).

15 Kedaulatan Rakyat: 20 Februari 1993.

16 Rukmana, Siti Hardiyanti, *Butir-butir Budaya Jawa. Hanggayuh Kasampurnaning Hurip Berbudi Bawaleksana Ngudi Sejatining Becik* (Jakarta: Citra Lamtoro Gung, tanpa tahun).

17 Buku ini menyebutkan bahwa sumber dari ratusan ujaran tentang pedoman dan larangan tersebut berasal dari ajaran lisan turun-temurun. Sumber tertulis diperoleh dari misalnya: kitab Centini (awal abad 19), Cipto Hening (atau Arjuna), naskah Arjunawiwaha karangan Mpu Kanwa (tahun 1030), teks Jakalodang dan Kalatida tulisan Ronggowarsito, teks Nitisastro, Wedatama dan Wulangreh. Lihat, Rukmana, Hardiyanti, op. cit., hlm. 199-203.

18 ib.id., h.v.

19 Pasemon adalah sebuah pernyataan bersayap yang bermakna ganda yang bisa dimengerti oleh pembaca atau pendengar; tetapi tidak melukai dan menuding langsung yang bersalah. Lihat, "Jagad 'Pakeliran' Wayang Kulit: Petruk-Garengpun Diminta Bicara Soal PLTN," dalam Kompas: 1 Mei 1994.

20 Untuk perbincangan yang lebih mendalam tentang semakin membakunya relasi "bapak – anakbuah" dalam tiga dasa warsa terakhir ini, dapat dilihat tulisan Saya Shiraishi,

"Pengantar, or Introduction to New Order Indonesia," dalam *Indonesia*, no. 50 (October) 1990, Cornell SEAP, h.119-157. Shiraishi mengemukakan betapa "kacau" atau "kesepiannya" bilamana ada seseorang (anakbuah) sampai tidak mempunyai "kenalan" (dalam jaringan relasi dan koneksi dari bapaknya) dalam kebiasaan hidup di Indonesia modern sekarang ini. Menurut Shiraishi, hal itu mudah terjadi karena kebanyakan orang Indonesia mudah tercekam pada gejala (bawah sadar?) untuk "sayang anak."

1 Misalnya dalam kasus dalam Pemilu 1992 di Yogya yang baru lalu. Lihat, Budi Susanto S.J., *Peristiwa Yogya: Siasat Politik Massa Rakyat Kota* (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm.9-14; khususnya pada bagian Pendahuluan.

2 Ketika berpolemik tentang kelayakan ekonomis IPTN, suatu ketika Habibie menganggap sesama cendekiawan, para ekonom (kebetulan berusia lebih muda) seperti Syahrir, Pande Raja Silalahi dan Kwik Kian Gie sebagai "adik-adik" dalam konteks sebuah keluarga. Kritik dari mereka-mereka itu diibaratkan sebagai "super computer yang selama ini mendapat input data yang kurang lengkap. Akibatnya, keluarnyapun kurang memadai." (Republika: 17 Juni 1993).

3 Bukan suatu kebetulan atau sesuatu yang tanpa arti kalau dalam era ORBA Indonesia modern belanja iklan media massa telah mencapai trilyunan rupiah! Belanja iklan nasional selama tahun 1993 adalah sebesar 1,381 trilyun rupiah dengan perincian, semua dalam milyar rupiah: suratkabar = 484, majalah = 108, radio = 113, bioskop = 10, televisi = 613 dan luar ruang = 53). Untuk tahun 1994 belanja itu diperkirakan akan mencapai 1,66 trilyun rupiah yang berarti meningkat 20,4 % dari tahun lalu. Sementara kalau termasuk industri penunjang iklan seperti "production house" dan jasa pembuatan film-film pendek (video clip), maka proyeksi tersebut akan menjadi sebesar 2,3 trilyun rupiah. Sumber: PPPI, Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia 1994, sebagaimana dikutip oleh **Republika**: 27 April 1994.

24 Lihat komentar Marilyn Strathern terhadap tulisan Roger M. Keesing, "Anthropology as Interpretive Quest," dalam *Current Anthropology*, vol.28., no.2, April 1987, hlm.174.

25 Mungkin dalam konteks ini pula, pada tahun 1994 ini Pemerintah Orde Baru mulai menggalakkan dua siasat Pembangunan yaitu: "WAJAR" sembilan tahun dan pembagian dana "IDT"?!

26 Brantlinger, Patrick, *Bread & Circuses: Theories of Mass Culture as Social Decay* (Ithaca: Cornell University Press, 1983), hlm. 31.

27 Lihat, Dubois, Marc, "The Governance of the Third World: A Foucauldian Perspective on Power Relations in Development," *Alternatives* 16, 1991, hlm. 27.

28 Michel Foucault pernah mengatakan, "kekuasaan tidak lagi dijalankan sekedar sebagai sebuah pemaksaan atau larangan terhadap mereka yang dikuasai. Sesungguhnya, kekuasaan begitu meresap dan ditularkan justru melalui "selera" orang-orang yang dikuasai itu sendiri." Lihat, *Discipline & Punish* (New York: Vintage Books, 1979), hlm. 27.

29 N.K. Florida seorang ahli sejarah dan filologi Jawa telah mengungkapkan bahwa selama ini kebanyakan sastra (adiluhung) Jawa tetap tinggal sebagai sesuatu yang imajinatif; daripada sebagai sesuatu teks yang sebenarnya enak dan perlu "dibaca" – dengan segala resiko hasil penafsirannya. menurut dia, perilaku seperti itu dipengaruhi juga oleh paham "keklasikan"dalam tradisi filologi Belanda yang suka menganganken

sebuah "Zaman Keemasan" dari masa lalu. Lihat, Florida, Nancy K., "Reading the Unread in Traditional Javanese Literature," dalam **Indonesia**, no. 44, October 1987, Cornell SEAP, hlm. 1-16.

30 Me-religius-kan sebuah teks seperti itu akan mudah dilakukan, misalnya, melalui rumus "religion" berkonteks antropologi budaya simbolik berikut ini: "Sebuah sistem simbol-simbol yang berlaku untuk menetapkan suasana hati dan motivasi-motivasi yang kuat, yang meresapi, dan yang tahan lama dalam diri manusia dengan merumuskan konsep-konsep mengenai suatu tatanan umum eksistensi dan membungkus konsep-konsep ini dengan semacam pancaran faktualitas, sehingga suasana hati dan motivasi-motivasi itu tampak khas realitas." Geertz, Clifford, *Kebudayaan & Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 1992), hlm. 5.

31 Media massa cetak dan elektronik modern cenderung untuk memberi tontonan audio-visual secara massal dengan resiko si penerima kehilangan penglihatan & pendengaran terhadap hal-hal yang sesungguhnya memang "tak terlihat dan tak terdengar." Lihat, Patrick Brantlinger 1983, op.cit., hlm. 254, 260.

32 Patison, Robert, *On Literacy: The Politics of the Word from Homer to the Age of Rock* (New York: Oxford University Press, 1982), hlm. 71, 100.

33 Lihat, Budi Susanto, S.J. (ed.), *Harta dan Surga: Peziarahan Jesuit dalam Gereja dan Bangsa Indonesia Modern* (Yogyakarta: Kanisius, 1990), hlm. 19.

34 Lihat, Rafael, Vincente, 1988, op. cit., hlm. 169, 194.

35 Suatu produk khas teologis selama ini, yaitu kemampuannya untuk menulis (dalam jutaan kata-kata dan kalimat) dan menjelaskan atau merumuskan tentang apa yang disebut Kematian dan Keabadian surgawi. Padahal, sesungguhnya belum ada seorang teologpun yang pernah mengalami Kematian itu!