

## PERAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER INTELEKTUAL DI DUNIA PENDIDIKAN

Drs. Arcadius Benawa, M.Pd.

Universitas Multimedia Nusantara  
Jl. Boulevard, Scientia Garden, Gading Serpong, Tangerang  
Telp. (021) 54220808 / 37039777, Fax. (021) 54220800

### Abstraks:

*Reality right now indicates that communication media grows continuously and move so fast. In fact our world becomes a big village or borderless because of communication media. It's really true that communication media gives big and good contribution for education, but how far we realize that communication media used to built intellectual characters among the students and lecturers also?*

**Kata Kunci:** media communication, intellectual characters, education.

### Pendahuluan

Masalah karakter intelektual mengemuka lewat pernyataan keprihatinan Bapak Pendidikan Amerika Serikat John Dewey (1933). Dewey memprihatinkan adanya orang yang berpendidikan memadai (*well educated person*), tetapi tidak memiliki cara dan sikap berpikir yang baik (*poor thinking*).

Pernyataan keprihatinan Dewey ini sempat memancing rasa penasaran sejumlah pendidik. Pendidik yang tersulut antara lain Steven Covey yang kemudian me-launching bukunya yang amat populer, yaitu *The Seven Habits of Highly Effective People* (1989). Tokoh lain adalah Daniel Goleman, yang kemudian melahirkan temuannya tentang kecerdasan emotional (*Emotional Intelligence*, 1995). Kemudian, - dan inilah yang menjadi sorotan penulis - adalah Ron Ritchhart. Bagi Ritchhart sungguh menggelisahkan bagaimana mungkin seseorang yang berpendidikan memadai tidak mampu berpikir dengan baik.

Untuk itu Ritchhart mengadakan riset selama 7 tahun, yang hasilnya dituangkannya dalam buku *Intellectual Character* (2002). Menurutnya ada 6 karakteristik di dalam karakter intelektual yang harus dibangun se-

lama orang menjalani pendidikan, yaitu (1) *open minded* (sikap terbuka dalam berpikir), (2) *curiosity* (keingintahuan), (3) *metacognitive* (berpikir reflektif), (4) *seeking truth and understanding* (mencari kebenaran dan pemahaman), (5) *strategic thinking* (berpikir strategis), dan (6) *skeptical thinking* (berpikir skeptis dalam arti baik, yakni meragukan setiap kebenaran dalam rangka mempertanyakan kembali sehingga terjadi mekanisme dekonstruksi dalam rangka merekonstruksi kebenaran).

Pertanyaannya sekarang adalah adakah peran media komunikasi dalam pembentukan karakter intelektual di dunia pendidikan, dan sejauh mana media komunikasi berkontribusi dalam pembentukan karakter intelektual? Pertanyaan ini terasa penting diajukan agar sekurang-kurangnya lembaga pendidikan seperti Universitas Multimedia Nusantara (UMN), yang mengalaskan proses pendidikannya pada pelbagai media komunikasi. Apalagi UMN memiliki motto "*Excellent Career Begins with Excellent Education*". Pastinya UMN juga ingin menghasilkan lulusan yang memiliki karakter intelektual.

### Peran Media Komunikasi dalam Revolusi Pendidikan

Bicara tentang peran media komunikasi di dalam dunia pendidikan, ingatan penulis segera tertuju pada Sir Eric Ashby yang berpendapat bahwa dunia pendidikan mengalami 4 tahap revolusi. Revolusi pendidikan yang mutakhir tidak luput dari peran media komunikasi. Pendapat Ashby tentang revolusi pendidikan seperti disadur oleh Yusufhadi Miarso dalam *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan* (2005) itu adalah sebagai berikut.

Revolusi pertama terjadi pada saat orang tua atau keluarga menyerahkan sebagian tanggung jawab pendidikannya kepada orang lain yang secara khusus diberi tanggung jawab untuk itu. Misalnya, kaum Sufi yang pada sekitar 500 SM menjadi 'penjual ilmu pengetahuan' kepada siapa saja yang bersedia memberinya upah atau imbalan.

Revolusi kedua terjadi pada saat guru sebagai orang yang dilimpahi tanggung jawab untuk mendidik. Pengajaran pada saat itu diberikan secara verbal/lisan, dan kegiatan pendidik mulai dilembagakan dengan berbagai ketentuan yang dibakukan. Seperti halnya revolusi pertama tidak dapat diketahui kapan terjadinya, demikian pun revolusi kedua. Namun, dapat diterima bahwa hal itu telah dan masih terjadi.

Revolusi ketiga muncul dengan ditemukannya mesin cetak, yang memungkinkan tersebarnya informasi *iconic* dan *numeric* dalam bentuk buku atau media cetak lain. Buku hingga saat ini dianggap sebagai media utama selain guru demi keperluan pendidikan. Revolusi ini masih terus terjadi sehingga ada ungkapan bahwa masyarakat belajar adalah masyarakat yang membaca.

Revolusi keempat berlangsung dengan adanya perkembangan pesat di bidang media komunikasi elektronik. Yang paling menonjol adalah media komunikasi, seperti radio, televisi, dan tape yang berhasil menembus batas geografi, sosial, dan politis secara lebih intens daripada media cetak. Dengan demikian, muncullah konsep keterbacaan (*literacy*) baru, yang tidak sekadar menuntut pemaha-

man deretan huruf, angka, kata, dan kalimat, tetapi juga pemahaman visual. Beberapa ahli menengarai bahwa perkembangan media komunikasi ini menjadikan dunia makin kecil menjadi "*global village*" sehingga semua warganya dapat saling mengenal dan saling bergantung.

Miarso bahkan menengarai kini telah terjadi revolusi kelima, dengan ditemukannya media komunikasi maya atau *new media*, seperti, internet dengan segala variasinya (situs web, blog, milis, *facebook*, dll). Sebab, dengan adanya media maya ini pendidikan dapat diselenggarakan dengan bentuk-bentuk yang sebelumnya tidak pernah terjadi. Misalnya, adanya sekolah atau Universitas Terbuka yang menerapkan pembelajaran jarak jauh tempat tutorial dan modul dapat diikuti oleh siswa/mahasiswa (*student*) melalui media maya. Selain itu, belajar mandiri juga lebih dimungkinkan karena media maya memberi sejumlah kemudahan untuk siapa pun dalam mencari informasi literer maupun visual.

### Media Komunikasi, Media Pendidikan

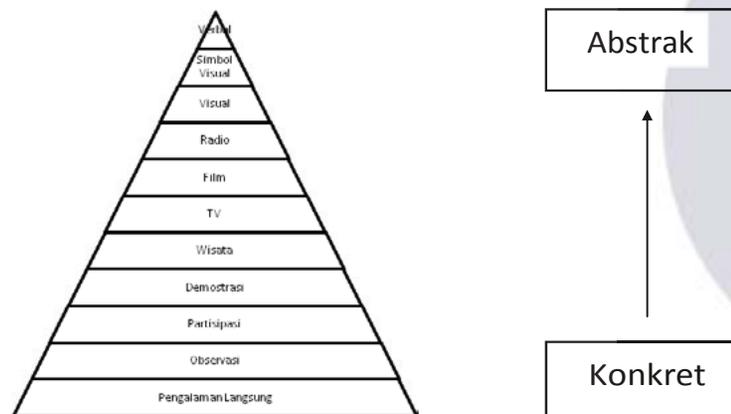
Sebagaimana terpapar dalam revolusi pendidikan, peran sentral media komunikasi di dunia pendidikan tidak dapat disangkal. Itu sebabnya Arief S. Sadiman menegaskan bahwa media komunikasi pada hakikatnya adalah media pendidikan. Sebab, menurutnya proses belajar mengajar pada hakikatnya adalah proses komunikasi, yaitu proses penyampaian pesan dari sumber pesan melalui saluran/media tertentu kepada penerima pesan.

Dalam perkembangannya, media yang semula hanya dipahami sebagai alat bantu mengajar guru/dosen (*teaching aids*), kemudian berkembang menjadi alat bantu yang bersifat visual (alat bantu visual), misalnya gambar, model, objek, dan alat-alat lain. Media ini dapat digunakan untuk memberi pengalaman konkret, meningkatkan motivasi belajar, dan mempertinggi daya serap *student*.

Pada sekitar pertengahan abad ke-20 mulai masuk pengaruh teknologi audio. Dengan demikian, alat bantu visual untuk mengkonkretkan ajaran dilengkapi dengan alat

bantu audio sehingga dikenal media yang berupa *audio visual aids* (AVA).

Dari perkembangan media komunikasi sebagai media pendidikan, Edgar Dale, seperti disadur Sadiman, mengklasifikasikannya dalam kerucut pengalaman (*cone of experience*).



Gambar 1. Kerucut Pengalaman Edgar Dale

Seperti tampak dalam gambar kerucut pengalaman Dale, jelas betapa media komunikasi seiring dengan perkembangannya berkontribusi besar dalam dunia pendidikan, terutama sebagai media pendidikan, sumber belajar, dan metode pembelajaran. Melalui revolusi pendidikan yang keempat dan lebih lagi yang kelima (versi Miarso), betapa sumber belajar, media belajar, dan metode belajar menjadi amat kaya berkat perkembangan media komunikasi.

Sumber belajar yang dimengerti sebagai acuan atau rujukan dalam menggali informasi dalam proses pembelajaran kini tidak lagi terbatas dari guru dan buku. Namun, jauh lebih luas dan beraneka ragam. Apapun, baik orang, binatang, barang, alam, dan sebagainya, bisa menjadi sumber belajar.

Media belajar yang dipahami sebagai alat yang digunakan di dalam proses pembelajaran juga semakin kaya. Melalui kerucut pengalaman

Edgar Dale media belajar dan pembelajaran itu rentangnya luas sekali mulai dari yang paling konkret sampai yang sangat abstrak.

Dengan demikian, sumber belajar bisa menjadi media belajar, demikian sebaliknya, bergantung dari peruntukannya, sedangkan metode belajar jelas menjadi lebih bervariasi

dan menyenangkan berkat perkembangan media komunikasi yang demikian pesat. Itulah sebabnya, dengan media komunikasi yang semakin maju dengan pesat hasrat belajar semestinya semakin bertumbuh karena proses belajar pun semakin bervariasi dan menarik.

#### Media Komunikasi dalam Pembentukan Karakter Intelektual

Terkait dengan pembentukan karakter intelektual, dahsyatnya perkembangan media komunikasi mau tidak mau yang berkecimpung di dunia pendidikan, baik *student* maupun guru/dosen harus *open minded*. Ia tidak bisa lagi menjadi katak dalam tempurung atau menjadi jago kandang. Guru/dosen pun tidak layak lagi dengan gaya lamanya sebagai “pemutar kaset”. *Student* pun tak memadai lagi hanya mengandalkan catatan dari aktivitasnya di kelas, apalagi hanya *copy paste* dari cata-

tan teman, bahkan dari materi yang diberikan guru/dosen sekalipun.

*Open minded* sebagai keniscayaan karakter intelektual ini erat terkait dengan karakteristik kedua, yakni *curiosity*. Justru di era media maya ini *curiosity* mendapat ruang dan kesempatan luas. Hal ini juga terkait dengan kesadaran baru adanya aneka sumber belajar. Artinya, kita bisa belajar dari dan dengan siapa saja dan apa saja. Media komunikasi, apalagi media maya sangat terbuka untuk memuaskan *curiosity* siapapun.

Dari pengalaman puluhan tahun mendampingi student belajar, tugas terpokok dari dosen yang tidak mudah adalah memotivasi student untuk mengembangkan *curiosity*. Sebab, pengalaman juga menunjukkan ketika *curiosity* dapat ditumbuhkan dalam diri student, pembelajaran menjadi menyenangkan dan sangat interaktif. Itu sebabnya, Yusufhadi Miarso sebagai begawan Teknologi Pendidikan di Indonesia mulai merintis tes bagi mahasiswa dengan meminta mahasiswa membuat pertanyaan. Hal itu melawan arus dari yang biasa terjadi, yakni mahasiswa diminta untuk menjawab soal atau pertanyaan. Hal serupa juga sudah dilaksanakan di Sekolah Dasar Kanisius Mangunan, Kalasan, yang dirintis Alm. Romo J.B. Mangunwijaya, Pr. Sekolah Mangunan membiasakan siswa setiap Sabtu pagi melalui Kotak Pertanyaan mengumpulkan sejumlah pertanyaan secara tertulis tentang apa saja yang diamati di lingkungannya, kecuali tentang materi pelajaran wajib yang diselenggarakan sehari-hari.

*Curiosity* yang ditumbuhkan oleh Janet Teig, Ibu dari Isidor Isaac Rabi menghantar I. Rabi meraih hadiah Nobel Fisika pertama kali pada 1944 disusul pada tahun-tahun berikutnya. Ketika Rabi ditanya tentang pendidikan seperti apa yang ditanamkan di dalam keluarganya sehingga ia menjadi sehebat itu, ia mengatakan bahwa setiap pulang dari sekolah, Ibunya, Janet Teig itu selalu bertanya: “Apakah engkau tadi mengajukan pertanyaan yang baik di sekolah?”

Karakteristik intelektual ketiga adalah *metacognitive* (berpikir reflektif). Media

komunikasi yang menyediakan beragam informasi setiap waktu dapat memacu student maupun guru/dosen untuk berpikir ulang tentang banyak hal yang sudah diketahui selama ini. Apakah ia akan tetap pada konsep dan paradigma lama atau mau mengikuti yang baru, relevan, dan real? Atau, justru hal-hal baru yang ia peroleh dari media komunikasi itu diabaikan, karena tidak memberi pencerahan atau malah kontraproduktif.

Paus Yohanes Paulus II pernah mengusung tema “*Duc in Altum*” untuk perayaan hari komunikasi sedunia dalam Surat Apostoliknya “*Novo Millennio Ineunte*” pada tahun 2000 pada akhir Tahun Yobel Agung. Dalam Surat Apostolik itu Paus Yohanes Paulus II mengajak siapapun untuk berpikir reflektif atas banjir informasi berkat pesatnya kemajuan media komunikasi. Dengan demikian, diharapkan kita tidak mudah diombang-ambingkan oleh sejumlah informasi yang diusung oleh pelbagai media komunikasi.

Harus diakui bahwa guru/dosen mempunyai kesulitan tersendiri untuk menumbuhkembangkan *metacognitive* dalam diri student, apalagi kalau guru/dosen sendiri masih tercekoki paradigma lama bahwa mendidik student sama dengan mentransfer ilmu pengetahuan. Kalau demikian tentu saja tidak terjadi *metacognitive*, karena student dikondisikan untuk jatuh pada sikap menghafal pengertian, berorientasi pada jawaban benar versi guru/dosen, dan menjadi takut salah yang berujung pada takut berpendapat sendiri alias hanya bisa membeo. Padahal, sejarah menunjukkan hanya orang-orang yang mau berpikir ulang atas pengertian yang ia terima mampu memaknai ilmu yang digelutinya. Bila tidak, student hanya akan mengulang sejarah yang dibangun generasi sebelumnya, karena ia tak mau belajar dari sejarah. Maka peran penting seorang guru/dosen adalah mengajak *student* untuk berpikir reflektif, agar ia mampu belajar dari pengalaman diri sendiri maupun orang lain serta sejarah generasi sebelumnya. Dengan demikian, juga terjauhkan dari bahaya mengulang kesalahan yang sama, yang berakibat terjadinya stagnasi.

Karakteristik keempat dari karakter intelektual adalah *seeking truth and understanding*. Karakteristik ini menghadapi hambatan besar untuk tumbuh kembang di negara-negara atau keluarga yang kurang ada semangat demokratis. Palsunya, kendatipun media komunikasi membuka perspektif baru atas sejumlah kebenaran dan pemahaman. Namun, karena seseorang atau sekelompok orang itu sudah dikondisikan untuk hanya menelan utuh sejumlah kebenaran dan pemahaman, banyak hal dianggap dogma yang tinggal diterima utuh-utuh atau mentah-mentah. Padahal, realitas menunjukkan bahwa di bawah bumi ini tidak ada kebenaran mutlak. Yang ada adalah kebenaran relatif. Kebenaran dan pemahaman relatif itu mengandaikan peninjauan kembali atas bobot kebenaran yang disesuaikan dengan konteks waktu dan tempat tumbuh kembangnya kebenaran dan pemahaman tersebut.

Bagi guru/dosen yang tidak menumbuhkan *seeking truth and understanding* dalam dirinya maupun *student*-nya juga disayangkan. Karena dengan demikian apa yang diajarkannya kehilangan relevansinya. Inilah yang barangkali kerap membuat para *student* menjadi mudah "bethe" (*boring*). Sebab, yang ia perhatikan itu tidak ada pautannya dengan dunia nyata saat ini.

Karakteristik kelima dari karakter intelektual adalah *strategic thinking*. Berpikir strategis ini dilawankan dengan asal berpikir atau pemikiran yang asal-asalan. Sebab, berpikir strategik mengandaikan adanya kesadaran akan tujuan yang hendak dicapai melalui pemikiran tersebut. Yang sebaliknya justru memupuk kemalasan berpikir seseorang. Kita patut prihatin setiap kali melihat tontonan "Opera Van Java" yang di akhir tayangannya selalu dikatakan oleh sang dalang: "Di sini gunung, di sana gunung, di tengah-tengahnya pulau Jawa. Wayangnya bingung, dalangnya pun bingung, yang penting bisa ketawa". Kalau media komunikasi menyajikan tayangan bercita rasa seperti itu, jelas tidak menumbuhkan karakter intelektual khususnya untuk tumbuh kembangnya *strategic*

*thinking*. Yang ditumbuhkan justru asal bisa ketawa. Tontonan pun tidak sekaligus menjadi tuntunan. Ia kehilangan ciri pokoknya, yakni *dulce et utile* (indah dan berguna).

Bagi guru/dosen menumbuhkembangkan *strategic thinking* ini bisa dimulai dari penanaman kesadaran dalam diri *student* akan perlunya perencanaan belajar terkait dengan cita-cita yang hendak dicapai. Hal ini sekaligus untuk meminimalkan sikap *student* sekolah asal sekolah, daripada menganggur di rumah. Lewat penanaman ini *student* bisa diarahkan kepada penyusunan program atau target-target capaian dari semester ke semester, dari tahun ke tahun. Dengan demikian, juga tidak lagi mengembangkan tradisi belajar dengan sistem kebut semalam (SKS). *Student* juga disadarkan akan filosofi "*Non scholae discimus, sed vitae*" (Kita belajar tidak untuk sekolah, tetapi untuk hidup). Di situlah sebetulnya peran sentral guru, membawa *student* dari 'gu' (gelap) ke 'ru' (terang). Jadi, tugas guru adalah membawa *student* dari gelap kepada terang, memberi pencerahan (*enlightenment*). Ia wajib mengusung pembelajaran yang bermakna. Dalam hal ini media komunikasi sangat membuka diri untuk menjadi partner yang baik bagi guru/dosen.

Karakteristik keenam dari karakter intelektual adalah *skeptical thinking*. Berpikir skeptis dalam arti baik, yakni meragukan setiap kebenaran dalam rangka membangun kebenaran. Dengan adanya *skeptical thinking* memungkinkan adanya dekonstruksi dan rekonstruksi kebenaran sehingga kebenaran menemukan relevansinya.

Dengan demikian, tampak bahwa *seeking truth and understanding, strategic thinking, dan skeptical thinking* merupakan bagian dari *critical thinking*, yakni *looking at, looking through, dan looking between*, untuk kemudian sampai bisa *looking outward*, sehingga pandangannya seluas dunia dalam aksinya yang spesifik (*think globally, act locally*).

Perlu ditumbuhkembangkannya kekritisan ini mengandaikan jiwa besar dari para guru/dosen berhadapan dengan *student* yang mau memanfaatkan aneka sumber bela-

jar dari media komunikasi. Kalau guru/dosen tidak membangun *critical thinking*, ia akan tertinggal. *Skeptical thinking* menghantar kita pada kemauan dan keharusan untuk meng-update diri terus-menerus.

Dengan demikian, bila guru/dosen mau menumbuhkembangkan *skeptical thinking* dalam diri *student*-nya, ia sendiri harus berjiwa besar untuk meladeni kekritisan *student*-nya terhadap sejumlah informasi ataupun pembelajaran yang disampaikan. Maka, seorang guru/dosen perlu memahami dengan kebesaran jiwa karakteristik setiap *student*-nya. Ini pula yang dalam perkembangan dunia pendidikan melahirkan apa yang disebut kecerdasan majemuk dengan tokohnya, Howard Gardner (*Multiple Intelligence*, 1980).

Walaupun telah kita simak dalam paparan di atas betapa besar peran media komunikasi dalam pembentukan karakter intelektual di dunia pendidikan, harus disadari juga bahwa manfaat itu tidak bisa dipetik secara otomatis. Tetap harus ada usaha-usaha sadar yang lebih intensif sehingga media komunikasi dapat dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi terbentuknya karakter intelektual. Jangan sampai dahsyatnya perkembangan media komunikasi justru menyumbat pembentukan karakter intelektual, karena *student, guru/dosen* terlalu dimanjakan atau menyalahgunakan media komunikasi.

## SIMPULAN DAN SARAN

Memerhatikan paparan di atas tentang jalannya revolusi pendidikan, media komunikasi sebagai media pendidikan, dan karakteristik karakter intelektual, dapat disimpulkan bahwa media komunikasi jelas berkontribusi besar bagi dunia pendidikan. Tak kecuali dalam pembentukan karakter intelektual *student* maupun guru/dosen. Artinya, 6 karakteristik karakter intelektual seperti diungkap Ron Ritchhart, yakni *open minded, curiosity, metacognitive, seeking truth and understanding, strategic thinking, dan skeptical thinking* semakin bertumbuh-kembang di dalam diri *student, guru/dosen*.

Disarankan dalam proses pembelajarannya guru/dosen sendiri memanfaatkan media komunikasi, selain ia juga mendorong *student* untuk lebih memanfaatkan media komunikasi di dalam proses belajar mereka. Lewat pelbagai penugasan kiranya akan semakin berkurang penyalahgunaan media komunikasi untuk hal-hal yang tidak terpuji yang dapat mengurangi karakter intelektual mereka.

Pemanfaatan media komunikasi dalam proses pembelajaran di kelas maupun proses belajar di manapun hendaknya diarahkan untuk lebih memompa semangat menciptakan kebaikan bersama (*bonum commune*) daripada untuk kepentingan egoistik semata sehingga karakter intelektual yang terbangun itupun bukan dalam rangka menepuk dada sendiri, tetapi justru sebagai konsekuensi dirinya sebagai makhluk individu yang berjiwa sosial atau altruis.

Untuk itu kiranya dalam konteks UMN, dosen religioisitas dan etika khususnya memunyai keterampilan khusus, sedangkan dosen-dosen matakuliah lain dapat mengintegrasikannya di dalam setiap proses pembelajaran yang diampunya.

Semoga dengan demikian UMN dapat menjadi pelopor pembangunan karakter intelektual bagi segenap *civitas academi*-nya justru karena dalam proses pendidikan dan pembelajarannya berbasis media komunikasi, seperti mottonya: *Excellent Career Begins with Excellent Education*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Benawa, Arcadius. 2009. "Evaluasi terhadap Proses Pembelajaran dalam Sistem Pembelajaran Full Day di SD Marsudirini Bogor". Dalam *EDUCARE*, No. 9/VI/Desember 2009. Jakarta.
- Dedy Pradipto. 2007. *Belajar Sejati Vs Kurikulum Nasional*. Yogyakarta: Kanisius.
- Frederick S. Schaeffer, SFO. 2008. "Duc in altum - Put out into the deep", dalam <http://www.franciscan-sfo.org> yang diunduh pada Selasa, 15 Desember 2009, pk. 09.21
- Nobel Lectures, Physics 1942-1962. *Isidor Isaac Rabi*. 1964. Amsterdam: Elsevier Publishing Company, dalam <http://www.nobelprize.org> yang diunduh pada 15 Desember 2009, pk. 09.06.
- Ritchhart, Ron. 2002. *Intellectual Character*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sadiman S. Arief (dkk). 2007. *Media Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yusufhadi Miarso. 2005. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana.

**Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non-Verbal**

Dr. Dion Dewa Barata

Universitas Multimedia Nusantara  
 Jl. Boulevard, Scientia Garden, Gading Serpong, Tangerang  
 Telp. (021) 54220808 / 37039777, Fax. (021) 54220800  
 diondewa@unimedia.ac.id

**Abstract**

*Fashion it is not just how to dress, branding, or designing clothes, especially in the contemporary society. Fasyen has become a medium of communication in which identity is represented. This study tried to see fasyen through cultural studies perspective to look at its role in the search for identity. Using a semiotic approach can be seen that fasyen are constructed by series of signs that systemically designed to serve a particular ideology. As part of our daily life, fashion also used as a means to enter in a particular social group which then will affect their daily behavior*

**Keywords:** Fashion, Cultural Studies, Semiotic, Identity, Representation

**1. Pendahuluan**

Indonesia. Suatu kawasan yang terletak di persimpangan dua benua dan dua samudra, yang karena kedekatan dan kesamaan sejarahnya berhimpun dan membentuk suatu komunitas imajiner bernama bangsa Indonesia. Kehidupan yang sangat multikultur di dalam kawasan negara ini kemudian mewarnai dan membentuk suatu norma budaya Indonesia yang sesungguhnya terstrukturisasi dari budaya-budaya lokal didalamnya. Namun dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa bangsa Indonesia yang multikultur ini juga mendapat pengaruh dari budaya-budaya lain diluar wilayah geografisnya dan di era digital ini, pengaruh dari luar pun semakin lama-semakin besar.

Besarnya pengaruh dari luar ini juga tidak terlepas dari potensi yang dimiliki Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. Dengan potensi ini, Indonesia menjadi pasar yang sangat menarik bagi pihak-pihak dari luar dengan menawarkan berbagai macam produk yang sesungguhnya merupakan representasi dari budaya dimana produk-produk tersebut dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dengan maraknya produk-produk asing membanjiri hampir diseti-

tiap sudut kawasan di Indonesia terutama di daerah perkotaan, mulai dari butik-butik asing yang menawarkan cita rasa Perancis, rumah makan dengan tampilan yang memanjakan konsumen dengan "seakan-akan" berada di Italia, atau pusat kebugaran yang menawarkan konsep ala selebritis Hollywood. Semua tawaran tersebut semakin memikat karena munculnya teknologi komunikasi yang sangat pesat dan memungkinkan untuk masuk ke dalam setiap relung kehidupan masyarakat Indonesia, bahkan hingga relung yang paling pribadi sekalipun, melalui televisi, radio, selular, internet dan sebagainya.

Kuatnya pengaruh dari luar ini mau tidak mau memaksa manusia Indonesia masuk dalam pusaran budaya yang saling tercampur satu dengan yang lain antara budaya Indonesia yang sejatinya multikultur, dengan budaya-budaya lain dari berbagai belahan peradaban dunia. Suatu kondisi yang dapat merengut identitas manusia dari eksistensi akar budayanya sekaligus membawa manusia tersebut terjebak dalam ruang-ruang imajiner, atau simulacra menurut Baudrillard, dimana antara kenyataan dengan fantasi tidak dapat lagi dibedakan dengan jelas. Pada akhirnya, manusia akan terbawa dan hidup dalam serangkaian fantasi yang menyimulasikan