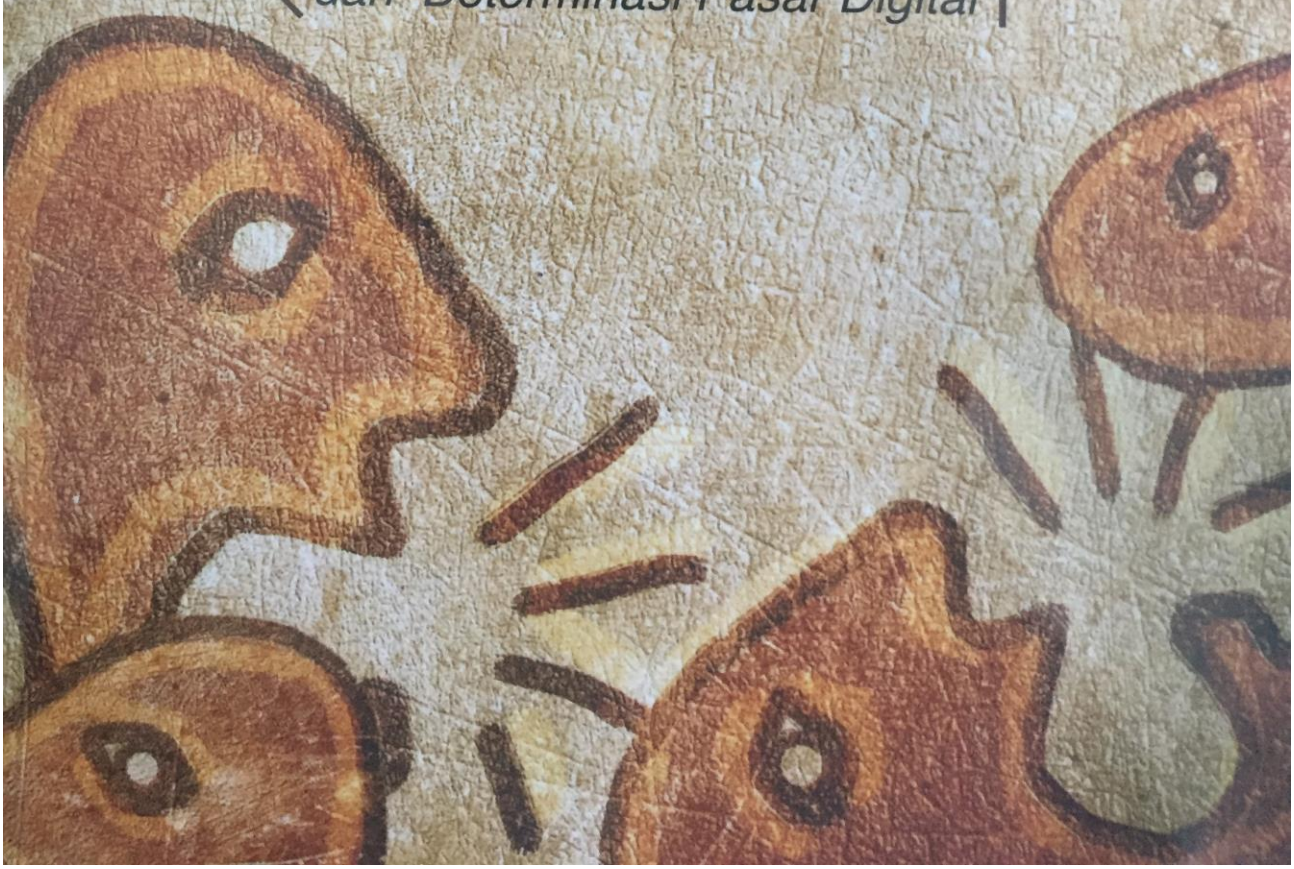
Editor: St. Tri Guntur Narwaya | Erik Ardiyanto

SPEKTRUM KRITIK NALAR KOMUNIKASI

Dari Epistemologi, Demokrasi, dan Determinasi Pasar Digital



SPEKTRUM KRITIK NALAR KOMUNIKASI
Dari Epistemologi, Demokrasi, dan Determinasi Pasar Digital

Penulis: **Erik Ardiyanto, St. Tri Guntur Narwaya, David Tobing, Roger Sarin Mau, Tri Adi Sumbogo, Ghozian Aulia Pradhana, Winanti Praptiningsih, Wahyu Noerhadi, Lukman Hakim, Muhamad Ikwan, Merlina Maria Barbata Apul, Hawasi**

Editor: **St. Tri Guntur Narwaya, Erik Ardiyanto**

Cover: Dana Ari
Layout: Kamilia Sukmawati

Cetakan Pertama, April 2022

ISBN: 978-623-6709-37-5

Diterbitkan oleh:
Intrans Publishing
PT Cita Intrans Selaras (Citila)
Jl. Joyosuko Metro 42 Malang, Jatim
Telp. 0341-573650, Fax. 0341-573650
Email Pernaskahan: redaksi.intrans@gmail.com
Anggota IKAPI No. 140/JTI/2012

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)
St. Tri Guntur Narwaya & Erik Ardiyanto
Spektrum Kritik Nalar Komunikasi: Dari Epistemologi, Demokrasi, dan Determinasi Pasar Digital/Penyusun, Erik Ardiyanto, – Cet. 1 – Malang: Intrans Publishing, 2022
xxvi + 300 hlm.; 15,5 cm x 23 cm
1. Komunikasi I. Judul II. Perpustakaan Nasional

302.23

Didistribusikan oleh:
PT Bumi Puthuk Shankara (Bikara)

Spektrum Kritik Nalar Komunikasi.—

...

Dari Epistemologi, Demokrasi, dan Determinasi Pasar Digital

Erik Ardiyanto, St. Tri Guntur Narwaya, David Tobing,
Roger Sarin Mau, Tri Adi Sumbogo, Ghozian Aulia Pradhana,
Winanti Praptiningsih, Wahyu Noerhadi, Lukman Hakim,
Muhamad Ikwan, Merlina Maria Barbata Apul, Hawasi

Intrans Publishing
2022

Daftar Isi.

Pengantar Editor v

Pengantar Penerbit xxi

01 **Kritik Komunikasi, Demokrasi, dan Problem Kapitalisme Digital** 1

Epistemologi Komunikasi: Dekade Revolusi, Materialisme Komunikasi, dan Kritik Kapitalisme Digital *(Erik Ardiyanto)* 2

Daftar Pustaka 38

Kapitalisme, Ilusi Kebebasan, dan (Matinya) Tindakan Politik *(St. Tri Guntur Narwaya)* 41

Daftar Pustaka 77

Demokrasi dan Media Sosial: Algoritma Penyaringan, *Egoistik Being*, dan yang Melampaui Keduanya *(David Tobing)* 80

Daftar Pustaka 103

02 **Kritik Politik Kekuasaan: Wacana, Audiens, dan Teks** 105

Senja Bersama Michel Foucault: Diskusi tentang Konsep Wacana dan Kekuasaan *(Roger Sarin Mau)* 106

Daftar Pustaka 123

Transformasi Politik Pembacaan oleh Audiens atas Film Bernarasi Sejarah '65 *(Tri Adi Sumbogo)* 124
Daftar Pustaka 147
Polarisasi Politik Teks "*Kampus Merdeka*" *(Ghozian Aulia Pradhana)* 149
Daftar Pustaka 160

03 **Kritik Media Baru & Problem Platform Digital** 161
Telemedicine dan Pendisiplinan Tubuh Masyarakat Modern *(Winanti Praptiningsih)* 162
Daftar Pustaka 177
Potensi Filantropi dan Problem *Crowdfunding* sebagai Media Baru Penggalangan Dana di Indonesia *(Wahyu Noerhadi)* 179
Daftar Pustaka 194

04 **Kritik Media Mainstream dan Problem Pemberitaan di Ruang Publik** 195
Sengkarut Konglomerasi Media dan Polusi Ruang Publik *(Lukman Hakim)* 196
Daftar Pustaka 211
Jurnalisme Teror: Potret Buram Pemberitaan di Media Online *(Muhammad Ikhwan)* 213
Daftar Pustaka 235

05 **Kritik Komunikasi Ekologi dan Politik Identitas** 237
Perubahan Iklim dan Refleksi Komunikasi Ekologi di Nusa Tenggara Timur *(Merlina Maria Barbara Apul)* 238
Daftar Pustaka 257

Satu.—

Kritik Komunikasi, Demokrasi, dan Problem Kapitalisme Digital

Erik Ardiyanto

Epistemologi Komunikasi: Dekade Revolusi, Materialisme Komunikasi, dan Kritik Kapitalisme Digital

Abstrak

Tulisan ini mengurai beberapa dekade revolusi komunikasi, mulai dari revolusi pada spesies *homo sapiens* yang diawali dengan revolusi kognitif, revolusi pertanian, revolusi sains, hingga ditemukannya ilmu komunikasi sebagai sebuah konsep yaitu "*retorika*". Kemudian berlanjut pada tahap revolusi percetakan (*revolusi Gutenberg*) yang mengubah budaya lisan menjadi tulisan dan memunculkan penjajahan dalam bentuk bahasa dan budaya. Lalu revolusi industri yang menciptakan jurang kelas borjuis dan kelas proletar dan munculnya sistem komunikasi yang termediasi oleh uang serta kekuasaan yang ikut melanggengkan sistem kapitalisme. Kemudian muncul *revolusi digital* yang menciptakan perubahan drastis manusia dalam bekerja dan berkomunikasi. Diikuti dengan munculnya *genos* baru kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalisme*) serta kritik terhadap *influencer* kapitalisme yang tumbuh dalam era media sosial. Yang terakhir, untuk menjawab pertanyaan tentang epistemologis ilmu komunikasi yang selama ini banyak dikritik karena

dianggap tidak mempunyai akar yang kuat, penulis menawarkan konsep materialisme komunikasi Chrstian Fuchs atas pembacaannya terhadap Karl Marx di era kapitalisme digital serta dibarengi dengan kritik terhadap bentuk komunikasi idealisme sayap kanan (*right-wing*).

Kata Kunci: *Dekade Revolusi, Materialisme Komunikasi, Kritik Kapitalisme Digital, Surveilance Capitalisme, Influencer Kapitalisme.*

Prolog

Jika mengikuti perdebatan mengenai persoalan akar epistemologi ilmu komunikasi di berbagai forum diskusi, sering kali kita akan dihadapkan pada lintasan polemik intelektual antara dua kutub paradigmatik ilmu komunikasi, yakni antara tradisi *positivistik* dan *tradisi kritis*. Walaupun banyak yang beranggapan ini seolah hanya dalam level tataran cara pandang dalam melihat penelitian, dalam level praktik tidak demikian adanya. Keduanya memiliki motif dan karakter yang sangat berbeda dengan diikuti tendensi yang ingin saling menegasi satu sama lain, sering kali terlihat seperti dua kutub yang saling berseberangan—Seperti perdebatan klasik yang ingin meletakkan ilmu komunikasi sebagai area praktikal dan yang satu lebih kembali ke arah sosial. Bahkan, jika ditelisik lebih dalam, ada perbedaan ideologi yang mendasar dalam kedua paradigma ini. Paul Felix Lazarsfeld (1901–1976), seorang sosiolog Austria-Amerika, tokoh pendiri Biro Riset Sosial Terapan Universitas Colombia, secara khusus menulis implikasi polemik intelektual antara kedua mazhab ilmu komunikasi administrasi vs ilmu komunikasi kritik (Lazarsfeld, 1941). Pertanyaannya adalah sejak kapan sebenarnya polemik ini dimulai.

Secara historis, ilmu komunikasi bertumbuh di masa-masa akhir Perang Dunia Kedua di Amerika Serikat. Pada awalnya AS tidak terlalu menganggap serius komunikasi provokatif dan propaganda media yang dilakukan oleh Joseph Goebbels (1897–1945),

Menteri Penerangan Nazi Jerman di bawah kepemimpinan Adolf Hitler (1889–1945). Praktik propaganda yang dilakukan Nazi lewat saluran radio, media cetak, dan video berupa narasi kebohongan yang terus diulang. Berbagai pidato Hitler yang sangat provokatif awalnya masih dipandang sebagai cara yang buruk dalam upaya memengaruhi masyarakat dunia. Lambat laun popularitas Hitler dan ideologi ultra nasionalis Nazi terus meningkat di dunia dengan narasi propaganda yang bersifat antisemit seperti yang dilakukan terhadap komunitas Yahudi, Komunis, homo seksual, dan juga orang-orang penyandang disabilitas. Pada akhirnya, Departemen Pertahanan Amerika membentuk *Division Office Wars* yang berisikan beberapa ilmuan komunikasi seperti Paul Felix Lazarsfeld (1901–1976), Kurt Lewin (1890–1947), Harold Laswell (1902–1978), dan Carl Hovland (1912–1961) untuk bersama-sama membentuk sebuah divisi lembaga yang diorientasikan untuk menandingi komunikasi propaganda dari Nazi Jerman.

Empat pemikir di atas juga sering disebut sebagai awal pendiri dari Ilmu Komunikasi di Amerika Serikat. Beberapa tulisan dan literatur ilmu komunikasi karya-karya mereka sering kita jumpai hingga hari ini. Sebagian besar tokoh tersebut bukan berasal dari latar ilmu komunikasi dan bahkan mereka ada yang pernah mengenyam pendidikan di Eropa yang secara tradisi keilmuan lebih mengadopsi paradigma kritis. Dalam perkembangannya, paradima positivistik justru berkembangan pesat di Amerika Serikat. Paradigma positivitik mempunyai prinsip dasar yang ingin memotret dan menganalisis segala sesuatu berdasarkan hukum ilmu alam yang *"bebas nilai"*. Salah satu implikasi serius dari dominasi paradigma ini adalah mendorong tumbuh suburnya iklim pasar bebas dan kapitalisme di Amerika Serikat. Sebagian besar proyek penelitian pada tahap awal ilmu komunikasi berdiri banyak didanai oleh pemerintah dan beberapa industri media besar. Pembiayaan itu tentu tidak gratis. Proyek pengetahuan itu digagas dan dikerjakan sepenuhnya untuk mendukung agenda dalam rangka menancapkan pengaruh sistem kapitalisme Amerika Serikat dalam sebaran pengaruhnya ke seluruh dunia.

Menurut profesor Victor Picakard, seorang pemikir media dan profesor dari Anneberg Schhool for Communication University Pennsylvania, rentang 1940–1960, praktis wacana kritis hilang dalam kalangan sarjana komunikasi di Amerika Serikat. Tindakan mengesampingkan penelitian komunikasi kritis dan naiknya paradigma positivistik ikut mendepolitisasi ilmu komunikasi. Selain itu, menurutnya, pertimbangan penting lainya dalam upaya mengesampingkan paradigma kritis dalam ilmu komunikasi bukan hanya faktor teoretis dan metodologis saja, melainkan dilakukan dengan sangat ideologis (Picakard, 2021). Tidak mengherankan jika pada akhirnya agenda kritik terhadap pemerintahan dan media-media besar hilang dalam beberapa dekade awal. Absennya kritik oleh para akademisi dan sarjana-sarjana ilmu komunikasi terhadap institusi pemerintah dan media tidak hanya berimplikasi terhadap ilmu komunikasi menjadi macet (*stuck*), tidak berkembang. Lebih jauh lagi, keadaan ini akhirnya ikut menyebabkan isu rasisme terhadap orang kulit hitam menjadi sistemik di Amerika Serikat. Hal ini terjadi karena banyak media yang sangat pro terhadap orang kulit putih dan adanya upaya pembiaran dalam waktu lama akan efek media massa terhadap masyarakat. Fenomena rasisme masih sering terjadi dan terus dirasakan hingga hari ini.

Supaya sarana dan peralatan propaganda tetap berfungsi pasca-Perang Dunia II, program-program pendanaan propaganda terus dijalankan dengan cara memperluas dan melembagakan ilmu komunikasi di beberapa institusi kampus. Salah satu tokoh yang berjasa memapankannya sebagai disiplin ilmu adalah Wilbur Schramm (1907–1987). Dia mendirikan lembaga penelitian ilmu komunikasi di Universitas Illinois. Dari lembaga itu juga lahir untuk pertama kalinya doktor dalam bidang ilmu komunikasi. Tidak bisa dipungkiri, peran dan jasanya sangat besar dalam pelembagaan ilmu komunikasi di universitas. Akan tetapi, sayangnya, karya–karya yang dihasilkan baik berupa tulisan, jurnal, maupun buku semua dilakukan hanya untuk mendorong agenda pemerintah. Persisnya, pemerintah tidak memberikan uang cuma-cuma untuk program penelitian. Hasil riset berupa temuan empiris diberikan untuk kepentingan pemerintah dan dibuat sesuai dengan keinginan

politik pemeritah. Wilbur Schramm juga ikut membantu merancang perang propaganda Pemerintah Amerika dalam rangka melawan pengaruh kepentingan komunisme Uni Soviet. Paradoksnya, propaganda tersebut juga didukung oleh media komersial untuk memudahkan agenda dan praktik di lapangan. Hingga beberapa dekade berikutnya, penelitian paradigma kritis hanya terjadi di luar tembok-tembok akademik kampus (Herman & Chomsky, 1988).

Teknologi komunikasi massa terus berkembang pesat di Amerika Serikat. Hegemoni pemeritah atas berbagai institusi media pun tanpa menuai kritik, ditambah bentuk pemberitaan media massa waktu itu yang masih menggunakan modus spiral keheningan (*spiral of silence)* yang berusaha menundukkan opini masyarakat. Pemberitaan media selalu berpihak pada kekuasaan dan korporasi-korporasi besar. Kondisi ini mulai menimbulkan keresahan dan perbedaan pendapat oleh beberapa kalangan intelektual. Polemik terutama menyoal efek yang ditimbulkan oleh media massa jika penundukan-penundukan opini minoritas terus dilakukan. Perbedaan pendapat dalam menyikapi efek komunikasi massa tersebut mengakibatkan terjadinya polemik intelektual antara dua kelompok pemikiran yang tergabung dalam Mazhab Chicago dan Mazhab Frankfurt.

Mazhab Chicago adalah kelompok pemikiran yang berasal dari Amerika Serikat dengan tokoh-tokohnya seperti Harold D. Laswell (1902–1978), Wilburl Shramm (1907–1987), Carles Wright (1916–1962), Daniel Lerner (1917–1980), Ithiel de Sola Pool (1917–1984), David Berlo (1929–1996), Robert Ezra Park (1864–1944), Rebert K Merton (1910–2003), Bernard Berenson (1865–1959), dan masih banyak pemikir lainnya. Mazhab pemikiran ini mengadopsi paradigma positivitik untuk melihat efek ilmu komunikasi massa yang berkembang di masyarakat. Pada awalnya, banyak penelitian ilmu komunikasi yang menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan objektif-kuantitatif dalam membedah masalah komunikasi. Penelitian yang dilakukan oleh Mazhab Chicago berupa penelitian administrasi (*administrative*

research). Diberikannya julukan penelitian administrasi karena jasa sponsor dan lebih banyak tidak ditentukan langsung oleh peneliti.

Efek determinasi pendanaan dari para donatur seperti pemerintah, institusi media, dan korporasi-korporasi besar membentuk tradisi penelitian yang tidak ubahnya semacam kerja borongan yang dikendalikan oleh kepentingan para donatur. Selain itu, penelitian dilakukan semata untuk mendukung program-program komunikasi persuasi pemerintah, propaganda, dan penekanan efek langsung media massa terhadap khalayak. Kritik paling mendasar terhadap pengaruh Mazhab Chicago ada pada pandangan paradigmanya yang dianggap ikut mencetak keseragaman pikiran di kalangan ilmuwan komunikasi sehingga memunculkan banyak sarjana komunikasi administrasi yang pola pikirnya seragam dan sekaligus berwatak pragmatis. Watak ini ditengarai merupakan rancangan (*by design*) demi kepentingan kapitalisme, terutama untuk mengisi kebutuhan industri pasar. Fakta ini membuktikan bahwa para sarjana komunikasi administrasi pada waktu itu hanya dijadikan sebagai agen dan instrumen dalam rangka memenuhi logika akumulatif material.

Adapun, di lain pihak ada Mazhab Frankfurt yang juga memiliki pengaruh besar dalam perkembangan ilmu komunikasi kritis. Awalnya, Mazhab Frankfurt berdiri di Jerman dengan tokoh-tokohnya, seperti Max Horkheimer (1895–1973), Walter Benjamin (1892–1940), Theodor W. Adorno (1903–1969), Erich Fromm (1900–1980) dan Herbert Marcuse (1898–1979). Mereka berasal dari Institut Frankfrut Jerman. Penelitian mereka berfokus pada (*critical research*) yang menampilkan teori komunikasi kritis pada efek media massa terhadap masyarakat. Pada massa Perang Dunia II serta dibarengi dengan meningkatnya kekuasaan Hitler dengan Nazinya, para anggota Mazhab Frankfrut yang sebagian besar berdarah Yahudi harus lari untuk menyelamatkan diri dari kejaran Nazi. Beberapa dari mereka kemudian hijrah ke Amerika sebagai pengasingan. Dalam periode persembunyian dan massa-massa sulitnya beradaptasi di Amerika, para anggotanya terus melanjutkan tradisi intelektual kritisnya.

Mereka tetap mengajar di berbagai kampus di AS, menulis, dan menerbitkan karya, baik berupa majalah maupun buku. Dengan cepat pengaruh mereka mulai terasa di Amerika. Salah satu tokohnya, yaitu Herbert Marcuse (1898–1979), menjadi idola banyak kalangan sarjana ilmu komunikasi dan para aktivis. Kehadiran Marcuse dianggap sebagai salah satu nabi baru "*new left*" di Amerika. Marcuse juga dianggap berpengaruh dalam penerapan *critical theory* di kalangan para mahasiswa dan aktivis. Banyak kalangan intelektual yang akhirnya juga terpengaruh oleh Marcuse, seperti Angela Davis (1944–), Abbie Hoffman (1936–1989), Rudi Dutschke (1940–1979), dan lain-lain. Kontribusi Marcuse dinilai sangat penting selama 1960–1970 yang ikut mendorong para intelektual berani bersuara di luar kampus melawan rasisme, menolak perang, dan hak-hak mahasiswa. Akibatnya banyak mahasiswa mulai tumbuh menjadi aktivis dalam banyak sektor, seperti *black power*, ekologi, dan banyak gerakan progresif lainya (Douglas Kellner, 2017). Meskipun Perang Dunia II sudah selesai tahun-tahun sebelumnya, Herbert Marcuse bersama Erich Fromm memilih menetap di Amerika Serikat hingga akhir hayatnya, sementara Horkheimer dan Adorno memilih pulang kembali ke Jerman.

Sementara itu, pengaruh teori kritis pun makin terus berkembang di berbagai negara di Eropa. Semenjak era aksi demonstrasi mahasiswa pada dekade 1960—yang banyak mengkritik kapitalisme Barat yang dianggap telah mengikis nilai-nilai demokrasi dan membuat jurang ketimpangan antara masyarakat kaya dan miskin makin meningkat tajam—pada saat itu juga berkembang kritik terhadap berbagai media massa yang seakan membiarkan itu terjadi dengan tidak memedulikan ketertiban umum. Teori kritis semakin meningkat tajam pengaruhnya di kalangan mahasiswa setelah gejolak demonstrasi mahasiswa di Eropa dengan puncaknya ketika generasi kedua memimpin Mazhab Frankfrut. Salah satu tokoh penting dari generasi kedua ini adalah Jürgen Habermas. Habermas mempunyai minat yang mendalam terhadap ilmu komunikasi. Habermas juga menulis dua buku khusus tentang Ilmu komunikasi Kritis yang berjudul Teori Tindakan Komunikatif

(*Theory Commuicative Action*) volume pertama dan volume kedua. Buku ini kemudian menjadi landasan dasar teori kritis di dalam ilmu komunikasi yang selama ini banyak digunakan oleh kalangan ilmuan komunikasi kritis. Dampak dari buku teori komunikasi kritis ini banyak menimbulkan kesadaran kritis di kalangan intelektual bahwa ilmu komunikasi dan perkembangan media massa harus dipelajari dari sisi sosial agar memperoleh latar belakang historis terhadap efek komunikasi massa. Dengan demikian, ilmu komunikasi tidak hanya bersifat mekanis tetapi juga bisa menjadi alat emansipatoris masyarakat.

Selain itu, yang harus dipahami di sini, Teori Kritis tidak menempatkan segala hal dengan demikian harus dikritisi semua. Teori Kritis berbeda dengan berpikir "*kontrarian*" yang ingin selalu terlihat kritis dan terlihat unggul dalam satu hal namun tidak praksis dalam praktik. Teori Kritis tidak seperti teori administrasi dan teori-teori terdahulu yang selalu mencoba meng-*fix*-kan idenya dan memaksa teorinya untuk diaplikasikan dalam berbagai aspek. Teori Kritis justru berangkat dari permasalahan yang mendasar (*material*) dari masyarakat dan dari situ Teori Kritis berusaha untuk mencari solusi akar masalah dan berusaha menawarkan jalan solusi alternatif baru, lalu dari situ baru kemudian berusaha untuk mengubahnya (Sindhunata, 2019:126). Kemudian ada beberapa anggapan yang keliru dan disalahpahami terhadap praktik Teori Kritis, seperti pertanyaan: apakah Teori Kritis anti terhadap korporasi dan tidak bisa dipergunakan oleh kelas pekerja (*working class*). Sebaliknya, dengan mengadopsi teori kritis, problem masalah kerja yang kompleks dengan adanya perkembangan teknologi digital dapat diselesaikan dengan berpikir kritis (*critical thinking*). Dengan mengadopsi Teori Kritis, kelas pekerja memungkinkan akan menyadari tentang hak-hak dan tanggung jawabnya sebagai kelas pekerja. Selain itu, banyak anggapan masih keliru yang sering menyematkan identitas orang-orang kritis sebagai orang yang terlalu "idealis". Berpikir kritis dalam praktiknya tidak sama dengan berpikir idealis. Justru ia ingin keluar dari pikiran idealis. Berpikir kritis berarti percaya adanya realitas objektif di luar diri kita sebagai subjek. Dengan kata lain, berpikir kritis berarti percaya adanya kebenaran objektif di luar kesadaran kita sebagai subjek.

Ilmu komunikasi pada dasarnya merupakan ilmu yang multidisipliner. Ketika belajar ilmu komunikasi kita akan dipertemukan dengan berbagai lintasan ilmu sosial lainya, seperti psikologi, sosiologi, politik, atau bahkan filsafat. Banyak kalangan menilai bahwa ilmu komunikasi tidak mempunyai akar yang kuat sebagai sebuah ilmu. Anggapan ini terus berkembang dan lama kelamaan kondisi ini menjadi sebuah kritik yang ingin mendistorsi nilai sosial dari Ilmu komunikasi. Pandangan ini ingin menjadikan ilmu komunikasi lebih kepada ilmu praktis dan menghilangkan ilmu sosialnya. Gelagat itu bisa dirasakan di berbagai kampus hari ini. Hal itu dibarengi dengan upaya ingin mengembalikan tradisi positivistik menjadi dominan guna sekadar mendukung kepentingan kapitalisme.

Kurang lebih pemahaman inilah yang selama ini menjadi persepsi awam dalam memahami ilmu komunikasi. Ilmu Komunikasi dianggap tidak memiliki akar "epistemologis" yang kuat. Merujuk pada pengertian "epistemologi" sendiri, istilah tersebut berasal dari bahasa Yunani yang berarti (*episteme*) artinya pengetahuan dan *logos* artinya (*diskursus*). Ia adalah cabang filsafat yang berkaitan dengan teori pengetahuan. Epistemologi fokus mempelajari hakikat dari *ilmu pengetahuan, justifikasi, dan rasionalitas keyakinan* (Steup et al :2014). Dengan kata lain, untuk menjawab pertanyaan itu kita harus mengurai dari dasar lagi hakikat ilmu komunikasi dari beberapa dekade perkembanganya. Tulisan ini mencoba mengurai dari beberapa materi ke belakang mulai dari dialektika sejarah tahap awal revolusi komunikasi, revolusi Guttenberg, revolusi material, dan revolusi digital, hingga pada pencarian basis materi ilmu komunikasi dengan menempatkan kritik terhadap kapitalisme dalam materi perkembanganya.

Revolusi Komunikasi Manusia

Ketika mempelajari ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan filsafat ilmu, kita diajak untuk mempelajari filsafat manusia. Adapun, kalau dirunut, kodrat manusia adalah makhluk pencipta

pengetahuan (*anima intelektualita*) yang berarti memiliki wujud berbeda dengan kedua makhluk hidup lainya yaitu hewan (*anima sensitive*) dan tumbuhan (*anima vegatatif*). Perbedaan itu ditandai dengan peralatan jasmaniah seperti pancaindra dan tubuh. Manusia mempunyai peralatan rohaniah yang tidak dimiliki oleh binatang dan tumbuhan yang disebut dengan akal budi. Akal manusia dapat membedakan mana yang benar dan mana yang salah, sedangkan budi manusia dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk (Effendi, 2003). Manusia juga sering disebut sebagai makhluk sosial yang berarti manusia tidak bisa hidup sendirian. Manusia dalam hidup akan selalu membutuhkan interaksinya dengan orang lain.

Berkomunikasi merupakan aktivitas hidup yang sangat penting bagi manusia. Komunikasi manusia dalam sejarahnya berlangsung secara berkesinambungan. Dengan berkomunikasi manusia bisa mengada atau *"mewujud"*. Dari proses mengada manusia pada akhirnya bisa beresensi "*bermakna*" dalam kehidupannya. Demikian hakikat dari manusia sebagai makhluk hidup ataupun makhluk sosial. Komunikasi antarmanusia (*human communicatinos*) terkadang jamak dimaknai sangat rumit, karena di dalamnya mengandung berbagai tujuan, bisa berupa cara mengubah sikap, perilaku, opini, kepercayaan, ideologi, bahkan sampai kepentingan mengubah dunia. Dari berbagai kepentingan tersebut, sering kali permasalahan mucul akibat komunikasi yang salah atau salah tafsir "*misinterpretation*". Akan tetapi, tidak jarang, permasalahan dapat diselesaikan dengan komunikasi itu sendiri. Oleh karena itu, untuk memahami proses komunikasi manusia secara mendalam, perlu dipahami cara manusia berkomunikasi serta medium apa yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dari beberapa materi perkembangan revolusi manusia

Habermas, dalam kritiknya terhadap *psikologi behavior* George Herbet Mead (1863–1931), mengatakan bahwa untuk melacak tahap awal bentuk-bentuk komunikasi pada sebuah organisme harus dengan panduan tahap demi tahap, terutama untuk mendalami makna objektif atau makna alamiah dari relasi maksud dan tujuan. Tahap pertama kemunculan bahasa tanda (*singal language*) mengonversi makna objektif pola-pola perilaku organisme

tertentu menjadi makna simbolis dan membuka proses pencapaian pemahaman di antara partisipan interaksi. Ini adalah suatu bentuk transisisi dari interaksi yang diperantarai "isyarat" menuju interaksi yang diperantarai "simbol". Pada tahap kedua, peran-peran sosial menjadikan makna alamiah sistem perilaku yang secara fungsional bersifat spesifik seperti berburu, reproduksi seksual, pengasuhan yang muda, mempertahankan wilayah, persaingan antarstatus, dan semacamnya. Hal ini tidak hanya dapat diakses secara material oleh partisipan, tetapi secara normatif juga terikat dengan makna tersebut (Habermas, 2006: 23). Dari sini, kita bisa melihat bahwa tahap awal bahasa pada satu organisme ialah melalui bentuk "*bahasa isyarat*". Makna merupakan suatu perkembangan objektif sesuatu di dalam relasi antarfase-fase tertentu dalam dinamika sosial. Isyarat muncul menjadi sebuah fase awal, kemudian direspons oleh organisme lain yang akhirnya membentuk sebuah matriks, dan lama kelamaan melahirkan sebuah makna. Makna di sini pada tahap awal bukan berupa ide, melainkan berupa simbol-simbol dari peristiwa yang terus berulang. Ini menjadi awal munculnya isyarat. Dari simbol itulah, lama kelaman menjadi sebuah mitos turun temurun pada organisme lalu dibarengi dengan tahapan evolusi di dalamnya.

Yuval Noah Harari, dalam bukunya *Homo Sapiens* (2018), memandang adanya tiga fase perkembangan revolusi manusia, yaitu Revolusi Kognitif, Revolusi Pertanian, dan Revolusi Sains. Revolusi itu menimbulkan lompatan sangat signifikan dalam kaitannya dengan perkembangan manusia sehingga melahirkan revolusi selanjutnya seperti *Revolusi Gutenberg, Revolusi Industri, dan Revolusi Digital* (Harari, 2018). Revolusi Kognitif pada sapiens terjadi pada massa pemburu-pengepul. Di massa itu, sapiens masih hidup secara nomaden dan berpindah-pindah. Mereka mencari makan dengan berburu dan mengumpulkan makanan sebagai cara untuk bertahan hidup. Secara material, *sapiens* merupakan makhluk sosial atau makhluk komunitarian yang selalu siap bekerja sama dan saling membantu satu dengan lainnya. Sapiens berbeda dengan spesies lain yang tidak mau bekerja sama dan cenderung sangat materialistik. Sapiens menggunakan

metode "*story telling*" atau "*komunikasi lewat cerita*" guna memberitahukan kepada kawanan sapiens akan tempat-tempat strategis yang banyak makanan serta lingkungan yang berbahaya karena potensi ancaman binatang buas. Komunikasi lewat cerita ini lama-lama membentuk suatu "*mitos*" yang turun-temurun yang akan menjadi kekuatan dalam memaknai dunia. Kecakapan dalam hal berkomunikasi membuat daya jelajah dan daya tahan (*survive*) *Homo Sapiens* lebih tinggi dibandingkan dengan spesies lain seperti *Homo Erectus, Homo Neanderthal,* dan *Homo Soloensis.* Dari karakteristik dan biologis bawaan yang melekat ini, pada akhirnya dia justru mampu bertahan dari kepunahan hingga mampu berevolusi sampai sekarang. Walaupun beberapa penelitian mengatakan bahwa kecerdasan otak *homo sapiens* masih kalah dibandingkan dengan *homo neanderthal*, justru *homo sapiens* adalah spesies yang bisa bertahan dan tidak punah hingga hari ini.

Fase kedua adalah "Revolusi Pertanian" yang diperkirakan menurut para sejarawan terjadi sekitar 8000 SM. Dalam Revolusi Pertanian, *homo sapiens* mulai mempelajari musim apa yang pas dan tepat untuk waktu bercocok tanam, lalu memulai pekerjaanya dengan aktivitas bercocok tanam, seperti umbi-umbian dan sayur-sayuran. Mereka mulai menimbun makanan untuk kebutuhan konsumsi kehidupan sehari-harinya. Mereka sudah menyadari bahwa proses berpindah-pindah atau *nomaden* tidak baik untuk keberlangsungan generasi keturunannya kelak. Dari situ muncul konsep tempat tinggal. Pada akhirnya mereka memilih menetap di suatu permukiman bersama kawanan sapiens lainya. Dari sinilah muncul akar dimulainya konsep tatanan masyarakat yang kita kenal hingga hari ini. Dari yang semula kumpulan sapiens kecil, berkelompok, kemudian kedatangan kawanan lain lalu menjadi besar membentuk sebuah desa dan kota. Selain itu, revolusi pertanian ini juga berhasil menciptakan sistem alat tukar atau barter hasil dari bertani antarsapiens. Sistem ekonomi dalam masyarakat revolusi pertanian bersumber pada kolektivitas antarkelompok sapiens dari hasil bercocok tanam. Dari sini muncul sistem ekonomi kepemilikan bersama alat produksi dan reproduksi bersama. Sistem ini seperti sebuah sistem koperasi kolektif antarsapiens

yang kelak menjadi cikal bakal sistem ekonomi sosialisme yang adil dan merata.

Dalam perkembangannya, *homo sapiens* mulai mengenal bentuk huruf dan tulisan. Akan tetapi, bentuk huruf dan tulisan tersebut masih berbentuk coretan-coretan tulisan di permukaan batu-batu. Hal ini bisa dibuktikan dengan banyaknya temuan oleh arkeolog atau sejarawan terhadap peninggalan karya-karya *homo sapiens* seperti tulisan relief di dinding-dinding gua ataupun batu tulis yang sampai hari ini masih sering ditemukan. Dinding gua dan batu tulis purba ini adalah sebagai sebuah medium komunikasi dan sebuah ruang ekspresi sapiens untuk menulis dan menceritakan segala bentuk pencapaian atau kejadian zaman itu, seperti proses-proses bercocok tanam dalam masyarakat pertanian hingga penemuan-penemuanya dari generasi ke generasi lainya. Batu tulis itu bisa diibaratkan sebuah *smartphone* lengkap dengan media sosial di dalamnya untuk menulis status perasaanya dan menceritakan pencapaian-pencapaian hidup. Dinding-dinding gua juga ibarat media massa untuk sapiens memperoleh informasi serta berkomunikasi dengan yang lainya. Media massa, seperti televisi, radio, dan media sosial merupakan salah satu sumber orang modern dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi. Perkembangan ini bisa dikatakan sebagai bagian dari proses dialektika sejarah yang terus berulang dengan wujud yang berbeda namun beresensi sama.

Fase perkembangan yang ketiga ialah "Revolusi Sains Ilmiah Klasik". Pada perkembangan ini, orang mulai menjelaskan fenomena alam dengan pendekatan sains ilmiah. Telah terjadi lompatan perkembangan pikiran manusia yang dibarengi dengan kemajuan filsafat, ilmu pengetahuan, dan pada akhirnya mendorong kemunculan berbagai peradaban besar dunia, dimulai dengan berdirinya sebuah imperium, seperti *Persia, Yunani, Romawi, Kerajaan, Islam, Kristen,* hingga munculnya konsep "negara bangsa". Merujuk pada perkembangan periode awal filsafat Yunani pra-Sokrates, pada saat itu sains telah menggeser pola pikir bangsa Yunani dan umat manusia pada umumnya, yakni dari pandangan *mitologis* menjadi *logosentris*. Awalnya bangsa Yunani meyakini bahwa seluruh kejadian di alam semesta ini terjadi akibat pengaruh

oleh dewa-dewa sehingga mereka layak untuk dihormati dan sekaligus disembah.

Muncul filsuf pertama di Yunani yaitu Thales (640–546 SM) yang dijuluki "bapak sains". Dia merupakan orang pertama yang mendalilkan sains terhadap fenomena alam. Dia membawa pengaruh sains terhadap alam pemikiran di masyarakat Yunani, yang tadinya bergantung pada para dewa, kemudian berubah bergantung pada rasio manusia (Bertens, 1990: 28). Beberapa fenomena alam seperti fenomena gerhana matahari, tidak lagi dimaknai sebagai ulah dewa yang sedang tertidur atau dewa sedang marah. Fenomena alam lalu memancing pertanyaan di kalangan masyarakat Yunani, seperti apa penyebab asal muasal peristiwa itu bisa terjadi dan lama kelamaan fenomena peristiwa itupun bisa terpahami, bahwa gerhana matahari adalah sebuah fenomena alam yang disebabkan oleh matahari, bumi, dan bulan pada garis sejajar yang mengakibatkan material bayangan bulan mengenai sebagian permukaan bumi. Murid Thales yaitu Pythagoras dan Samos mendirikan sekolah *pythagoren* yang melakukan riset investigasi terhadap perkembangan matematika dan yang pertama mendalilkan bahwa bumi itu bulat. Di era ini sains klasik atau filsafat alam masih menjadi ilmu tunggal dan menjadi ibu dari segala ilmu pengetahuan yang banyak mencakup disiplin ilmu lain, seperti matematika, ilmu pengetahuan alam meliputi fisika, astronomi, biologi, maupun ilmu sosial seperti politik, hukum, sosiologi, hingga pada komunikasi.

Di era imperium Yunani, komunikasi sebagai konsep pertama kali diperkenalkan dengan istilah "Retorika", yaitu sebuah seni penyusunan argumen, simbol, dan persuasi untuk mengatakan sebuah kejujuran. Lewat kelompok studi, filsuf Yunani klasik yakni Plato (427–347 SM) memperkenalkan retorika kepada masyarakat Yunani dengan tujuan ingin mengaplikasikan bahasa lisan yang sempurna dan sebagai jalan memperoleh pengetahuan yang luas akan kebenaran. Akan tetapi, apa yang dilakukan Plato dengan kelompok studinya ini tidak berjalan mulus. Mereka mendapat pertentangan serta harus berhadapan dengan kaum Sofis Athena atau para *influencer* Yunani yang menggunakan retorika sebagai upaya memanipulasi kesadaran publik demi mencapai

tujuan-tujuanya. Georgias (483–375 SM), salah satu guru kaum Sofis sering mengajarkan kepada muridnya untuk mendapatkan uang sebanyak-banyaknya dengan menghalalkan segala cara.

Demi memenangkan retorika dalam ruang publik, mereka tidak segan harus memanipulasi argumetasinya agar tujuannya tercapai. Singkatnya, kaum Sofis siap melakukan segala bentuk komunikasi persuasi dengan mengunakan kebohongan di depan publik sesuai apa yang dipesan oleh donatur-donatur di belakangnya. Di era modern, fenomena kaum Sofis ini bisa saja kita lihat pada perilaku kaum politisi yang terbiasa mudah berbohong di depan publik demi membela partai dan kelompoknya. Contoh yang lain bisa juga ada dalam fenomena selebritis intelektual yang siap membela mati-matian junjungannya atau seperti yang ditunjukkan dalam praktik *influencer* kapitalisme yang kerap memanipulasi kesadaran publik. Mereka tidak pernah memikirkan efek dari komodifikasi konten yang didistribusikan di media sosial. Tujuannya tak lebih sekadar ingin mencari dukungan yang lebih dan lebih dari korporasi agar menghasilkan pundi-pundi uang sebanyak mungkin.

Revolusi Gutenberg

Fase perkembangan selanjutnya adalah penemuan mesin cetak *Johaness Gutenberg* atau (*revolusi Gutenberg*). Revolusi tersebut terjadi pada pertengahan abad ke-15 yang juga sangat berpengaruh dalam perkembangan sejarah ilmu komunikasi dan media massa. Penemuan ini mengubah cara pandang "budaya lisan" menuju "budaya tulis" atau cetak. Keberhasilan Revolusi Gutenberg mampu merevolusi denyut nadi kehidupan dan pengetahuan manusia yang tadinya berjalan sangat lamban selama berabad-abad. Berkat penemuan mesin cetak, terjadi perubahan sangat dinamis. Ini sekaligus menandai perubahan penting dari "zaman kegelapan" (*the darkness*) yang melanda seluruh dunia dan berganti menjadi zaman terang benderang (*the lightness*). Dekade sebelumnya, sumber-sumber pengetahuan seperti buku, literatur catatan kuno,

dan *bible* sangatlah eksklusif dan aksesnya pun juga sangat terbatas. Akses terbesar hanya dimiliki oleh kelompok kelas tertentu seperti kaum agamawan dan bangsawan kerajaan. Selain itu, pihak agamawan dan bangsawan juga menjadikan pengetahuan menjadi sumber otoritas kebenaran tunggal untuk melanggengkan kekuasaanya. Berkat penemuan mesin cetak tersebut buku, catatan-catatan kuno, dan bible akhirnya bisa dicetak dan diterbitkan secara massal dan beredar di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Seiring penemuan mesin cetak, tradisi tulisan pun ikut menyebar dengan diterbitkannya berbagai manuskrip, buku, maupun surat secara massal hingga memunculkan sebuah jaringan pos yang luas antarkota, provinsi, dan sampai lintas negara. Peristiwa ini sangat berdampak pada para ilmuwan. Hasil penelitian ilmiah yang dulu sangat lamban untuk diketahui baik oleh ilmuwan ataupun masyarakat umum, dengan revolusi mesin cetak semua berjalan dengan sangat cepat. Hasil penelitian atau temuan para ilmuwan pun bisa diakses oleh ilmuwan lainya dengan cepat. Kondisi ini memungkinkan para ilmuwan melakukan penelitian berdasarkan temuan penelitian lainya. Dari sini kemudian muncul sebuah gerakan literasi dan jaringan korespondesi antara ilmuwan dan penulis. Temuan-temuan ilmiah semakin cepat dipublikasikan dan diedarkan secara luas. Kelompok korespondensi juga sering mengadakan pertemuan rapat dan berkumpul dalam aula besar, mimbar, dan *coffee house* yang kebetulan saat itu menjamur di Eropa hanya untuk bertukar ide, gagasan, maupun tulisan. Akibat jaringan korespondensi dan gerakan literasi ini meluas, kemudian membesar di berbagai kota di Eropa, lambat laun keberadaan gerakan tersebut disinyalir menjadi sebuah ancaman bagi otoritas kekuasaan, karena sebelumnya karakter masyarakat dibutakan oleh dogma agama dan pengetahuan versi kekuasaan selama berabad-abad. Kini, akibat adanya gerakan literasi dan jaringan korespondensi tersebut, masyarakat semakin menjadi lebih kritis terhadap otoritas kekuasaan.

Dengan efek *melek* aksara, masyarakat jadi lebih terbuka terhadap perubahan serta hal yang bersifat baru. Kondisi ini menantang mereka untuk menciptakan sesuatu yang berguna

untuk menaikkan taraf hidup yang lebih baik. Penemuan mesin cetak juga berhasil dimanfaatkan oleh masyarakat guna menghasilkan mesin cetak serupa untuk mencetak berbagai surat kabar yang tidak hanya berada di Jerman, tetapi juga meluas ke berbagai Negara Eropa lainya. Revolusi media cetak turut mengilhami munculnya surat kabar baru, seperti surat kabar *Aviso di* Wolfenbutterl, Jerman (1609), kemudian menyusl *Oxford Gazetter* di Inggris (1620). Selain itu surat kabar lain yang terbit di Eropa adalah surat kabar *Oprechte Haarlemsche Cornat* di Belanda (1656), *Einkommende Zaitung* (1650) dan *Franfruters Journal* 1680) di Jerman. Hingga lama-kelamaan kondisi material meningkatkan taraf *melek* huruf dan literasi bacaan masyarakat di Eropa.

Gegap gempita Revolusi *Gutenberg* bukan berarti selalu berimplikasi positif. Dalam bukunya berjudul "*The Gutenbergs Galaxy*" McLuhan mengkaji perubahan tentang masyarakat dalam "tradisi oral" ke "tradisi cetak" pada masyarakat Eropa abad ke-15. Dia berpendapat bahwa teknologi media cetak telah mendesain ulang pancaindra masyarakat Eropa waku itu. Melalui perspektif percetakan yang mengintensifkan penglihatan dan memisahkan pancaindra lainnya seperti suara dan pendengaran. McLuhan juga mengkritik bahwa media cetak yang awalnya sebagai jalan penerang konektivitas literasi antarmasyarakat Eropa, lambat laun dalam praktiknya berwatak antagonistik (McLuhan, 1962). Dasar pemikirannya ialah bahwa bentuk perubahan cara masyarakat Barat dalam berkomunikasi ikut membentuk keberadaannya sekarang. Budaya Barat itu dibentuk berdasarkan cara mereka berkomunikasi. Media cetak telah memunculkan masyarakat kapitalisme barat yang bersifat antagonistik, karena sifat yang ingin memonopoli produksi pengetahuan, informasi, bahasa, dan juga budaya. Produksi pengetahuan memungkinkan penguasaan terhadap akses ilmu pengetahuan tersentralisasi di Barat. Implikasinya ialah pengetahuan dari Barat menjadi diktum kebenaran ilmiah yang harus diterima oleh masyarakat luas hingga hari ini. Produksi informasi lewat media cetak memungkinkan penguasaan terhadap opini mayarakat. Penguasan opini masyarakat berimplikasi terhadap penundukan masyarakat sehinggga memudahkan untuk mengontrol masyarakat

tersebut. Produksi bahasa juga berimplikasi dalam penjajahan bahasa. Seperti yang terjadi hari ini, dominasi bahasa Inggris di dunia memungkinkan bangsa Inggris bisa melakukan koloni di berbagai negara dengan bahasa. Negara-negara dunia ketiga mau tidak mau dipaksa untuk mempelajari bahasa Inggris sebagai bahasa internasional agar bisa mendapatkan akses karena pengetahuan dan informasi yang rata-rata diproduksi lewat bahasa Inggris. Selain itu, produksi budaya (*cultural production*) juga memungkinkan dominasi budaya Barat terhadap budaya-budaya lainya. Dominasi budaya Barat terhadap budaya Timur seperti pada negara-negara Asia dan negara-negara Afrika berimplikasi terhadap penguasaan koloni negara-negara lainnya.

Revolusi Industri

Menjelang akhir abad ke-18, terjadi sebuah revolusi Industri di Inggris, tepatnya terjadi pada 1760. Dampak dari revolusi ini dengan cepat menyebar ke berbagai negara di Eropa. Revolusi ini menyebabkan berbagai perkembangan dalam sektor kerja dan mengakibatkan perubahan drastis pada aspek kehidupan manusia. Peristiwa ini memberi petanda masyarakat akan memasuki sebuah fase modern dalam kehidupannya. Istilah Revolusi Industri sendiri diperkenalkan pertama kali oleh Fredriech Engles (1820–1895). Menurutnya, terjadinya Revolusi Industri di Inggris akan berdampak terhadap kehidupan masyarakat luas, tidak hanya dari sisi ekonomi saja, tetapi juga pada politik dan sosial masyarakat. Revolusi Industri juga memunculkan dua kelas yang saling berlawanan satu sama lainya yaitu antara kaum borjuis dan kaum buruh proletar.

Perubahan yang paling menonjol dalam era Revolusi Industri adalah dari sisi ekonomi terutama perubahan terhadap tenaga kerja di sektor industri. Tenaga kerja yang semula bisa dikerjakan oleh manusia, seketika digantikan oleh mesin secara serentak yang berdampak pada banyak orang yang kehilangan pekerjaannya dan menjadi pengangguran. Banyaknya pengangguran di Eropa waktu itu menyebabkan "*surplus tenaga kerja*" makin berlimpah. Kondisi

ini mengakibatkan banyak buruh yang akhirnya mau bekerja dengan upah murah bahkan tidak layak. Adanya alat-alat produksi baru yang mutakhir semula diprediksi akan mempermudah kerja buruh, namun dalam praktikya justru kian memberatkan. Buruh yang semula bekerja normal delapan jam sehari dengan adanya alat produksi baru malah bisa mencapai empat belas jam dalam sehari. Buruh banyak mengalami kerja lembur yang tidak dibayar secara sesuai bahkan sampai tidak dibayar sama sekali. Selain itu, akibat seringnya kerja lembur waktu luang buruh semakin sempit untuk melakukan aktivitas lainya di luar pekerjaan. Terutama bagi buruh perempuan yang harus mengalami beban kerja ganda selain bekerja di pabrik, mengurus anak, dan juga masih melakukan kerja domestik rumah tangga. Kondisi ini diperparah dengan tidak adanya jaminan sosial dan perlindungan yang baik terhadap buruh sehingga kehidupan mereka makin miskin dan susah.

Tumbuh suburnya pabrik-pabrik baru di Eropa juga mensyaratkan peningkatan pembagian kerja dan spesialisasi fungsi kerja. Banyak buruh yang tidak mempunyai keahlian harus tersisih dengan sistem pembagian dan spesialisasi fungsi kerja. Kondisi ini berbanding terbalik bagi para kelas kapitalis, dengan banyaknya pabrik, kelas kapitalis justru makin banyak mempunyai uang dan kekuasaan. Dalam era Revolusi Industri "uang" dan "kekuasaan" merupakan salah satu media komunikasi dalam bidang ekonomi atau politik. Dalam bidang ekonomi, uang dipahami sebagai alat komunikasi pertukaran komoditas yang termediasi oleh uang. Adapun, dalam bidang politik, kekuasan merupakan media komunikasi. Apabila dua instrumen tersebut menjadi medium komunikasi publik para kelas kapitalis, yang terjadi ialah uang dan kekuasaan menjadi sarana ampuh sebagai instrumen kontrol terhadap para buruh.

Dalam proses komunikasi, ketika uang dan kekuasaan dijadikan sebagai kontrol atas buruh oleh para kapitalis, hal ini tentu bertujuan untuk mempertahankan status *quo* mereka. Dalam sistem komunikasi yang termediasi oleh kekuasaan dan uang, kaum kapitalis dapat menciptakan aturan yang dapat menguntungkan kepentingan mereka. Lebih berbahaya lagi, uang bisa menggantikan

rasionalitas komunikasi dan bisa menentukan benar dan salahnya sebuah perkara. Hal ini akan menyebabkan terbangunnya bentuk komunikasi otoriter yang hanya satu arah (*sifatnya menekan terhadap buruh*). Di sisi lain, di era revolusi industri, demokrasi dalam ruang tempat bekerja belum terbangun dengan baik. Hak berkumpul, bersosialisasi, dan berserikat masih sangat dibatasi. Keadaan ini, membuat buruh tidak mempunyai posisi tawar (*bargaining position*) yang kuat di mata para kapitalis. Kaum buruh tidak bisa mengorganisir diri dan kelompoknya. Para kapitalis dengan mudah bisa memecat tenaga buruh yang dianggap tidak lagi produktif dalam menghasilkan laba buat pabrik. Buruh ini ibarat mesin-mesin di dalam pabrik yang hanya dijadikan sebagai sebuah komoditi industry, bukan sebagai manusia. Kerja yang seharusnya memanusiakan buruh atau kerja pemenuhan diri sesuai dengan *passion* menjadi kerja-kerja yang (*teralienasi*) atau buruh terasing dengan pekerjaanya.

Posisi buruh dalam era Revolusi Industri semakin termarjinalisasi dengan adanya pembagian kelas yang mencolok. Munculnya pembagian kelas mengakibatkan relasi kerja yang timpang. Kaum buruh sering hanya dijadikan sebagai komoditas yang setiap hari dieksploitasi dan diisap energinya hanya demi kepentingan kelas kapitalis untuk menghasilkan nilai lebih (*surplus value*). Dalam bukunya *Das Kapital Vol. 1* Karl Marx menjelaskan tentang adanya kelebihan nilai produksi seorang buruh yang berbanding terbalik dengan upah dalam suatu produksi. Kelebihan nilai ini menciptakan keuntungan bagi para kapitalis, karena kecilnya biaya produksi berbanding terbalik dengan beban pekerjaan buruh. Ketika buruh mendapatkan upah yang kurang untuk menebus tenaganya, buruh tersebut dirugikan. Sisa nilai upah yang seharusnya diberikan pada buruh agar mendapatkan keuntungan inilah yang disebut "nilai lebih" (*surplus value*) (Marx, 1867: 145). Bisa dikatakan bahwa para kapitalis mendapatkan *surplus value* dengan mencuri sebagian upah yang seharusnya didapatkan oleh buruh yang dipekerjakan. Tindakan pengambilan nilai lebih ini adalah bentuk dari eksploitasi kerja terhadap buruh. Para kapitalis mendapatkan nilai lebih dengan cara meningkatkan beban kerja. Praktik ini sengaja

dilakukan oleh para kapitalis agar modal bisa dapat teralihkan untuk hasil produksi.

Dalam beberapa fasenya revolusi industri juga melahirkan perkembangan sistem transportasi berbasis mesin uap seperti kereta uap, kapal uap, dan juga sistem komunikasi seperti telegram dan radio. Penemuan itu berimplikasi sosial dalam masyarakat industri yang menyebabkan jurang pembagian strata sosial masyarakat lebih tinggi, karena watak dasar dari sistem kapitalisme menciptakan bentuk kelas sosial yang sangat kontradiktif antara kaum buruh dan kaum borjuis. Jurang pembatas yang lebar tersebut juga berimplikasi terhadap akses akan transportasi dan komunikasi. Alat-alat transportasi waktu itu hanya bisa diakses oleh kaum borjuis guna berpergian antarkota, negara, dan bertemu kolega dalam rangka ekspansi bisnisnya. Adapun, karena tiada akses transportasi, kaum buruh hanya bisa berdiam di pabrik dengan belenggunya. Selain itu, akses komunikasi dimanfaatkan oleh kaum borjuis untuk berjejaring dan mendapatkan informasi akan dunia bisnisnya. Sementara kaum buruh, dengan tidak adanya akses informasi, jadi semakin minim pengetahuan, tertinggal, dan terisolasi dengan dunia luar.

Dampak secara keseluruhan dari perkembangan revolusi industri ialah makin tumbuhnya sistem ekonomi kapitalisme di kalangan masyarakat Eropa. Kapitalisme juga merupakan sistem ekonomi yang bisa diartikulasikan dalam bentuk politik. Seseorang boleh menggunakan segala kemampuan dan potensi yang dimiliki untuk meningkatkan kekayaan tanpa adanya suatu batasan. Dalil utama sistem kapitalisme ialah bahwa kepentingan pribadi berada di atas kepentingan umum atau masyarakat luas. Dalam hal ini, tidak menjadi masalah ketika seseorang ingin mendapatkan kekayaan dengan mengabaikan kebutuhan orang lain dan kepentingan masyarakat luas serta menempatkan hak pribadi di atas segalanya. Lebih jauh lagi, sistem kapitalisme bahkan ingin mengurangi intervensi negara terhadap ekonomi dan bahkan kalau bisa menghilangkan total peran negara dalam pengaturan ekonomi—yang berarti, sistem ekonomi akan mutlak diserahkan pada mekanisme hukum pasar.

Dalam bukunya *The Wealth of Nations,* Adam Smith mengajukan pendapat: Ketika seorang tuan tanah, penenun, atau pembuat sepatu memperoleh laba besar daripada yang dia butuhkan untuk menafkahi keluarganya sendiri, kemudian dia mengunakan kelebihan itu untuk mempekerjakan asisten guna meningkatkan labanya, maka semakin banyak laba yang diperoleh, semakin banyak asisten yang akan dipekerjakan. Harusnya dapat kita simpulkan di sini peningkatan laba perusahaan swasta atau pabrik adalah juga menjadi dasar dari peningkatan dan kemakmuran kolektif para pekerja (Harari, 2018). Akan tetapi, apa yang terjadi justru kebalikannya; hanya menguntungkan pemilik modal. Menurut Harari dalam kritiknya terhadap kapitalisme, pada dasarnya Adam Smith hanya ingin mengatakan bahwa serakah itu bagus dan menjadi egois itu adalah tindakan *altruisme*. Lebih jauh lagi Harari juga mengkritik apa yang dikatakan oleh Francis Fukuyama dalam bukunya *The End of History and The Last Man* (1992) yang dijadikan acuan para kapitalisme hari ini untuk membenarkan perihal akhir dari sebuah sejarah dengan kemenangan total kapitalisme. Menurutnya, jika sistem kapitalisme menjadi akhir dari sejarah umat manusia berarti kita masuk dalam jurang gelap ketidakpercayaan terhadap dialektika sejarah masa lampau; ketika setiap imperium dari beberapa dekade hancur dan diganti oleh imperium yang lebih baru yang lebih baik.

Revolusi Digital: Sebuah Catatan Kritik

Revolusi Digital menjadi sebuah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan sebuah fase sejarah perkembangan teknologi dari mekanik ke analog, menuju sebuah penerapan teknologi elektronik digital ke semua lini kehidupan yang secara familier disebut era *"internet of thing"*. *Global Standars Initiative* (Lot-GSI) 2013 mendefinisikan *internet of thing* sebagai infrastruktur informasi dan komunikasi digital yang memungkinkan layanan-layanan lebih maju dengan menghubungkan berbagai hal, baik

fisik maupun virtual. Infrastruktur dalam logika ini bertumpu pada teknologi komunikasi dan informasi yang telah ada ataupun sudah dapat dioperasikan maupun yang sedang dikembangkan. Sekilas bisa dikatakan bahwa semua perangkat berdimensi fisik atau nonfisik yang terintegrasi dengan internet bisa membentuk sebuah jaringan komunikasi, baik berskala unit-unit kecil masyarakat, organisasi, kelompok, komunitas, nasional maupun pada tataran global.

1969 ditengarai menjadi tahun kemunculan internet, saat Departemen Petahanan (DOD) Amerika Serikat mendanai sebuah proyek penelitian jaringan komputer yang dilakukan oleh Advanced Research Project Agency (APRA). Penelitian tersebut bertujuan untuk membangun jaringan komputer berskala nasional yang memungkinkan agen-agen pemerintah dan militer saling berkomunikasi melalui jaringan internet. Pada awal kemunculannya, pengembangan internet dilakukan dengan sangat terbatas hanya untuk kebutuhan militer di Amerika Serikat. Pada 1960 dan 1970 jaringan tersebut kemudian semakin berkembang dan maju dengan ditandai adanya LAN (*Local Area Network*) yaitu jaringan komputer pada area lokal serta jaringan komputer yang lebih besar atau disebut WAN (*Wide Area Network*) serta munculnya beberapa *provider* atau penyedia jasa internet di berbagai negara.

Dalam perkembangan terkini, internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern yang tak bisa terpisahkan. Dengan adanya internet, teknologi komunikasi yang dahulu masih terbatas penggunaanya kini telah mampu diakses oleh kalangan masyarakat luas. Internet memungkinkan dunia saling terhubung seperti apa yang pernah dikatakan oleh Marsall McLuhan bahwa dunia akan menjadi "*global village*" atau dunia menjadi desa-desa global dengan orang di dalamnya akan terhubung satu sama lainya (McLuhan, 2006). Ditambah lagi dengan kemunculan alat canggih berupa telepon seluler atau telepon pintar yang mampu menggabungkan tiga komponen teknologi telepon, komputer, internet, serta bisa mengintegrasikan ragam aktivitas komunikasi manusia. Saat ini, melalui telepon pintar (*smartphone*), hanya dengan duduk santai di rumah, orang bisa berkomunikasi,

mengirim pesan lewat *whatsapp*, *video call*, berdiskusi lewat *zoom*, mengakses *e-book*, maupun memanfaatkan aplikasi *note*. Bahkan, dengan perkembangan konvergensi media, masyarakat bisa mengakses beragam informasi melalui media televisi, radio, film, ataupun media sosial.

Sejarah telah mencatat bahwa transformasi teknologi komputer digital dan internet merupakan roda penggerak perubahan zaman yang sangat cepat. Perkembangan teknologi komputer digital telah mengubah secara drastis lanskap dunia kerja global, proses komunikasi, dan penjaringan informasi. Dengan adanya teknologi komputer digital pekerjaan manusia jadi lebih efisien. Pekerjaan yang semula masih menggunakan sistem analog atau manual kemudian menjadi bentuk kerja yang diperantarai teknologi komputer digital. Perangkat kerja yang dulu masih manual berupa kertas kerja kini sudah terintegrasi dengan komputer. Begitu pun kertas kerja yang dulu tersimpan di dalam *filling cabinet* kini sudah tersimpan rapi dalam *cloud* atau komputasi awan berbasis internet. Proses penyimpanan data dengan *cloud* secara sederhana dapat dijelaskan sebagai sistem penyimpanan dan pemrosesan data baik dari aplikasi ataupun layanan jejaring pengguna internet. Penyimpanan tersebut tidak perlu lagi menggunakan perangat penyimpan pribadi seperti *filling cabinet, flasdisk, hardisk,* atau bahkan server pribadi. Proses penyimpanan data secara berulang dan terus-menerus yang kemudian tersimpan dalam jumlah yang besar, lama-kelamaan data tersebut menjadi sebuah data besar atau disebut "*big data*". Adapun, istilah *big data* sendiri merujuk pada kumpulan proses yang terdiri dari volume data dalam jumlah besar, baik terstruktur maupun tidak terstruktur. *Big data* sendiri merupakan proses pengembangan dari sistem *database* pada umumnya. Akan tetapi, yang membedakan di sini adalah proses kecepatan, volume, dan jenis data yang tersedia lebih banyak dan variatif.

Timbunan data berskala besar itulah yang kini menjadi "*new asset oil*" para perusahan-perusahan teknologi digital. Dari jumlah data besar yang melimpah ruah di *cloud*, lalu kemudian algoritma dan kecerdasaran buatan mengelolanya menjadi sebuah kumpulan informasi yang berguna bagi perusahaan digital. Informasi yang

diolah tersebut membentuk surplus perilaku (***surplus behavior***) pengguna yang mempunyai nilai guna terhadap pengiklan. Dari sinilah genos kapitalime baru muncul dalam era teknologi digital atau sering disebut dengan kapitalisme pengawasan (***surillanceve capitalism***). Shoshana Zuboff mengatakan dalam kapitalisme digital ada pihak-pihak tertentu yang lebih canggih dibandingkan institusi negara dalam melakukan pengawasan terhadap masyarakat serta dapat memata-matai warganya secara canggih, di sini Zuboff merujuk pada lima besar perusahaanan *platform* digital. Dominasi perusahaan digital, seperti *Google, Facebook, Apple, Microsoft, dan Amazon* hari ini telah dipandang memunculkan bentuk kapitalisme baru yang didorong oleh *survilance capitalism*. Zuboff menjelaskan bahwa *surveillance capitalism* adalah bentuk baru dari pasar kapitalisme abad 21 dengan logika akumulasi keuntungan yang lebih spesifik dengan sirkuit lingkaran produksi-konsumsi dan penambang data (Zuboff, 2019).

Para perusahaan digital tersebut secara sengaja dan diam-diam melakukan pengelolaan data perilaku penggunanya. Dari situ data diolah lebih lanjut untuk menciptakan prediksi produk-produk yang bisa memenuhi kebutuhan orang saat ini ataupun di masa depan nanti. Para kapitalis teknologi di era *surveillance capitalism* ini mendapatkan keuntungan besar lewat data prediksi tersebut. Hal tersebut karena data prediksi bisa dijual untuk para pengiklan digital ataupun untuk target iklan politik. Data prediksi ini sifatnya juga lebih spesifik jika dibandingkan dengan bentuk iklan-iklan media *mainstream* yang lebih terbuka; dengan iklan yang menyasar langsung terhadap pengguna dan bentuknya yang lebih spesifik tentu akan lebih efisien dan tepat sasaran. Melalui pemprosesan algoritma dan mesin *learning* mereka bisa langsung menyasar ke akun-akun media sosial pribadi seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Line, Whatsapp, Youtube, Tik-Tok* bahkan bisa sampai ke *Email* pribadi. Lebih dalam menurut Zuboff, pengguna internet tidak memiliki kekuasaan atas datanya sendiri. Mereka dijadikan objek pengawasan dan dikendalikan oleh perusahaan teknologi digital. Secara tidak disadari bahkan *setting* algoritma hari ini telah mengarahkan dan mencoba memodifikasi perilaku pengguna sesuai dengan keinginan merek para perusahaan digital.

Peristiwa ini menimbulkan banyak keresahaan berbagai kalangan mulai dari akademisi, aktivis, dan masyarakat digital dengan mulai menyikapi data perilaku yang diambil perusahaan teknologi digital secara kritis. Mereka memperkenalkan konsep data sebagai milik pengguna (*Data as Labor*). Kalangan ini menuntut bahwa data yang diambil oleh perusahaan teknologi digital tersebut harus dikembalikan kepada pemilik data yaitu penggunan atau *user* terkait. Hal ini berarti bahwa pemilik data mempunyai hak nilai ekonomis atas datanya. Ketika data tersebut digunakan oleh perusahaan teknologi digital, nantinya mereka harus membayar kepada *user* terkait. Selaras dengan itu banyak juga kalangan kritis yang lebih menuntut agar data pribadi dapat dihapus langsung oleh pengguna dengan alasan agar data tersebut tidak disalahgunakan untuk kepentingan politik.

Influencer Kapitalisme

Media sosial merupakan medium komunikasi berjejaring yang memungkinkan semua orang bisa terhubung satu sama lain tanpa mengenal batasan lintas teritorial. Pertemuan dengan kawan lama, bahkan pertemuan dengan orang yang belum kenal satu sama lain pun menjadi sebuah keniscayaan. Melalui media sosial masyarakat bahkan bisa mengetahui informasi dari berbagai belahan dunia. Survei *Hootsuite* pada 2021 menunjukkan bahwa pengguna internet dunia sudah mencapai 4,66 miliar jiwa; 4,22 miliar di antaranya adalah pengguna media sosial. Angka ini diprediksi akan terus naik setiap tahunnya, karena akses internet ke berbagai negara pun terus meningkat. Beragam kemudahan yang ditawarkan teknologi digital melalui media sosial seperti *Facebook, Google, Youtube, Instragram, Twitter*, hingga *Tik-tok* membuat banyak kalangan menyambut dengan sangat positif, namun sering kali mengesampingkan implikasi negatif dari *platform* tersebut.

Cristian Fuch (2014) mengatakan bahwa pesatnya revolusi teknologi digital memicu munculnya tiga kalangan dalam melihat efek dari teknologi media digital tersebut. Pertama, "kalangan

optimis" terhadap teknologi media digital. Menurutnya, kaum optimis dengan teknologi media digital telah secara digital mentransformasikan dunia yang menjanjikan bentuk-bentuk komunitas baru, cara-cara alternatif untuk mengetahui dan merasakan, inovasi kreatif, kultur partisipatif, aktivisme berjejaring, dan persemaian demokrasi. Kedua, ada kalangan yang mempunyai kecemasan terhadap dampaknya atau "kaum pesimis". Kaum pesimis berargumen bahwa teknologi media digital sama sekali tidak membawa perubahan ke arah yang lebih positif, tetapi justru memperparah kedalaman dan perluasan dominisasi melalui bentuk-bentuk kontrol yang baru seperti jejaring otoritarianisme, dehumanisasi digital, alienasi 2.0, jejaring eksploitasi, dan bangkitnya *surveillance society*. Ketiga, kalangan yang kritis terhadapnya namun sayangnya jumlahnya hanya sebagian kecil. "Kaum kritis" merupakan kaum yang menolak tunduk pada berbagai narasi kebenaran tunggal dari sistem pengetahuan dan kuasa serta kerja-kerja pendisiplinan *delusional* di balik teknologi media digital tersebut.

Perkembangan sampai hari ini, dominasi kaum optimis terhadap perkembangan revolusi digital terus meningkat dan jumlahnya semakin banyak. Dengan maraknya berbagai narasi politis di media massa: tentang datangnya sebuah era baru yaitu revolusi industri 4.0 yakni terjadi sebuah lompatan-lompatan perkembangan teknologi. Sebuah era yang terus digaungkan, baik oleh para kapitalis hari ini maupun pemeritah di berbagai negara Barat. Akan tetapi, hal ini juga menimbulkan pertanyaan sekaligus kenyataan pahit dalam praktiknya, misalnya akses akan teknologi digital dan internet juga masih terbatas di berbagai negara dunia ketiga seperti di Afrika maupun Asia. Serta kontrol atas teknologi media digital masih didominasi negara-negara dunia pertama seperti Amerika, Rusia, dan China. Bahkan beberapa penelitian menyebutkan bahwa di negara dunia ketiga mayoritas warganya masih lulusan sekolah menegah pertama atau SMP. Lalu muncul pertanyaan, untuk siapa percepatan revolusi teknologi digital ini. Alih-alih percepatan justru malah akan menambah kesenjangan kelas yang lebih mendalam. Kekhawatiran tersebut bisa terjadi

jika hal mendasar dalam peradaban manusia yaitu masalah pokok pendidikan dasar belum diselesaikan. Kaum kritis hari ini mulai mempertanyakan motif di balik narasi revolusi 4.0 tersebut. Seiring waktu berjalan, mereka justru mengambil jarak dengan bentuk narasi-narasi yang sifatnya mengarah ke ideologis. Kaum kritis ini, menurut Fuchs, juga mencair di berbagai negara dan melebur dengan masyarakat pada umumnya sehingga sulit untuk terklasifikasikan. Akan tetapi, kehadiran mereka sangat dibutuhkan untuk tetap kritis dengan berbagai narasi-narasi yang terkesan optimis namun jika ditelusuri mempunyai muatan kepentingan politik sesaat.

Media sosial sejatinya tidak pernah sepenuhnya bersifat sosial, tetapi justru bersifat hegemonik. Kata sosial pada media sosial telah menghegemoni masyarakat, membuat orang lupa dan tidak sadar bahwa media sosial yang digunakan adalah suatu entitas bisnis yang bekerja dengan logika akumulasi modal dan maksimalisasi konsumsi. Selain itu, kata sosial juga membuat masyarakat lupa bahwa logika yang menggerakkan media sosial adalah instrumentalisasi dan monetisasi (Agus Sudibyo, 2019:206). Seperti halnya yang dilakukan oleh perusahaan yang secara diam-diam mengambil keuntungan dengan mengumpulkan informasi kita setiap harinya. Proses komersialisasi informasi pengguna ini adalah bentuk dari kapitalisme digital. Pengguna media sosial adalah konsumen produktif yang menghasilkan komoditas dan menciptakan keuntungan bagi korporasi media sosial (Fuchs, 2014). Selain itu bisa dikatakan bisnis dari media sosial adalah perhatian (*etension*). Ketika seseorang semakin berlama-lama menggunakan media sosial bisa dikatakan dia sedang bekerja di korporasi media sosial tersebut yang termanifestasikan dari nilai lebih (*surplus value*). Mereka tidak menyadari bahwa ada bentuk relasi kerja di dalamnya yaitu kerja-bermain (*playbour*). Mereka bahkan dengan senang hati membagikan data mereka secara gratis ke perusahaan teknologi digital untuk dikomodifikasi. Bentuk relasi sosial yang terbangun di media sosial adalah relasi sosial kesadaran palsu (*falseconsciousness*) yang termanifestasikan lewat bentuk *fetisisme digital* seperti *share, like, love, retweet, and subscribe*.

Media sosial yang banyak memberi janji untuk tidak akan memunculkan batas sosial antarkelas, justru menimbulkan kelas baru yang sangat *absurd*. Dulu banyak orang pamer kemewahan dalam rangka pengejaran status sosial di masyarakat. Dengan adanya kemudahan akses media sosial orang mulai berlomba-lomba memamerkan kemewahan dalam rangka pengejaran status dan pengakuan sosial namun dibumbui dengan berburu *like, love, retwet, and subscribe*. Pelombaan ini menciptakan kelas borjuis baru di media sosial oleh mereka yang bisa *share* tentang produk-produk mewah, seperti baju, mobil, gaya berlibur, gaya hidup, pamer makanan, hingga pamer status hijrah, maupun kucing peliharaan. Begitu pun sebaliknya, media sosial juga menciptakan rasa minder dan terisolasi bagi masyarakat yang tidak memiliki akses dan kapital. Parahnya, masyarakat yang tidak bisa mengikuti kompetisi sosial serta pengejaran status di media sosial dibuat merasa lebih rendah statusnya di *platform* tersebut (Kane X Faucer, 2018).

Tumbuhnya teknologi media digital dan merebaknya demokrasi liberal ikut mendemokratisasi kesenjangan kelas di media sosial. Situasi ini pada akhirnya memunculkan orang-orang baru dengan popularitas yang sangat cepat dan instan lewat media sosial. Orang-orang baru ini muncul bukan lewat keahlian dalam bidang tertentu, misalnya dengan mempelajari lewat buku, riset mandala, atau lahir dari forum-forum diskusi, melainkan muncul bersamaan tumbuh pesatnya perkembangan media sosial di masyarakat. Orang-orang baru ini, merujuk apa yang dikatakan Fuchs dengan istilah (*influencer capitalism*) media sosial, seperti *selebgram, selebtwit, youtuber, potcaster,* dan *tik-tokers*. Memang tidak semua *influencer* bisa dikategorikan sebagai *influencer* kapitalisme karena ada banyak influencer yang berbasis pada keilmuan dan tentu mempunyai manfaat yang baik bagi masyarakat. Salah satu ciri khas *influencer* kapitalisme adalah ia sering muncul juga dengan ragam kontroversi dan sensasinya di media sosial hanya untuk mendapat perhatian (*attention*). Jika kita kembali merujuk pada konsep bisnis media sosial, salah satunya adalah bisnis *attention* yang sebenarnya adalah bentuk kerja bermain (*playbour*), para *influencer* kapitalisme ini sesungguhnya merupakan

kepanjangan tangan dari perusahaan digital kapitalisme tersebut. Mereka ibarat mandor-mandor pabrik yang bekerja untuk para kapitalis dan siap ikut mengeksploitasi buruh.

Selain itu, *influencer* kapitalisme ini juga bisa dikatakan adalah komoditas fetisisme dari digital kapitalisme itu sendiri. Para *influencer* ini hanya memanfaatkan kepopuleran semata untuk menjadikan konten mereka sebagai komoditas atau dagangan eceran. Mereka bahkan tidak segan-segan untuk mengumbar kehidupan pribadi di media sosial demi sebuah konten, seperti dilakukan oleh Awkarin—*gimmick* memiliki hotel membuat heboh media sosial yang ternyata hanya untuk kepentingan *endorsement*, lalu selebgram Sarah Sasabila—melakukan sensasi lelang keperawanan di media sosial saat pandemi COVID-19 membuat jagat media sosial heboh dan ternyata agar demi mendapat perhatian yang akhirnya berujung pada permintaaan maaf ke publik, serta yang dilakukan *youtuber* Ferdian Paleka—melakukan *prank* dengan membagikan sampah yang dibungkus dalam kemasan khas makanan ramadan terhadap para transgender saat bulan Ramadan demi sebuah konten. Sepi *job* dan popularitas mulai meredup di dunia *entertainment,* akhirnya memutuskan hijrah hanya demi *endorsement* pakaian-pakaian hijab. Bahkan salah satu *influencer* kapitalisme yaitu Atta Halilintar tidak segan-segan menjadikan pernikahanya sebagai objek komoditas dagangan dan tontonan yang disiarkan langsung oleh televisi serta disinyalir telah merebut frekuensi publik. Serta banyak lagi tingkah-tingkah *absurd* yang nihil edukasi dipertontonkan dengan mata telanjang oleh para *influencer* kapitalisme ini di media sosial. Ujung dari semua itu hanya untuk mendulang rupiah dan *endorsement* dari perusahan-perusahan kapitalisme.

Banyak orang lalu berlomba-lomba ingin menjadi seperti para *influencer* kapitalisme ini. Mereka melakukannya lewat cara-cara instan agar cepat terkenal dan *viral* dengan pamer kemewahan hidup, pamer status hijrah, dan tingkah laku *absurd* lainya agar mendapatkan perhatian (*attention*). Tanpa disadari, mereka orang-orang latah ini digiring dengan pola pikir instan oleh algoritma media sosial. Pola pikir instan ini menjadikan mereka tidak rasional

dan delusional bahkan menghalalkan segala cara agar selalu eksis di jagat raya media sosial. Pola pikir yang instan itu, tentunya akan memudahkan mereka untuk dikontrol dan dikendalikan perilakunya oleh perusahaan teknologi digital. Hal ini merujuk apa yang dikatakan oleh Zuboff bahwa tujuan akhir dari perusahan teknologi digital ini ialah ingin memodifikasi perilaku penguna media sosial sesuai dengan keinginan mereka dan celakanya hal itu tidak disadari oleh mereka.

Kemunculan *influencer-influencer* kapitalisme baru ini semakin hari tentu semakin meresahkan. Selain mereka tidak mempunyai tanggung jawab sosial untuk mendidik publik dan para *followers*-nya yang rata-rata generasi muda—yang kita tahu masih banyak membutuhkan literasi tentang efek media sosial, parahnya lagi mereka para *influencer* kapitalisme ini dengan kelompoknya bagaikan polisi moral yang sering kali mendistribusikan suatu narasi isu atau gerakan *counter* narasi publik di media sosial sesuai arahan para donaturnya. Narasi bisa berbentuk dukungan kepada korporasi ataupun dukungan terhadap kekuasaan politik tertentu. Tidak jarang bahkan para *influncer* kapitalisme ini menjelma sebagai *buzzers* dadakan yang siap diandalkan. Mereka tidak peduli akibat narasi yang dibangunnya menimbulkan polarisasi politik antarmasyarakat dan bisa menimbulkan perpecahan dalam berbangsa. Hegemoni wacana dan penggiringan opini publik yang dilakukan *influencer* kapitalisme sering mengakibatkan isu-isu sentral di masyarakat bawah sering tergeser dengan munculnya mereka yang terus-menerus di ruang publik seperti media sosial.

Para kaum kritis dan aktivis di media sosial sering kali menggunakan konsep "*cancel culture*" kepada para *influncer* kapitalisme hari ini. Konsep *cancel culture* kaum kritis ini tentu berbeda, bukan perseteruan antara *fans vs haters* seperti yang sering terjadi di media sosial hari ini. Konsep *cancel culture* ini bukan muncul dalam kaitannya dengan gerakan boikot yang mengarah pada bentuk-bentuk tindakan *ignorant* kepada seseorang, misalnya hanya karena sentimen pribadi atau sebuah bentuk intimidasi terhadap seseorang akan masa lalunya. Akan tetapi, dalam konteks ini, yang ditekankan ialah kepada mereka-mereka *influencer*

kapitalisme yang menghegemoni narasi publik dengan mempertontonkan kemewahan, namun selalu *ignorant* terhadap isu-isu sentral masyarakat. Definisi *cancel culture* bagi kaum kritis ini lebih menekankan pada aspek alternatif narasi atau sebuah narasi tandingan terhadap hegemoni *influencer* kapitalisme di ruang publik. Serta berupaya memunculkan *influencer-influencer* organik yang berasal dari gerakan masyarakat dan mendorong lahirnya "*influencer alternatif*" atau "*influencer sosialisme*" untuk membentuk budaya baru dalam bermedia sosial sehingga isu utama dalam masyarakat dapat dimenangkan di ruang publik.

Jürgen Habermas dalam konsepnya tentang "*Public Sphere*" mengatakan bahwa ruang publik (*Demokrasi Patisipatoris)* ialah mengandaikan kesetaraan bagi setiap warganya dengan jalan partisipasi publik sampai tingkat akar rumput. Ide ini juga ingin mengembalikan ruang publik yang lebih emansipatoris yang tadinya hanya dimiliki oleh kaum "*borjuis*", namun juga bisa menjadi milik demos "*rakyat*" (Habermas, 1989). Hebermas menawarkan suatu diskursus wacana publik dengan tujuan agar aktor-aktor intelektual (*influencer alternatif*) sanggup mengekstrapolarisasi isu-isu mendasar (*imanen*) dalam masyarakat menjadi terangkat ke permukaan. Dengan demikian, masalah mendasar masyarakat mendapatkan perhatian luas hingga dapat diselesaikan (*problem solve*). Ide ini bisa dikatakan lawan dari sistem demokrasi liberal dengan janji-janji distopianya yang sering kali menawarkan kebebasan semu dan kesetaraan palsu bagi warganya. Walaupun di sini Habermas secara implisit tidak menyebut media sosial, karena konteks zaman pada saat penulisan, dalam konteks hari ini penting untuk menempatkan media sosial sebagai salah satu ruang publik yang setara. Dengan demikian, penting dalam kaitannya dengan era kapitalisme digital hari ini, perjuangan akan kesetaraan tidak hanya pada level aspek ekonomi saja tetapi juga pada akses terhadap "*komunikasi*".

Materialisme Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial dalam hidupnya selalu membutuhkan satu "*instrument tool*" atau alat untuk terkoneksi dengan yang lain yaitu "*komunikasi*" yang melingkupi seluruh aspek kehidupan manusia. Lewat instrumen komunikasi masyarakat dan kebudayaan bisa terbentuk seperti sekarang dan berdialektika sepanjang zaman. Lebih dari itu, komunikasi merupakan basis material manusia yang menentukan superstruktur, karena lewat komunikasi pula pengetahuan bisa diproduksi dan direproduksi hingga hari ini serta bisa dikonsumsi masyarakat luas. Menurut *Karl Marx* dalam bukunya *Das Kapital* "yang ideal adalah dunia materi" yang diterjemahkan dalam "akal budi manusia" dan dalam "bentuk pikiran" (Marx, 1867: 102). Dalam *The German Ideology*, Marx mengatakan juga bahwa produksi gagasan, konsepsi, kesadaran pertama-tama terjalin dengan aktivitas material dan hubungan material manusia-bahasa kehidupan nyata (Marx & Engels, 1845/1846). Dari sini dapat disimpulkan bahwa informasi dan komunikasi merupakan bentuk materi dan bahwa produksi informasi merupakan bagian dari produksi material. Ketika Marx berbicara tentang "hubungan material manusia", ia tidak hanya menggambarkan proses pemikiran manusia tetapi bagaimana, dalam proses komunikasi, dengan menghubungkan pemikiran mereka, manusia memproduksi keseluruhan hal baru. Penekanannya bahwa komunikasi adalah bahasa kehidupan nyata (*material*) melalui proses produksi dan reproduksi sehari hari-hari (Fuchs, 2020: 94).

Pandangan ini bertopang pada tesis materialisme historis *Karl Marx* tentang basis material yang menentukan superstruktur. Basis material adalah kondisi ketika keadaan objektif di luar kesadaran diri kita sebagai subjek yang kemudian bisa diartikan ada suatu kebenaran objektif di luar diri kita sebagai subjek. Adapun, material itu juga suatu hal yang bersifat *"primer"*, sedangkan pikiran, kesadaran, sensasi, intuisi, hanyalah produk perkembangan lebih lanjut (Martin, 2012). Materialisme berangkat dari kebenaran objektif yang direfleksikan oleh sains. Adapun, idealisme mereduksi objektivitas berdasarkan pikiran subjek. Secara tidak langsung bisa

dikatakan bahwa berpikir "*materialisme komunikasi*" berarti keluar dari kungkungan idealisme dan kembali kepada realitas objektif sains. Konsekuensi dari berpikir demikian ialah akan percaya bahwa ada suatu kebenaran objektif di luar diri kita sebagai subjek. Adapun, berpikir "*idealisme komunikasi*" berarti masuk dalam jeruji besi subjektivitas kebenaran dan menganggap kebenaran itu relatif dan subjektif dan tidak percaya kebenaran yang direfleksikan sains objektif.

Menurut Fuchs ekonomi informasi juga mempunyai nilai ekonomis sama halnya dengan nilai basis ekonomis primer karena informasi dan sistem informasi memengaruhi sistem ekonomi dan keputusan-keputusan ekonomi hari ini. Sebagai contoh, misalnya ketika perusahan teknologi digital seperti *facebook, google, twitter,* dan *amazon* mengambil data *material user* yang didapat dari kerja tidak dibayar (*playbor*). Data yang berlimpah ruah di *cloud* itu kemudian menjadi surplus perilaku (*surplus behavior*) yang diolah kemudian dijadikan komoditas terhadap perusahaan yang membutuhkan iklan, baik dari kalangan bisnis, kepentingan politik, maupun kepentingan pemerintahan pada satu negara. Ini membuktikan bahwa ekonomi informasi sangat berpengaruh dalam dunia kapitalisme digital hari ini. Adapun, kesetaraan dalam komunikasi bisa berimplikasi terhadap informasi yang secara tidak langsung bisa menjadi landasan dasar dari ekonomi informasi.

Selain itu Fuchs juga mengkritik bentuk komunikasi idealis yang sifatnya sangat vulgar serta menolak bahasa ditempatkan pada level superstruktur. Dia mengkritik bentuk komunikasi idealisme yang dilakukan oleh Josep Stalin yang menjadikan bahasa sebagai perangkat ideologi dominan yang ingin mengongkritkan bangsa menjadi totaliter. Komunikasi yang bersifat idealis berwatak antagonisme, satu sisi bisa dijadikan alat untuk mendukung kekuasaan di sisi lain juga bisa sebagai alat represi terhadap masyarakat. Karena lewat komunikasi, idealisme dominasi suatu kekuasaan bisa menstrukturkan tindakan orang lain. Dari sini komunikasi idealisme mengandung bentuk relasi kuasa antara majikan dan budak. Majikan bagi mereka penguasa opini dan budak bagi mereka yang terkuasi opininya. Hal ini bisa kita lihat ketika naiknya pemimpin

sayap kanan (*right–wing*) dengan bentuk komunikasi idealistiknya seperti pada *Donald Trump, Bolonzo, Rodrigo Durtete, Recep Edorgan, Junta di Militer Myanmar*, atau bahkan pada era Suharto. Keadaan ini menjelaskan bahwa komunikasi dalam bentuk idealistik termanifestasikan lewat tindakan vulgar. Mereka yang teridentifikasi akan hal tersebut tidak jarang sering menarasikan bentuk-bentuk ideologi "*nasionalisme kanan*" yang sifatnya idealistik dengan membandingkan agama satu dengan agama lainya, ras satu dengan ras lainya, dan suku asli dengan suku lainya sebagai liyan (*the other*). Mereka bahkan menciptakan polarisasi politik di kalangan masyarakat dengan isu politik identitas sembari menjadi mitra penting oligarki. Mereka juga menunjukkan imigran sebagai musuh (*zenophobia*) dan mempertentangkan bangsa satu dengan bangsa lainya sebagai (*musuh asing*). Tidak jarang mereka juga merebut kekuasan dengan jalan kudeta seperti yang terjadi di Myanmar. Komunikasi politik pemimpin sayap kanan ini berbentuk narasi nasionalisme sempit "*etnonasionalisme*" yang menciptakan narasi kesatuan nasional yang fiktif dan penuh manipulasi. Mereka selalu meninggikan kelompoknya namun di saat bersaman mereka merepresi kelompok yang berbeda dengan mereka. Mereka mengartikan nasionalisme hanya sebatas jargon politik tanpa substansi mendasar yang jelas. Bukan seperti komunikasi politik praksis "*nasionalisme kiri*" yang dilakukan oleh Soekarno di Indonesia yang lebih berbasis kepada kelas "marhaen" dengan berbasis problem material masyarakat.

Epilog

Dari beberapa dekade revolusi yang dipaparkan di atas kita bisa melihat bahwa ilmu komunikasi secara epistemologis justru mempunyai akar yang sangat kuat. Kita bisa melihat tentang hakikat dari ilmu pengetahuan, justifikasi, dan rasionalitas keyakinan dari beberapa fase dekade revolusi ke belakang. Mulai dari dekade revolusi komunikasi pertama pada *homo sapiens* dalam perkembangan revousi kognitif diawal masa pemburu dan pengepul, revolusi pertanian, dan revolusi sains. Kemudian ilmu komunikasi sebagai

sebuah konsep ditemukan pada era Yunani klasik ketika "*retorika*" menjadi alat komunikasi warga Athena.

Fase kedua berlanjut pada revolusi mesin cetak atau "*Revolusi Gutenberg*" mengubah budaya "komunikasi lisan" menjadi budaya "komunikasi tulisan". Dari situ muncul era publisistik atau cikal bakal pers profesional dan juga memunculkan jaringan korespondensi antarkeilmuan. Dengan demikian, distribusi ilmu pengetahuan terjadi secara cepat dan masif serta ilmu pengetahuan yang dulu hanya dikonsumsi oleh kalangan agamawan dan kerajaan akhirnya dapat dinikmati oleh masyarakat luas.

Kemudian, fase ketiga adalah revolusi industri yang memunculkan jurang kelas antara kaum borjuis dan kaum proletar. Sistem komunikasi yang termediasi oleh uang dan kekuasan menciptakan sebuah aturan yang menguntungkan kaum kapitalisme. Uang dan kekuasaan dijadikan alat kontrol buruh sehingga buruh tereksploitasi. Dalam proses komunikasi, ketika uang dan kekuasaan mengalahkan rasionalitas komunikasi, kondisi ini bisa menentukan benar dan salah.

Fase keempat adalah revolusi digital. Revolusi ini sangat berbeda dengan revolusi sebelumnya. Era ini disebut dengan era "*internet of thing*". Manusia mempunyai alat komunikasi yang cangih bernama "*smartphone*". Manusia saling terhubung satu sama lainya lewat media sosial. Aktivitas manusia lewat media sosial menciptakan surplus data yang kemudian menjadi surplus perilaku (*surplus behavior*). Dari sini muncul genos baru kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*) serta kritik atas "*influencer kapitalisme*".

Yang terakhir adalah materialisme komunikasi. Konsep ini merupakan gagasan dari *Chistian Fuchs* atas pembacaan kembali atas Karl Marx dalam era digital kapitalisme. Materialisme komunikasi ini dipandang sebagai suatu epistemologis ilmu komunikasi yang berakar dari konsep *Karl Marx* yaitu "materialisme historis" yaitu basis material dan superstruktur. Basis material manusia adalah komunikasi karena lewat komunikasi superstruktur ilmu pengetahuan bisa diakses dan masyarakat serta kebudayaan bisa terbentuk sekarang.

Daftar Pustaka

Bertens, Karl. 1990. *Sejarah Filsafat Yunani*. Yogyakarta: Kanisius.

Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Engels, Friedrich and Karl Marx. 1846. *The German Ideology*. USA: Progress Publisher.

Fuchs, Cristian. 2014. *Digital Labor and Karl Marx*. London: Routledge.

Fuchs, Cristian. 2020. *Communication and Capitalism: Critical Theory*. London: University of Westmister Press.

Fuchs, Cristian. 2020. *Membaca Kembali Marx di Era Kapitalisme Digital*. Jogyakarta: Penerbit Independent

Habermas, Jürgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An inquiry into a category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity

Habermas, Jürgen. 2006. *Teori Tindakan Komunikatif, Kritik atas Rasio Fungsionalis, Buku Dua*. Jogyakarta: Creasi Wacana

Habermas, Jürgen. 2006. *Teori Tindakan Komunikatif, Rasio, dan Rasionalisasi Masyarakat, Buku Satu*. Jogyakarta: Creasi Wacana

Harari, Yuval Novah. 2018. *Homo Sapiens*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Herman, E, & Chomsky N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*. Pantheon Books.

Kellner, Douglas. 2017. *Herbert Marcuse the New Left 1960. Volume Three*. Routledge.

Marx, Karl. 1867. *Das Kapital Volume 1*. UK: Penguin Classics editions (May 5, 1992)

McLuhan, Marshall. 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press

McLuhan, Marshall. 2006. *The Medium is the Message*. United Kingdom: Blackwell.

Sindhunata. 2019. *Dilema Usaha Manusia Rasional Teori Sekolah Frankfurt Max Horkheimer & Theodor W Adorno*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Sudibyo, Agus. 2019. *Jagad digital (pembebasan dan penguasaan)*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia

Suryanjaya, Martin 2012. *Materialisme Dialektis Kajian tentang Marxisme dan Filsafat Kontemporer*. Yogyakarta: Resist Books

Zuboff, Shoshana. 2019. *Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affair

Jurnal

Victor Pickar. "Unseeing Propaganda: How Communications Scholars Learned to Love Commercial". *Media*, <// misinforeview.hks.harvard. edu/article/unseeing-propaganda-how-communication-scholars-learned-to-love-commercial-media/>.

Lazarsfeld, P. 1941. "Remarks on Administrative and Critical Communicatios Research". *Studies in Philosophy and Social Sciece,* 9(1), 2--16. <https://aphelis.net/wp-content/uploads/2012/06/Lazarsfeld_1941_admin_critical_communication.pdf>.

Steup, Matthias. Zalta, Edward N. *ed.* 2014. "Epistemology". *Stanford Encyclopedia of Philosophy (edisi= ke-Spring).* <https://plato.stanford.edu/archives/spr2014/entries/epistemology/>.

Arif Novianto dan Anindiya Desi Wulansari. "Kerja Tak Berbayar di Media Sosial: Alienasi dan Eksploitas Pekerja yang Tersamarkan dalam Kapitalisme Digital". Univesitas Gadjah Mada <https://jurnal.gm.ac.id/jurnalpemuda/article/view/39744/23819>.

Global Standars Initiative (Lot-GSI). 2013. <https://www.itu.int/dms_pub/itu-t/oth/0B/04/T0B0400003C2C01PDFE.pdf>.