

# KOMUNIKASI DALAM PERSPEKTIF IMPERIALISME KEBUDAYAAN

**Heldi Yunan Ardian**

Institut Pertanian Bogor, Indonesia

heldiwow@yahoo.com

---

## Abstrak

Globalisasi telah menghilangkan batas-batas sistem komunikasi antara satu wilayah dengan wilayah lainnya yang ditransfer dengan sangat cepat melalui berbagai media seperti televisi, majalah, dan internet. Budaya nasional di sebuah negara dengan sangat cepat menjadi budaya global dan menjadi industri yang mampu mempengaruhi budaya nasional di negara lainnya. Imperialisme budaya di era reformasi, tampak semakin menonjol dibandingkan era rezim sebelumnya yang mempengaruhi segala sendi-sendi kehidupan ekonomi, politik dan budaya. Imperialisme kebudayaan kini, bukan hanya dari Barat melainkan juga dari non-Barat seperti India, Korea, Cina, Jepang dan Turki. Menyikapi hal ini, dibutuhkan adanya strategi kebudayaan untuk terbuka mengambil nilai-nilai universal dalam semua bidang baik ilmu, teknologi, ekonomi dan budaya tanpa kehilangan jati diri sebagai sebuah bangsa yang berdaulat dan bermartabat di tengah bangsa-bangsa lain. Budaya tradisional merupakan kekayaan nasional yang berharga dan tidak mengganggu proses pembangunan dan modernisasi.

**Kata Kunci:** *globalisasi, imperialisme, jati diri*

## Abstract

Globalization has removed the boundaries of communication systems between one region and another region that is transferred very fast through various media such as television, magazines, and internet. National culture in a country is rapidly becoming a global culture and becoming a capable industry in influencing national culture in other countries. Cultural In the era of reform, imperialism appears to be more prominent than the previous regime era that influenced all the joints of economic, political and cultural life. Cultural imperialism today, not only from the West but also from non-Westerners like India, Korea, China, Japan and Turkey. In response to this, an open cultural strategy is needed to take the universal values in all areas of science, technology, economics and culture without losing the identity as a sovereign and dignified nation in the midst of other nations. Traditional culture is a valuable national treasure and does not bother the process of development and modernization.

**Keywords:** *globalization, imperialism, identity*

---

## PENDAHULUAN

Mengkaji budaya terkait erat dengan globalisasi yang secara cepat atau lambat telah menghilangkan batas-batas sistem komunikasi antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Hilangnya batas-batas tersebut terjadi karena arus informasi antar manusia yang berbeda wilayah, negara bahkan benua ditransfer dengan sangat cepat melalui berbagai media

seperti televisi, majalah, dan internet. Budaya nasional di sebuah negara dengan sangat cepat menjadi budaya global dan menjadi industri yang mampu mempengaruhi budaya nasional di negara lainnya.

Globalisasi dianggap sebagai penggerak, penyebar dan pengendali ideologi kapitalisme ke seluruh penjuru dunia yang kemudian menciptakan kebudayaan global

yang populer, trendi dan kekinian yang cenderung seragam yang sering sekali ditiru oleh para konsumen budaya. Budaya global ini juga mendikte budaya dan gaya hidup yang bagaimana yang sebaiknya diikuti sehingga dengan adanya imperialisme budaya ini, lambat laun menghancurkan nilai-nilai budaya lokal. Dapat dilihat dengan kasat mata bahwa dominasi barat terjadi dalam berbagai hal dan cara yang jauh lebih kuat dari sebelumnya, dan dalam hal ini media sangat berperan dalam masuknya perubahan.

Para analisis globalisasi menurut Held and McGrew (1999 dalam Malik 2014) terbagi ke dalam tiga mazhab pemikiran (school of thought) yaitu, skeptics dan transformationalist:

1. Mahzab hyperglobalist yaitu kelompok yang melihat globalisasi sebagai ancaman bagi satu negara karena ia akan mengurangi kekuasaan negara dan digantikan kemudian oleh datangnya pasar global. Mazhab ini melihat faktor ekonomi sebagai determinan globalisasi yang akan mendenasionalisasi ekonomi satu negara dan akan menyebabkan hilangnya kedaulatan negara.
2. Mazhab skeptic menyatakan bahwa globalisasi adalah sebuah mitos seberapa yang dimaksud dengan globalisasi dalam perspektif ekonomi sebagaimana dinyatakan kaum hyperglobalist bukanlah fakta yang universal. Interdependensi ekonomi hanyalah terbatas pada OECD.
3. Mazhab transformasionalis yang menganggap globalisasi punya konsekuensi struktural dan merupakan kekuatan pendorong perubahan masyarakat lewat pengaruh ekonomi, politik dan sosial dengan jalan proses dialektis. Jadi globalisasi bukan sekedar homogeni atau heterogen, konvergen atau divergen melainkan sebuah proses dialektis yang

menimbulkan baik integrasi atau fragmentasi sekaligus. Dalam konteks mazhab inilah kemudian, komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembicaraan globalisasi. Bahkan McLuhan melihat globalisasi dan komunikasi sebagai konsep yang deeply intertwined, ketika ia mengetengahkan “medium is the message” dan “global village”. Secara praktis tidak mungkin ada globalisasi tanpa media dan komunikasi.

Dalam era globalisasi, media dan budaya berkembang pesat dan memiliki saling ketergantungan. Media merupakan sebuah sarana yang efektif dalam penyebaran untuk memenuhi kehendak khalayak, dan bahkan memberikan arah yang signifikan terhadap pembangunan suatu negara. Media dan budaya juga berfungsi secara bahu membahu di dalam mengkomunikasikan dan mempromosikan suatu budaya dari suatu negara ke negara lainnya.

### **Perkembangan dan Gejala Imperialisme Budaya**

Teori imperialisme budaya muncul sejak tahun 1960 dan telah menjadi topik pembahasan di kalangan elit politik sejak tahun 1970. Perbincangan tersebut melahirkan istilah-istilah seperti “imperialisme media, imperialisme struktural, ketergantungan budaya dan dominasi, sinkronisasi budaya, kolonialisme elektronik, imperialisme ideologis, dan imperialisme ekonomi.

Rauschenberger (2003) menyatakan bahwa pada awalnya cultural imperialism pertama kali muncul pasca perang dunia II dengan berbagai macam nama pada saat itu, seperti halnya neo-colonialisme, soft imperialism, dan economic imperialism. Dan istilah-istilah tersebut berubah setelah beberapa tahun kemudian berubah setelah mendapat pembenaran dari beberapa ahli sehingga berubah menjadi media imperialism, structural

imperialism, Cultural dependency and synchronization, electronic colonialism, ideological imperialism, dan communication imperialism. Pernyataan Rauschenberger tersebut mengutip dari pemahaman Herbert Schiller yang merupakan tokoh penemu teori tersebut dan tertuang dalam bukunya yang berjudul *Communication and Cultural Domination*. Dalam bukunya, Herbert Schiller menyatakan bahwa fenomena-fenomena yang terjadi dan memungkinkan bagi perusahaan ataupun media untuk menjadikan cara bagi Negara-negara maju untuk mendominasi Negara-negara berkembang.

Rumiyeni (2012) menyatakan bahwa imperialisme budaya pada umumnya juga disebut juga dengan imperialisme budaya Amerika Serikat karena yang dianggap imperialisme budaya adalah berasal dari negara Amerika Serikat. Ini seperti pendapat Rauschenberger (2003) yang mengatakan bahwa secara umumnya imperialisme budaya merujuk kepada penyebaran dan kuasa dari produk dan budaya konsumen Amerika Serikat keseluruh dunia, yang mana banyak negara mendakwa terkikisnya tradisi budaya dan nilai lokal mereka.

Teori imperialisme budaya menurut Nuruddin (2007) pertama kali dikemukakan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Tulisan pertama Schiller yang dijadikan dasar bagi munculnya teori ini adalah *Communication and Cultural Domination*. Teori imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia ini. Ini berarti pula, media massa negara Barat juga mendominasi media massa di dunia ketiga. Alasannya, media Barat mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga. Media Barat sangat mengesankan bagi media di dunia ketiga. Sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut.

Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara

ketiga. Kebudayaan Barat memproduksi hampir semua mayoritas media massa di dunia ini, seperti film, berita, komik, foto dan lain-lain. Dominasi ini dapat terjadi didukung oleh:

1. Dunia Barat mempunyai uang/ modal. Dengan uang, mereka akan bisa berbuat apa saja untuk memproduksi berbagai ragam sajian yang dibutuhkan media massa. Bahkan media Barat sudah dikembangkan secara kapitalis. Dengan kata lain, media massa Barat sudah dikembangkan menjadi industri yang juga mementingkan laba/keuntungan.
2. Dunia Barat mempunyai keamanan atas teknologi. Dengan teknologi modern yang mereka punya memungkinkan sajian media massa diproduksi secara lebih baik, meyakinkan dan seolah terlihat nyata. Contohnya saja dalam penciptaan film-film produksi amerika serikat yang berifat pencitraan bagi amerika serikat itu sendiri. Semua sudah bisa dikerjakan dengan teknologi komputer yang seolah kejadian nyata. Semua itu bisa diwujudkan karena negara Barat mempunyai teknologi modern. Sehingga negara dunia ketiga tertarik untuk membeli produk Barat tersebut. Oleh karena itu, membeli produk itu jauh lebih murah jika dibandingkan dengan membuatnya sendiri.

Dampak selanjutnya, orang-orang di negara dunia ketiga yang melihat media massa di negaranya akan menikmati sajian-sajian yang berasal dari gaya hidup, kepercayaan dan pemikiran. Kalau kita menonton film Amerika, berbagai gaya hidup masyarakatnya, kepercayaan dan pemikiran orang Amerika ada dalam film itu. Mengapa bangsa di dunia ketiga ingin menerapkan demokrasi yang memberikan kebebasan berpendapat? Semua itu dipengaruhi oleh sajian media massa Barat yang masuk ke dunia ketiga.

Selanjutnya, negara dunia ketiga tanpa sadar meniru apa yang disajikan media massa yang sudah banyak diisi oleh kebudayaan Barat tersebut. Saat itulah terjadi penghancuran budaya asli negaranya untuk kemudian mengganti dan disesuaikan dengan budaya Barat. Kejadian ini bisa dikatakan terjadinya imperialisme budaya Barat. Imperialisme itu dilakukan oleh media massa Barat yang telah mendominasi media massa dunia ketiga. Salah satu yang mendasari munculnya teori ini adalah bahwa pada dasarnya manusia tidak mempunyai kebebasan untuk menentukan bagaimana mereka berpikir, apa yang dirasakan dan bagaimana mereka hidup. Umumnya, mereka cenderung mereaksi apa saja yang dilihatnya dari televisi. Akibatnya, individu-individu itu lebih senang meniru apa yang disajikan televisi. Mengapa? Karena televisi menyajikan hal baru yang berbeda dengan yang biasa mereka lakukan.

Beberapa gejala yang menandakan keadaan suatu negara yang telah terdampak imperialisme budaya adalah:

1. Pengalaman negara-negara maju dalam bidang ilmu dan teknologi tentang media massa selama puluhan tahun telah menyebabkan anggapan bahwa hanya ada satu macam arus informasi yang sudah dianggap normal dan satu-satunya pembawa pesan yang tidak pernah berubah yang diproduksi oleh segelintir namun diterima oleh semua khalayak, yang dimaksud dengan munculnya upaya-upaya seperti memperbanyak jumlah Koran, pesawat penerima, televisi, radio, internet atau pun bioskop, terutama pada negara-negara yang sedang berkembang tanpa menyadarinya.
2. Adanya arus satu arah dalam komunikasi pada dasarnya adalah pencerminan struktur ekonomi dan politik dunia yang cenderung untuk memelihara dan memperkuat

ketergantungan negara miskin kepada negara kaya.

3. Hegemoni dan dominasi tersebut terbukti pada ketidakpedulian media negara maju terutama Barat terhadap keluhan dan keinginan negara berkembang. Dasarnya adalah kekuatan teknologi, kultural, industri, dan keuangan, yang mengakibatkan hampir semua negara berkembang jatuh menjadi menjadi konsumen informasi (Purba, 2006)

### **Media dan Imperialisme Budaya**

Media massa merupakan suatu hal yang sudah sangat dikenal sebagai jalur kehidupan sosial yang mampu melewati batas-batas negara. Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa berperan penting dalam tercapainya arus informasi yang dimana merupakan salah satu kepentingan dunia barat dalam mendominasi dunia. Dalam hal ini, McQuail (2000) menyebutkan terdapat enam perspektif dalam melihat peran media, hal itu tertuang dalam bukunya *Mass Communication Theories*:

1. Media massa dipandang sebagai cara yang memungkinkan untuk melihat apa yang sedang terjadi di luar, juga sebagai sarana pembelajaran untuk mengetahui berbagai peristiwa.
2. Media massa sering sekali dianggap sebagai cermin berbagai fenomena yang ada di masyarakat dunia. Oleh karena itu, para pengelola media tidak mau menjadi pihak yang disalahkan atas isi media yang penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan keburukan lainnya, karena memang sudah seharusnya seperti itu berdasarkan faktanya, media berperan sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka.
3. Media massa dipandang sebagai filter atau gate keeper yang bertugas untuk menyeleksi dalam menentukan hal-hal untuk diberi perhatian atau tidak.

Dalam isinya, media massa selalu menuangkan suatu issue hangat, informasi, atau hal-hal berdasarkan standar pengelola media massa tersebut.

4. Media massa dipandang sebagai (guide)/ penunjuk jalan atau interpreter, yang bertugas menerjemahkan dan memberi arahan atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
5. Media massa dipandang sebagai suatu forum untuk mempresentasikan segala sesuatunya tentang informasi dan ide-ide kepada seharusnya, sehingga memunculkan tanggapan dan umpan balik.
6. Media massa disebut juga sebagai interlocutor. Disamping sebagai tempat berjalannya arus informasi, juga sebagai partner komunikasi yang memungkinkan munculnya komunikasi yang interaktif.

Bentuk realitas yang terjadi pada isi media massa yang memungkinkan atas respon dan sikap yang seharusnya terhadap objek sosial. Hal itu membuat masyarakat mempercayai segala hal yang ada di dalam media massa, karena adanya anggapan bahwa media massa berisikan hal-hal realita. Sehingga, informasi yang salah akan berakibat kemunculan gambaran yang salah juga terhadap objek sosial tersebut. Melihat hal tersebut, maka tentunya media massa harus menyampaikan informasi-informasi yang akurat dan berkualitas.

White (2000 dalam Rummyeni 2012), menyatakan bahwa asumsi lain dari imperialisme budaya adalah bahwa media memainkan peranan utama dalam menciptakan budaya. Dia juga mengatakan bahwa pengkaji yang mengatakan imperialisme budaya sebagai imperialisme media, menganggap kedua bentuk tersebut adalah sama, menyatakan media mempunyai peranan yang besar sekali

dalam proses imperialisme budaya, di mana budaya dunia dapat bertukar melalui media dari masa ke masa. Imperialisme budaya biasa disebut juga dengan imperialisme budaya Amerika Serikat karena yang dianggap imperialisme budaya adalah berasal dari negara Amerika Serikat.

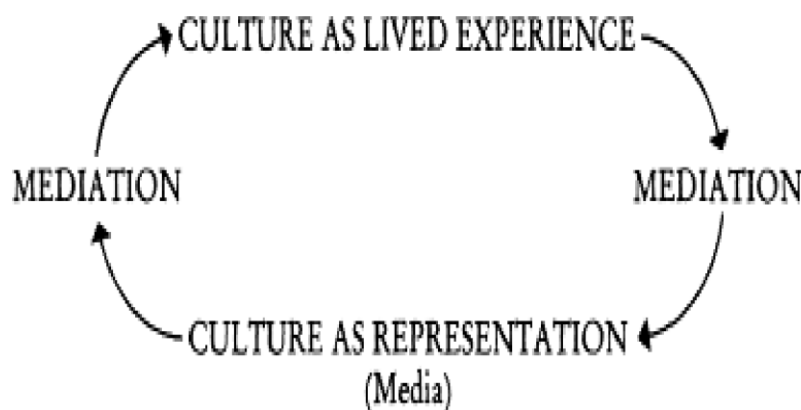
Salwen (1991 dalam Malik 2014) menjelaskan keterkaitan erat antara peran media massa dengan Imperialisme budaya. Menurut Salwen, istilah imperialisme budaya yang bermuatan ideologis yang sering berkaitan dengan penggambaran efek atau pengaruh media massa Barat terhadap khalayak luar negeri sehingga imperialisme budaya bisa disebut juga sebagai imperialisme media. Imperialisme media dalam hal ini dijelaskan sebagai sebuah proses dimana kepemilikan, struktur, distribusi dan konten media di hampir semua negara tunduk pada tekanan eksternal dari media negara maju yang berkepentingan khususnya Amerika.

Asumsi dari imperialisme budaya adalah media memainkan peran utama dalam menciptakan budaya. Asumsi lain menyatakan bahwa teori ini menggunakan pendekatan terpusat untuk pengembangan dan distribusi produk media. Hal ini berarti semua produk media berasal dari negara-negara sentral yang mempunyai motif untuk mendominasi media di negara-negara periferi. Esensi dari imperialisme budaya adalah dominasi oleh suatu negara ke negara lainnya. Dominasi tersebut bisa secara langsung ataupun tidak langsung dan didasarkan pada campuran kontrol politik dan ekonomi.

Hubungan yang tak terpisahkan antara budaya dan media massa dijelaskan oleh Tomlinson (1991) sebagaimana gambar di bawah ini. Tomlinson menyatakan bahwa hubungan antara budaya dan media massa merupakan hubungan yang saling memediasi namun dalam bentuk yang tidak tampak nyata. Kita bisa menggap bahwa media saat ini mempresentasikan apa yang disebut sebagai budaya modern. Namun demikian apa yang

direpresentasikan oleh televisi misalnya, merupakan gambaran budaya yang berasal dari aktivitas kehidupan sehari-hari seperti makan,

bekerja, interaksi dalam keluarga dan sebagainya.



Gambar 1. Hubungan antara Budaya dan Media

Sebagai contoh nyata lainnya adalah keberhasilan publikasi media di Jepang yang berpengaruh positif terhadap promosi pariwisata dan memprakarsai penggalian kembali budaya tradisional Jepang. Sedangkan di Korea, industri media telah ditunjuk sebagai industri strategis dalam rangka untuk menghidupkan kembali sektor ekonomi lainnya, termasuk pariwisata. Oleh karena itu, negara, media dan industri pariwisata telah menjadi pemangku kepentingan utama dalam pembangunan bangsa di kedua negara dimaksud.

### Kontribusi Teori Komunikasi

Fenomena imperialisme budaya terlalu penting dan terlalu jauh jangkauannya untuk dianalisis menggunakan suatu pendekatan tunggal atau satu disiplin ilmu saja. Memahami imperialisme budaya membutuhkan berbagai studi dengan metode yang berbeda, termasuk analisis isi, studi aliran berita (news flow studies), studi kebijakan, eksperimen, studi lapangan, analisis kritis, dan studi efek media. Para peneliti pada umumnya bekerja secara independen, namun mereka harus mengetahui hasil-hasil penelitian lainnya untuk menjelaskan imperialisme budaya ini. Jika penelitian mengenai imperialisme budaya tidak

diperkaya dan diperluas spektrumnya, maka hasil penelitian tersebut belum menyentuh inti dari permasalahan. Sebagai sebuah contoh penelitian mengenai pengaruh media massa tidak bisa hanya mengandalkan aspek politik dan ekonomi namun harus diintegrasikan dengan studi terkait lainnya seperti teori-teori komunikasi.

Fenomena lain yang dapat digunakan sebagai contoh adalah adanya data empiris yang secara jelas menunjukkan bahwa media Barat yang diekspor ke negara-negara berkembang dapat menyebabkan konflik pribadi dan gangguan sosial. Paparan media asing yang terjadi secara terus menerus dapat dengan secara perlahan merubah budaya dan nilai-nilai dalam masyarakat. Fenomena ini hanya bisa dijelaskan secara komprehensif dengan menggunakan dan dukungan studi-studi yang telah disebutkan sebelumnya yaitu analisis isi, studi aliran berita (news flow studies), studi kebijakan, percobaan, studi lapangan, analisis kritis, dan studi efek media. Tanpa adanya integrasi dan pemahaman mengenai bidang-bidang ilmu yang terkait ini, akan sulit didapatkan pemahaman yang lengkap mengenai media massa.

Walaupun isu mengenai imperialisme budaya muncul sebagian besar dari studi

komunikasi, dalam praktiknya, imperialisme budaya telah digunakan sebagai kerangka oleh para ahli untuk menjelaskan fenomena di bidang hubungan internasional, antropologi, pendidikan, sejarah, sastra, dan bahkan olahraga (Salwen 1991).

### **Perkembangan Imperialisme Budaya di Indonesia**

Hegemoni budaya hadir dari proses imperialisme budaya yang terjadi karena adanya globalisasi. Hal ini menunjang terjadinya penjajahan dalam segala aspek kehidupan. Kita dapat merasakan dominasi budaya barat dalam merepresentasikan kekuatan mereka, dan menyatakan bahwa budaya mereka adalah budaya adiluhur dunia. Masyarakat di negara-negara berkembang dipaksa untuk menjadi bagian dari budaya yang dominan tersebut. Kita dapat melihat hal ini dari betapa banyaknya tayangan asing yang mendominasi stasiun televisi kita. Biasanya masyarakat dunia ketiga tidak menyadari proses imperialisme budaya yang terjadi.

Sebagai contoh adalah pendekatan pada New Hollywood dimana film Hollywood dikonstruksi secara sosial dan secara budaya. Film heroik seperti Batman, Superman, Independent Day, dan lain sebagainya merupakan contoh dari konstruksi sosial yang dibesar-besarkan. Selain itu dalam membentuk identitas suatu bangsa atau negara film juga memainkan peranan penting dalam bagaimana realitas dikonstruksi. Pentagon ikut menentukan apakah sebuah film heroik di Amerika Serikat direstui atau tidak direstui dengan melihat konstruksi positif atau negatif dari angkatan bersenjata mereka

Perempuan di Indonesia, kini dibanjiri oleh media yang banyak memberikan pengetahuan mengenai cara memuaskan pasangan mereka persis yang terjadi di Amerika Serikat tahun 1950-an. Topik seputar hubungan intim antara lawan jenis, dewasa ini di Indonesia sudah tidak tabu lagi. Ambil contoh majalah Cosmopolitan, akan tetapi informasi yang

disajikan tetap memperhatikan kondisi sosial-budaya masyarakat Indonesia, dan tidak sevilgar majalah serupa di Amerika Serikat misalnya. Namun demikian masih juga banyak media massa di Indonesia yang mengeksploitasi sisi seksualitas perempuan sebagai barang komersial. .

Menurut Galeota (2004 dalam Rummyeni 2012) pada tahun belakangan, Amerika Serikat telah membangun sebuah strategi yang lebih sukses yaitu dari segi periklanan Amerika Serikat menyesuaikan dengan rambut pirang, mata biru, stereotype Amerika. Sebagai contoh strategi pemasaran global ini adalah periklanan Coca Cola pada tahun 1971. Dalam iklan tersebut digambarkan sekumpulan anak-anak dari banyak negara yang berbeda bernyanyi bersama untuk melukiskan produk Amerika Serikat sebagai produk yang mampu untuk melampaui perbedaan politik, etnik, agama, sosial dan ekonomi untuk mempersatukan dunia. Konten iklan-iklan global khususnya pada iklan minuman ringan mempunyai unsur-unsur budaya asing yang negatif seperti menganjurkan pergaulan bebas, mengejar kesenangan dan tidak realistis yang membawa dampak kepada masyarakat.

Sebagai dampak yang kasat mata kita bisa melihat Indonesia hari ini, adalah sebuah gambaran tentang masyarakat konsumen yang tumbuh seiring dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi. Indonesia hari ini, adalah sebuah masyarakat hiruk pikuk yang memadati shopping mall, antre di bioskop untuk menonton film box office hollywood atau para generasi muda yang berlomba-lomba membeli tiket konser musik walupun dengan harga jutaan rupiah. Indonesia hari ini, adalah estalase industri mode dan fashion, industri kecantikan, industri kuliner, industri kebugaran, industri gosip, industri perumahan mewah dan apartemen. Indonesia hari ini, adalah potret hutan kota yang dipenuhi baliho iklan parfum, telepon genggam, makanan cepat

saji dan mobil keluaran terbaru. Indonesia hari ini adalah serbuan tayangan televisi yang mengeksploitasi gosip dan sensasi serta drama yang jauh dari realitas kehidupan sehari-hari. Kuat dan lemahnya efek imperialisme budaya menurut Ismail (2014) bergantung pada politik kebudayaan dan kebijakan komunikasi satu negara, ketahanan ekonomi dan budayanya, termasuk kesadaran literasi individu dalam menerima berbagai informasi dan hiburan yang datang dari luar. Bangsa Jepang misalnya, meskipun mampu mengadopsi modernisasi Barat dalam teknologi dan ekonomi, namun watak cultural Ketimuran-nya tidak lantas terkikis.

Gejala imperialisme budaya di Indonesia menurut Ismail dapat dilihat dari kurun waktu rezim berkuasa dan politik kebudayaannya. Pada era rezim Orde Lama, imperialisme budaya tumbuh namun tidak masif akibat politik kebudayaan pintu tertutup bagi budaya Barat yang diterapkan oleh Soekarno. Sedangkan era Orde Baru di bawah kepemimpinan Soeharto, imperialisme budaya lebih terbuka dan masif kecuali liberalisasi politik Barat. Lebih lanjut pada era reformasi, imperialisme budaya semakin masif dan semakin terbuka akibat kebijakan politik kebudayaan yang diambil dan didukung dengan kehadiran media sosial yang menumbuhkan partisipasi warga di segala sektor kehidupan.

Era Reformasi, politik kebudayaan semakin terbuka lebar. Negara seakan mengalami stateless dalam kaitannya dengan gerak imperialisme budaya. Globalisasi yang semakin intensif dan mendatangkan perkembangan teknologi informasi yang bersifat interaktif, maka sumber pengetahuan tidak saja datang dari media konvensional, tetapi juga dari inkonvensional ketika masyarakat mulai memanfaatkan media sosial. Pemanfaatan media sosial sangat mempengaruhi produk kebudayaan pop yang datang dari tiap penjuru dunia. Kegandrungan remaja kota terhadap K-Pop yang membuat

boyband dan girlband asal Korea menjadi trendsetter. Sehingga kini media massa maupun media sosial telah menjadi sumber utama bagi akselerasi dan sosialisdasi budaya pop dunia yang mengakibatkan imperialisme budaya Barat dan non-Barat semakin deras merasuki kalangan masyarakat Indonesia.

Imperialisme budaya di era reformasi, tampak semakin menonjol dibandingkan era rezim sebelumnya karena kualitas dan intensitasnya, frekuensi dan bobotnya, semakin lebar, luas dan merasuk segala sendi-sendi kehidupan ekonomi, politik dan budaya. Imperialisme yang datang sekarang, bukan hanya dari Barat melainkan juga dari non-Barat. Musik, film dan serial drama dari India, Korea, Cina, Jepang dan Turki menjadi tayangan sehari-hari di televisi nasional kita. Bahkan hingga jenis makanan Cina, Jepang termasuk makanan Timur Tengah seperti kebab dan nasi kebuli, bukanlah makanan asing lagi bagi warga Indonesia.

## PEMBAHASAN

Sutan Takdir Alisyahbana, menyatakan bahwa Kebudayaan Nasional Indonesia merupakan suatu kebudayaan yang dikreasikan, yang baru sama sekali, dengan mengambil banyak unsur dari kebudayaan yang kini dianggap paling universal, yaitu budaya Barat. Unsur yang diambil terutama adalah teknologi, orientasi ekonomi, organisasi, dan sains. Begitu juga orang Indonesia harus mempertajam rasio akal-nya dan mengambil dinamika budaya Barat. Alisyahbana berpendapat bahwa ketika mainstream dari pilihan arah orientasi pengembangan kebudayaan nasional akhirnya jatuh pada komitmen untuk membuka diri, dengan mengadakan sharing seluas-luasnya dengan pluralitas kebudayaan global ternyata dua sisi budaya tersebut telah bersinggungan dengan sisi sensitive nasionalisme dan kejatidirian (local wisdom) kebudayaan nasional. Konklusi harapan besar dari komitmen terbukanya kita dengan peradaban



dunia yaitu kemungkinan kebudayaan kita mampu ada secara bersama (*being together*) dalam format *equal plurality* yang sebenarnya diantara semua bangsa agar tercapai derajat kemanusiaan dan peradaban universal ternyata tidak dapat diwujudkan secara komprehensif. Pandangan ini mendapat sanggahan sengit dari beberapa pemikir lainnya.

Sanusi Pane, salah seorang yang menentang keras buah fikir dari Alisyahbana, Pane menyatakan bahwa kebudayaan Nasional Indonesia sebagai kebudayaan Timur harus mementingkan aspek kerohanian, perasaan dan gotong-royong, yang bertentangan dengan kebudayaan Barat yang terlalu berorientasi kepada materi, intelektualisme dan individualisme. Sedangkan Adinegoro, mengajukan sebuah gagasan yang lebih moderat, yaitu agar pendidikan nasional Indonesia didasarkan pada kebudayaan nasional Indonesia, sedangkan kebudayaannya harus memiliki inti dan pokok yang bersifat kultur nasional Indonesia, tetapi dengan kulit (peradaban) yang bersifat kebudayaan Barat (Kasiyan 2003, Moeis 2009).

Malik (2014) menambahkan dibutuhkan adanya strategi kebudayaan bagi satu bangsa, termasuk Indonesia untuk terbuka mengambil nilai-nilai universal dalam semua bidang baik ilmu, teknologi, ekonomi dan budaya tanpa kehilangan "jati diri" sebagai sebuah bangsa yang berdaulat dan bermartabat di tengah bangsa-bangsa lain. Membangun *branding nation* yang positif dan berkarakter adalah pekerjaan rumah kita ke depan.

Hal yang menarik, akibat desakan imperialisme budaya yang datang dari segala arah, muncul juga gerakan *counter-culture* (perlawanan) budaya untuk menguatkan *indigenous culture* (budaya asli) kita. Pemerintah daerah di sebagian kota dan propinsi, telah mewajibkan penggunaan bahasa daerah dan pakaian khas subkulturnya masing-masing. Muatan kurikulum berbasis budaya daerah diselipkan di mata pelajaran sekolah.

Sejak tahun 2009, saat Organisasi Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) untuk Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan, UNESCO mengesahkan batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia, pemerintah menetapkan 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional. UNESCO memasukkan batik dalam Daftar Representatif Budaya Tak benda Warisan Manusia. Setiap tanggal itu, semua kalangan masyarakat akan memilih batik sebagai pakaian pembungkus tubuhnya. Beberapa jenis musik seperti *angklung* dan tarian daerah digunakan untuk menyambut para tamu negara dan dijadikan alat diplomasi publik dalam pertemuan antarbudaya di mancanegara. Gejala busana muslimah yang tradisinya sudah mendunia dan semakin menjadi trendi sekarang, merupakan bagian dari *counter-culture* dari kaum muslimat dunia terhadap cara berbusana Barat.

Geliat perlawanan juga mulai tumbuh di kalangan generasi muda dengan menciptakan kreasi budaya daerah yang lebih populer seperti *Jember Fashion Carnival* yang merepresentasikan kostum bertemakan etnik Indonesia dengan gaya modern. *Jember Fashion carnival* yang mengikuti event *Carnaval International De Victoria* pada tanggal 21 sd 24 April 2016 di Seychelles Afrika setelah melalui proses Audisi dan penilaian dari Dewan juri, akhirnya JFC sebagai perwakilan dari Indonesia berhasil meraih award sebagai pemenang ke-3 dari 25 negara pesertanya.

### **Budaya Lokal dan Pembangunan Nasional**

Suwarsono dan So (1994) mengutip hasil kajian antropologis Dove yang menjelaskan keterkaitan antara kebijakan pembangunan nasional Indonesia dengan ragam budaya lokal. Pesan utama yang disampaikan dari hasil penelitian ini adalah tradisional tidak harus berarti terbelakang. Budaya tradisional sangat dan selalu terkait dengan proses perubahan ekonomi, sosial dan politik masyarakat pada tempat budaya tradisional tersebut melekat.

Dove menyimpulkan bahwa budaya tradisional selalu mengalami perubahan yang dinamis, dan oleh karena itu budaya tradisional tidak mengganggu proses pembangunan.

Dove mengungkapkan sikap dan pandangan yang salah dari kebanyakan ilmuwan sosial dan pengelola pembangunan Indonesia terhadap budaya tradisional Indonesia yang memandang bahwa budaya tradisional sebagai tanda dari keterbelakangan dan sebagai penghambat tercapainya kemajuan sosial ekonomi. Budaya tradisional dilihat sebagai kekayaan nasional yang tidak berharga dan mengganggu proses modernisasi.

Lahirnya pandangan negatif tersebut disebabkan oleh beberapa faktor antara lain:

1. Kurangnya penelitian budaya tradisional yang dilakukan secara cermat. Penelitian yang ada tidak menganalisis interaksi kompleks yang terjadi antara kelompok masyarakat pemilik dan pendukung budaya tradisional dengan proyek-proyek pembangunan. Secara metodologis, penelitian tersebut telah dengan sengaja menghindari proses penelitian yang akurat. Para peneliti enggan untuk bertemu muka dengan kelompok sasaran penelitian, dan kalau bertemu muka, hampir dapat dipastikan selalu berdampingan dengan petugas pemerintah yang dalam banyak hal berpengaruh terhadap kualitas data yang dihasilkan.
2. Kurang atau bahkan tidak adanya budaya ilmiah yang tinggi di kalangan peneliti. Sebagian besar laporan penelitian proyek pembangunan hanya diketahui oleh agen dan penanggungjawab penelitian tanpa adanya diskusi lebih lanjut yang secara kritis menilai laporan tersebut. Ilmuwan sosial lain yang tidak memiliki kepentingan ekonomis dan politis terhadap laporan penelitian tersebut amat jarang dilibatkan. Selain

itu hal ini diperburuk dengan kurangnya upaya untuk menerbitkan laporan tersebut dalam jurnal ilmiah.

Adapun budaya tradisional Indonesia yang menjadi kajian Dove antara lain:

1. Agama tradisional.  
Telah terjadi anggapan yang keliru terhadap agama-agama tradisional yang dipeluk oleh kebanyakan suku-suku terasing khususnya di luar Jawa. Agama-agama tradisional tersebut tidak memiliki status formal dan dianggap sebagai agama yang inferior. Hal ini disebabkan karena kepercayaan tradisional dimaksud dinilai tidak memiliki bobot yang cukup untuk disebut sebagai agama seperti contohnya sistem kepercayaan tradisional yang dianut oleh penduduk Wana di Sulawesi Tengah dan Samin di pedesaan Jawa Tengah. Bagi pemeluknya, agama tradisional yang mereka anut adalah agama yang superior dibandingkan dengan agama-agama lainnya di dunia karena telah memiliki ajaran tentang tradisi, adat, ilmu pengetahuan bahkan agama tradisional penduduk Samin berisi ajaran mengenai ilmu mengenai penyakit dan pengobatannya.
2. Ekonomi  
Sikap negatif pemerintah Indonesia terhadap sistem ekonomi tradisional, seperti misalnya dengan sistem pertanian ladang, usaha mengumpulkan sagu, dan usaha bertani berpindah-pindah yang dinilai sebagai usaha yang tidak efisien. Sistem bertani tersebut dianggap tidak mendukung proses modernisasi sehingga tidak dapat dikembangkan lebih jauh.

Hasil kajian menunjukkan hal sebaliknya dan menjelaskan bahwa bentuk usaha ekonomi tradisional

tersebut memberikan manfaat fungsional terhadap masyarakat pendukungnya. Bagi penduduk Bima di Sumbawa, pertanian perladangan merupakan alternatif pilihan yang tepat untuk bertani pada lahan pertanian yang curam dan berbatu sehingga lebih ramah lingkungan. Usaha sagu dan bertani berpindah-pindah yang dilakukan penduduk Punan di pulau Kalimantan tidak sekedar ditujukan untuk menjaga kelangsungan hidup saja, tetapi berfungsi dalam sistem pemasaran dengan cara pertukaran barang-barang hasil hutan. Bahkan penelitian menunjukkan bahwa ekonomi Punan lebih terkait secara langsung dengan dunia luar dibandingkan dengan usaha padi dari sawah-sawah di pedalaman Jawa.

### 3. Lingkungan Hidup

Peran nilai-nilai tradisional dalam menjaga lingkungan hidup dan mendorong penggunaan sumber daya alam secara terjaga kurang mendapat perhatian pemerintah. Untuk mengatasi masalah lingkungan, pemerintah cenderung untuk merumuskan dan menerapkan peraturan baru. Bahkan tidak jarang pemerintah beranggapan bahwa petani pedesaan dan suku-suku di pedalaman berperan banyak terhadap rusaknya lingkungan hidup di sekitarnya.

Hasil penelitian Dove menunjukkan bahwa upaya pemerintah untuk menerapkan peraturan-peraturan baru tersebut sering tidak berhasil dengan baik. Lebih lanjut penelitain tersebut menyatakan bahwa budaya tradisional memiliki peran positif dalam menjaga lingkungan hidup. Sebagai contoh adalah perladangan berpindah berperan dalam pemulihan lingkungan di daerah-daerah konsesi hutan komersial di Kalimantan. Hal

yang serupa juga berlaku pada peran penduduk di sekitar gunung Merapi di Jawa Tengah dimana kearifan lokal yang dimiliki penduduk mampu memprediksi dan mengurangi resiko kematian akibat letusan gunung Merapi.

### 4. Budaya Tradisional dan Perubahan Sosial

Masyarakat tradisional Indonesia pada dasarnya juga memiliki ciri yang dinamis. Masyarakat tradisional tersebut selalu mengalami perubahan sosial yang terjadi secara terus-menerus, sesuai dengan tantangan internal dan kekuatan eksternal yang mempengaruhinya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penduduk Wana telah mengembangkan kesadaran beragama baru dari agama tradisional yang dipeluknya setelah menerima kritik dari luar. Penduduk Bima, perlahan-lahan mencoba membenahi cara pengelolaan lahan pertanian mereka setelah pemerintah secara terus-menerus mencoba membenahi sistem pengelolaan tanah yang baru. Namun demikian hal ini tidak berarti bahwa mereka meninggalkan secara keseluruhan usaha bertani tradisionalnya, dan juga tidak berarti bahwa mereka mengikuti metode yang diharapkan dikembangkan oleh pemerintah.

Disamping perubahan karena dorongan eksternal, budaya tradisional Indonesia juga mengalami perubahan secara internal. Penelitian Dove mencontohkan tentang perubahan fungsi pesta makan besar yang diadakan oleh masyarakat Ngadha di Flores dimana pesta ini tidak diadakan lagi dalam konteks masa lalu yang berkaitan dengan urusan tingginya nilai tanah. Pesta ini sekarang

diselenggarakan dalam konteks tingginya nilai mempelai laki-laki dalam perkawinannya, khususnya jika ia memiliki pendidikan yang tinggi dan jabatan birokrasi dalam pemerintahan. Perubahan ini menandakan adanya perubahan perbandingan nilai penting antara tanah dan manusia.

Secara ringkas, penelitian Dove dan kawan-kawannya ini secara cermat hendak menunjukkan bahwa budaya tradisional tidak selalu harus ditafsirkan sebagai faktor penghambat pembangunan. Bahkan, dalam batas-batas tertentu, budaya tradisional dilihatnya dapat berperan positif untuk mendorong laju modernisasi. Semangat Trisakti yang dicetuskan oleh Soekarno yaitu berdaulat dalam ekonomi, berdaulat dalam politik dan berdaulat dalam kebudayaan merupakan wacana baru yang tengah menjadi kesadaran politik para elit politik untuk membangun bangsa yang diimpikan ke depan. Kesadaran akan pentingnya doktrin Trisakti di kalangan elit akan mampu mereduksi imperialisme budaya ini.

### **Studi Kasus: Fenomena Korean Wave (HallyuHallyu)**

Setelah menghadapi keruntuhan ekonomi tahun 1998, pemerintah Korea Selatan memprakarsai HallyuHallyu sebagai soft power untuk meningkatkan status ekonomi, ekspor produk budaya dan bahkan membangun citra negara. HallyuHallyu atau Korean wave diwakili popularitas budaya populer Korea yang telah menyebar di seluruh Asia. Masyarakat Asia kemudian mengkonsumsi produk budaya Korea dengan menonton drama Korea, mendengarkan musik pop Korea atau bahkan melakukan operasi plastik agar terlihat seperti aktor Korea serta meniru gaya busana mereka. Keberhasilan gelombang Korea juga diperluas oleh industri Korea lainnya seperti pariwisata, makanan, elektronik dan sebagainya.

Seperti halnya industri budaya Jepang, Korea telah dikaitkan erat dengan proyek pembangunan bangsa (nation-building project) di negara dimaksud. Penemuan atau inovasi budaya sering terjadi setelah terjadinya transformasi yang terjadi sangat cepat dalam masyarakat yang melemahkan pola budaya lama yang tidak menghasilkan sesuatu yang produktif (Hobsbawm 1983 dalam Huang 2011). Dimulai di Jepang pada tahun 1970an dan Korea Selatan pada tahun 1990an, kedua negara tersebut melakukan upaya untuk merekonstruksi representasi budaya dalam upaya untuk memberikan identitas nasional baru setelah era industrialisasi yang pesat.

Fenomena Korean Wave ini merupakan sebuah hasil hibridisasi budaya. Hibridisasi sering dianggap sebagai strategi paling baik untuk sebagai ketahanan lokal (local resilience) dalam menghadapi invasi budaya dan homogenisasi global. Hibridisasi ini didefinisikan sebagai kapasitas lokal untuk menyerap pesan-pesan budaya luar dan menyandingkannya dalam kehidupan sehari-hari (Thompson 1995 dalam Huang 2011). Huang menyatakan bahwa budaya nasional tidak selalu hanyut oleh serangan budaya asing yang kuat. Sebaliknya, pertemuan antara budaya lokal dan budaya asing dapat merangsang inovasi lokal. Dalam hal ini, para ahli berpendapat bahwa industri budaya di Asia Timur telah mengembangkan sebuah model tertentu dengan menggabungkan budaya nasional dengan gaya internasional yang memiliki keunggulan komparatif sehingga dapat tumbuh dan bahkan diekspor.

Prototipe dari model ini adalah strategi hibridisasi Jepang. Berdasarkan konsep wakon yosai (secara harfiah berarti teknologi Barat namun dengan semangat Jepang), strategi hibridisasi ini mewujudkan prinsip membangun identitas nasional Jepang dengan cara mendomestikasi budaya Barat. Bentuk-bentuk budaya populer AS dipinjam oleh Jepang dengan cara mereproduksi budaya

nasional yang berbeda namun tetap dengan semangat Jepang yang kental.

Strategi hibridisasi pada gilirannya ditiru oleh negara-negara Asia lainnya, seperti Korea Selatan. Terlepas dari kenyataan bahwa Korea mengadopsi slogan-slogan seperti Belajar dari Hollywood untuk membangun industri budaya mereka sendiri, televisi dan produksi film Korea sangat dipengaruhi oleh budaya media Jepang. Oleh karena itu, strategi hibridisasi dianggap sebagai sarana inovasi yang membantu negara-negara Asia Timur untuk memperluas industri budaya mereka di seluruh dunia. Produk budaya hasil hibridisasi menawarkan model yang nyata, mudah diakses dan bercitarasa modern. Pada akhirnya budaya Jepang dan Korea menjadi budaya populer yang dapat diterima di negara lain seperti Taiwan, Cina, Singapura dan Indonesia karena blending dari budaya Barat dan nilai-nilai Asia (Shim, 2006).

Modernitas hybrid membuat budaya populer mudah dipindahtangankan ke wilayah lainnya. Namun demikian budaya populer Jepang dan Korea yang diekspor di Asia Timur merupakan produk budaya yang transparan yang mencerminkan selera universal sehingga kurang memiliki keunikan budaya yang bersumber pada tradisi dan warisan nasional. Kemudian pertanyaan baru muncul apakah budaya hasil hibridisasi tersebut mengindikasikan kejayaan budaya Jepang dan Korea yang sesungguhnya ataukah hanya sebuah kesuksesan manipulasi terhadap komersialisasi budaya populer.

Messlerin dan Shin (2013) menyajikan pendapatan dan ekspor K-Pop serta menganalisis perubahan sosial yang terjadi sebagaimana tabel di bawah ini:

**Tabel 1. Pendapatan dari Ekspor K-Pop (dalam juta dolar Amerika)**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Music</b>							
Sales	631	1211	2522	2345	2131	2535	3420
Value added (VA)	559	801	848	859	801	988	1442
Exports	22	17	15	15	24	72	177
Imports	8	9	11	10	9	9	11
exports/VA (%)	3.9	2.2	1.8	1.7	3.1	7.3	12.3
imports/VA (%)	1.5	1.1	1.2	1.2	1.2	0.9	0.8
<b>Games</b>							
Sales	8474	7796	5536	5083	5156	6427	7946
Value added (VA)	4278	3825	2677	2547	2624	3259	3777
Exports	551	486	421	641	712	1179	1961
Imports	227	217	419	351	260	210	185
Exports/VA (%)	12.9	12.7	15.7	25.2	27.1	36.2	51.9
Imports/VA (%)	5.3	5.7	15.7	13.8	9.9	6.4	4.9

Source: Authors based on data from KOCCA (2012), Content Industry Statistics.

Perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi akibat booming musik Korea pada antara lain:

1. Naiknya tingkat ekonomi Korea sehingga posisi negara ini bergeser menjadi negara semi-pinggiran (semi-periphery) dalam sistem dunia;
2. Terjadinya migrasi besar-besaran dari Korea ke negara-negara pusat (Jepang, AS, Eropa Barat dll);
3. Meningkatnya partisipasi aktif dalam industri budaya Korea di luar negeri; dan

4. Meningkatnya keterlibatan Korea dalam divisi global ketenagakerjaan di bidang manufaktur musik dan distribusi. Sebagaimana diketahui pada tahun 1960 dan 1970-an, perusahaan Korea banyak mengekspor tekstil, wig, dan alas kaki dalam jumlah besar ke AS dan Eropa. Pada 1980-an dan 1990-an, perusahaan-perusahaan ini mulai memproduksi mobil, kapal, baja dan barang elektronik. Sedangkan pada tahun 2000-an dan 2010-an, perusahaan yang sama mengekspor hardware IT yang berkaitan dengan perangkat komunikasi seperti ponsel pintar dan tablet, sementara perusahaan-perusahaan yang baru didirikan bergerak di bidang hiburan dengan mengekspor konten budaya populer disebut produk Hallyu ke seluruh dunia.

## SIMPULAN

1. Ilmu Komunikasi memberikan penjelasan komprehensif mengenai fenomena perubahan budaya dan nilai-nilai dalam masyarakat sebagai akibat imperialisme kebudayaan yang ditransfer secara cepat oleh media massa.
2. Sebuah strategi kebudayaan dibutuhkan merespon imperialisme kebudayaan dengan cara untuk terbuka mengambil nilai-nilai universal dalam semua bidang baik ilmu, teknologi, ekonomi dan budaya tanpa kehilangan jati diri sebagai sebuah bangsa yang berdaulat dan bermartabat di tengah bangsa-bangsa lain
3. Satu hal yang tidak kalah penting adalah menekankan khususnya kepada generasi muda, bahwa budaya tradisional merupakan kekayaan nasional yang berharga dan tidak mengganggu proses pembangunan dan modernisasi. Budaya nasional merupakan modal penting dalam

membangun *branding nation* yang mampu meningkatkan citra bangsa Indonesia tanpa meninggalkan akar budaya tradisional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Huang, S. (2011). Nation-branding and transnational consumption: Japan-mania and the Korean wave in Taiwan. *Media, Culture & Society* 33(1) DOI: 10.1177/0163443710379670
- Kasiyan. (2003). Revitalisasi dialektika pluralitas budaya global dalam perspektif poskolonial. *Jurnal Humaniora*. Fakultas Ilmu Budaya UGM. Vol XV (1).
- Malik, D.D. (2014). Globalisasi dan imperialisme budaya di Indonesia. *Journal Communication Vol.V* (2)
- McQuail, Dennis. (2000). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage Publications
- Messerlin, P.A dan Shin, W. (2013). The K-pop wave: an economic analysis. Tersedia pada: [http://gem.sciences-po.fr/content/publications/pdf/Messerlin\\_Shin\\_K-pop01072013.pdf](http://gem.sciences-po.fr/content/publications/pdf/Messerlin_Shin_K-pop01072013.pdf). Diakses tanggal 15 Maret 2016
- Nurudin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Purba, A. (2006). *Pengantar ilmu komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Rauschenberger, E. (2003). Deconstructing cultural imperialism. Tersedia pada [http://politics.as.nyu.edu/docs/IO/4600/rauschenberger\\_thesis.pdf](http://politics.as.nyu.edu/docs/IO/4600/rauschenberger_thesis.pdf) . Diakses tanggal 22 Maret 2016.
- Rumyeni. (2012). Globalisasi dan periklanan: penampilan budaya asing dalam iklan Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. I* (1)
- Salwen, M.B. (1991). Cultural imperialism: a media effects approach. DOI: 10.1080/15295039109366778
- Suwarsono dan So, A.I. Perubahan sosial dan pembangunan. Jakarta: Pustaka LP3ES
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural imperialism*. London (GB): Continuu