



IMPERIALISME BUDAYA DI ERA PROXY WAR

Oleh: Dr. Agus Subagyo, S.IP., M.Si

Abstrak

Tulisan ini ingin menguraikan tentang penetrasi budaya asing ke dalam sendi-sendi kehidupan masyarakat Indonesia sehingga mengancam budaya nasional di tengah arus globalisasi dan reformasi. Dalam perspektif *proxy war*, budaya dijadikan alat bagi kekuatan asing untuk masuk, menguasai dan mengendalikan bangsa Indonesia melalui seni, musik, film, sinetron, *fashion* dan kuliner sehingga mampu merebut hati dan jiwa anak, remaja dan orang dewasa yang mengancam ketahanan budaya dan merobohkan kedaulatan budaya. Imperialisme budaya asing terhadap budaya-budaya nasional merupakan bagian dari skenario *proxy war* yang dilancarkan kekuatan asing terhadap bangsa Indonesia.

Kata kunci: Imperialisme, Budaya Asing, Budaya Nasional dan *Proxy War*.

Abstract

This paper would like to describe the penetration of foreign culture into the joints of Indonesian society so that it threatens the national culture amid the flow of globalization and reform. In the perspective of proxy war, culture is used as a tool for foreign powers to enter, control and control the Indonesian nation through art, music, film, soap opera, fashion and culinary so as to capture the hearts and souls of children, adolescents and adults, and knocking down cultural sovereignty. The foreign cultural imperialism of the national cultural culture is part of the proxy war scenario that foreign forces pour against the Indonesian nation.

Keyword: Imperialism, foreign culture, national culture and proxy war

Pendahuluan

Dalam era globalisasi, mobilitas manusia, barang, dan jasa yang melampaui batas-batas antar negara semakin intensif, ekstensif dan massif, sehingga tidak ada kekuatan apapun yang dapat menghindarinya, sekalipun institusi negara/pemerintah. Dalam pusaran arus perdagangan bebas dan pasar bebas, setiap individu di satu negara dapat berinteraksi dengan individu dari negara lain. Perubahan yang terjadi di suatu Negara akan secara cepat dan otomatis mempengaruhi kehidupan di negara lain.

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial berkontribusi paling banyak terhadap arus perubahan global, hubungan antar negara dan interaksi antar warga negara di dunia. Melalui media sosial, berbagai perubahan dan perkembangan antar negara dapat didengar, dilihat dan dibaca secara cepat, singkat dan real time. Bahkan, media sosial mampu mempertemukan, memicu dan menggerakkan terjadinya gerakan sosial warga negara di dunia tanpa adanya batas kewarganegaraan dan tidak terbatas pada yuridiksi antar negara.

Tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang ini dunia telah memasuki revolusi industri ke empat yang dipenuhi dengan kecanggihan teknologi, digitalisasi kehidupan manusia dan semua kegiatan yang serba *online* di dunia maya. Hal ini tentunya mempengaruhi pola pikir, pola sikap, pola tindak dan pola perilaku manusia di dunia. Jagat dunia maya dijadikan sebagai ajang untuk bertemu, berinteraksi, berdiskusi dan melakukan gerakan sosial yang mengarah pada terbentuknya opini publik dan citra dunia yang serba digital.

Sebagai Negara yang berpenduduk lebih dari 250 juta penduduk, dengan generasi muda yang milenial sangat menjanjikan, maka Indonesia menjadi pasar potensial bagi pihak-pihak asing untuk menjadikan sebagai pasar potensial bagi produk-produk ekonomi dan teknologi. Jumlah penduduk Indonesia yang kelima terbesar di dunia telah dijadikan sebagai pasar bagi para produsen asing untuk memasarkan produk-produknya di Indonesia. Membanjirnya barang-barang dari luar negeri ke dalam negeri mulai dari barang pertanian, barang perkebunan, barang tekstil, barang elektronik, barang otomotif dan berbagai barang industri lainnya menjadi bukti bahwa Indonesia menjadi sasaran pasar bagi negara lain.

Tidak berhenti di barang-barang ekonomi semata, kekuatan asing juga membidik pola hidup dan gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda yang diarahkan untuk cenderung kebarat-baratan, western dan modern, seperti layaknya gaya hidup dan pola hidup orang-orang Barat¹. Hal ini dilakukan melalui berbagai cara, misalnya dengan masuknya film, drama, sinetron, musik, komik, kuliner maupun *fashion*/busana yang berasal dari negara lain, masuk ke Indonesia, digemari oleh generasi muda, digandrungi oleh para pemuda dan dijadikan sebagai *life style* sehari-hari.

Masuknya budaya asing melalui berbagai kemasan musik, sinetron, *fashion*, komik maupun film sangat membahayakan budaya nasional dan budaya lokal bangsa Indonesia. Budaya asing masuk ke tengah masyarakat Indonesia, sadar maupun tidak

¹ Ariel Heryanto (editor), *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identities in post-Authoritarian Politis*, (London: Routledge, 2008), hal 27

sadar, mempengaruhi sendi-sendi kehidupan budaya nasional dan sistem sosial bangsa Indonesia². Sebagian besar anak muda Indonesia saat ini cenderung menyukai secara berlebihan film-film, drama maupun sinetron yang berbau Hollywood, Bollywood, Koreanwood dan Japanwood, dibandingkan dengan film-film, drama maupun sinetron Indonesia.

Sebagian besar masyarakat Indonesia juga menggandrungi makanan/kuliner yang berbau Barat (Mc Donald, KFC, Texas Chicken, Pizza Hut), Jepang (Hanamasa, Jiganazuki, Hoka-Hoka Bento) dan Korea (Bulgogi, Kimchi, jajangmyeon, bibimbap, kimbap, ramyeon). Banyak kuliner luar negeri yang hadir di Indonesia di berbagai pusat perbelanjaan/mall yang membidik masyarakat Indonesia sebagai konsumen yang potensial. Banyak masyarakat Indonesia yang tidak menyadari bahwa kuliner luar negeri tersebut mengancam kuliner dalam negeri sehingga banyak industri kuliner dalam negeri yang dinomorduakan alias tidak mendapatkan tempat di negaranya sendiri.

Gejala inilah yang kemudian menimbulkan dugaan adanya “imperialisme budaya” di Indonesia pada era globalisasi dan reformasi saat ini, melalui masuknya industri kuliner, industri *fashion*, industri film, industri sinetron dan industri musik. Di tengah adanya sinyalemen terjadinya perang *proxy* (*proxy war*) dimana Indonesia menjadi salah satu sasaran dari *proxy war*, bangsa Indonesia harus mewaspadai adanya penjajahan budaya, koloni budaya, dan imperialisme budaya yang dapat mengancam ketahanan budaya dan mengoyak kedaulatan budaya.

Pembahasan.

1. Sekilas Imperialisme Di Indonesia

Dalam catatan sejarah, bangsa Indonesia telah banyak mengalami pahit getirnya penjajahan sejak ratusan tahun yang lalu³. Sejarah membuktikan bahwa bangsa Indonesia telah dijajah oleh Belanda selama tiga setengah abad dan dijajah oleh bangsa Jepang selama tiga setengah tahun, sebelum akhirnya merdeka pada tanggal 17 Agustus 1945. Pada masa penjajahan Belanda dan Jepang, sumber daya alam Indonesia diambil dan dikeruk oleh bangsa penjajah, rakyatnya disiksa dan wilayahnya diduduki secara paksa.

Namun demikian, sejak adanya kesepakatan global yang tertuang dalam Piagam PBB yang menegaskan bahwa penjajahan dihapuskan dari muka bumi dan setiap negara tidak boleh menginvasi, mengagresi, menduduki dan menjajah negara lain, maka negara-negara Barat berupaya mencari cara lain untuk tetap menguasai wilayah Indonesia yang kaya akan sumber kekayaan alam dan hasil bumi lainnya. Negara-negara asing meyakini bahwa Indonesia merupakan negara yang strategis dan potensial sehingga harus dikuasai, ditaklukan dan diduduki.

Cara lain yang dilakukan oleh negara-negara asing tersebut adalah menguasai tidak secara fisik, namun menguasai secara non fisik. Penguasaan secara fisik dengan menduduki wilayah Indonesia sudah relatif sulit dilakukan, maka cara lain adalah dengan memasukan perusahaan multinasional, investor asing maupun produk-

² Nuim Hidayat, *Imperialisme Baru*, (Jakarta : Gema Insani Pers, 2013), hal. 63

³ Jennifer Lindsay & Maya H.T. Liem, *Ahli Waris Budaya Dunia: Menjadi Indonesia 1950-1965*, (Jakarta : Pustaka Larasan & KITLV, 2011), hal. 8

produk asing agar masuk ke wilayah Indonesia. Perusahaan multinasional masuk ke wilayah Indonesia untuk melakukan eksplorasi baik di bidang pertambangan, energi, perkebunan, perikanan, pertanian dan lain-lain. Investor asing melakukan penetrasi melalui bantuan modal, hibah, hutang luar negeri maupun membeli saham-saham perusahaan nasional. Produk-produk asing membanjiri pasar dalam negeri dan memonopoli pusat perbelanjaan di seluruh Indonesia.

Kehadiran perusahaan multinasional, kedatangan investor asing dan derasnya produk-produk asing masuk ke pasar domestik telah mengancam perusahaan nasional, merugikan investor domestik dan menghantam produk-produk dalam negeri. Pelaku ekonomi asing menjadi pemain/tuan yang memainkan peran dominan di dalam perekonomian nasional. Para pelaku ekonomi domestik menjadi penonton dan tamu di dalam perekonomian nasionalnya sendiri. Inilah yang dinamakan dengan imperialisme ekonomi yang saat ini dihadapi oleh bangsa Indonesia.

Penjajah asing masuk ke wilayah Indonesia tidak dengan muka lama lagi, melainkan memakai muka baru yang lebih jitu dan mematikan. Imperialis hadir di bumi pertiwi tidak secara fisik dengan kehadiran serdadu, pendeta dan pedagang (*teori gold, glory dan gospel*), melainkan dalam kemasan perusahaan multinasional, investor asing dan produk-produk asing, yang tentunya sangat membahayakan struktur perekonomian nasional. Penguasaan ekonomi ini tentunya sangat erat dengan penguasaan budaya, dimana hati dan jiwa masyarakat Indonesia sudah direbut oleh imperialis asing, sehingga *mind*

set dan *culture set* masyarakat Indonesia sudah cenderung berkiblat ke imperialis asing. Apabila hati dan jiwa sudah dikuasai asing, maka dengan sukarela seluruh isi perut bangsa Indonesia dapat dikuasai oleh asing tanpa adanya perlawanan sedikitpun.

2. Wujud Imperialisme Budaya

Di era reformasi saat ini, sebenarnya tanda-tanda adanya imperialisme budaya sudah sangat nampak sekali. Hal ini dapat dibuktikan dengan perilaku dan gaya hidup anak muda Indonesia “Jaman Now” yang disebut juga dengan generasi milenial, yang sudah kurang peduli terhadap budaya sendiri, kurang mengindahkan budaya lokal, tidak memahami kearifan lokal masyarakat dan cenderung abai terhadap jati diri bangsa Indonesia. Para pemuda Indonesia sebagian besar malah sibuk dengan meniru gaya hidup Barat, pola tindak artis Barat idolanya, fanatik terhadap aktor Hollywood dan kecanduan film, sinetron maupun musik asing.

Apabila ditelisik secara historis, imperialisme budaya di Indonesia telah mengalami metamorfosa secara signifikan. Pada tahun 1980-an dan 1990-an, wujud imperialisme budaya yang masuk ke wilayah Indonesia banyak didominasi oleh negara Barat. Budaya Barat digandrungi oleh masyarakat Indonesia, terutama artis, aktor, maupun seniman yang berasal dari Hollywood⁴. Film-film Hollywood mendominasi layar lebar tanah air dan menjadi tontonan wajib bagi anak muda Indonesia. Musik-musik Barat mulai dari musik pop, regae, country, jazz maupun rock menjadi hidangan telinga bagi kaum muda Indonesia.

⁴ Dominic Strinati, *Popular Culture*, Terjemahan, (Bandung: Penerbit Jejak, 2007), hal. 52

Ditambah lagi dengan serangan industri *fashion* yang berasal dari Barat, seperti celana jeans Levis, Lea, Wrangler maupun kemeja dan kaos bermerk barat, seperti Polo, Calvin dan Klein, Giordano, Volcom, Posh Boy, Luis Vuiton, Chanel dan lain-lain menjadi penutup badan anak muda Indonesia. Makanan dan minuman pun tidak luput dari sasaran imperialis asing, dimana industri makanan Barat, seperti Mc Donald, Pizza Hut, KFC, Coca Cola, Pepsi Cola, Bir dan Wine menjadi santapan setiap hari sebagian anak muda Indonesia.

Pada dekade itu, Barat menjadi kiblat film, *fashion*, musik dan kuliner bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia menjadikan Barat sebagai panutan, idola dan pedoman dalam gaya hidup, pola hidup dan *life style* sehari-hari. Gaya berbusana, berpakaian, berperilaku dan bertindak anak muda Indonesia meniru, menjiplak dan mengikuti para selebritis dan pesohor dari Hollywood. Kehidupan ala Barat telah menjadi sumber rujukan dan referensi bagi kalangan muda saat itu, sehingga segala produk-produk yang berbau Barat menjadi laris manis, bak “kacang goreng di pasar malam”.

Namun demikian, pada tahun 2000 - an dan 2010-an, muncul budaya asing baru yang berasal dari India, Jepang dan Korea yang “booming” di kalangan anak muda Indonesia saat ini. Serbuan film Bollywood sempat menghipnotis masyarakat Indonesia selama tahun 2000-an sehingga gaya anak remaja Indonesia meniru gaya artis India. Cara berpakaian ala India menjadi *icon* yang popular di tengah masyarakat. Gaya joget ala India juga menjadi *trends* di kalangan, anak, remaja, orang dewasa, artis maupun masyarakat umum.

Tidak kalah dengan budaya India, budaya Jepang juga masuk ke Indonesia dengan produk-produk berupa *fashion*, cinderamata, tata rambut dan kuliner. Tata rambut “harajuku” menjadi popular ditiru oleh kalangan muda Indonesia. Pakaian “kimono” telah menjadi pakaian yang dipakai oleh masyarakat Indonesia. Tradisi minum teh ala Jepang juga dipraktekan oleh kalangan tertentu di Indonesia serta film-film Jepang, misalnya “*The Last Samurai*”, juga menjadi tontonan nge *hits* saat itu.

Selain Jepang yang saat ini sedang nge *trend* dan menjangkiti hati anak muda Indonesia adalah budaya Korea dan *Korean Wave*. Melalui gerakan *Hallyu*-nya, Korea telah menjadi negara yang paling terkenal dalam segi kebudayaan sekarang ini⁵. Melalui industri musik, yang dikenal luas dengan istilah/sebutan K-Pop (Korean Pop) dan dibarengi dengan gaya joget/dansa “*Gangnam Style*” telah memukau jagat musik dunia termasuk Indonesia. Melalui penyebaran K-Pop yang menampilkan *boyband* dan *girlband* secara berkelompok dengan paras wajah yang sangat cantik dan sangat tampan khas Korea Selatan, budaya Korea Selatan menjadi sorotan, digandrungi dan dipuji oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Bersamaan dengan arus derasnya serangan budaya K-Pop di tengah masyarakat Indonesia, muncul juga penetrasi *fashion* ala artis Korea, dimana banyak sekali model pakaian, gaya busana, dan *tren* baju ala selebriti dari Negara Ginseng tersebut, yang tentunya menjangkiti kaum muda Indonesia sehingga ramai-ramai

⁵ Euny Hong, *Korean Cool : Strategi Inovatif Dibalik Ledakan Budaya Pop Korea*, Terjemahan, (Yogyakarta : Bentang, 2016), hal. 12.

memburu *fashion* yang berasal dari Korea. Sinetron, drama dan film Korea juga tidak tinggal diam merasuk ke dalam relung hati kaum milenial Indonesia sehingga menyebabkan demam film romantis Korea yang penuh nuansa percintaan anak muda. Di samping itu, penyebaran kuliner ala Korea juga membuat mabuk generasi muda Indonesia sehingga di berbagai pusat perbelanjaan sekarang ini banyak bermunculan restoran Korea, makanan dari Korea maupun café yang bernuansa Korea.

Demam dan mabuk budaya Korea telah menyebabkan masyarakat anak muda Indonesia mendambakan hal-hal yang bernuansa Korea. Gaya hidup, pola perilaku, tindakan, perbuatan maupun pikiran anak muda Indonesia meniru berbagai gaya hidup ala Korea. Bahkan, banyak kaum muda yang bermimpi untuk datang dan berkunjung ke Korea Selatan. Banyak pula yang benar-benar bepergian ke Korea Selatan untuk alasan liburan, *study tour* maupun alasan belanja berbagai kebutuhan *fashion*, perhiasan, cinderamata, *make up* maupun barang-barang lainnya yang bercorak budaya Korea Selatan. Bahkan banyak masyarakat Indonesia yang melakukan operasi plastik ke Korea Selatan dengan mengeluarkan uang jutaan rupiah dengan tujuan agar mirip artis Korea.

Nampaknya, imperialisme budaya asing, khususnya budaya Korea Selatan, telah masuk, merasuk dan menjangkiti hati dan jiwa kaum milenial Indonesia⁶. Hati dan jiwa kaum milenial Indonesia telah dikuasai dan dikendalikan oleh budaya Korea Selatan, sehingga dengan sukarela mereka membeli

berbagai produk yang berasal dari Korea Selatan yang dianggap “kekinian” dan “jaman now”. Hal ini tentu sangat menguntungkan pertumbuhan ekonomi Korea Selatan karena produk-produk mereka laris manis di Indonesia dan bahkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan meningkat setiap tahunnya, sehingga berkontribusi pada cadangan devisa dan pembangunan nasional Korea Selatan. Sementara itu, Indonesia tidak mendapatkan keuntungan dari menyebarluas budaya Korea Selatan di tanah air dan bahkan malah merugikan tidak hanya ketahanan ekonomi nasional, namun juga mengancam ketahanan budaya nasional, karena serbuan budaya Korea Selatan yang menyingkirkan budaya nasional dan budaya lokal bangsa Indonesia.

3. Rapuhnya Ketahanan Budaya

Penetrasi budaya asing ke dalam struktur budaya nasional dan budaya lokal telah secara nyata mengancam ketahanan budaya bangsa Indonesia⁷. Kaum muda generasi penerus bangsa sudah banyak yang tidak memahami budaya nasional, jati diri bangsa dan sistem sosial Indonesia yang sangat beragam, plural dan majemuk. Budaya nasional yang tumbuh dan berkembang dari budaya lokal telah mengalami pemudaran, degradasi dan kehilangan pamor di kalangan anak muda Indonesia, mereka cenderung menganggap bahwa budaya asing sebagai sesuatu yang “modern”, “kekinian” dan “jaman now”.

⁶ Chua Beng Huat dkk, *East Asian Pop Culture : Analyzing The Korean Waves*, (Hongkong : Hongkong University Press, 2008), hal. 35.

⁷ Mulyono, *Imunitas Bangsa (Imunization)*, Makalah Dipresentasikan Dalam Kuliah Umum Yang Diselenggarakan Oleh Fisip Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi, pada tanggal 21 Mei 2017, Di Gedung Sasana Krida Unjani, hal. 3

Sedangkan budaya nasional dan budaya lokal dinilai sebagai “kuno”, klasik, “jaman old” dan “jadul”.

Sebagai contoh batik, merupakan salah satu ciri khas busana Indonesia yang sudah diakui oleh dunia internasional sebagai *fashion* yang berasal dari bumi pertiwi. Kaum muda milenial kurang berminat memakai pakaian batik, kurang peduli dengan batik dan tidak bangga saat menggunakan baju batik. Mereka lebih bangga menggunakan baju, pakaian maupun *fashion* yang bermerk asal dari Barat, Jepang, India dan Korea Selatan. Mereka lebih nyaman, lebih *prestise* dan lebih bergengsi bila menggunakan baju-baju bermerk Barat yang tentunya bukan bersumber dari Indonesia dan tidak mencerminkan budaya bangsa Indonesia.

Gaya hidup, pola pikir dan pola hidup kaum milenial Indonesia lebih suka minum coca cola dibandingkan dengan bandrek atau bajigur, lebih nyaman minum kopi starbuck dibandingkan dengan minum kopi aceh, lebih tertarik memakai sepatu *nike* atau *reebok* dibandingkan dengan memakai sepatu buatan Cibaduyut, lebih senang menggunakan celana jeans levis ketimbang celana buatan Cihampelas, lebih prioritas makan Mc Donald atau KFC ketimbang makan ayam goreng Suharti atau ayam goreng Mbok Berek dan lebih gandrung menonton film Korea dibandingkan dengan film perjuangan Indonesia.

Nilai-nilai sosial dalam kehidupan masyarakat yang tumbuh secara khas dan murni dari nenek moyang bangsa Indonesia, seperti nilai-nilai toleransi, gotong royong, tenggang rasa dan ramah tamah telah mengalami pergeseran digantikan dengan

nilai-nilai konsumerisme, hedonisme, individualisme dan liberalisme. Kaum milenial telah memiliki pola pikir yang serba instant, serba cepat, potong kompas, budaya *shortcut* dan haus kemewahan. Sifat *glamour*, hobi dunia gemerlap (dugem), tidak peduli lingkungan sekitar, cuek, apatis dan skeptis telah menjangkiti kaum muda Indonesia.

Pergeseran nilai-nilai budaya bangsa, dari nilai kolektivisme menjadi individualisme, altruisme menjadi egoisme, kesederhanaan menjadi kemewahan, produktivisme menjadi konsumerisme, kesahajaan berubah menjadi hedonisme/glamorisme dan spiritualisme berubah menjadi materialisme merupakan salah satu gejala menguatnya imperialisme budaya asing. Etos kerja, semangat juang, militansi dan disiplin kerja masyarakat Indonesia telah mengalami penurunan sehingga mempengaruhi produktivitas nasional, pendapatan nasional dan pembangunan nasional.

Budaya malu (*shame culture*) dan budaya salah (*guilt culture*) telah hilang dari kehidupan masyarakat Indonesia, mereka lebih takut dengan sanksi hukum dibandingkan dengan sanksi sosial. Mereka lebih mengejar dunia yang serba materialistik dibandingkan dengan dunia spiritualis. Mereka lebih menitikberatkan materi berupa uang/benda/kekayaan/investasi sebagai tolok ukur dalam melakukan interaksi sosial di dalam kehidupan masyarakat. Mereka mengejar kepentingan duniawi dengan melakukan tindakan serba instan atau serba cepat dengan melakukan tindakan korupsi, kolusi dan nepotisme yang sebenarnya bukan bagian dari budaya bangsa Indonesia.

Ditambah lagi dengan adanya serbuan barang haram berupa Narkoba yang saat ini semakin marak di kalangan masyarakat Indonesia. Indonesia tidak hanya menjadi pasar barang narkoba, melainkan juga menjadi distributor dan produsen narkoba sehingga masuk dalam jaringan sindikat narkoba internasional. Ancaman narkoba terhadap generasi muda sangat membahayakan karena apabila dibiarkan maka narkoba akan menjadi candu bagi masyarakat, menciptakan kaum muda yang loyo, generasi muda yang bodoh dan kaum milenial yang tidak memikirkan kemajuan bangsa. Generasi muda yang sudah terjangkiti oleh narkoba akan memudahkan kekuatan asing untuk masuk, menduduki, menguasai dan mengendalikan bangsa Indonesia, sehingga Indonesia sebagai negara bangsa akan tinggal nama saja.

4. Strategi Menegakkan Kedaulatan Budaya

Ketahanan budaya bangsa Indonesia yang rapuh oleh gempuran budaya asing tentunya sangat membahayakan kedaulatan budaya. Kedaulatan budaya bangsa Indonesia harus terus dijaga, dipertahankan dan dipelihara dari ancaman budaya asing. Sudah menjadi tugas semua masyarakat Indonesia untuk menjaga budaya bangsa Indonesia. Jangan hanya mengandalkan kepada pemerintah saja dalam membentengi budaya bangsa Indonesia dari skenario perang *proxy* yang dilancarkan oleh kekuatan asing. Sudah menjadi tugas, tanggungjawab dan hak dari setiap warga negara, setiap rakyat dan setiap masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Merauke dari Miangas sampai pulau Rote, untuk melindungi setiap budaya bangsa, baik budaya nasional maupun budaya lokal,

sebagai warisan, aset dan kekuatan bangsa Indonesia di era globalisasi.

Hal ini sejalan dengan visi trisakti, pemerintahan Jokowi-JK, yang menyatakan “berdaulat dalam politik”, berdikari dalam ekonomi” dan “berkepribadian dalam budaya”. Dalam aspek berkepribadian secara budaya mengandung arti bahwa budaya bangsa Indonesia adalah budaya yang bersumber dari akumulasi budaya-budaya lokal yang diwariskan oleh para leluhur bangsa yang harus dipelihara, dikembangkan dan disebarluaskan sampai anak cucu, sehingga menjadi jati diri, ciri khas, karakter dan identitas setiap masyarakat Indonesia. Mentalitas dan moralitas setiap masyarakat Indonesia harus berdasarkan pada kepribadian budaya bangsa, sehingga menjadi modal dalam setiap penyelenggaraan pembangunan nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Adapun strategi yang harus dilakukan untuk membentengi budaya bangsa Indonesia dari serangan budaya asing sehingga ketahanan budaya dapat terealisir dan kedaulatan budaya dapat terwujud, adalah sebagai berikut:

- Pemerintah dan DPR harus membuat, menyusun, merancang dan memformulasikan Rancangan UU tentang Ketahanan Budaya Nasional. UU Ketahanan Budaya sangat penting dibuat dan disahkan sebagai pedoman, panduan dan sumber rujukan bagi semua pihak dalam melakukan berbagai upaya pemeliharaan, perlindungan, penjagaan dan pengembangan budaya nasional dari gempuran budaya asing di era *Proxy War*.

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan harus mewajibkan kepada semua sekolah baik pada tingkat pendidikan dasar dan pendidikan menengah untuk mengajarkan berbagai nilai-nilai budaya nasional dan budaya lokal sesuai daerah masing-masing kepada semua peserta didik/murid/siswa agar supaya peserta didik memahami, mengetahui dan menghayati budaya nasional sebagai benteng dalam menghadapi era globalisasi, era reformasi dan era *Proxy War*.
- Kementerian Ristek dan Dikti harus memerintahkan kepada semua perguruan tinggi negeri dan swasta untuk menyusun kurikulum pendidikan yang berbasis pada budaya nasional, kearifan lokal dan nilai-nilai sosial masyarakat Indonesia dengan memasukan mata kuliah yang bernuansa budaya nasional dan budaya lokal sehingga semua mahasiswa dapat menjiwai nilai-nilai budaya secara utuh dan mampu menolak budaya asing yang tidak sesuai dengan budaya nasional.
- Kementerian Agama harus mewajibkan kepada semua lembaga pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi dan pondok pesantren yang ada di bawah pembinaannya untuk terus mengajarkan nilai-nilai budaya nasional dan budaya lokal kepada semua siswa, murid dan mahasiswa nya masing-masing dengan mengaitkan antara budaya dengan agama sehingga mampu menjadi penangkal bagi masuknya budaya asing yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dan UUD RI tahun 1945.
- Kementerian Informasi dan Komunikasi harus mewajibkan penayangan film, sinetron maupun musik tradisional dan nasional bagi semua stasiun TV baik TV pemerintah maupun swasta serta radio-radio di seluruh Indonesia sehingga semua masyarakat Indonesia akan memahami, mengetahui dan menjiwai berbagai seni, budaya dan adat istiadat yang berasal dari Indonesia yang hampir punah oleh gempuran budaya asing.
- Kementerian Pemuda dan Olahraga harus melakukan sosialisasi, lokakarya, pendampingan, seminar, maupun penyuluhan kepada para pemuda maupun berbagai organisasi kepemudaan tentang pentingnya seni, budaya, adat istiadat dan berbagai kearifan lokal masyarakat setempat sebagai penopang budaya nasional dalam menghadapi serangan budaya asing yang semakin massif dan sistematis masuk ke setiap sendi kehidupan masyarakat Indonesia.
- Badan Ekonomi Kreatif harus menciptakan berbagai kegiatan, program dan *event* yang mampu menumbuhkan minat maupun keinginan bagi semua anak, remaja dan orang dewasa untuk mencintai semua budaya nasional dan budaya lokal Indonesia. perlu dibuat film animasi maupun berbagai video game dan karikatur yang bernuansa adat istiadat, cerita rakyat dan budaya daerah yang dikemas secara kekinian sehingga dapat dilihat dan ditonton oleh anak, remaja dan orang dewasa, sehingga mampu diresapi dan mudah dicerna untuk kemudian diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

- Pemerintah Daerah (Propinsi, Kabupaten, Kota) bersama-sama dengan DPRD nya untuk membuat Perda maupun Pergub, Perbup dan Perwakot yang mengarahkan pada pelestarian dan pemeliharaan nilai-nilai budaya nasional, bahasa daerah dan kearifan lokal sebagai penopang budaya nasional dalam kerangka keutuhan NKRI dan kebhinekaan sehingga akan mampu menjadi benteng, *filter* dan penyaring dalam menghadapi budaya asing dalam rangka terwujudnya kedaulatan budaya.

Kesimpulan

Ditinjau dari aspek historis, imperialisme budaya di Indonesia sudah muncul sejak jaman penjajahan Belanda dan yang diteruskan oleh penjajahan Jepang. Imperialisme budaya yang dilakukan oleh penjajah Belanda dan Jepang berupa penggerukan sumber kekayaan alam, hasil bumi, rempah-rempah dan berbagai kekayaan Indonesia lainnya. Hal ini dilakukan dengan kekuatan fisik, menduduki wilayah secara paksa dan melakukan penyijsaan terhadap semua masyarakat Indonesia kala itu. Para kaum penjajah memaksakan budaya asing, nilai-nilai asing, maupun berbagai seni dan tradisi asing untuk dipaksakan dalam sistem sosial budaya masyarakat Indonesia.

Wujud imperialisme budaya asing ke dalam struktur budaya bangsa Indonesia dilakukan melalui berbagai produk asing, musik asing, film asing, kuliner asing, drama asing dan sinetron asing yang masuk di tengah masyarakat Indonesia, sehingga

mengancam budaya nasional, khususnya film nasional, kuliner nasional, sinetron nasional dan produk domestik. Budaya asing secara sistematis masuk dalam kehidupan masyarakat sehingga terjadi kehilangan jati diri, karakter, ciri khas dan kepribadian bangsa Indonesia.

Ketahanan budaya nasional Indonesia sulit terwujud di era reformasi dan globalisasi saat ini yang penuh dengan gempuran budaya asing sehingga menyebabkan hati dan jiwa masyarakat Indonesia lambat laun direbut oleh kekuatan asing yang pada akhirnya menyebabkan rapuhnya pertahanan budaya bangsa menghadapi budaya asing. Nilai-nilai budaya nasional seperti gotong royong, toleransi dan tenggang rasa telah mengalami pergeseran oleh nilai-nilai budaya asing, seperti konsumerisme, hedonisme, individualisme dan liberalisme.

Strategi yang harus dilakukan untuk menghadapi budaya asing guna meningkatkan ketahanan budaya dalam rangka mewujudkan kedaulatan budaya di era *Proxy War* adalah memberdayakan pemerintah, DPRD, berbagai kementerian, lembaga dan pemerintah daerah serta DPRD untuk membuat aturan, regulasi, sosialisasi, edukasi dan penyuluhan kepada semua komponen bangsa, elemen masyarakat, siswa/mahasiswa maupun para anak, remaja dan orang dewasa tentang pentingnya memelihara budaya nasional, menjaga budaya lokal, melindungi kearifan lokal dalam kerangka bhineka tunggal ika dan NKRI.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariel Heryanton (editor), *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identities in post-Authoritarian Politis*, (London: Routledge, 2008).
- Chua Beng Huat dkk, *East Asian Pop Culture : Analyzing The Korean Waves*, (Hongkong : Hongkong University Press, 2008).
- Dominic Strinati, *Popular Culture*, Terjemahan, (Bandung : Penerbit Jejak, 2007).
- Euny Hong, *Korean Cool : Strategi Inovatif Dibalik Ledakan Budaya Pop Korea*, Terjemahan, (Yogyakarta : Bentang, 2016).
- Jennifer Lindsay & Maya H.T. Liem, *Ahli Waris Budaya Dunia: Menjadi Indonesia 1950-1965*, (Jakarta : Pustaka Larasan & KITLV, 2011).
- Mulyono, *Imunitas Bangsa (Imunition)*, Makalah Dipresentasikan Dalam Kuliah Umum Yang Diselenggarakan Oleh Fisip Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi, pada tanggal 21 Mei 2017, Di Gedung Sasana Krida Unjani.
- Nuim Hidayat, *Imperialisme Baru*, (Jakarta : Gema Insani Pers, 2013).
- Thung Ju Lan dan M.' Azzam Manan (Peny.), *Nasionalisme dan Ketahanan Budaya di Indonesia : Sebuah Tantangan*, Jakarta : LIPI, 2012).

BIODATA PENULIS



Dr. Agus Subagyo, S.I.P., M.Si. lahir di Sukoharjo, 18 April 1978. Pria yang aktif sebagai Dosen dan menulis sejumlah buku seperti buku Bela Negara; Peluang dan Tantangan Di Era Globalisasi ini, memperoleh gelar Sarjana (S.I.P.) dalam Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2000, kemudian meraih Gelar Magister (M.Si.) Program Studi Ilmu Politik, Program Pascasarjana di Universitas Gadjah Mada pada tahun 2002, dan meraih Gelar Doktor Ilmu Politik (Dr.) dari FISIPOL UGM pada tahun 2013. Alumnus Universitas Gajah Mada tersebut pernah mengajar di sejumlah tempat seperti di FISIP Universitas Langlang Buana (2007–2009); Dosen Non Organik di Sesko TNI (2004–2007); Dosen Non Organik di Pusdikintel Polri (2008 – 2010); Dosen Non Organik di Seskoad (2003– Sekarang); Unhan Jakarta (2011-Sekarang) dan Pascasarjana FISIP Unswagati Cirebon (2015).