

KOMPAS	B. YUDHA	MERDEKA	KR. YOGYA	MUTIARA	POS KOTA
PR. BAND	A. B.	SINAR H.	HALUAN	BISNIS INDONESIA	
B. BUANA	PELITA	S. KARYA	WASPADA	PRIORITAS	
H A R I	Jumāt	TGL : 12 SEP. 1986	HAL :	NO :	

Dr Sanento Yuliman Prihatin dengan Banjirnya Produk Angan-angan

Dominasi Budaya Asing Sangat Kuat di Indonesia

BANDUNG, (PR).—

Dominasi budaya asing sangat kuat di Indonesia, bahkan mampu mendesak budaya Indonesia sendiri. Hal itu sangat nyata terasa dalam kehidupan sehari-hari, misalnya dalam buku bacaan, iklan, ataupun nama-nama toko.

Demikian pendapat Dr. Sanento Yuliman, dosen Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB, ketika berbicara dalam sarasehan kebudayaan yang diselenggarakan Stema (Studi Tester Mahasiswa) ITB, hari Kamis.

Tapi Emha Ainun Nadjib, penyair dan seniman terkenal dari Yogyakarta berbeda pendapat dengan Sanento. Menurut Emha, budaya manusia Indonesia sangat kuat. Sehingga, kendati budaya asing terus mengalir deras ke Indonesia, tapi hanya diterima untuk sementara. "Gejala sesaat yang akan sirna dengan sendirinya," ujar Emha.

Asing dari lingkungan

Berdasarkan pengamatan pada lingkungan sehari-hari, Sanento merasa prihatin dengan banjirnya produk industri angan-angan yang dikemas di negara maju dan masuk begitu saja ke Indonesia. Industri yang mempaket angan-angan itu, menurut Sanento, mudah dijumpai di toko-toko buku dalam bentuk bacaan bagi anak-anak. Karya terjemahan untuk anak-anak itu asing dari lingkungan masyarakat Indonesia. Seperti tentang adanya empat musim atau ceritera kepahlawanan dengan tokoh

manusia Eropa, lengkap dengan latar budayanya.

Begitu pula dengan iklan. Banyak barang yang ditawarkan di Indonesia memakal model orang Barat, sehingga memberi kesan bahwa ras kaukasoid lebih ideal ketimbang ras lain. "Ini gejala yang aneh sekali. Mestinya hal ini hanya terjadi pada masa kolonial; saat penjajah merasa lebih baik dari jajahannya," ujar Sanento.

Proses industrialisasi yang merembet dari negara maju ke negara berkembang yang ditopang oleh teknologi membawa serta dua faktor penting, yaitu konsumsi dan informasi. Faktor konsumsi berupa diajarinya masyarakat negara berkembang untuk membutuhkan dan menggunakan barang baru produk negara maju. Sedangkan sisi informasi diwujudkan dalam bentuk iklan untuk merayu pembeli. "Dalam proses itulah orang-orang disatukan melalui saluran transnasionalisasi ekonomi," kata Sanento.

Budaya kuat

Emha Ainun Nadjib yang banyak menggunakan idiom pedesaan dalam mengungkapkan masalah kebudayaan menyatakan, budaya Indonesia sangat kuat dan tak mudah tergoyahkan. Ia menyebutkan, sejak dulu Indonesia kebanjiran budaya asing: Hindu, Budha, dan Barat. Semua itu, menurut Emha, memang berpengaruh pada manusia Indonesia tapi hanya untuk sesaat.

Ia memberi ilustrasi gejala *break-dance* yang pernah merasuk hingga ke desa-desa. Tapi kini hilang lagi dengan sendirinya. Itulah sebabnya ia berpendapat budaya Indonesia kuat sekali. "Bahkan kesenian hanya ada di Indonesia," guraunya.

Dalam konteks budaya, menurut Emha, orang Indonesia tidak berangkat dari proses tahu, mengerti dan bisa seperti di Barat. Tapi langsung meloncat pada tingkatan bisa. "Orang Bali tidak pernah tahu bahwa keseniannya



Emha Ainun Nadjib



DR. Sanento Yuliman

menyatu dengan agama atau pertanian namun mereka bisa berkesenian. Sedangkan yang tahu itu tidak bisa tari Bali," tambahnya.

Menurut Emha, pendidikan di Indonesia melemahkan individu. Dalam percakapan dengan "PR" ia menyatakan kurikulum yang ada di Indonesia tak ubahnya seperti kursus pesanan. Pengkotakan terjadi sejak tingkat menengah melalui pilihan paket, dan spesialisasi pada tingkat pendidikan tinggi akhirnya diarahkan untuk melayani perusahaan multinasional yang dipimpin oleh negara maju. "Di sini manusia hanya dilihat sebagai instrumen multinasional, ujar Emha.***