

Globalisasi Televisi Senjata Utama Neo-kolonialisme (Melihat Dominasi Negara Adikuasa Terhadap Negara Dunia Ketiga)

Oleh : Filosa Gita Sukmono

The globalization of television serves as an agent of the major powers to dominate the Third World countries; so that people in Third World countries become consumerist society. This tendency, then, will make capitalism easily going in and infiltrating those countries, because the market has been formed and created by television through a variety of impressions and entertaining as well as informative programs.

The phenomenon of the globalization of television shows how there is a new form of colonialism and "the colonized people do not realize that they have been colonized". This phenomenon is so-called neo-colonialism, which indicates that there are practices of domination done by the superpower toward the Third World countries in the field of economic and culture through television.

Key Words: globalization, television, neo-colonialism



Pendahuluan

Memasuki beberapa dekade terakhir ini, banyak sekali fenomena yang menggemparkan, salah satunya adalah fenomena globalisasi. Dalam hal ini, globalisasi seakan-akan menjadikan dunia menjadi sebuah kampung kecil, di mana di dalamnya hampir tidak ada pemisah antara ruang dan waktu.

Globalisasi juga menggeliat di berbagai bidang seperti agama, budaya, ekonomi sampai dengan teknologi. Melalui sudut pandang ini selalu negara-negara belahan dunia utara mendominasi negara-negara belahan dunia selatan. Bagaimana isu-isu

lokal dijadikan sesuatu yang global dan disusupi berbagai kepentingan kapitalisme. Hubungan di atas terlihat jelas bahwa globalisasi mempunyai tujuan utama sebagai penguasaan ekonomi oleh negara-negara adikuasa.

Media dalam globalisasi berperan sebagai kekuatan dan senjata kapitalis untuk menyebarkan isu-isu pasar global dan komersialisasi di segala bidang. Media jelas mempunyai peran yang cukup signifikan dalam berlangsungnya era globalisasi. Intinya media massa telah membentuk budaya global berbentuk budaya massa yang menguntungkan kapitalis dan menjadikan logika masyarakat menjadi materialis. Sebagai contoh dalam artikel Marjorie Ferguson¹ dijelaskan pada tahun 1990, tercatat bahwa pendapatan pengelola media sampai pada angka 1.369 juta dan 287,9 juta. Produser film Hollywood dan televisi kini telah menjelma menjadi pebisnis global. Data tersebut juga menunjukkan ledakan penonton untuk berita televisi yang didorong suatu *genre* yang kemudian disebut "televisi verite". *Genre* ini memungkinkan suatu televisi "hidup" sehingga mata pemirsa dapat menyaksikan rekaman video instan sejarah. Pendek kata, media berfungsi untuk memperkuat politik populer dan persepsi-persepsi ilmiah globalisasi sebagai realitas media dan sosial yang ditentukan.

Berbicara peran media dalam globalisasi maka televisi adalah yang paling menonjol, karena televisi merupakan media yang paling banyak diakses oleh masyarakat modern. Televisi dalam hal ini bisa membuat masyarakat secara imajiner berpikir bahwa mereka adalah bagian dari dunia global itu sendiri, lewat berbagai program-program acara. Melalui titik inilah telah terjadi sebuah globalisasi televisi yang dijadikan sebagai agen negara-negara adikuasa dalam melakukan penjajahan terhadap negara-negara Dunia Ketiga. Sehingga masyarakat di negara-negara Dunia Ketiga menjadi masyarakat yang konsumtif, dengan begitu kapitalisme akan mudah masuk dan menyusup. Karena pasar telah dibentuk dan diciptakan oleh televisi lewat berbagai tayangan yang menghibur dan informatif.

Fenomena tentang globalisasi televisi memperlihatkan bagaimana telah terjadi sebuah kolonialisme dalam bentuk baru dan masyarakat yang dijajah tidak menyadari telah terjajah. Hal inilah yang disebut sebagai neo-kolonialisme, di mana di dalamnya terdapat praktik-praktik penjajahan dalam bidang ekonomi melalui globalisasi televisi oleh negara adikuasa terhadap negara Dunia Ketiga.

1 Ferguson, Marjorie, *The Mythology About Globalization : McQuail's Readers In Mass Communication Theory*, London : Sage Publication, 2004, hal 240.

Chris Barker² juga memberikan penjelasan bahwa televisi bisa dipandang bersifat global dalam kaitannya dengan:

- Berbagai konfigurasi televisi umum dan televisi komersil, yang diatur, didanai, dan ditonton dalam batas-batas negara-bangsa
- Teknologi, kepemilikan, distribusi program dan penonton televisi, yang beroperasi melintasi batas-batas negara-bangsa
- Sirkulasi yang dilakukan televisi terhadap bentuk-bentuk narasi dan diskursus serupa di seluruh dunia.

Globalisasi televisi adalah suatu aspek dari logika kapitalisme yang ekspansionis dan dinamis dalam petualangannya mencari komoditas dan pasar baru. Kendati ada uang yang diperoleh dari produksi dan penjualan program televisi, ada juga suatu sarana untuk menjual perangkat keras teknologi televisi, dari satelit sampai dengan pesawat televisi, dan mengarahkan penonton menjadi pemasang iklan. Televisi berada di tengah-tengah aktivitas perdagangan yang lebih luas, menjadi inti perluasan kapitalisme konsumen.

Permasalahan ini menarik untuk dibahas karena globalisasi televisi telah menjadi senjata utama dalam praktik-praktik neo-kolonialisme negara-negara adidaya terhadap negara-negara Dunia Ketiga seperti Indonesia; sehingga pembahasan ini akan melihat seberapa jauh globalisasi televisi mampu menjadi kekuatan tersendiri bagi praktik-praktik neo-kolonialisme.

Mitos dalam Globalisasi

Berbicara masalah globalisasi maka akan banyak persepsi dan definisi yang akan muncul dari berbagai ilmuwan sosial dan humaniora. Ada yang menyebut sebagai ekonomi kapitalis dunia, sistem informasi global, penyempitan dunia karena hampir hilangnya jarak, ruang dan waktu antara negara yang satu dengan yang lain sehingga dunia seperti sebuah kampung kecil. Postmodernis justru lebih memfokuskan globalisasi pada budaya yang umum tentang konsumsi dan gaya. Kelompok ini berkeyakinan bahwa baik relativis maupun absolut memungkinkan terjadinya keragaman budaya dalam kesatuan global

2 Barker, Chris, *Cultural Studies*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009, hal 295

Mitos berfungsi sebagai suatu cara untuk membongkar globalisasi itu sendiri, seperti dalam pemaparan Marjorie Ferguson³ bahwa mitos tidak digunakan sebagai rasa tetapi sebagai cara untuk mengklasifikasi asumsi pasti tentang penemuan dunia modern dalam serangkaian ide tentang dunia sejarah, politik, ekonomi, budaya komunikasi dan ekologi. Selanjutnya mitos menjelma menjadi hikayat yang menjelaskan, beradaptasi dan menyusun konteks mereka. Secara tipikal, mitos mempunyai hubungan yang kompleks terhadap realitas sosial. Selain itu, mitos juga membantu untuk menstrukturkan *sense* kita termasuk sebuah budaya partikular menuju dunia kita.

Mitologi tentang globalisasi menyatakan bagaimana adaptasi mitos tua dan baru muncul. Dapat dikatakan bahwa mitos-mitos tersebut secara bersamaan menerangkan dan membenarkan banyak hal tentang topografi perubahan global, politik dan kebudayaan ekonomi. Ada tujuh mitos yang dapat diidentifikasi dari kehidupan globalisasi yakni, "*Big Is Better*", "*More Is Better*", "*Time and Space Have Disappeared*", "*Global Cultural Homogeneity*", "*Saving Planet Earth*", "*Democracy for Export via American TV*" dan "*The New World Order*". Mereka berinteraksi secara individual maupun kolektif; beberapa menekankan kepantasan dari sebuah perjalanan, sedangkan yang lain memfokuskan pada tujuan, negara global dan beberapa merepresentasikan proses dan hasil.

Pertama, *Big is Better* sebagai ideologi politik, kebijakan publik/ strategi korporasi, *Big is Better* merujuk pada doktrin pasar liberalisme. Dengan mempertimbangkan *More is Better*, "Big" dipakai untuk merepresentasikan teori klasik Adam Smith untuk perluasan modal yang kompetitif. Logika ruang ekonomi telah mengendalikan perdagangan internasional dan transnasional, persaingan modal dan beberapa kemudahan yang mulai muncul sejak pengembangan korporasi dan transnasional sejak deregulasi tahun 1980. "Big" melingkupi migrasi seluruh dunia dari modal, *merger* dan pengambilalihan.

Kedua, *More is Better*, mitos ini sebenarnya hampir sama dengan mitos di atas, tetapi terdapat penekanan pada bagian pemantapan etos deregulasi dalam membuat korporasi semakin subur sehingga muncullah keserakahan dan kejahatan media. Hal ini, terjadi karena ada semacam justifikasi yang bergerak secara agresif membuat publik "pasif". Dengan kebijakan publiknya, praktik-praktik yang bersifat privatisasi

3 Ferguson, Marjorie, *Opcit* hal 241-247

dan penyelewengan atau "keserakahan" undang-undang dalam bentuk pemberitaan faksi, film dan televisi.

Ketiga, *Time and Space Have Disappeared*, mitos ini mengasumsikan konsekuensi tentang jarak penataan ruang dan waktu. Dengan keberadaan IT (Information Technology), problematika komunikasi menjadi tereliminasi. Misalnya, saat kita ingin menyaksikan acara televisi di belahan dunia lain, kita tidak perlu pergi jauh-jauh ke tempat tersebut. Dengan kata lain, sesuatu hal yang jauh dan membutuhkan waktu yang lama bisa menjadi dekat dan singkat.

Keempat, *Global Cultural Homogeneity* mitos ini berhubungan dengan pendapat Mc.Luhan tentang *Global Village* yang membagikan pengalaman dan aspek-aspek dari penafsiran kaum posmodernis dan imperialis media terkait dengan budaya dunia. Lebih spesifik lagi, mitos ini terkait dengan interkoneksi organisasi transnasional dari produksi, konsumsi dan distribusi budaya dalam arti luas. Dalam konteks ini, dibicarakan barang-barang ekspor dan impor media seperti tulisan, musik, grafis, audio visual dan industri informasi.

Memasuki *Global Cultural Homogeneity*, konsumsi dihadapkan pada materi populer dan produk media yang sama. Sebagai contoh, berita naiknya Schwarzenegger ke kursi gubernur, *Pepsi*, *Big Macs* Mc.Donald, *Disney Worlds*, baju-baju, mobil-mobil dan arsitektur. Selain itu, mitos ini memiliki varian nasional atau regional. Klaim integritas budaya nasional atau keotentikan budaya regional, misalnya dapat dijumpai pada kebijakan penyiaran di Kanada atau televisi *EC Directive*. Kebijakan tersebut melambangkan upaya untuk melindungi atau mempromosikan nasional atau regional berdasarkan identitas kolektif bangsa bersama kewarganegaraan atau kedaulatan. Konsekuensinya, ada tarik menarik antara lokalitas dan variasi tradisi-tradisi yang kaya atau sebaliknya mengasumsikan identitas budaya yang berisi pembatasan politik yang didiskusikan pada masyarakat dunia yang berbasis pada etika konsumsi.

Kelima, *Saving Planet Earth*, mitos ini tidak hanya memotivasi untuk berpikir global dan bertindak sesederhana mungkin, tetapi pada kenyataannya *Saving Planet Earth* menggabungkan keyakinan kuno (kadang-kadang yang bersifat suci) tentang hubungan intim manusia dengan alam dan ide-ide modern dari aktivitas ekonomi.

Keenam, *Democracy for Export via American TV*, mitos ini semacam daur ulang sistem lama yang dipakai lagi, sehingga media massa mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi opini publik dengan tujuan politis dan cita-cita demokrasi. Asumsi dari cita-cita tersebut terwakili dalam media global yang dianggap dapat memainkan

peran dalam kebebasan berbicara. Selain itu, asumsi tersebut juga bisa mendorong reformasi demokrasi internasional. Ekspansi melalui televisi tidak lain sebagai sarana pencerahan untuk aktivitas persuasif politik.

Ketujuh, *The New World*, mitos ini memperhatikan mitos lama dan baru yang saling bermunculan dan beradaptasi dengan perubahan kondisi. Kala itu, misalnya presiden AS menyerukan untuk '*New World Order*' selama perang teluk. Untuk itu, perlu dibedakan pengertian tatanan dunia yakni sebagai tatanan yang ada di dalam dunia ataupun dari dunia itu sendiri (menurut set tertentu kondisi ideologis atau praktik-praktik ekonomi.). Kedua makna digabungkan dalam mitos ini dan direvisi secara berkelanjutan. Pengertian sejarah telah berakhir dihubungkan ke dalam akhir pencerahan dalam postmodernism dan setelah jatuh di tepi modernitas justru terperosok ke dalam kekosongan yang tidak pasti. Ini merupakan salah satu ciri pergeseran garis kedaulatan politik yang melebihi batas-batas negara.

Globalisasi Televisi

Membahas globalisasi televisi tidak bisa dilepaskan dari masalah ekonomi, teknologi, institusi dan kebudayaan. Dimulai dari segi ekonomi politik, globalisasi televisi terkait dengan siapa yang memiliki dan menguasai produksi dan mekanisme distribusi televisi. Melalui adanya penguasaan distribusi televisi maka efek yang ditimbulkan adalah konglomerasi, karena kepemilikan televisi dilakukan modal pribadi. Masuk pada sistem ini maka akan terjadi konglomerasi media yang secara tidak langsung akan terjadi konglomerasi kapital yang lebih luas.

Sejarah kepemilikan media membuktikan bahwa banyak sekali contoh konglomerasi media yang akan berinvestasi besar-besaran dengan melakukan merger. Beberapa contohnya dipaparkan dalam Chris Barker⁴ seperti pada tahun 1989 merger perusahaan *Time* dengan *Warner* telah menciptakan kelompok media terbesar di dunia dengan kapitalisme pasar sebesar 25 miliar dolar. Pada tahun 1995 diikuti *Turner Warner* terhadap *Turner Broadcasting* (CNN). Pada akhir 1993 merger *Paramount Communication* dan *Viacom*, pemilik MTV, melihat kemunculan suatu perusahaan dengan modal 17 miliar dolar, dan menjadikannya kelompok media terbesar kelima di belakang *Time Warner*, *News Corporation*, *Bertelsmann* dan *Walt Disney*.

4 Barker, Chris. *Opcit*, hal 296 dan 297

Selain itu, ada akuisisi oleh *News Corporation* terhadap *Star TV* yang berbasis di Hongkong senilai 525 juta dolar memberi Rupert Murdoch telapak kaki televisi satelit di kawasan Asia dan Timur tengah dengan penonton potensial sebanyak 45 miliar. Bergandengan dengan perusahaan televisi lain, khususnya *BskyB* (Inggris) dan *Fox TV* (Amerika dan Australia), televisi *news corporation* memiliki daya jangkauan global seluas dua pertiga planet ini. Satu hal penting bukanlah jangkauan spasial kepemilikan perusahaan ini melainkan kaitan potensinya dengan berbagai elemen. Di *Twentieth-Century Fox* dan *Star TV*, Murdoch memiliki perpustakaan film raksasa dan produk televisi di mana kita bisa terhubung dengan jaringan gerai distribusinya. Dia berharap agar dapat menciptakan pasar iklan global. Pada saat yang sama, Murdoch bisa menggunakan korannya untuk mempromosikan program televisinya dengan memberi ruang dalam perusahaan persnya bagi aktivitas pendukung yang diliput oleh saluran televisinya.

Indikator berikutnya dalam globalisasi televisi adalah tentang teknologi. Terkait dengan teknologi, maka globalisasi televisi berkembang karena adanya konvergensi antara televisi dengan teknologi media lainnya. Konvergensi ini sebenarnya membuat tidak ada sekat antar teknologi, meskipun antara teknologi yang satu dengan yang lain diproduksi dan digunakan di tempat yang berbeda. Konvergensi teknologi ini sejalan dengan konvergensi organisasional yang berujung pada konglomerasi multimedia.

Bagaimana dapat kita lihat perkembangan teknologi kabel dan satelit mampu meningkatkan daya jangkauan stasiun televisi dan meningkatkan mutu gambar yang dihasilkan oleh televisi. Beberapa teknologi tersebut membuat televisi mampu menjangkau seluruh wilayah di muka bumi dan berbagai program acaranya dapat dinikmati oleh berbagai negara di dunia; sehingga menghilangkan batas teritorial antar negara. Hal inilah yang dinamakan sebagai salah satu bentuk globalisasi televisi.

Kemudian salah satu hal terpenting terkait dengan globalisasi televisi adalah masalah deregulasi dan regulasi ulang. Tahun 1980-an sampai dengan tahun 1990 awal adalah masa-masa deregulasi berbagai peraturan pertelevisian berbagai negara di dunia. Deregulasi ini bentuknya adalah pelanggaran aturan main dalam televisi dan kepemilikannya. Disinilah globalisasi televisi dan konglomerasi media semakin merajalela sebagai bagian praktik neo-kolonialisme negara-negara adikuasa terhadap negara Dunia Ketiga.

Keluarnya berbagai deregulasi yang terus mendukung globalisasi televisi inilah yang mengakibatkan munculnya imperialisme media, di mana dalam era globalisasi,

media dianggap sebagai kendaraan bagi pemasaran korporat dan memanipulasi penonton untuk berpikir global serta membentuk kerangka berpikir masyarakat Dunia Ketiga bahwa mereka adalah bagian dari dunia.

Kekuatan media yang semakin kuat lewat imperialisme media disertai dengan globalisasi televisi yang tak terbendung. Maka tak salah jika sebagian pakar media menganggap bahwa media mampu mempengaruhi sebuah kebudayaan. Lewat media lah pemikiran yang lokal bisa menjadi global, serta lewat media lah cara berpikir tradisional di suatu wilayah bisa berganti dengan cara berpikir modern, dan lewat media lah negara adikuasa mampu melakukan berbagai praktik neo-kolonialisme yang tidak disadari oleh masyarakat di belahan Dunia Ketiga.

Metamorfosis Kolonialisme Menjadi Neo-kolonialisme

Sebenarnya kata neo-kolonialisme adalah sebuah perubahan bentuk dari kolonialisme itu sendiri. Ania Loomba⁵ juga menjelaskan bahwa definisi kolonialisme adalah sebagai penaklukan dan penguasaan atas tanah dan harta benda rakyat lain. Tetapi, kolonialisme dalam pengertian ini bukan hanya perluasan berbagai kekuasaan Eropa memasuki Asia, Afrika atau benua Amerika dari abad keenam belas dan seterusnya; kolonialisme telah merupakan suatu pemandangan yang berulang dan tersebar luas dalam sejarah manusia. Jelas sekali terlihat bahwa kolonialisme di sini merupakan sebuah penguasaan atas wilayah tertentu, dalam proses penguasaan tersebut terdapat sebuah eksploitasi oleh kaum penjajah terhadap kaum yang terjajah. Dari penjajahan inilah terbentuk sebuah relasi hubungan yang tidak setara antara tuan (penjajah) dengan majikan (si terjajah) meskipun bukannya tanpa ruang untuk bernegosiasi.

Bila kolonialisme berkuat pada penguasaan dan eksploitasi terhadap suatu wilayah maka sebenarnya neo-kolonialisme tidak jauh beda dari kolonialisme, tetapi menurut Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss⁶ berfokus pada apa yang disebut dengan "neo-kolonialisme" seperti yang terjadi dalam wacana kontemporer tentang "orang lain". Neo-kolonialisme ada, misalnya dalam penggunaan istilah Dunia Pertama dan Dunia Ketiga untuk negara-negara "maju" dan "berkembang" dalam pemindahan besar-besaran dan invasi budaya Amerika Serikat ke dalam semua bagian

5 Loomba, Ania, *Kolonialisme/Pascakolonialisme*, Yogyakarta : Benteng Budaya, hal 2&3

6 Stephen W Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, Jakarta : Salemba Humanika, hal 486

dunia. Dan dalam perlakuan ras-ras non kulit putih sebagai "orang lain dalam media Amerika Serikat".

Pemikiran Marxis⁷ juga mengemukakan pemikiran penting tentang perbedaan dua istilah tersebut: disebutkan bahwa kolonialisme-kolonialisme lama adalah prakapitalis, kolonialisme modern ditegakkan bersama dengan kapitalisme di Eropa Barat. Kolonialisme modern tidak hanya mengambil upeti, harta benda, dan kekayaan dari negara-negara taklukannya- tetapi juga mengubah struktur perekonomian mereka, menarik mereka ke dalam hubungan kompleks dengan negara-negara induk, sehingga terjadi arus manusia dan sumber daya alam antara negara-negara koloni dengan negara kolonialnya.

Berbagai pemaparan di atas semakin memperjelas bahwa telah terjadi metamorfosis dari kolonialisme menjadi neo-kolonialisme. Perubahan mendasar terjadi pada proses penjajahan yang terjadi, yaitu bukan pada penguasaan wilayah tetapi pada penguasaan dan perubahan sistem ekonomi negara-negara berkembang oleh negara maju; sehingga berbagai bentuk kapitalisme bisa dengan mudah masuk ke negara berkembang dalam berbagai bidang seperti ekonomi, budaya dan teknologi yang berujung pada penjajahan disegala bidang yang tidak dirasakan secara langsung. Bila ditelisik kembali praktik-praktik neo-kolonialisme lebih kejam dan berbahaya bagi negara-negara yang terjajah.

Praktik Neo-kolonialisme Lewat Globalisasi Televisi

Globalisasi televisi yang terus menggelinding dan membesar bagaikan bola salju yang terus berputar seakan-akan tidak bisa dihentikan oleh siapa pun di muka bumi ini. Bola salju ini terus berputar membesar karena berada di daerah atau tempat yang pas yaitu di era globalisasi. Ketika globalisasi televisi semakin menancapkan kukunya, yang tertawa lebar adalah negara-negara yang disebut adikuasa atau negara maju ataupun negara Dunia Pertama. Dan yang tersakiti tetapi tidak merasakan karena canggihnya sistem penjajahan saat ini adalah negara yang disebut sebagai negara berkembang atau negara Dunia Ketiga.

Di zaman yang serba modern ini praktik-praktik neo-kolonialisme negara adikuasa semakin merajalela akibat suburnya industri pertelevisian lintas negara, di mana ideologi-ideologi Barat bisa dengan mudah masuk ke negara-negara Dunia

Ketiga tanpa filter. Bila ditelisik lagi, sebenarnya berbagai ideologi ataupun budaya yang masuk lewat berbagai program televisi tersebut bertujuan untuk membentuk sebuah pasar baru agar kegiatan produksi yang dilakukan oleh negara-negara adikuasa tersebut mempunyai lahan atau tempat untuk didistribusikan. Salah satu penyebab mudahnya televisi-televisi negara berkembang dikuasai karena berbagai aktivitas kapitalisme media yang dibiarkan terus berkembang. Seperti konglomerasi media yang terjadi di Indonesia, di mana para pemilik modal asing secara terselubung mampu menguasai berbagai media pertelevisian di Indonesia. Contoh kongkretnya ketika saham salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia sebagian sahamnya dikuasai oleh *Star TV* hongkong. Dengan kepemilikan saham ini, negara adikuasa berhak menyusupkan berbagai program acara yang membentuk budaya konsumtif.

Pertanyaan berikutnya adalah mengapa sampai berbagai bentuk konglomerasi, kapitalisme sampai imperialisme media pertelevisian tumbuh pesat di Indonesia. Jawabannya adalah akibat dari regulasi yang memudahkan bentuk-bentuk di atas tumbuh pesat dan regulasi tersebut dalam proses pembuatannya juga tidak lepas dari berbagai kepentingan para pemilik modal. Karena para pembuat regulasi di negara berkembang sangat mudah untuk disuap dan dibeli dengan berbagai kemewahan.

Pemaparan di atas bersinergi dengan pernyataan Sunarto⁸ bahwa masyarakat kapitalis terbentuk menurut cara-cara dominan dalam produksi yang menstrukturkan institusi dan praktik sesuai dengan logika komodifikasi dan akumulasi kapital. Produksi dan distribusi budaya dalam sistem kapitalis haruslah berorientasi pada pasar dan profit. Kekuatan-kekuatan produksi (seperti teknologi media dan praktik-praktik kreatif) dibentuk menurut relasi produksi dominan (seperti profit yang mengesankan, pemeliharaan kontrol hierarkis dan relasi dominasi).

Berhasilnya globalisasi televisi dalam membentuk masyarakat kapitalis dan konsumtif. Maka praktik-praktik neo-kolonialisme akan mudah untuk menjajah negara-negara Dunia Ketiga. Salah satu contoh sederhana dari praktik neo-kolonialisme adalah ketika televisi mampu mempopulerkan gaya hidup mewah dan hedonis salah satunya dengan mobil mewah, maka masyarakat banyak membeli mobil mewah buatan negara Eropa Barat tersebut demi sebuah citra, meskipun banyak dari masyarakat negara Dunia Ketiga yang membelinya dengan kredit. Dari hal-hal yang paling sederhana itulah praktik-praktik neo-kolonialisme akan terus berkembang dan menjajah negara-negara Dunia Ketiga.

8 Sunarto, *Televisi, Kekerasan dan Perempuan*, Jakarta: Kompas, 2009, hal 16

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa globalisasi televisi telah menjadi senjata utama praktik-praktik neo-kolonialisme negara-negara adikuasa. Hal ini dibuktikan, bila globalisasi televisi tidak bisa berkembang pesat maka berbagai "virus" seperti globalisasi, kapitalisme dan budaya konsumtif yang merupakan bentuk-bentuk neo-kolonialisme akan sulit tersampaikan kepada negara-negara Dunia Ketiga. Negara-negara adikuasa tidak akan membiarkan proyek-proyek globalisasi televisi berhenti atau mundur. Justru negara-negara maju ini akan mendukung habis-habisan perkembangan globalisasi televisi lewat berbagai cara, karena lewat senjata yang satu inilah praktik-praktik neo-kolonialisme negara adikuasa terhadap negara Dunia Ketiga terus berjalan mulus.

Melihat berbagai praktik neo-kolonialisme, maka sebenarnya tidak ada negara Dunia Ketiga yang merdeka di muka bumi artinya kolonialisme tidak pernah mati. Meskipun secara wilayah teritorial mereka merdeka dan terbebas dari penjajahan, tetapi penjajahan bentuk baru seperti neo-kolonialisme akan terus menghantui negara-negara berkembang. Salah satu cara untuk terbebas dari praktik-praktik neo-kolonialisme adalah menjadi negara maju dan menjadi penjajah bagi negara lain.

Dalam kesimpulan ini penulis berharap agar negara Indonesia yang merupakan salah satu negara berkembang atau negara Dunia Ketiga mampu menjadikan berbagai praktik neo-kolonialisme lewat globalisasi televisi sebagai cambuk untuk lebih maju dan berkembang sehingga terbebas dari berbagai bentuk penjajahan negara-negara adikuasa.