



MEDIA MASSA SEBAGAI AGEN SOSIALISASI IDEOLOGI

Sulkhan Chakim

*Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto,
Mahasiswa S.3 Kajian Budaya & Media Universitas Gajah Mada Yogyakarta*

Abstract

This passage discusses the fact that any media in this world is never separated from political and ideological interests. Various types of domination and subordination are always continuously created and reproduced for the existence and sustainability of certain individuals or groups.

Legitimacy in the capital system is very crucial in to support its role as a source of power. Three kinds of important capital are economic, politic, and cultural capital. These kinds of capital are the source of power and cause some social inequalities. Capitalism spreads out in all sides of human life, is produced and sustained continuously through various social agents.

Key Words: media, ideology, domination, subordination, social inequality

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa media apapun yang ada di dunia ini tidak lepas dari berbagai kepentingan politis dan ideologi tertentu. Berbagai bentuk dominasi dan subordinasi selalu diciptakan dan direproduksi terus menerus untuk kepentingan eksistensi kelompok tertentu. Ideologi dipahami sebagai sistem ide, konsep dan representasi kepentingan individu atau kelompok tertentu.

Legitimasi dari sistem capital atau modal sebagai sesuatu yang krusial terkait dengan efektivitasnya sebagai sumber kekuasaan. Ada tiga jenis modal penting, yaitu modal ekonomi, politik, dan kultural/budaya. Ketiga modal ini sebagai sumber kekuasaan dan berimplikasi pada munculnya berbagai ketimpangan sosial. Ideologi kapitalisme merambah dalam sisi kehidupan manusia, diproduksi dan dipelihara secara terus menerus melalui berbagai agen sosial.

Kata Kunci: Media, Ideologi, dominasi, subordinasi, dan ketimpangan sosial

Pendahuluan

Radio, televisi, film, dan produk-produk lain dari budaya media menyediakan berbagai bentuk material untuk kepentingan individu-individu dalam masyarakat konsumen yang menciptakan setiap identitas mereka, meliputi sikap, gagasan menjadi laki-laki atau perempuan, dan bagaimana pengalaman kelas sosial, etnis dan ras, seksualitas, usia, nasionalisme, dan pembentuk identitas lainnya¹. Media Massa tersebut menjadi bagian krusial dan strategis untuk membangun diskursus dalam *public space*, dan menjadi arena berbagai kepentingan baik individual maupun kelompok tertentu. Media komunikasi sebagaimana lembaga-lembaga seni, agama, pendidikan, dan kebudayaan, merupakan bagian dari alat kekuasaan negara yang bekerja secara ideologis guna membangun kepatuhan khalayak terhadap kelompok yang berkuasa².

Ideologi tidak dapat dipisahkan dari praktik kehidupan yang berakar dari kehidupan sehari-hari karena ia menyediakan aturan perilaku praktis dan tuntutan moral yang setara dengan agama³. Oleh karena itu, industri-industri media merupakan institusi kekuasaan di dalam masyarakat modern yang secara esensial memperluas bagaimana mereka bekerja untuk mengetahui, berbuat, dan merubah lingkungan kehidupan masyarakat. Di samping itu, media menjadi arena perjuangan politis dan menyediakan tempat untuk memanipulasi politis dan dominasi, serta menjadi pusat kekuatan dalam kehidupan sosial atau dengan kata lain, media sebagai arena perjuangan, resistensi, dan konstruksi berbagai alternatif sosial.⁴

Tulisan ini bertujuan untuk mengungkapkan media apapun yang ada di dunia ini tidak lepas dari berbagai kepentingan politis dan ideologi tertentu. Dan juga berbagai bentuk dominasi dan subordinasi selalu diciptakan dan direproduksi terus menerus untuk kepentingan eksistensi kelompok tertentu.

Pengertian Ideologi

Kata ideologi secara etimologi diartikan sebagai, "*set of ideas that form the basis of an economic or political theory or that are held by particular group or person*".⁵ Seperangkat gagasan yang menjadi dasar-dasar wilayah teori ekonomi maupun politik atau bahkan secara partikular dijadikan sandaran kelompok atau individu.

Jika ideologi didefinisikan dalam perpesktif feminis, maka dipahami sebagai "rangkain gagasan yang mendiskripsikan seksisme dari setiap masyarakat tertentu dan memberikan gambaran tentang masyarakat masa depan yang tidak lagi memiliki kontradiksi seksis."⁶ Persoalan seksisme inilah yang menjadi sasaran perlawanan bagi feminis karena proses domestifikasi dan dianggap statis serta konservatif bagi kondisi perempuan.

Lebih khas lagi pengertian dalam konteks media, ideologi didefinisikan sebagai "*the system of values and beliefs which an individual, group or society holds to be true or important. The media is one agent that perpetuates these within a society, as are the government, the church, the education system and other*".⁷ Ideologi dipahami sebagai sistem nilai-nilai dan keyakinan yang dimiliki secara individual dan kelompok atau masyarakat yang dijadikan untuk pembenaran atau sesuatu yang penting. Masyarakat, pemerintah, gereja dan sistem pendidikan sebagai agen mengabadikan seperangkat nilai dan keyakinan tersebut. Demikian juga dalam pandangan studi kultural⁸, bahwa ideologi menjadi wilayah kajian yang pertama. Karena gagasan ideologi ini memiliki historis yang panjang dan hadir dalam bentuk ragam dan ukurannya (*various shape and sizes*).

Ideologi dan Kesadaran Palsu

Konsep ideologi berakar pada kegagalan revolusi proletar dan ketidakmampuan materialisme historis kaitannya dengan persoalan subjektivitas, makna dan politik kultural⁹. Secara sederhana pertanyaan yang dapat diajukan adalah mengapa kapitalisme sebagai sistem eksploitatif dalam relasi sosial dan ekonomi tidak dapat dihancurkan? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, setidaknya dapat dijelaskan dengan dua aspek pemikiran Marx, yaitu *pertama*, ide-ide kelas berkuasa. *Kedua*, mistifikasi pasar.

Marx dan Engels sepakat bahwa ideologi yang dominan adalah ideologi kelas yang berkuasa, walaupun tidak ada yang setuju sentimen umum bahwa ideologi melindungi *status quo*. Jika dikaji dari sisi kebudayaan sebagai fenomena yang lebih independen, maka budaya bukan semata-mata refleksi atau representasi praktik ekonomi yang independen. Pencitraan tersebut untuk memperoleh efek untuk mempengaruhi imajinasi dan perilaku masyarakat.

Selanjutnya jika ideologi seperti agama dan teori ekonomi kalangan kelas berkuasa/kapatalistik bekerja sebagaimana agama menjanjikan kehidupan akhirat sebagai terminal akhir akan kebahagiaan individu, begitu pula kapitalisme juga menjanjikan rasionalitas dan keadilan¹⁰.

Menurut Marx, budaya/kebudayaan ditentukan oleh produksi dan tatanan eksistensi material melalui metafora basis dan suprastruktur sosial, politik dan spiritual kehidupan. Bukan kesadaran individu yang mendeterminasi mereka, tapi kondisi sosiallah yang membangun kesadaran mereka. Oleh karena kultur bersifat politis (ranah pergumulan dan konflik) yang menjadi ekspresi relasi kekuasaan sehingga menguasai kekuatan ekonomi masyarakat. Pada saat yang sama kekuatan ekonomi menguasai intelektual dominan.¹¹ Relasi kekayaan dan kekuasaan sebagai inti dari teori kelas. Bagi Dahrendorf, kekayaan, status ekonomi, dan status sosial dapat mempengaruhi pertentangan atau konflik kepentingan dalam masyarakat.¹² Sebagai contoh sejauh mana relasi-relasi yang ada pada kasus "Lapindo Brantas" yang dimuat di media cetak. Hingga kini masyarakat bawah banyak yang menderita dan terpinggirkan/terusir dari tempat tinggal mereka.

Kasus di atas merupakan bentuk praktik relasi kekuasaan dan ekonomi dengan korban masyarakat kalangan bawah serta menjadi ranah konflik sosial yang tak kunjung usai. Dalam konteks ini, gerakan perlawanan apa yang dilakukan sebagai posisi tawar bagi kelas yang ter subordinasi. Sejumlah 45 RT menolak ganti rugi secara acak atau bagian yang terdekat dengan luapan lumpur.

Kompas sebagai media cetak menurunkan berita ini, setidaknya membangun pencitraan sebagai media yang mengadvokasi kaum lemah (proletar). Berita ini menunjukkan ideologi dominan yang berkuasa secara politik ekonomi adalah perusahaan kelompok Bakri. Dalam konteks lumpur Lapindo, kelompok Bakri menjadi struktur kekuasaan yang sangat urgen dan seharusnya bertanggung jawab atas ketimpangan yang terjadi di masyarakat sekitar lapindo. Dalam sisi lain, hal yang patut dipertanyakan adalah sebuah berita yang diekspos juga oleh Kompas, antara lain: *Politisi Golkar: Lapindo Sudah Selesai*.¹³ "Anggota Komisi III DPR dari Fraksi Partai Golkar, Aziz Syamsuddin, menilai urusan penanganan dampak lumpur Lapindo sudah selesai. Jika masalah ini kembali mencuat, ia menduga hal tersebut sebagai pengalihan isu atas kasus-kasus hangat belakangan ini.

Masalah lumpur Lapindo kembali menarik perhatian publik di saat panasnya wacana *reshuffle* kabinet dan niat DPR mengajukan hak menyatakan pendapat terkait skandal Bank Century. "(Masalah Lapindo) itu hanya pengalihan isu," kata Aziz kepada wartawan di kompleks parlemen."

Dua pemberitaan di atas menjadi wahana pertarungan kepentingan. Menurut Kellner, media sebagai arena perjuangan, resistensi dan konstruksi.¹⁴ Satu sisi rakyat berjuang untuk mendapatkan hak-haknya sebagai pihak yang dirugikan. Di sisi yang lain, media membangun konstruksi dalam bentuk pencitraan, bahwa pihak-pihak yang memiliki relasi kekuasaan dan ekonomi belum dapat menyelesaikan persoalan secara tuntas. Yang terjadi justru resistensi keterpurukan masyarakat bawah terjadi terus menerus tak kunjung usai. Masyarakat sekitar Lapindo menjadi kurban pertarungan elit ekonomi dan politik. Janji-janji para pemegang kekuasaan dan *capital*, sebagaimana yang dikemukakan Marx adalah *False conciousness* atau kesadaran palsu.

Dalam konsep Marxis, ideologi dipahami sebagai sistem ide, konsep dan representasi yang menutup perubahan sosial radikal dan membuka pintu bagi prestasi diri individu. Salah satu unsurnya adalah bentuk janji sebagaimana penurunan berat badan, kepuasan seksual dan

mobilitas pekerjaan individu.¹⁵ Dalam konteks penayangan iklan berbagai produk yang dilakukan oleh TV, radio, surat kabar, atau majalah menjadi wilayah ekonomis dan ideologis. Dalam hal ini, misalnya iklan berkaitan dengan kecantikan "Masker"

Iklan merek "Masker" memberikan janji kepada masyarakat sebagai berikut: "Berguna untuk mengencangkan otot di sekitar payudara dan melancarkan peredaran darah. *Cara pemakaiannya*: Oleskan cairan masker pada bagian atas dan bawah payudara. Biar mengering. Setelah itu bersihkan dengan handuk hangat yang lembut. Gunakan dua kali seminggu, sebelum tidur."¹⁶

Visualisasi iklan dan daya tarik seksualitas tubuh perempuan sangat ditonjolkan dengan pernyataan "mengencangkan otot dan melancarkan peredaran darah di sekitar payudara". Hal inilah yang dimaksud sebagai representasi seksualitas perempuan menjadi pencitraan produk *Lotion* bermerek "Masker". Victorian dengan mendasarkan pada teori Freud menjelaskan bahwa manusia tidak lagi harus memaksa dirinya secara keras untuk melepaskan kepuasan yang telah mengabaikan mereka dari kerja kapitalisme. Berbagai aktifitas yang dikomodifikasikan memberikan keuntungan kepada kapitalisme dengan menciptakan "kesadaran palsu" pada saat kebutuhan banyak orang dapat dipenuhi.¹⁷ Bentuk inilah yang menjadi gagasan bahwa wacana wilayah ideologi dan ekonomi menjadi bagian kesadaran palsu. Mengapa demikian ?

Perempuan dalam wacana media diilustrasikan sebagai tontonan para pria. Para model yang nyaris telanjang pada sampul majalah dalam dunia periklanan menjadi pandangan yang biasa. Begitu pula para presenter program televisi populer dipilih berdasarkan wajah dan tubuh sensual mereka dan bukan pada bakat substantisialnya. Salah satu stereotipe perempuan yang umum adalah istilah "bimbo". Dalam kultur posmodern istilah tersebut memberikan konotasi atau pencitraan buruk. Ia harus memiliki rambut pirang, molek, dada besar, rok mini, baju setengah lenjang dan transparan. Namun seorang "bimbo" dianggap bodoh, gampang, tidak berpendidikan dan tidak berdaya.¹⁸

Mistifikasi pencitraan perempuan menjadi penting, karena perempuan yang atraktif dan layak jual didasarkan pada pakaian, cara bicara, cara berjalan, sikap, dan tampilan fisik. Perempuan atraktif secara fisik diasosiasikan dengan kepribadian, lebih sosial, dan lebih komunikatif,¹⁹ baik bahasa tubuhnya maupun ekspresinya terutama terkait dengan misi dibalik produk yang ditawarkan ke pasar. Gagasan ini merupakan tahapan budaya kesan pertama, khususnya dalam dunia hiburan. Persoalan penampilan fisik tergantung pada ukuran dan bentuk tubuh. Memang bentuk tubuh ini yang *visible* dalam dunia nyata. Melalui postur tubuh yang dimiliki perempuan, sebagian besar perempuan menginginkan penampilan cantik dan menarik untuk dikagumi oleh masyarakat konsumen. Sementara budaya populer menganggap perempuan cantik dan ideal adalah langsing.²⁰ Oleh karena itu, perempuan akan selalu menjaga agar tetap langsing. Persoalan ini merupakan praktik dominasi bahwa anggapan positif selalu dikaitkan dengan kelangsingan tubuh dan menjadi bagian dari mistifikasi pasar dari praktik ideologi kapitalis melalui berbagai industri dalam menguasai dan monopoli pasar.

Sejalan dengan penjelasan Zijderveld,²¹ abstraksi merupakan sifat khas kesadaran modern yang bersumber pada ketidakmampuannya untuk membatinkan kembali lingkungan material, yaitu paranata-pranata modern seperti teknologi dan birokrasi. Birokrasi berupaya membangun jaringan interaksi yang utuh, tetapi jaringan itu lebih bersifat struktural daripada kultural, lebih formal daripada substantif. Dan dua fenomena yang dibangunnya berupa "adaptasi dan reaksi". Dua bentuk adaptasi yang mungkin adalah "konfirmasi dan privatisme". Dengan konfirmasi manusia modern cenderung menerima secara pasif dan

bertindak sesuai tuntunan-tuntunan megastruktur yang secara impersonal mengendalikannya. Selain itu, persoalan primordialisme berfungsi seperti privatisme dalam skala lebih luas. Sementara privatisme merupakan bentuk penarikan diri dari sifat abstrak masyarakat sampai menjadi apatis dan apolitis pada masyarakat luas. Tetapi primordialisme juga merupakan bentuk penarikan diri dalam bentuk kerangka abstrak, apa yang disebut dengan "nasionalisme". Dengan demikian privatisme, primordialisme memberikan kesempatan untuk mengambil makna untuk kelangsungan hidupnya dalam megastruktur yang hampa makna atau yang disebut dengan kepalsuan itu sendiri.

Dominasi dan Subordinasi: Ketimpangan Sosial

Ketimpangan sosial merupakan isu krusial yang menjadi perdebatan di kalangan ilmuwan sosial kontemporer dan menarik untuk selalu diperbincangkan. Oleh karena itu, mendiskusikan soal ketimpangan sosial di ruang publik penuh tantangan. Dalam hal ini, ketimpangan sosial diartikan sebagai suatu situasi yang mana individu-individu dan kelompok memiliki pembagian yang tidak setara dalam hal distribusi kekuasaan, hak-hak yang harus didapatkan dan martabat atau penghargaan yang lebih tinggi dalam masyarakat.²² Walaupun individu-individu dan beberapa kelompok memiliki kepentingan yang berbeda dalam berinteraksi, tetapi tidak lepas dari sistem hierarki sosial yang mana beberapa kelompok lebih berkuasa dan memiliki posisi yang lebih prestisius dari pada kelompok lainnya.²³ Dalam konteks tersebut, Bourdieu, dalam pemikirannya mengkritik pemikiran dari sejumlah pemikir marxists mengatakan bahwa masyarakat dapat dianalisis secara sederhana melalui kelas-kelas dan ideologinya. Ia menggunakan konsep *field*, yakni arena sosial atau *game* dimana orang bermanuver, mengembangkan strategi dan berjuang untuk mendapatkan sumber daya yang diinginkan. *Field* disebut juga sebagai sistem dari kedudukan sosial (*a system of social positions*) yang terstruktur secara internal dalam hubungannya dengan kekuasaan (*structured internally in terms of power relations*).²⁴ Dengan kata lain, *field* bekerja dalam wilayah akademik, agama, ekonomi dan kekuasaan. Sebagaimana ia mengemukakan, bahwa: "*A field may be defined as a network, or configuration, of objective relations between positions. These positions are objectively defined, in their existence and in the determinations they impose upon their occupants....by their....situation in the structure of the distribution of power (or capital) whose possession commands access to the specific profits that are at stake in the field*".²⁵

Bourdieu melihat bahwa legitimasi dari sistem *capital* atau modal sebagai sesuatu yang krusial terkait dengan efektifitasnya sebagai sumber kekuasaan. Ada tiga jenis modal penting, yaitu modal ekonomi, politik, dan budaya.²⁶ Salah satu modal dalam kepentingan diskusi ini adalah modal budaya. Modal ini lebih menekankan pada aspek cara bagaimana individu kelas tertentu merasakan (*taste*) dan mempersepsikannya dalam konteks perbedaan status sosialnya.²⁷

Dalam konteks tersebut, Bourdieu mengaitkan dengan *symbolic Capital*.²⁸ Contohnya adalah praktik poligami yang bisa dilihat sebagai kekerasan simbolik (*symbolic violence/power*), yakni kekerasan yang halus dan tak tampak (*invisible*), yang bersembunyi dibalik pemaksaan dominasi. Dalam bentuk dominasi berupa ide, gagasan, tindakan dilakukan dengan cara yang sangat halus sehingga ia tidak tampak sebagai sebuah pemaksaan dominasi. Pada akhirnya dominasi tersebut diakui sebagai kesalahan, namun dianggap sah atau tidak perlu dipertanyakan lagi.²⁹ Sebagai ilustrasi, praktik poligami menjadi isu hangat dan kontroversial dalam masyarakat muslim Indonesia dewasa ini, baik pada arena senima, sastra maupun realitas sosial.

Contoh sinema yang mengangkat poligami sebagai isu utamanya adalah film *Ayat-Ayat Cinta* yang diadaptasi dari novel karya Habiburrahman El Syirazi. Kompleksitas poligami menjadi argumen penting yaitu Fakhri sebagai suami Aisha didesak istrinya untuk mengawini wanita lain (Maria) untuk dua hal kepentingan berbeda. Satu sisi untuk kepentingan pengadilan, Fakhri membutuhkan saksi kunci untuk pembebasan ekskusi mati dirinya atas tuduhan pemerkosaan. Di sisi lain, saksi kunci dalam keadaan koma di rumah sakit, untuk kepentingan kesadaran dan kesembuhannya ia harus menyentuh Maria sebagai terapi akan kesadaran dirinya.

Berangkat dari kepentingan tersebut dia atas, muncul gagasan atau ideologi poligami sebagai solusi atau praktik budaya. Praktik poligami dalam *Ayat-Ayat Cinta* inilah yang oleh Bourdieu disebut sebagai kekerasan simbolik. Poligami merupakan ideologi yang kemudian melegitimasi suami untuk mempraktikkannya dan sekaligus mendominasi perempuan dengan cara halus dalam wilayah domestik, yang diakui serta dikenal dan kemudian cenderung memperkuat hubungan kekuasaan yang membentuk struktur dari ruang sosial.

Praktik poligami secara faktual menjadi problem struktur sosial yang dalam hal ini keluarga sebagai arena (*field*) yang berkaitan dengan relasi kekuasaan dan didasarkan pada struktur hierarkis. Satu sisi suami/laki-laki dipahami secara *taking for granted* sebagai kepala rumah tangga, namun di sisi lain isteri/perempuan tidak mempunyai pilihan pada wilayah fungsi politiknya ketika dihadapkan pilihan yang menekan dirinya. Istilah tersebut menurut Weber sebagai *domestication of the dominated*,³⁰ artinya perempuan dibatasi atau dipinggirkan dalam pergulatan keluarga dan sekaligus dibebani pilihan sulit untuk kepentingan suaminya.

Simpulan

Pembahasan di atas dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Media menyediakan berbagai bentuk material untuk kepentingan individu-individu dalam masyarakat konsumen yang menciptakan identitas. Karena identitas individu diproduksi dalam bentuk keyakinan, sikap dan tindakan individual maupun kelompok, maka identitas menjadi karakter penting untuk menunjukkan siapa "kita" dan "mereka" dalam berbagai resistensi, pertarungan, dan perjuangan ideologisnya.
2. Media Massa sebagai agen sosial intens dalam memproduksi dan mereproduksi ideologi berimplikasi pada ketimpangan sosial berupa konstruksi perempuan cantik melalui berbagai iklan dengan ideologi seksisme dan praktik poligami dengan ideologi patriarkis dan membangun opini berkaitan dengan kekuasaan dan ekonomi kapitalis.

ENDNOTE

¹ Douglas Kelner and Hammer, *Media/Cultural Studies: Critical Approaches*, (New York: Peter Lang Publishing, 2009), hlm. 5.

² Louis Althusser, (trans B. Brewster), 1971, *On Ideology and Ideological States Apparatus*, dalam Chris Weedon, *Identity and Culture: Narrative of Difference and Belonging*, (England: Open University Press, 2004), hlm. 11.

-
- ³ Antonio Gramsci, Selections From the Prison NoteBooks, dalam Chris Barker, *Cultural Studies, Theory and Practice*, terj. Nurhadi, *Cultural Studies : Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), cet-5, hlm. 63.
- ⁴ Douglas Kellner, *Media/Cultural Studies*...., hlm.6.
- ⁵ As.HHornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, (Walton Street:Oxford University Press, 1990), hlm. 616.
- ⁶ Maggie Humm, *Dictionary of Feminist Theories*, alih bahasa Mundi Rahayu, *Ensiklopedia Feminisme*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 215.
- ⁷ Sandra Anderson et al., *Dictionary of Media Studies*, (London: A&C Black Publishers, 2006), hlm. 114.
- ⁸ Chris Barker, *The Sage Dictionary of Cultural Studies*, (London: Sage Publications, 2004), hlm. 97.
- ⁹ Chris Barker, *Cultural Studies, Theory*....hlm.58.
- ¹⁰ Ben Agger, *Critical Social Theories: An Introduction*, alih bahasa Nurhadi, *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*, (Yogyakarta: Kresi Wacana, 2009), hlm. 248-249.
- ¹¹ Chris Barker,....hlm. 51-52.
- ¹² Margaret M. Poloma, *Contemporary Sociological Theory*, alih bahasa Tim pent. Yasogama, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2007), hlm. 138.
- ¹³ Kompas.Com .tanggal, Jakarta, Rabu (21/9/2011).
- ¹⁴ Douglas Kellner, hlm. 6.
- ¹⁵ Ben Agger, *Critical Social Theories*...., hlm. 250.
- ¹⁶ Majalah Femina, Edisi 7, Tahun 2008.
- ¹⁷ Ben Agger, *Critical Social Theories*...., hlm. 250-251
- ¹⁸ Ziauddin Sardar, terj. Oleh Dina Septi Utami, *Membongkar Kuasa Media*, (Yogyakarta: Resist Books, 2008), hlm. 84.
- ¹⁹ Annastasia Melliana S., *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*, (Yogyakarta: LkiS, 2006), hlm. 31.
- ²⁰ Annastasia, hlm. 47.
- ²¹ F.Budi Hardiman, *Melampaui Positivisme dan Modernitas:Diskursus Filosofis tentang Metode Ilmiah dan Problem Modernitas*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), hlm.101-103.
- ²² William H. Swatos, Jr., *Encyclopedia of Religion and Society*, (Hartford Seminary: Altamira Press, 2010).
- ²³ Pamella Abbot, Claera Wallace and Mellisa Tyler, *An Introduction to Sociology; Feminist Perspectives*, (London and New York: Routledge, 2005). Hlm. 57.
- ²⁴ Pierre Bourdieu, *In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology*, (Cambridge: Polity Press, 1990), hlm. 141.
- ²⁵ Pierre Bourdieu and Loic J.D. Wacquant, *An invitation to Reflexive Sociology*, (Cambridge: Polity Press, 1992), hlm. 97.
- ²⁶ Bourdieu, hlm. 119.
- ²⁷ Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of taste*, (London: Routledge, 1984).
- ²⁸ Bourdieu, *In Other*...., hlm. 138.
- ²⁹ Bourdieu, *Language and Symbolic Power*, (Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1991). hlm. 164.
- ³⁰ Bourdieu, hlm. 167.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbot, Pamella, Wallace, Claera and Tyler, Mellisa. 2005. *An Introduction to Sociology; Feminist Perspectives*. London and New York: Routledge.
- Agger, Ben. *Critical Social Theories: An Introduction*, alih bahasa Nurhadi. 2009. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kresi Wacana.
- Althousser, Louis. (trans B.Brewster). 1971. *On Ideology and Ideological States Apparatus*. dalam Chris Weedon. 2004. *Identity and Culture: Narrative of Difference and Belonging*. England: Open University Press, 2004.
- Anderson, Sandra. et al. 2006. *Dictionary of Media Studies*. London: A&C Black Publishers.

-
- Barker, Chris. 2004. *The Sage Dictionary of Cultural Studies*. London: Sage Publications.
- Bourdieu, Pierre. 1990. *In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre and Wacquant, Loic J.D. 1992. *An invitation to Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- _____. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of taste*. London: Routledge.
- _____. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Massachusetts: Harvard University Press.
- Gramsci, Antonio. Selections From the Prison NoteBooks, dalam Chris Barker. Cultural Studies. Theory and Practice. terj. Nurhadi. 2009. *Cultural Studies : Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hardiman, F.Budi. 2003. *Melampaui Positivisme dan Modernitas: Diskursus Filosofis tentang Metode Ilmiah dan Problem Modernitas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hornby, As.H. 1990. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Walton Street: Oxford University Press.
- Humm, Maggie. 2007. Dictionary of Feminist Theories. alih bahasa Mundi Rahayu. *Ensiklopedia Feminisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kellner, Douglas and Hammer. 2009. *Media/Cultural Studies: Critical Approaches*. New York: Peter Lang Publishing.
- Kompas.Com .tanggal, Selasa (27/9/2011)
- Kompas.Com .tanggal, Jakarta, Rabu (21/9/2011).
- Majalah Femina, Edisi 7, Tahun 2008.
- Melliana S, Annastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LkiS.
- Polma, Margaret M. 2007. Contemporary Sociological Theory. alih bahasa Tim pent. Yasogama. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Swatos Jr, William H. 2010. *Encyclopedia of Religion and Society*. Hartford Seminary: Altamira Press.
- Sardar, Ziauddin. terj. Dina Septi Utami. 2008. *Membongkar Kuasa Media*. Yogyakarta: Resist Books.