

VALENTINE DAY: HEGEMONI BUDAYA DAN KAPITALIS

Essy Syam

Abstrak

Perkembangan budaya di dunia diwarnai oleh tarik ulur kepentingan kekuasaan dari dua kubu; penguasa dan masyarakat. Dalam tarik ulur ini, dominasi penguasa terhadap masyarakat tidak lagi dilakukan dengan dominasi fisik karena akan menimbulkan resistensi dan perlawanan fisik pula. Karena itulah suatu bentuk kekuasaan perlu dilestarikan dengan cara yang efektif yaitu dengan cara mendapatkan persetujuan dari kelompok yang didominasi. Cara ini oleh seorang pemikir Italia Antonio Gramsci dinamakan hegemoni (hegemony)

Hegemoni budaya dan hegemoni kapitalis dengan jelas dapat ditemukan dalam berbagai produk budaya yang diciptakan dan dikondisikan oleh kelompok dominan (penguasa) terhadap kelompok subordinat (masyarakat). Salah satu produk budaya yang sarat dengan hegemoni budaya dan kapitalis adalah perayaan hari Valentine yang dirayakan oleh masyarakat pendukungnya hampir di seluruh dunia. Perayaan Valentine ini menjadi budaya global karena dengan kemampuan intelektual dan moral, kelompok dominan mensosialisasikan sisi-sisi positif perayaan ini sehingga dengan mudah dapat diterima oleh masyarakat pendukungnya.

Selain itu, pada saat yang sama, perayaan ini memberi keuntungan pada kelompok kapitalis karena dengan kekuatan modal kelompok ini mampu mengkondisikan perayaan Valentine seperti yang mereka harapkan. Produksi item-item yang di-

identikkan dengan perayaan Valentine seperti; kartu, bunga, coklat, berlian, boneka, kue, sampai kepada semua pernak-pernik bernuansa pink merupakan bukti bagaimana ideologi kapitalis yang hegemonik bekerja dengan efektif.

Kata kunci : hegemoni, kapitalis, valentine, budaya

A. PENDAHULUAN

Hari Valentine (Valentine day) yang dirayakan pada setiap tanggal 14 Februari merupakan salah satu perayaan yang dirayakan hampir di seluruh dunia, khususnya oleh remaja atau pasangan yang ingin mengungkapkan kasih sayang melalui ucapan-ucapan romantis dengan kartu valentine, dengan pemberian hadiah seperti bunga, coklat, kue, boneka, berlian dan lain sebagainya, sampai kesepakatan memakai pakaian dan semua asesoris bernuansa *pink*. Kenyataan ini menunjukkan bahwa perayaan hari Valentine diterima hampir di seluruh dunia sebagai bagian dari budaya masyarakat. Penerimaan ini tidak terlepas dari upaya sekelompok elit dan kaum kapitalis

yang merupakan kelompok yang mendapat keuntungan dan berkepentingan dalam mensosialisasikan dan menyemarakkan perayaan hari valentine ini.

Perayaan hari Valentine dengan mudah diterima dan diadopsi sebagai bagian budaya dari suatu masyarakat tidak dilakukan dengan pemaksaan, melainkan melalui proses yang panjang dengan mendapatkan persetujuan atau kerelaan masyarakat pendukungnya (consent). Cara ini, oleh pemikir Italia, Antonio Gramsci, dinamakan hegemoni, merupakan cara yang sangat efektif karena lewat jalan ini, kelompok dominan yang sangat berkepentingan dalam menyemarakkan hari valentine tidak merasa sebagai kelompok yang mendominasi atau memaksa masya-

rakat untuk menerima budaya ini, dan masyarakat pula tidak merasa terpaksa atau terdominasi untuk mnedukung budaya ini. Dengan demikian timbul persetujuan dan kerelaan dari kedua belah pihak untuk memberi dan menerima.

Terpicu dari hal di atas, tulisan ini mencoba mengungkapkan bagaimana hegemoni budaya dan hegemoni kapitalis, lewat perayaan hari Valentine, terjadi dalam masyarakat dunia dewasa ini.

B. LATAR BELAKANG SEJARAH

Asosiasi pertengahan Pebruari dengan cinta dan kesuburan sudah ada sejak dahulu kala. Menurut tarikh kalender Athena kuno, periode antara pertengahan Januari dengan pertengahan Pebruari adalah bulan *Gamelion* yang dipersembahkan pada pernikahan suci Dewa Zeus dan Hera.

Di Roma kuno, ia dipercayai sebagai hari *Lupercalia*, sebuah perayaan dewa

kesuburan yang dilambangkan setengah telanjang dan berpakaian kulit kambing sebagai bagian dari penyucian. Para pendeta mempersembahkan korban kambing kepada sang dewa dan kemudian setelah minum anggur, mereka akan berlari-lari di jalan kota Roma sambil membawa potongan-potongan kulit domba dan menyentuh siapa saja yang mereka jumpai, terutama wanita-wanita muda. Dan wanita-wanita tersebut akan maju secara sukarela karena mereka percaya bahwa dengan ritual itu mereka akan dikaruniai kesuburan.

Dari Ensiklopedia Katolik, nama Valentinus merujuk kepada nama seorang martir. Namun hubungan antara martir ini dengan perayaan cinta romantis, tidak jelas. Bahkan Paus Gelasius II pada tahun 496, menyatakan bahwa sebenarnya tidak ada yang diketahui mengenai martir ini. Namun tetap saja 14 Pebruari dinyatakan sebagai peringatan Santo valentinus.

Penggalian sisa-sisa kerangka makam Santo

Hyppolytus dekat Roma, diidentifikasi sebagai jenazah St Valentinus. Jenazah ini lalu ditaruh di dalam sebuah peti emas, dan dikirim ke gereja Whitefrier Carmelite di Dublin, Irlandia, oleh Paus Gregorius XVI, pada tahun 1836¹. sekarang banyak wisatawan yang berziarah ke gereja ini pada hari valentine, dimana peti emas tersebut diarak dalam sebuah prosesi. Pada hari itu, sebuah misa khusus diadakan dan dipersembahkan kepada para muda-mudi dan mereka yang sedang menjalin hubungan cinta. Perayaan ini dihapus dari kalender gerejawi pada tahun 1969, sebagai bagian dari usaha yang lebih luas untuk menghapus santosanto yang asal muasalnya dipertanyakan dan hanya berbasis legenda saja².

C. HEGEMONI

Hegemoni merupakan salah satu gagasan yang

dikemukakan oleh seorang pemikir Italia, Antonio Gramsci, gagasan ini muncul dari pandangannya yang melihat bagaimana kelompok dominan yang disponsori oleh negara mencengkramkan ideologinya terhadap masyarakat. Gramsci melihat adanya dinamika yang terjadi antara pemegang kekuasaan sebagai kelompok pertama, yang mengukuhkan kekuasaannya kepada kelompok kedua.

Gramsci memandang ada dua cara yang dapat dilakukan oleh pemegang kekuasaan untuk mengukuhkan kekuasaannya, yaitu melalui dominasi dan hegemoni.

Dominasi terjadi bila penguasa yang merupakan "*the power bloc*" memaksakan kehendaknya kepada subjek kekuasaan, "*the subordinate bloc*." Dalam hal ini, pemaksaan dilakukan tanpa memberi ruang gerak sama sekali kepada "*the subordinate bloc*."

¹ Budiman, Manneke, 2000. *Mengapa Cultural Studies ?* Jakarta: Universitas Indonesia.

² *Ibid*

Sebaliknya, hegemoni lebih menekankan pada "negosiasi." Dalam hal ini, "the power bloc" mensosialisasikan agenda-agendanya dengan lebih efektif karena agenda-agenda tersebut dapat diterima oleh "the subordinate bloc," ketika penguasa melakukan semacam "take and give" untuk mendapatkan kesepakatan atau kerelaan (*consent*) dari kelompok subordinat tersebut.

Tentu saja pada akhirnya, "the power bloc" tetap saja merupakan kelompok yang memetik keuntungan karena kepentingan dan agendanya dapat terwujud tanpa ada perlawanan yang berarti dari "the subordinate bloc." Di pihak lain, masyarakat juga mendapat keuntungan karena melalui negosiasi tersebut, masyarakat dapat mengekspresikan kepentingan-kepentingannya yang dapat terakomodasi dalam agenda pihak

penguasa. Skema hubungan seperti ini memperkecil kemungkinan timbulnya revolusi yang mengandalkan kekuatan senjata. Dengan demikian, hegemoni membantu melanggengkan kekuasaan kelompok dominan karena kelompok subordinat bersedia memberikan persetujuan dan kerelaannya³. Dengan demikian, inti hegemoni adalah pencapaian kesepakatan dan persetujuan dari kelompok subordinat dan kelompok dominan dapat mempertahankan kekuasaannya karena hegemoni "refers to the way in which dominant groups in society through a process "intellectual and moral leadership" win the consent of the subordinate groups in society."⁴

D. HEGEMONI BUDAYA

Saat ini, perayaan Valentine sudah menjadi fenomena budaya. Budaya

³Budiman, Manneke, 2000. *Mengapa Cultural Studies ?* Jakarta: Universitas Indonesia.

⁴ Storey, John, 1993. *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Harvester Wheatsheaf.

yang lahir dari Roma ini, perlahan-lahan menjadi budaya dunia, termasuk Indonesia. Padahal asal mula budaya ini merupakan sebuah perayaan yang bersifat ritual.

Bila melihat riwayat lahirnya Valentine yang berasal dari ritual *lupercalis* bangsa Roma dan legenda santo Valentino yang melanggar perintah kaisar, dan bila dihubungkan dengan perayaan yang berlaku pada saat ini, jelas terlihat adanya pergeseran makna dan konsep. Pergeseran yang terjadi ini merupakan proses alami karena kebudayaan yang hidup sering mengalami interpretasi dan reinterpretasi dari masa ke masa. Hal ini pernah dikemukakan Clifford Geertz yang mengatakan bahwa kebudayaan adalah jalinan makna dimana manusia menginterpretasikan pengalamannya dan selanjutnya hal tersebut menuntun tingkah lakunya.⁵

Dalam proses penafsiran itu, kemungkinan adanya rekayasa sosial kultural tidak dapat dihindarkan. Hal ini terlihat bagaimana perayaan yang berlaku dalam Valentine merupakan bagian dari pemenuhan liberalisasi baik secara etika sosial maupun kapital terhadap suatu nilai dan norma masyarakat tertentu yang mungkin sebelumnya tidak pernah mengenal budaya Valentine ini.

Melalui peran media, Valentine menjadi bagian dari budaya massa (mass culture) sehingga bagi orang yang tidak ikut merayakannya akan dianggap kuno karena budaya massa telah mengesyahkannya menjadi bagian dari pola kehidupan moderen, orang-orang yang merayakannya tersebut cenderung tidak merasa perlu untuk menganalisisnya.

Dengan memahami konsep hegemoni Gramsci, dapat kita temukan bagaimana suatu perayaan seperti

⁵Fadillah, Ratno, 2007. *Upaya Logika Membunuh Dewa Cupido*. dalam *Annida* no.6/XVI . Jakarta: PT. Insan Media Pratama.

hari valentine dapat diterima oleh masyarakat karena adanya kerelaan dan persetujuan dari masyarakat pendukungnya untuk merayakannya.

Sebagai salah satu agendanya, kelompok dominan mensosialisasikan sisi-sisi positif perayaan Valentine ini. Dengan membungkusnya sebagai suatu cara untuk mengekspresikan kasih sayang antar umat manusia, perayaan ini dengan mudah dapat diterima karena kasih sayang dianggap sebagai sesuatu yang universal yang diberikan dan diterima oleh seluruh umat manusia. Ketika konsep kasih sayang ini sudah diterima, dengan kerelaannya, masyarakat mendukung perayaan ini tanpa perlu lagi melihat apa sebenarnya yang melatar belakangi peristiwa perayaan ini. Kenyataan bahwa perayaan ini didasari oleh legenda yang kebenarannya diragukan, tidak lagi menjadi penting. Selain itu, sejarah tentang sosok dibalik nama Valentine inipun tidak lagi dipertanyakan. Hal ini akhirnya membawa masya-

rakat pada kondisi sebagai pengikut suatu budaya tanpa dasar yang kuat, yang kemungkinan besar berpijak pada dasar yang keliru. Dengan demikian, suatu hal dianggap baik atau menyimpang tergantung pada hegemoni yang memaknainya sehingga secara tidak sadar (unconscious) masyarakat akan mengikuti paradigma yang telah ditentukan oleh yang berkuasa. Penguasa dalam hal ini bisa diartikan sebagai penguasa wacana, pemilik modal, *state ideology* atau lembaga apapun yang memiliki kekuasaan menciptakan suatu pola pikir tertentu dalam masyarakat. Secara tidak sadar pada satu sisi, penerimaan hegemoni dalam perayaan Valentine dapat mendorong degradasi moral melalui perilaku seksual yang mengatas namakan cinta.

Lebih jauh lagi, dalam perkembangannya, perayaan hari Valentine ini menunjukkan keseragaman di seluruh dunia, seperti mengidentikkan perayaan ini dengan sesuatu yang bernuansa *pink*, dengan pernak-

pernik berlambang hati, dengan bingkisan coklat, hadiah bunga, kartu romantis, dll. Disini terlihat suatu upaya penyeragaman budaya yang membawa pada masyarakat yang kehilangan jati budayanya. Lebih jauh lagi, masyarakat yang merayakan perayaan ini merayakannya dengan perasaan bangga, seolah-olah mereka merupakan kelompok elit yang memiliki gaya hidup "modern" dibandingkan dengan masyarakat lain yang tidak merayakannya. Perasaan bangga itu dipicu oleh anggapan bahwa perayaan hari valentine merupakan suatu aktifitas yang *prestigious*.

E. HEGEMONI KAPITALIS

Kelompok yang paling diuntungkan dalam perayaan hari valentine adalah para kapitalis. Kapitalis merupakan kelompok yang "memiliki alat-alat produksi (modal atau tanah) dan mempunyai kekuasaan untuk membuat

keputusan ekonomis strategis berkenaan dengan pemakaian teknologi, penentuan tingkat output dan pemasaran serta laba yang harus diraih dari setiap kegiatan produksi dan distribusi."⁶

Dengan perayaan hari Valentine, berbagai produk, khususnya produk-produk bernuansa *pink* diproduksi besar-besaran. Pakaian dan pernak-pernik dari yang kecil sampai yang besar mulai marak dipasarkan pada awal Pebruari. Selain itu, pusat-pusat perbelanjaan ikut serta menghias diri dengan spanduk-spanduk ungkapan cinta dan kasih sayang, menciptakan suasana hari Valentine yang semarak. Produk-produk seperti kartu Valentine tidak ketinggalan dipasarkan semenarik mungkin. Dengan ungkapan kasih sayang kartu Valentine menjadi salah satu produk yang penting dalam perayaan ini. Selain itu, coklat, bunga, kue, dan boneka dianggap

⁶Kuper, Adam dan Jessica Kuper, 2000, *Ensiklopedia Ilmu-Ilmu Sosial*, terj. Haris

sebagai hadiah valentine yang cocok untuk mengungkapkan kasih sayang dan masyarakat di seluruh dunia menyambut gembira gagasan ini dan turut memproduksi produk-produk tersebut. Masyarakat, sebagai kelompok yang menjadi subjek kekuasaan kapitalis, dengan senang hati menyediakan dana khusus untuk mempersiapkan pernak-pernik dan hadiah valentine ini. Dalam perkembangan selanjutnya, bagi masyarakat dengan kedudukan sosial yang tinggi, berlian menjadi hadiah Valentine yang bernilai tinggi karena berlian mengungkapkan kasih sayang yang abadi.

Apa yang telah dilakukan oleh para kapitalis ini menunjukkan bahwa perayaan Valentine, dengan segala pernak-pernik yang terkait dengannya, merupakan suatu kondisi yang diciptakan, dimana para kapitalis dengan kekuasaan dan kekuatan modalnya, mengkondisikan budaya ini. Dengan sosialisasi yang gencar, kondisi tersebut diterima dengan mudah. Hal

ini memperlihatkan bagaimana hegemoni kapitalis bekerja dengan efektif yang pada akhirnya menciptakan pola hidup konsumtif dalam masyarakat yang disebabkan oleh penerimaan masyarakat terhadap gaya hidup yang telah dibakukan para pelaku perayaan Valentine ini.

F. KESIMPULAN

Hari valentine merupakan salah satu perayaan yang dirayakan oleh masyarakat hampir di seluruh dunia. Dengan sosialisasi yang sangat intensif, hari valentine menjadi bagian dari budaya global. Terlepas dari latar belakang yang kurang positif dan dasar pijakan yang tidak jelas, perayaan ini tetap dirayakan dengan semarak.

Hari Valentine yang dirayakan oleh masyarakat hampir di seluruh dunia, menunjukkan bagaimana kelompok elit dunia menciptakan suatu budaya yang diikuti oleh masyarakat dunia, bahkan diadopsi menjadi bagian dari budaya masyarakat tersebut.

Keberhasilan kelompok elit dunia ini menjadikan perayaan Valentine bagian dari budaya global dilakukan melalui proses hegemoni yang terencana dan terpola, yang akhirnya menghasilkan budaya yang seragam yang terkondisi secara efektif dalam menciptakan budaya dunia sesuai harapan kelompok elit tersebut. Hegemoni budaya ini lalu dilestarikan dengan dukungan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa hegemoni merupakan cara yang paling efektif dalam melestarikan dan melanggengkan kekuasaan.

Pada saat yang sama, hegemoni kapitalis juga bekerja beriringan dengan hegemoni budaya. Perayaan hari Valentine dikondisikan dengan penciptaan produk-produk tertentu yang merupakan upaya kaum kapitalis meraih keuntungan dan mencengkramkan ideologinya secara hegemonik sehingga persetujuan dan dukungan dari masyarakat dapat diraih.

Jadi, sekarang tinggal kesadaran masyarakat dalam

memahami budaya Valentine tersebut. Bisakah kita mengkritisi sikap kita dalam menerima budaya yang saat ini menjadi budaya global tersebut sehingga pergaulan sosial masyarakat selalu dilandasi alasan dan pemahaman, bukan sekedar ikut-ikutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Manneke, 2000. *Mengapa Cultural Studies ?* Jakarta: Universitas Indonesia.
- Fadillah, Ratno, 2007. *Upaya Logika Membunuh Dewa Cupido*. dalam *Annida* no.6/ XVI. Jakarta: PT. Insan Media Pratama.
- [http://www.wikipedia.com/valentine day/](http://www.wikipedia.com/valentine%20day/)
- Kuper, Adam dan Jessica Kuper, 2000, *Ensiklopedia Ilmu-Ilmu Sosial*, terj. Haris
- Munandar, et al. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Storey, John, 1993. *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Harvester Wheatsheaf