

## DISKURSUS POLITIK INTELEKTUAL

Oleh : Sufyanto<sup>1</sup>

### **Abstract:**

This study is a kind of discourse analyze which has “Intellectual Politic Discourse: Freedom Institute advertising study toward the increasing of BBM 2005”. The new history of Indonesia intellectual becomes the reason of the study. Intellectual who involves in advertising deals with reducing of BBM subsidize is a kind of phenomena which has social implication toward fairness and poverty. It becomes a debate among them especially domination discourse in Freedom Institute as produsen, in the other hand as an apposition discourse. This study concerns on public political discourse. Hence social hermeneutic and historical descriptive is used to analyze the data which is brought from the textual content as this method gives a chance for writer to make interview. The next discovery is a failure of political communication indication among intellectual. This is based on intellectual theory by Antonio Gramsci, Harry J. Benda, Michel Foucault and Edward W. Said. the advertising had already lost its power and concern on market not only toward humanism. Furthermore, if it is read by using theory above can be concluded that intellectual can be an agent of neoliberalism.

**Kata kunci:** Politik intelektual, Freedom Institute, Hegemoni

### **Pendahuluan**

Sebagaimana ditegaskan oleh Daoed Joesoef<sup>2</sup> bahwa kenaikan harga BBM menimbulkan reaksi pro-kontra. Baik yang setuju maupun yang menentang menggunakan cara dan jalan berbeda dalam menyatakan pendiriannya dengan beriklan, berdemo, adu argumentasi di media massa, dan sebagainya. Namun, semuanya mengklaim, cara dan jalan yang dipakai tetap demokratis.<sup>3</sup> Pemikiran inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan studi ini, tetapi hanya mengkhususkan dalam perspektif diskursus wacana yang dikembangkan oleh kaum intelektual dalam kasus kenaikan BBM awal 2005.

---

<sup>1</sup>Penulis adalah Dosen Luar Biasa Program Studi Politik Islam Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel

<sup>2</sup>Daoed Joesoef adalah salah satu pemikir yang dimiliki oleh Indonesia. Dia seorang *Docteur d'Etat es Sciences Economiques* dari Sorborn University, Prancis. Juga mantan menteri Pendidikan Nasional di Era Orde Baru di bawah kepemimpinan presiden Soeharto.

<sup>3</sup>Lihat, Daoed Joesoef, “Quo Vadis’ Magister?” *Kompas*, 16/03/2005

Dipicu oleh iklan Freedom Institute satu halaman penuh di harian pagi nasional *Kompas*,<sup>4</sup> yang hanya mendasarkan pada hasil penelitian LPEM-FEUI beberapa intelektual telah melakukan legitimasi dukungan terhadap pemerintah akan pentingnya menaikkan harga dasar BBM 30 %. Intelektual-intelektual yang terlibat dalam iklan itu adalah Agus Sudibyo, Andi Mallarangeng, Anggito Abimanyu, Anton Gunawan, Ayu Utami, Bimo Nugroho, Dana Iswara, Dino Patti Djalal, Dodi Ambardi, Fikri Jufri, Fran Magnis-Suseno, Goenawan Mohamad, Hadi Soesastro, Hamid Basyaib, Ihsan Loulembah, Jeffrie Geofanie, Jeannette Sudjunadi, Lin Che Wei, Luthfi Assyaukanie, M. Chatib Basri, M. Ikhsan, M. Sadli, Mohamad S. Hidayat, Nirwan Dewanto, Nong Darol Mahmada, Nono Anwar Makarim, Raden Pardede, Rahman Tolleng, Risal Mallarangeng, Rustam F. Mandayun, Saiful Mujani, Sofyan Wanandi, Sugianto Tjandra, Thee Kian Wie, Todung Mulya Lubis, dan Ulil Abshar-Abdalla.<sup>5</sup> Tak bisa dipungkiri bahwa intelektual-intelektual tersebut sangat dikenal dewasa ini, sebagai aktifis dan intelektual terkemuka<sup>6</sup> yang selalu menghiasi perwacanaan pemikiran di Indonesia selama ini.

Namun di pihak lain, iklan dari kaum intelektual ini ditanggapi juga oleh kaum intelektual yang lain dengan mengatasnamakan keberpihakan pada kaum lemah. Walaupun perlu didiskusikan lebih lanjut di mana posisi intelektual perspektif kedua ini. Sekalipun para intelektual pengkritik ini bekerja sendiri-sendiri namun suara yang menggema hampir sama yaitu mempertanyakan, mengkritik, menolak, bahkan berseberangan dengan materi iklan Freedom Institute tersebut. Intelektual-intelektual di

---

<sup>4</sup>Lihat, *Kompas*, 26/02/2005

<sup>5</sup>Lihat, Iklan Freedom Institute, "Mengapa Kami Mendukung Pengurangan Subsidi BBM?" *Kompas*, 26/02/2005.

<sup>6</sup>Lebih tegas dijelaskan oleh Susidarto, yaitu menarik mencermati iklan satu halaman pada *Kompas* (26/2/2005) lalu. Di sana beberapa tokoh yang memiliki integritas yang tidak perlu dipertanyakan lagi telah mendukung kebijakan pemerintah akan kenaikan harga BBM.

pihak ini antara lain; Abdul Rohim Ghazali, Agus Surono, Amir Effendi Siregar, Albert Hasibuan, Budiarto Danujaya, Carunia Mulya Firdausy, Daoed Joesoef, Mubyarto, Doni Koesoema A, Effendi Gazali, Laode Ida, M. Fadjoel Rachman, Sulfikar Amir, dan Susidarto. Posisi gagasan intelektual yang berseberangan ini hampir sama kuatnya dengan intelektual yang tergabung dalam mendukung iklan Freedom Institute.

Prinsipnya dari dinamika intelektual ini telah melahirkan wacana dominan di pihak Freedom Institute sebagai produsen dominasi diskursus (*domination discours*). Sedangkan intelektual pihak lain sebagai *other* telah membentuk diskursus oposisi (*opposition discours*). Kenyataan ini tidak mungkin diabaikan begitu saja, karena itu penulis mempertajam penjelasannya dalam analisis.

Maka, metode analisis yang akan penulis tempuh di sini ada beberapa langkah. Langkah pertama adalah metode deskriptif-historis yang akan penulis gunakan untuk mengumpulkan data tentang kesejarahan peran intelektual dalam konstalasi politik kita. Langkah kedua sebagai metode analisis lanjutan penulis menggunakan metode hermeneutik dengan alasan sebagai berikut. Metode hermeneutik<sup>7</sup> di sini penulis maksudkan sebagai analisis terhadap interpretasi data-data diskursus wacana kenaikan BBM yang dalam bentuknya teks, baik itu teks tertulis maupun teks yang berbentuk realitas sejarah.

---

<sup>7</sup>Akar kata Hermeneutika berasal dari istilah Yunani dari kata kerja *hermeneuin*, yang berarti “menafsirkan”, dan kata benda *hermeneia*, “interpretasi.” Pada akhirnya hermeneutika diartikan sebagai proses mengubah sesuatu atau situasi ketidaktahuan menjadi mengerti dengan jalan melakukan interpretasi atas dasar teks. Masalah metode ini dapat ditelusuri dengan karya-karya berikut ini: Lihat, Richard E. Palmer, *Hermeneutics: Interpretation Theory in Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, and Gadamer* (Northwestern University Press: Evanston, 1969); Hans-George Gadamer, *Truth and Method* (The Seabury Press: New York, 1975); E. Sumaryono, *Hermeneutik: Sebuah Metode Filsafat* (Jogjakarta: Kanisius, 1993)

## Defenisi Intelektual

Pendefenisian perspektif keindonesiaan tentang intelektual telah banyak didefenisikan oleh kaum intelektual sendiri. Beberapa kutipan di bawah ini akan peneliti sajikan untuk menggambarkan tentang defenisi intelektual yang kemudian akan penulis jadikan acuan teoritis pokok pikiran penelitian. Menurut Wiratmo Soekito, intelektual bermula dari istilah yang dipaparkan oleh *Jurnal Prisma* ketika menanggapi keterlibatan intelektual di era tahun 1966. Istilah ini apapun namanya tidak begitu penting. Yang lebih penting adalah artinya. Sebagaimana juga diungkapkan oleh Shakepeare dalam *Romeo dan Juliet*, bunga mawar akan tetap harum biarpun diberi nama lain.

Menurut Harsja W. Bahtiar, kaum intelektual adalah orang-orang yang menjalankan peranan tertentu dalam masyarakat, peranan yang meliputi tindakan-tindakan yang lebih ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan budaya daripada pertimbangan-pertimbangan sosial. Mereka senantiasa memusatkan perhatian pada usaha mempelajari, menafsirkan, mempertahankan, mengembangkan dan menyajikan pola-pola yang diwujudkan oleh sistem budaya masyarakat mereka.<sup>8</sup> Mereka inilah yang bisa dinamakan sebagai kaum cendekiawan. Yaitu individu-individu yang menyatakan pemikiran serta perasaan mereka dengan uraian-uraian lisan maupun berbentuk tulisan, dengan gaya terus terang atau dalam gaya seni.

Dalam penelitian ini, penulis setuju dan akan mengikuti pengistilahan intelektual dalam konteks, seperti apa yang dilakukan oleh Dhakidae dalam karyanya: *Cendekiawan dan Kekuasaan*. Oleh karena itu, perspektif pengkajian tentang intelektual di sini adalah dalam persoalan *public political discourse* yang tentu memiliki implikasi efek sosial

---

<sup>8</sup>Lihat, Harsja W. Bahtiar, "Kaum Cendekiawan di Indonesia: Suatu sketsa Sosiologis," dalam Wiratmo Soekito, *Cendekiawan dan Politik* (Jakarta: LP3ES, 1984), Cet. 2, 79.

(*social effect*) lainnya.. Dengan demikian peneliti tidak masuk dalam ranah ciri-ciri pribadi dan sifat-sifat privat lainnya.

### **Posisi Intelektual dan Kekuasaan**

Sejarah telah menunjukkan, membicarakan tentang peran intelektual di Indonesia sungguh menarik, mengingat di negeri ini posisi intelektual sangatlah berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam pandangan Franz Magnis-Suseno, intelektual di Indonesia memiliki kedudukan istimewa. Lebih lanjut Franz Magnis, membandingkan bagaimana posisi Intelektual di Indonesia dengan yang ada di Eropa. Di Jerman misalnya, tidak mungkin komentar seorang intelektual akan menghiasi *head line* koran-koran di sana sebut saja *The Herald Tribune*. Tidak mungkin koran di sana mau mengangkat pendapat seorang intelektual sebut saja Profesor Jurgen Habermas, Jean-Francois Lyotard atau intelektual yang lainnya. Tetapi di Indonesia pendapat seorang intelektual yang tidak mempunyai kekuasaan sedikitpun, barangkali dia hanya dosen di sebuah perguruan tinggi, dapat menjadi *headline* di halaman pertama. Begitu halnya masyarakat di Eropa lebih antusias menyimak paparan dan analisis dari wakil pemerintahan yang berkuasa, di banding dengan analisis para intelektual. Tetapi sebaliknya kita dapati di Indonesia justru orang sangat tertarik dengan analisis para intelektual dibandingkan para menteri dari pemerintahan yang sah.<sup>9</sup> Begitu istimewanya posisi intelektual di Indonesia, karena itu sungguh menarik dilakukan penelitian bagaimana bila para intelektual ini rame-rame mendukung kebijakan penguasa termasuk dalam kasus kenaikan BBM ini.

Suatu gambaran konkrit sejarah telah mencatatnya, dalam pilpres 2004 ada antusiasme dan gairah politik baru yang membuat para intelektual terangsang untuk

---

<sup>9</sup>Lihat, Franz Magnis-Suseno, "sebuah Pengantar" untuk Edward W. Said, *Peran Intelektual*, viii.

berkiprah di dalamnya. Yakni keterlibatan intelektual sebagai tim sukses dari masing-masing pasangan kontestan. Dari setiap kontestan telah terwakili adanya para intelektual yang menjadi tim sukses capres. Mulai tim sukses pasangan SBY-JK di sana ada Andi A. Malarangeng, Denny J. A, dan lain-lain; Tim Sukses Amien-Siswono ada Tokoh Muhammadiyah Bambang Soedibyo, Yahya Muhaimin dan Dien Syamsuddin; Tim Sukses Mega-Hasyim ada Hermawan Sulistiyo, dan KH Said Agil Sirajd; Tim Sukses Wiranto-Wahid ada Alwi Shihab dan AS Hikam serta beberapa tokoh kampus; Dan terakhir tim sukses pasangan Hamzah-Agum ada M. Yusuf Yosfiah, Endin J. Soefihara dan lain-lain.

Oleh karena itu, dari contoh di atas jelas sekali keterkaitan para intelektual ini turut memainkan peranannya dalam panggung politik. Persoalannya kemudian adalah apakah para intelektual ini nantinya bisa mengemban misi intelektualnya yang luhur menyelamatkan manusia (*the salvation of man*) apa justru sebaliknya seperti apa yang disinyalir oleh Daniel Dhakidae, bahwa kelompok cendekiawan dalam Orde Baru menjadi alat produksi kebenaran yang berfungsi melestarikan kekuasaan sang rezim.<sup>10</sup>

Atau malah seperti gagasan Julien Benda yang disebutnya dengan *La Trahison des Clercs* yaitu sebuah renungan tentang pengkhianatan kaum cendekiawan.<sup>11</sup> Bahkan sebaliknya peran intelektual di sini seperti apa yang dikatakan oleh Antonio Gramsci dalam *The Prison Notebooks* yaitu sebagai intelektual organik. Yang dimaksud intelektual organik dalam pandangan Gramsci adalah kalangan yang berhubungan

---

<sup>10</sup>Pandangan tentang peran Cendekiawan di era Orde Baru ini telah diteliti bertahun-tahun oleh Daniel Dhakidae yang kemudian penelitian itu dibukukan menjadi karya monumental sebagai referensi ilmu politik dewasa ini. Lihat, Daniel Dhakidae, *Cendekiawan dan Keusaan dalam Negara Orde Baru* (Jakarta: Gramedia, 2001); Lihat juga pada Sulfikar Amir, "Cendekiawan Bukan Malaikat," *Kompas*, 15/12/2004.

<sup>11</sup>Lihat, Julien Benda, *Pengkhianatan Kaum Cendekiawan* terj. Winarsih P. Arifin (Jakarta: Gramedia, 1997).

langsung dengan kelas atau perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan mereka untuk berbagi kepentingan, serta untuk memperbesar kekuasaan dan kontrol. Dengan kata lain intelektual organik yaitu seseorang dalam masyarakat demokratis yang mencoba mendapatkan pengakuan dari pelanggan potensial, mendapatkan dukungan, menggaet konsumen atau suara pemilih. Sehingga mereka senantiasa berupaya mengubah pikiran dan memperluas pasar.<sup>12</sup> Kesimpulannya intelektual organik itu selalu aktif bergerak dan berbuat. Terkait dengan intelektual organik Antonio Gramsci menyatakan: *All men are intellectuals, but not all men in society the function of intellectuals.* (Bahwa semua manusia adalah intelektual, tetapi tidak semua manusia dalam masyarakat mempunyai fungsi intelektual).<sup>13</sup>

Dalam konteks tulisan ini, ada landasan penting yang dapat penulis ambil dari Gramsci, yakni gagasannya tentang intelektual. Bagi Gramsci arti intelektual sebagai sebuah kategori sosial tunggal yang bebas dari kelas adalah sebuah mitos. Namun sesungguhnya semua manusia punya potensi menjadi intelektual, sesuai dengan kecerdasan yang dimiliki, dan dalam cara menggunakannya. Tetapi tidak semua orang adalah intelektual dalam fungsi sosial.<sup>14</sup> Karena itu, atas dasar artikulasi tentang intelektual ini Gramsci membagi kategori dalam dua bagian, yaitu: Intelektual tradisional dan intelektual organik.

Penjelasannya demikian, *pertama*, yang dimaksud dengan intelektual tradisional yaitu kaum pujangga, ilmuwan, guru, rohaniwan dan lain sebagainya. Intelektual ini

---

<sup>12</sup>Lihat, Antonio Gramsci, *Sejarah dan Budaya* terjemahan dari *The Prison Notebooks* (Surabaya: Pustaka Prometheus, 2000), 129; Juga lihat, Edward W. Said, *Peran Intelektual* terj. Rin Hindryati P dan P. Hasudungan Sirait (Jakarta: Yayasan Obor, 1998), 2.

<sup>13</sup>Lihat, Antonio Gramsci, *Selections From The Prison Notebooks* (New York: International Publishers, 1987), Cet. 9, 9.

<sup>14</sup>*Ibid.*, 3.

dipandanga memiliki posisi dalam cerah masyarakat yang mempunyai aura antar kelas tertentu tetapi berasal dari hubungan kelas masa silam dan sekarang serta melingkupi sebuah lampiran untuk pembentukan berbagai kelas historis.

Dengan demikian, berbagai kategori dari kaum intelektual tradisional ini merasa sebagai sebuah *esprit de corps* kontinuitas historis tak terganggu dan kualifikasi khusus mereka, karenanya menempatkan diri mereka sebagai kelompok otonomis dan independen dari kelas sosial dominan.<sup>15</sup> Penilaian ini bukan tanpa konsekuensi dan tanpa alasan dalam bidang idiologis dan politik. Sebab seluruh filsafat kaum idealis ini dengan mudah dapat dihubungkan dengan posisi yang diasumsi sebagai ekspresi dari utopia sosial, di mana kaum intelektual berfikir tentang mereka sendiri sebagai independen, otonomis, diberkati oleh watak mereka sendiri, dan sebagainya.

*Kedua*, seperti yang dikatakan oleh Antonio Gramsci sebagai “intelektual organik” juga memiliki defenisi makna dan implikasinya sendiri dalam kelas sosialnya. Maksud intelektual organik di sini adalah intelektual yang mengarahkan gagasan dan aspirasi dari kelas di mana mereka berada di dalamnya secara organik.<sup>16</sup> Artinya bagaimana intelektual di sini mampu mengaktualkan pikirannya dengan tindakannya sekaligus. Dengan kata lain intelektual yang membumi dengan lingkungan sekitarnya. Bila menjadi tim sukses capres/cawapres mampu membumikan ide-idenya untuk kebaikan semuanya. Bukan hanya untuk kelompoknya atau golongannya sendiri namun juga keberadaanya bermanfaat bagi yang lainnya.

Lain halnya defenisi yang dikemukakan oleh Julien Benda, yang mengatakan bahwa cendekiawan adalah filsuf, agamawan, sastrawan, seniman dan ilmuwan. Dengan

---

<sup>15</sup>Ibid., 135-136.

<sup>16</sup>Ibid., 130.

kata lain cendekiawan di sini adalah semua orang yang kegiatannya pada intinya bukanlah mengejar tujuan-tujuan yang praktis, tetapi mencari kegembiraan dalam mengolah seni atau ilmu dan perenungan metafisik. Pendeknya dalam memiliki suatu harta yang bukan duniawi, misalnya dengan perkataan; “ Kerajaanku tidak di dunia ini.”<sup>17</sup> Artinya cendekiawan di sini berposisi di menara gading dengan ide-ide abstraknya.

Karena itu menurut Benda, jika seorang cendekiawan menjadi mesin politik kekuasaan berarti ia telah melakukan pengkhianatan. Hal ini merupakan kesalahan yang tidak terampunkan dari seorang cendekiawan. Semestinya cendekiawan menjadi orang bijaksana penjaga moral (*moral oracle*) sekaligus menjadi penyambung lidah rakyat untuk menyampaikan prinsip-prinsip moral. Kaum cendekiawan seharusnya mengambil jarak dengan proses-proses politik, bukannya menggunakan kemampuan intelektualnya untuk mendukung kubu politik tertentu.<sup>18</sup>

Kehadiran kaum cendekiawan dalam ranah politik kecil kemungkinannya dapat menggulirkan ide-ide perubahan. Sebaliknya, hal ini akan membuatnya tenggelam, sekadar menjadi kaki tangan politik, alias budak-budak kekuasaan (*servants of power*). Khotbah klasik Julien Benda (*La Trahison des clercs*) sejatinya mengingatkan ihwal kaum cendekiawan yang berburu kekuasaan akhirnya bersekutu dengannya dan karena itu mengkhianati jati dirinya. Benda memandang secara ideal normatif tugas dan tanggung jawab cendekiawan adalah sebagai pekerja mental. Cendekiawan tidak harus terlibat dalam kerja-kerja praksis yang bisa diukur dengan materi. Mereka lebih tepat melakukan pergulatan pemikiran pada aras konseptual, namun tetap berada di tengah masyarakat dalam membela nilai-nilai kebenaran. Interpretasi Benda terhadap eksistensi

---

<sup>17</sup>Benda, *Pengkhianatan*, 26.

<sup>18</sup>Imam Cahyono, “Cendekiawan dan Perburuan Kekuasaan,” *Kompas*, 11/11/2004.

kaum cendekiawan menyiratkan bahwa cendekiawan harus tampil sebagai resi atau begawan yang secara sadar mengambil jarak terhadap peristiwa-peristiwa sosial politik di sekitarnya. Kaum cendekiawan harus berada di atas angin agar terbebas dari polusi kekuasaan maupun materi. Konsekuensinya, kaum cendekiawan merupakan manusia yang tak boleh memiliki kepentingan praksis dalam keterlibatan sosialnya, kecuali demi tegaknya kebenaran itu sendiri.

Selanjutnya Edward W. Said, posisi intelektual dengan kekuasaan adalah intelektual sebagai pencipta sebuah bahasa yang mengatakan yang benar pada yang berkuasa.<sup>19</sup> Artinya di sini meskipun pahit, pedas dan beresiko tinggi menyampaikan kebenaran itu tetaplah harus disampaikan pada penguasa. Dalam konteks ini mampukah keterlibatan intelektual dalam kenaikan BBM sesungguhnya ingin mengatakan yang benar kepada yang berkuasa.

Sementara itu, Michel Foucault, lewat karyanya *Power/Knowledge*, membahas secara khusus relasi antara intelektual dan kekuasaan. Betapa menariknya mengikuti alur pemikirannya. Memang terkesan sulit bahkan berbelit-belit analisa-analisa yang dibuat oleh Foucault, akan tetapi tampak tajam lewat bait demi baitnya, terasa segar dan jernih analisisnya.

Menurut Foucault apa yang disebut intelektual saat ini adalah dalam makna politis dan bukan sosiologis, dengan kata lain, orang-orang yang memanfaatkan pengetahuan, kompetensi, dan relasinya dengan kebenaran dalam lapangan-lapangan perjuangan politis. Di Prancis, Voltaire adalah seorang prototipe intelektual semacam itu.<sup>20</sup> Karena itu sesungguhnya bagi Foucault intelektual itu terkait dengan relasi sebagai produksi

---

<sup>19</sup>Said, *Peran Intelektual*, 1.

<sup>20</sup>Foucault, *Power/Knowledge*, 159.

kebenaran dan kekuasaan. Sehingga dalam perspektif ini tidak dikenal perselingkuhan kekuasaan dengan intelektual, karena keterkaitannya rezim kebenaran dengan kekuasaan.

### **Iklan Sebagai Komunikasi Politik Intelektual**

Bila selama ini belum pernah ada hasil penelitian lembaga intelektual diiklankan, namun kali ini kita mendapatinya sebuah hasil penelitian LPEM-FEUI tentang BBM kemudian diiklankan oleh Freedom Institute yang kita kenal menjadi rumah dari kaum intelektual dan mendapatkan dukungan dari 36 intelektual terkemuka. Sehingga muncul tuduhan di mana-mana, bahkan ada yang menduga iklan itu telah dikendalikan oleh kekuasaan (*power*). Bagi penulis di sini tidak perlu melakukan tuduhan yang macam-macam terhadap iklan itu namun lebih tepat bila kita melihat substansi secara kritis dari iklan itu.

Bila ternyata kita belum terbiasa dengan sebuah iklan kaum intelektual maka tidaklah salah bila kemudian terjadi pro-kontra di antara kaum intelektual itu sendiri. Namun bila kita melihatnya dalam perspektif marketing memang tidak ada yang salah sesungguhnya bila kaum intelektual melakukan iklan untuk mempublikasikan hasil penelitiannya, agar juga bisa mempengaruhi para konsumen. Konsumen yang dimaksudkan di sini tentu bukan konsumen dalam artian ekonomi sebagai calon maupun pembeli. Tetapi lebih pada konteksnya dengan maksud mempengaruhi pembaca agar turut masuk pada pesan iklan itu. Kebetulan yang jadi materi iklan adalah persoalan BBM, yang mana substansi ini menjadi bahan yang sangat sensitif bagi masyarakat kebanyakan. Karena persoalan ini seperti dua sisi mata uang yang tidak bisa saling

dipisahkan. Sebab kenaikan BBM selalu membawa dampak pada kenaikan harga dalam sektor lain.

Menurut Herbert Marcuse, kondisi ini menjadi sulit bagi semua elemen masyarakat, karena telah masuk dalam logika masyarakat satu-dimensi. Sebab, cara kerja masyarakat satu-dimensi yang sedang maju mengubah relasi antara yang rasional dan yang irasional. Dibedakan dengan aspek-aspek yang fantastik dan gila dari irasionalitasnya, dunia irasional menjadi rumah bagi yang benar-benar rasional bagi gagasan-gagasan yang bisa mendukung seni hidup. Jika masyarakat yang sudah mapan mengusahakan semua komunikasi yang normal, memvalidasi atau meginvalidasinya menurut kebutuhan-kebutuhan sosial, maka nilai-nilai yang asing bagi kebutuhan-kebutuhan ini mungkin tidak memiliki medium komunikasi lainnya selain medium fiksi yang abnormal.<sup>21</sup> Perdebatan inilah yang tampaknya terus menghangat sehingga turut menjadi perhatian serius kaum intelektual, baik yang pro maupun yang kontra. Namun demikian, kiranya benar interpretasi pembacaan penulis bahwa iklan itu telah sukses mencuri perhatian dan menjadi sarana komunikasi politik kaum intelektual.

## **Penutup**

Telah di jelaskan sejak awal, bahwa tulisan ini merupakan kajian wacana, dengan tema: “Diskursus Politik Intelektual: Studi Iklan Freedom Institute dalam Menyikapi Kenaikan BBM 2005.” Tema ini diangkat karena merupakan sejarah baru Intelektual Indonesia. Intelektual beriklan membujuk dan melakukan *labelling* dengan mendukung pengurangan subsidi BBM, sebuah masalah yang memiliki implikasi sosial yang amat besar pada masalah keadilan dan kemiskinan. Dari sinilah kemudian terjadi perdebatan

---

<sup>21</sup>Lihat, Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi* (Jogjakarta: Bentang, 2000), 355.

yang tajam di antara kaum intelektual itu sendiri. Sisi lain melahirkan wacana dominan (*domination discours*) di pihak *Freedom Institute* sebagai produsen. Sedangkan intelektual pihak lain sebagai *other* telah membentuk diskursus oposisi (*opposition discours*).

Sebab gagasan apapun yang lahir tentu tidaklah lepas dari konteksnya dan di ruang hampa (*ex nihilo*). Iklan intelektual yang dikoordinir oleh Freedom Institut di sini juga tentu memiliki sejarah dengan konteksnya sendiri yaitu dengan kekuasaan. Lewat *Identitas Freedom Institute: Center for Democracy, Nationalism and Market Economy Studies*, semuanya telah terjawab. Sesuai dengan namanya ini *Freedom Institute* berpihak pada demokrasi, nasionalisme dan ekonomi pasar. Namun ekonomi pasarlah ternyata yang mendorong dan menjadi gairah iklan intelektual itu. Sementara dipihak intelektual sebagai *other* sangat bertolak belakang pendekatan yang dipakai dalam memahami BBM, karena cenderung pada pendekatan aspek moralitas dan humanitas. Oleh karena itulah, kemudian terjadi benturan ide yang menjadi wacana sebagai akar persoalan perbedaan pandangan di antara kaum intelektual tersebut.

Temuan selanjutnya adalah iklan ini bentuk kegagalan komunikasi politik intelektual, dengan berpijak pada beberapa teori tentang Intelektual dari Antonio Gramsci, Harry J. Benda, Michel Foucault dan Edward W. Said. Iklan itu telah kehilangan daya kritisnya, dan berpihak pada pasar tidak pada kemanusiaan (humanisme). Realitas ini sangat berlawanan dari sebuah konstruksi intelektual yang dipahami masyarakat kebanyakan, yakni sebagai penjaga moral (*moral oracle*), bagian penegak *civil society* dan jauh dari perburuan kekuasaan.

Studi ini juga turut menegaskan dan membenarkan bahwa intelektual yang terlanjur dianggap sebagai kelompok elit dan moralis dalam masyarakat, ternyata juga tidak imun dari kejahatan dan kekerasan terselubung.<sup>22</sup> Dengan bukti bahwa ternyata iklan itu menindas rakyat, akibat naiknya BBM semua kebutuhan pokok turut melonjak dan semakin membuat terjepit bagi masyarakat bawah. Lebih mengerikan lagi bila dibaca dengan kaca mata teori-teori di atas turut membenarkan intelektual bisa saja menjadi *agent* neoliberalisme yang terlalu mengutamakan ekonomi pasar, yang pada hakikatnya adalah penindasan dan mendukung hegemoni kapitalisme dalam pasar global.

---

<sup>22</sup>Kekerasan terselubung di sini adalah dalam wujudnya kekerasan kultural, yaitu aspek-aspek budaya, ranah simbolik eksistensi kita – ditunjukkan oleh agama dan ideologi, bahasa dan seni, ilmu pengetahuan yang bersifat empirik dan ilmu pengetahuan yang bersifat formal yang dapat digunakan untuk menjustifikasi atau melegitimasi kekerasan langsung atau struktural. Karena itu, kekerasan kultural menyoroti cara di mana aksi kekerasan langsung dan fakta kekerasan langsung dilegitimasi dan dengan demikian jadi dapat diterima ditengah-tengah masyarakat. Lihat, Johan Galtung, *Studi Perdamaian: Perdamaian dan Konflik, Pembangunan dan Peradaban*, terj. Hamdani (Surabaya: Pustaka Eureka, 2003), 430.