

BAB II

OBJEK PENELITIAN

A. *Global Culture* dalam Globalisasi

Perdebatan mengenai globalisasi akan selalu menarik baik dari definisinya itu sendiri dan dampak positif maupun negatifnya. Para ahli memiliki pendapatnya masing-masing, apalagi ketika muncul pertanyaan mengenai eksistensi budaya global. Seperti yang telah penulis ulas pada bab sebelumnya, sebagian ahli berpendapat bahwa budaya global itu nyata dan sebagian lainnya berkata tidak ada hal seperti budaya global, yang ada adalah budaya konsumen global di mana setiap orang memiliki persamaan, tidak terbatas oleh ruang dan waktu, dalam melakukan aktifitas konsumsi. Kini, orang di berbagai belahan dunia sama-sama membaca *majalah National Geographic*, mengkonsumsi McDonald's, memakai sepatu adidas, membeli iPhone dan lain sebagainya.

Kemunculan istilah budaya global atau budaya konsumen global ini tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dengan cepat mampu menghantarkan informasi dalam hitungan detik ke penjuru dunia. Informasi apapun akan mudah diakses melalui internet, televisi kabel dan lain-lain. Kemajuan teknologi ini mampu meningkatkan dunia ke tahap di mana saling kerterhubungan berkembang begitu masif, sehingga globalisasi menjadi isu yang kian populer. Selain dapat berposes dengan mudah, globalisasi juga sangat sulit untuk dibendung (Ritzer, 2011: 06).

Misalnya Ritzer memberikan contoh dari Thompson seperti aliran obat-obatan, pornografi, aktivitas kriminal yang diorganisir melalui internet serta pergerakan imigran ilegal.

Sebelum membahas bagaimana globalisasi, kita perlu melihat kembali bagaimana globalisasi itu muncul. Jika merujuk pada pendapat para ahli, salah satunya Nayan Chanda (2007, dalam Ritzer, 2011: 17-18), berpendapat bahwa globalisasi dimulai dari kebutuhan mendesak manusia untuk mencari kehidupan yang lebih baik. Menurutnya pada akhir zaman es, kelompok kecil leluhur kita melakukan perjalanan ke luar Afrika untuk mencari makanan dan keamanan untuk hidup yang lebih baik. Chanda melanjutkan bahwa ada empat spesifik aspek globalisasi yang berhubungan terhadap desakan mendasar bagi manusia untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik, yaitu perdagangan, misi penyebaran agama, petualangan dan penaklukan (secara politis maupun peperangan).

Selain keempat aspek yang disebutkan Chanda, ada tiga perubahan bersejarah yang menurut para ahli sebagai asal mula globalisasi (Ritzer, 2011: 20-22). Yang pertama adalah kemunculan Amerika Serikat sebagai kekuatan global dimulai pada Perang Dunia II. Amerika tidak hanya memperkuat diri melalui kekuatan militer saja, tetapi juga memperluas jangkauannya di ranah ekonomi sebagaimana sekarang menjadi kekuatan industri yang mendominasi, memperkuat kekuatan diplomatik pemerintahannya, memperluas jangkauan media, penyebaran pengaruh melalui Hollywood dan lain sebagainya. Kedua adalah kebangkitan perusahaan multinasional, yaitu perusahaan yang

menjangkau berbagai negara. Misalnya, perusahaan kendaraan Amerika, sebut saja Ford dan General Motors tidak hanya dijual di Amerika, tetapi juga di Eropa dan Asia. Yang ketiga adalah keruntuhan Perserikatan Soviet dan berakhirnya Perang Dingin. Kapitalis menjadi paham yang paling banyak penganutnya seiring dengan runtuhnya Perserikatan Soviet pada tahun 1991 yang membuat pemahaman komunis kian terkikis. Pada awal abad dua puluh, menjadi pintu bagi globalisasi dengan adanya arus global seperti imigrasi, keparawisataan, diplomasi, dan terutama transaksi ekonomi kapitalis perusahaan multinasional.

Jika dilihat dari definisi dan sejarah globalisasi, tentu suatu budaya mampu mengungguli budaya lain dan dikonsumsi secara mendunia disebabkan karena adanya media yang menjadi perantara bagi globalisasi, seperti yang dikatakan Rantanen (2005: 08) sebagai *mediated globalization*. Hubungan antara globalisasi dan budaya dijumpai oleh media. Demikianlah budaya global muncul ditandai dengan adanya homogenisasi, yaitu sesuatu yang merujuk pada tren ke arah persamaan dan reduksi perbedaan-perbedaan budaya di seluruh dunia (Goodman dalam Ritzer, 2007: 363). Goodman melanjutkan bahwa hal ini dapat dibuktikan dengan melihat realitas bahwa kini sepatu Nike dipakai suku Indian Amazon, topi bisbol Texaco dipakai pemuda sub-Sahara dan sweter Chicago Bulls dipakai orang Palestina.

Sedangkan menurut Ritzer (2011: 154), kemunculan budaya global itu sendiri disebabkan kebanyakan budaya hadir dalam bentuk ide, perkataan,

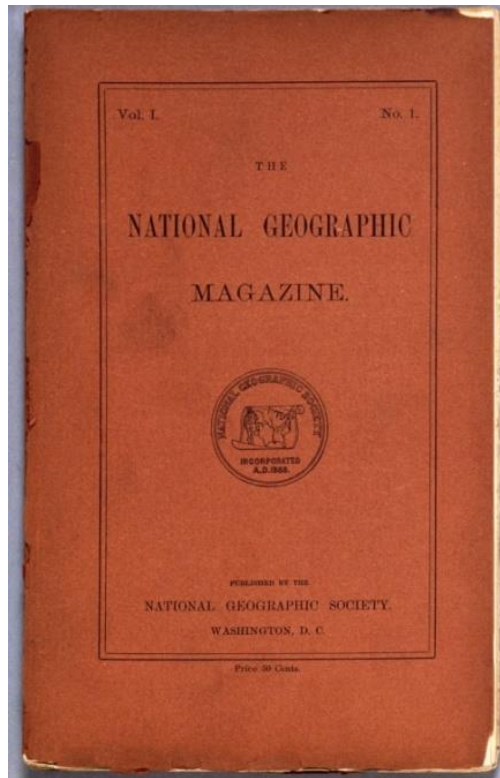
gambar, suara musik dan lain sebagainya, sehingga budaya cenderung lebih gampang tersalurkan secara global. Faktanya, pergerakan budaya secara global hadir secara masif dalam bentuk yang terdigitalisasi, maka internet dengan mudah menyediakan pengunduhan dan berbagi budaya yang terdigitalisasi seperti film, video, musik, buku, koran, foto dan bentuk lainnya secara global. Namun, meski budaya sangat mudah tersalurkan secara global, hanya budaya perhimpunan dunia yang paling terkuatlah yang akan dengan mudah tersebar, dalam hal ini yang paling menonjol adalah Amerika.

B. Majalah *National Geographic*

Majalah National Geographic, yang juga dikenal dengan NG atau NatGeo, adalah organisasi nirlaba yang didedikasikan untuk mengeksplorasi dan melindungi alam. Majalah *National Geographic* juga telah membiayai ratusan proyek penelitian dan konservasi yang lingkupnya seluruh dunia. Majalah ini merupakan jurnal resmi National Geographic Society, institusi ilmiah terbesar di dunia. Didirikan pada tahun 1888 di Washington D.C. yang bertujuan untuk mempromosikan penyebaran pengetahuan geografis. Presiden pertama *National Geographic* adalah Gardiner Greene Hubbard dan pada tahun 1898 digantikan oleh menantunya, Alexander Graham Bell.

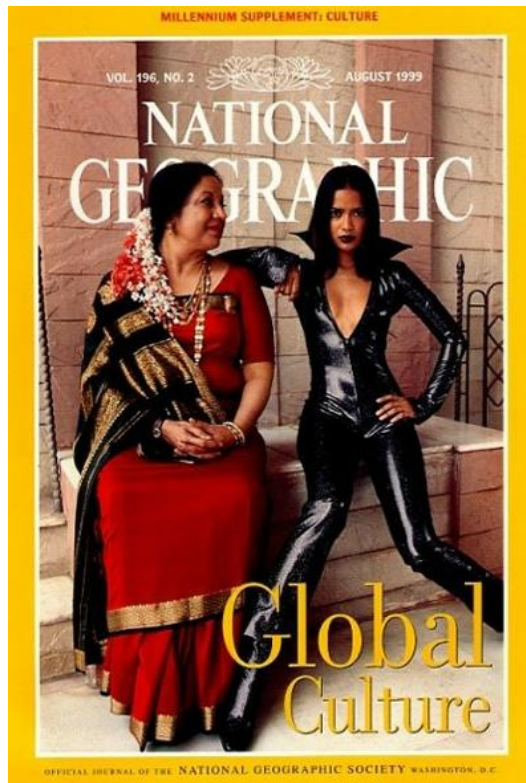
Cetakan pertama majalah ini pada Oktober 1888 yang dikirimkan pada 200 anggota sewaan dan mulai dipublikasikan setiap bulan pada tahun 1896 hingga kini. Pada awalnya konten majalah hanya berfokus pada geologi,

metereologi, oseanografi, dan sejarah. Artikel ditulis dengan gaya akademis dan judul yang tidak menarik serta tanpa ilustrasi.



Gambar 2.1

Sampul majalah *National Geographic* Oktober 1888. Sumber: www.nationalgeographic.com



Gambar 2.2

Sampul majalah *National Geographic* Agustus 1999. Sumber: dokumen pribadi

Pada masa kepemimpinan Bell, setelah Hubbard, ia berfokus pada perubahan kebijakan editorial yang membuat majalah ilmiah populer dari pada *scholarly journal* (jurnal ilmiah) dengan dukungan Gillbert H. Grosvenor sebagai editor dimulai pada tahun 1899. Di bawah arahan Bell dan Grosvenor, majalah *National Geographic* tumbuh dengan pesat. Sejak tahun 1899 sampai 1910, *membership Natonal Geographic* mengalami peningkatan dari 1.400 anggota menjadi 74.000 dan pada 10 kemudian bertambah menjadi 713.000 anggota. Lonjakan *membership* yang terus meningkat setiap tahunnya menjadikan National Geographic salah satu yang terbesar dan inklusif di

dunia. Melonjaknya *membership* yang signifikan tidak lepas dari jasa Grosvenor yang melakukan perubahan dalam editorial yang terinspirasi dari *travelogue* (kisah perjalanan) seperti karyanya Charles Darwin “*Voyage of the Beagle*” dan Richard Henry dan Jr. “*Two Years Befor the Mast*” yang membuat majalah lebih menarik dengan narasi orang pertama, penggunaan yang lebih lugas dan prosa yang sederhana. Perubahan paling masyhur yang dilakukan Grosvenor adalah menambahkan fitur fotografi ke dalam majalah, yang pertama kali dipublikasikan pada Januari 1905 untuk mengisi 11 halaman yang kosong. Pada masa kepemimpinan Bell juga *National Geograpthic* mulai memiliki logo khasnya, yaitu garis kotak berwarna kuning pada tahun 1910.



Gambar 2.3

Logo National Geographic. Sumber: www.nationalgeographic.com

National Geographic menjadi pionir dalam foto jurnalistik dan menjadi penerbit pertama yang mendirikan lab foto berwarna pada tahun 1920; yang pertama mempublikasikan foto bawah laut berwarna di tahun 1927; majalah pertama yang mempublikasikan cetakan berwarna pada semua edisi di tahun 1962 dan yang pertama mencetak hologram pada tahun 1984.

Selain mendapatkan banyak prestasi, *National Geographic* juga mendapat kritik karena menjadi salah satu publikasi yang memperlihatkan foto perempuan Filipina bertelanjang dada, dengan alasan sebagai edukasi antropologis, namun banyak yang berpendapat bahwa ini termasuk eksploitasi terutama bagi mereka yang berkulit gelap.

National Geographic dengan pendapatan dari *membership* telah mendanai lebih dari 9.000 subsidi untuk penelitian dan penjelajahan. Beberapa diantaranya ialah ekspedisi Robert Peary ke North Pole, ekskavasi kota kuno suku Inca, Machu Pichu, oleh Hiram Bingham, penjelajahan bawah laut oleh Jacques-Yves Cousteau, penelitian Louis dan Mary tentang sejarah evolusi manusia di Afrika serta studi respektif oleh Diane Fossey dan Jane Goodall tentang gorila dan simpanse. *National Geographic* telah diterbitkan di 60 negara, termasuk Indonesia, dalam 40 bahasa dengan lebih dari 9,5 juta eksemplar per bulan di seluruh dunia. Kini National Geographic Society dipimpin oleh Gary Knell sejak Januari 2014 dan Susan Goldberg sebagai *editor in chief* majalah *National Geographic* sejak September 2014.

C. Profil Joe McNally

McNally merupakan fotografer profesional yang telah ditugaskan lebih di 70 negara dan telah meraih berbagai penghargaan secara internasional. Terkenal sebagai fotografer terbaik pada masanya yang tidak hanya berfokus pada foto jurnalistik saja, tetapi juga untuk foto komersil. Dengan kemampuannya yang dapat menghubungkan foto jurnalistik dengan

periklanan, ia mendapat banyak klien seperti FedEx, Sony, ESPN, Adidas, Land's End, General Electric, Epson, MetLife, USAA, New York Stock Exchange, Lehman Brothers, PNC Bank dan Beijing Cultural Commission.



Gambar 2.4

Joe McNally. Sumber: portfolio.joemcnally.com

McNally lahir pada tanggal 27 Juli, 1952 di Montclair, New Jersey. Memulai karirnya secara profesional sejak dari 1994 sebagai fotografer staf di LIFE Magazine selama 23 tahun. Selain itu, McNally juga menjadi kontributor bagi *National Geographic* lebih dari 25 tahun, fotografer kontrak untuk Sport Illustrated dan menjadi fotografer staf untuk Newsweek, New York dan New York Times Sunday Magazine. McNally memenangkan juara satu Alfred Eisenstaedt Award for Journalistic Impact for LIFE dengan judul “The Panorama War”. Kemudian mendapatkan banyak penghargaan dari Comminacion Arts, PDN, Graphis, American Photo, POY dan World Press Photo Foundation. Pada 2015, McNally menambah prestasinya sebagai 20 top fotografer berpengaruh oleh Eye-Fi. McNally juga aktif mengisi berbagai *workshop* dan kuliah diantaranya di Santa Fe Photographic Workshop, Eddie

Adams Workshop, *National Geographic* Society, Smithsonian Institution,
Annenberg Space for Photography, Rochester Institute of Technology,
Disney Institute, U.S Department of Defense dan Syracuse University.