

MATERI DAN NILAI DI ERA GLOBALISASI: PERSPEKTIF APPADURAI

Agus Setyawan^{1*}

¹IAI Sunan Giri Ponorogo

E-mail: *setyawanagus09@gmail.com

No. WA: 082143144596

Abstract: *The globalization era provides negative effects and positive effects. One of negative effect is that too much information can be misleading. But it also provides a positive effect that provides support space for parties who used to be on the periphery. Rural areas have become able to actively participate in global competition with the help of internet network technology. Before the globalization of commodities in the suburbs often unable to compete because the value is considered not quality. This is due to the lack of explanation and information about the socio-historical material of the commodity. As a result it is not widely known so that its value does not rise. Appadurai parses this with its globalization view which presents opportunities to increase material value by increasing access to information media networks that increasingly reach all regions. Appadurai divides this global era into five overlays, ideoscapes, technoscapes, financescapes, ethnoscapes, mediascapes. This study uses a literary research model with primary data from Appadurai's books and other similar articles, especially those that discuss Appadurai's thinking about globalization. From this the rural (rural) region with all its material bases has the potential to compete with other regions. The result is that each material will increase its selling value as long as the material has a meaningful difference to the others.*

Keyword: *material, value, globalization, meaningful, rural.*

Pendahuluan

Diskursus mengenai globalisasi sudah dimulai sejak pertengahan abad 20 semenjak ditemukannya teknologi komunikasi media yang canggih. Mulai dari ditemukannya televisi, radio, telepon dan internet. Dalam diskursus tersebut pro dan kontra tentang globalisasi ini. Misalnya Alvin Toffler yang khawatir akan terjadi banyak benturan dari tiap kepentingan yang saling bertemu dengan sangat cepat dengan bantuan teknologi (Toffler 1980). McLuhan (1962) dalam bukunya yang berjudul *Guttenberg Galaxy* menceritakan kegelisahannya akan fenomena ketergantungan terhadap alat-alat elektronik yang membuat masyarakat seperti dalam sebuah desa besar (*global village*).¹

Selain itu dari perpektif spiritual, Nasr juga prihatin akan terjadi dampak yang kurang baik terhadap spiritualitas masyarakat modern. Dalam bukunya *Islam and The Plight of Modern Man* (1975) mengibaratkan manusia modern seperti orang yang naik kapal tapi kapalnya pecah ditengah lautan, mereka kebingungan ditengah tengah samudra luas tanpa punya arah yang jelas. Kegelisahan ini terbukti dengan begitu luasnya belantara dunia internet yang penuh informasi tanpa batas sehingga tidak jarang malah membingungkan manusia itu sendiri. Solusi yang diberikan oleh Nasr adalah dengan mengetengahkan kembali nilai-nilai tradisional dalam budaya yang sudah ada secara turun-temurun.

Tantangan dunia global sangat kompleks sehingga juga dikupas oleh Fansuri, yang menampilkan betapa besar problem yang akan muncul dalam globalisasi. Utamanya industrialisasi dan komodifikasi para kapitalis yang bisa menimbulkan kesenjangan social.²

¹ Pamungkas, Cahyo. 2015. "Global village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan." *Global Strategis* 9; 242.

² Fansuri, Hamzah. 2012. "Globalisasi, Postmodernisme Dan Tantangan Kekinian Sosiologi Indonesia." *Jurnal Sosiologi Islam* 2(1)

Disamping itu juga muncul para pemikir yang memberikan uraian optimis memberikan porsi yang berimbang terhadap fenomena ini. Salah satunya adalah Arjun Appadurai, ilmuwan keturunan India yang menjadi profesor di New York University. Dia adalah seorang antropolog media yang cukup jeli melihat fenomena globalisasi saat ini. Teorinya yang sangat terkenal adalah tentang *ideoscapes*, *technoscape*, *mediascape*, *financescapes* dan *ethnoscape*.³ Hamparan dunia global dalam lima hal tersebut dapat memberikan keuntungan juga disamping ada juga kerugiannya.

Arikel ini akan mengetengahkan salah satu hal yang menjadi konsentrasi pemikiran Appadurai mengenai komodifikasi materi dan nilainya dalam era globalisasi. Topik ini belum banyak dibicarakan dalam diskusi mengenai pemikiran Appadurai. Dalam topik ini dia lebih spesifik menyoroti mengenai peluang adanya penambahan nilai materi dalam suatu komoditas. Globalisasi memberikan peluang pada seluruh pihak untuk ikut dalam persaingan global.

Fenomena belakangan ini menunjukkan betapa sesuatu yang dulu menjadi bagian pinggir dunia ini tanpa banyak orang tahu, sekarang menjadi bergeser dengan cepat menuju tengah peradaban. Para antropolog dulu mengatakan bahwa mereka menemukan sesuatu yang lain di suatu tempat yang asing, bahkan dianggap bukan tempat manusia seharusnya sebagai hasil penemuan ilmiah yang besar. Para imperialis melakukan penjelajahan keseluruhan pelosok dunia bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi kekayaan yang ada di bumi ini untuk kesejahteraan kelompoknya. Mereka masih canggung dengan apa yang ditemuinya dalam proses penjajahan ini karena mereka tidak mengenal sama sekali seluk-beluk tentang peradaban lain tersebut. Para antropolog fase pertama dan kedua lebih banyak terkejut dengan penemuannya, bahkan banyak yang over acting dengan istilah primitif dan lain-lain.

Materi dan nilai yang dulu ada di pinggir peradaban bergerak ke tengah peradaban dengan karakter masing-masing sehingga nilai yang ada bisa melampaui materi yang ada. Globalisasi memberikan kontribusi dalam proses ini yang tentu banyak yang diuntungkan. Sekat desa dan kota sudah semakin bias, bahkan menurut ramalan Jayabaya yang banyak dipegangi orang Jawa mengatakan bahwa suatu saat di akhir jaman "*desa ngluwih kutho*" atau "kehidupan desa akan lebih makmur ketimbang kehidupan di kota. Bukti ramalan tersebut semakin nyata di masa sekarang ini. Apa yang ada di desa menjadi hal yang paling dibutuhkan oleh kehidupan, termasuk oleh orang-orang kota. Materi *ndeso* semakin diakui dan nilainya semakin bertambah. Istilah *ndeso* dan *katrok* bukan lagi hal yang tabu dan memalukan, tapi justru mendapat momentum nilai komoditasnya

Method

Artikel ini ditulis dengan model kajian literer yang menitikberatkan pada kajian pemikiran tokoh yang tertuang dalam buku-buku ataupun artikel jurnal yang pernah ditulis. Kajian mengenai Appadurai ini tidak akan berupaya mengetengahkan pemikiran besar Appadurai yang sangat kompleks karena keterbatasan *space* diskusi. Penggunaan literatur dalam penelitian menjadi sangat penting karena literatur digunakan untuk memberikan suatu gambaran hal-hal yang telah diketahui dan yang belum diketahui dari suatu fenomena khusus.⁴

³ Appadurai, Arjun. 2005. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. 7 ed. Minneapolis London: UNIVERSITY OF MINNESOTA PRESS ; 40.

⁴ Afiyanti, Yati. 2005. "Penggunaan Literatur dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Keperawatan Indonesia* ;32-35

Sumber utama data adalah buku karya Arjun Appadurai yang berjudul *he Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*(1986) dan *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*(2005). Sumber sekundernya adalah pemikiran dan tulisan orang lain mengenai globalisasi dan juga mengenai pemikiran Appadurai.

Data dikumpulkan dan diedit menurut topik utamanya, yaitu mengenai material dan nilai dalam komodifikasi global yang kemudian ditafsirkan dan dideskripsikan dengan pekat (*thick description*) disertai dengan analog-analog secukupnya untuk memudahkan pemahaman.⁵

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan antropologi semakin menunjukkan hal-hal baru yang semakin bervariasi, diantaranya antropologi tidak hanya mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan keburukan budaya manusia dari perspektif tertentu (*bad-anthropology*), tetapi juga telah berkembang membahas mengenai hal-hal yang baik dari suatu budaya tertentu (*good-anthropology*). Hasilnya akan sangat berbeda, karena seorang antropolog tidak sewenang-wenang lagi dalam membuat justifikasi budaya dengan subyektif, tetapi lebih mendudukan sebuah fenomena atau realitas sesuai dengan porsinya masing-masing.

Sebagai contoh pelopor *good-anthropology* adalah Clifford Geertz yang berhasil mengetengahkan kembali fenomena budaya sabung ayam di Bali menjadi sebuah budaya luhur penuh makna. Geertz berhasil mengeluarkan kungkungan justifikasi negatif budaya sabung ayam pada jaman itu sebagai budaya murahan dan tidak sesuai dengan peri kehewan(Geertz 2000). Masyarakat Bali dan seluruh pihak, termasuk pemerintah dan seluruh stakeholder terkait, semisal aparat penegak hukum, bersepakat memposisikan budaya ini sebagai warisan yang harus dipelihara selamanya. Sabung ayam kemudian menjadi identitas dan jati diri masyarakat Bali yang adiluhung penuh makna.

Budaya dengan demikian tidak dibandingkan dengan perilaku budaya lain melainkan setiap budaya memiliki keunikan masing-masing yang tidak dapat disamakan dengan yang lainnya. Dalam pandangan Geertz kebudayaan merupakan jejaring simbol yang kompleks dan saling berinteraksi satu dengan lainnya(Geertz 1973). Mungkin materi budaya sama, akan tetapi maknanya bisa arbitrer. Misalnya sama-sama warna merah, dapat berarti berani pada bendera RI, tapi juga bermakna nilai jelek jika ditulis dengan tinta merah di buku raport anak sekolah. Perbedaan makna ini dikarenakan pada konteks yang berbeda dan dalam ide yang berbeda.

Akan tetapi kesan lokal dan khusus ini menurut Appadurai belum tentu dia berada pada lokalitas yang sesungguhnya. Tinta merah yang dipakai menulis nilai, agaknya, bukan lagi kearifan lokal, tetapi telah menjadi ide bersama secara global, atau yang ia sebut sebagai berada pada wilayah *ideoscapes* atau mungkin juga *technoscapes*. Persinggungan lintas batas ini sering disebut era globalisasi. Batas teritorial sudah semakin kabur dan tidak menunjukkan existensinya dalam beberapa hal. *Ethnoscapes* mendorong globalisasi budaya ke seluruh penjuru dunia dibantu oleh teknologi dan media⁶

⁵ Geertz, Clifford. 1973. *THE INTERPRETATION OF CULTURES*. NEW YORK: Basic Books, Inc., Publishers.; 3.

⁶ Appadurai, Arjun. 2005. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. 7 ed. Minneapolis London: UNIVERSITY OF MINNESOTA PRESS ; 40.

Koentjaraningrat mengatakan bahwa budaya seperti makhluk hidup organik, memiliki nilai dan real. Budaya memiliki materialnya masing-masing dengan nilai makna masing-masing yang ini mempunyai “nilai jual” tersendiri. Dalam era globalisasi sesuatu yang ada di daerah lain yang unik menjadi daya tarik tersendiri terhadap yang lain. Ada posisi tawar yang jelas terhadap bentuk budaya tertentu. Budaya tidak saja dapat saling diserap, tetapi juga dapat saling “dinikmati” sebagai hasil karya seni perilaku manusia. Nilai keindahan menjadi daya tarik utama, sehingga keindahan mampu menjadi alternatif solusi untuk “refrehing” manusia modern yang penuh “masalah”. Sehingga budaya dengan demikian dapat menjadi *commodity* yang hidup dan mempunyai nilai. Appadurai mengatakan bahwa *commodities a like persons, have social lives*⁷

Commodity atau komoditas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia online berarti “barang dagangan utama; benda niaga” yang biasa diekspor ke luar negeri. Dengan demikian komoditi berupa “materi” yang memiliki nilai tertentu, dapat dijual dan ada yang membutuhkan. Pihak yang membutuhkan adalah konsumen, dan yang menyediakan adalah produsen. Pada titik ini terlihat betapa profitnya hubungan antara produsen, komoditi dan konsumen. Ada simbiosis mutualisme yang terbangun. Tetapi pertanyaannya adalah siapakan yang membuat sebuah komoditas itu bernilai? Komoditas itu sendiri ataupun produsen ataupun justru konsumen itu sendiri?

Pertanyaan di atas akan dapat didekati dengan beberapa perpektif. Diantaranya adalah dengan cara Marxian yang biasa disebut materialisme historis. Para Marxian meyakini bahwa pengubah sebuah materi menjadi berharga adalah karena ada unsur tenaga buruh dan alat produksi. Perubahan bentuk suatu materi juga akan merubah nilai material tersebut dari yang tidak bernilai menjadi bernilai tinggi. Sedangkan perubahan bentuk material tersebut melekat didalamnya seberapa banyak tenaga buruh berada disana dan alat-alat yang digunakan. Sehingga menurut mereka buruh ini harus juga makmur seperti para majikan pemilik modalnya. Tetapi kenyataannya tidak demikian. Mereka tetap tertindas di bawah kuasa modal kapital para pemilik modal. Dan parahnya juga pasar sebagai tempat menjual juga dikuasai para pemilik modal tersebut. Sehingga dalam pandangan Marxian ada proses hegemoni pemilik modal dalam komoditas⁸. Pada bagian puncaknya mereka mengatakan bahwa budaya selalu dibuat oleh para pemilik modal yang hanya bertujuan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Perpektif ini memberikan pengertian bahwa budaya yang kemudian menjadi populer tidak lepas dari rekayasa dari para pemilik modal atau produsen. Mereka yang akan mengendalikan pasar dengan menciptakan trend-trend baru dalam masyarakat. Propaganda dilakukan semaksimal mungkin, dilihat oleh sebanyak mungkin orang, dengan semudah mungkin mengaksesnya. Pemilik modal akan senantiasa kreatif membidik segmen peluang pasar mana yang banyak atau lagi dibutuhkan oleh banyak orang atau sebagian orang tertentu untuk ditarik uangnya dan diambil keuntungan sebesar-besarnya. Kondisi seperti ini yang dipersoalkan kaum Marxian.

Kuasa para pemilik modal ini akan semakin kuat manakala globalisasi berjalan dengan baik. Secara nyata pada era sekarang globalisasi telah mencapai masa keemasan. Medsos sudah

⁷ Appadurai, Arjun, ed. 1986. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.;3.

⁸ Siswati, Endah. 2017. “Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci.” *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*; 15

seperti “dunia lain” atau menurut Anderson sebagai “komunitas imajinatif” yang memiliki kehidupan tanpa batas teritorial (Anderson 2008). Manusia sebagai pencipta trend tersebut seharusnya yang mengaturnya, akan tetapi malah sebaliknya. Manusia justru menjadi dikendalikan oleh teknologi yang dia ciptakan sendiri. Para kritikus kontemporer mengatakan hal ini sebagai kegagalan manusia modern. Dengan demikian materi sebagai komoditas tidak lain sebagai hasil rekayasa pemilik modal semata, dan dengan demikian pula budaya juga tidak lain adalah hasil ciptaan para kaum elit yang menghegemoni semua orang.

Pandangan Marxian ini, agaknya, cenderung menyederhanakan proses terciptanya budaya yang kemudian populer. Proses terbentuknya sebuah budaya sangatlah panjang, dimulai dari proses olah pikir dan olah rasa yang kemudian dituangkan dalam simbol-simbol material yang memiliki makna terhadap para penganutnya. Budaya mempunyai dimensi lahir dan batin (Kistanto 2015). Bahan materialnya hanya sebagai visualisasi makna batin yang ada di dalamnya. Bentuk material sangatlah terbatas dibanding makna batin yang ada didalamnya. Kaum elit yang dimaksud, khususnya pemilik modal, tidak akan berfikir sampai pada tataran makna atau *meaningfull* ini. Mereka hanya berfikir bagaimana laku dijual saja dan dapat untung untuk dirinya sendiri.

Appadurai berusaha mendudukan kekurangan pandangan Marxian ini dengan mengatakan bahwa komoditas seperti manusia yang mempunyai kehidupan sosial juga⁹ Jika komoditas juga dipahami sebagai bagian dari budaya, maka nilai dari sesuatu itu - secara material - tidak semata ditentukan dari perubahan bentuknya, melainkan juga sangat ditentukan oleh seberapa *meaningfull* yang ada di dalamnya. Nilai yang muncul sangat abstrak dan subyektif. Mungkin sebuah komoditi dianggap jelek dan murahan oleh seseorang, tapi oleh orang lain sangatlah berharga. Misalnya benda-benda antik di museum. Ada dunia makna yang hidup mengalir senantiasa seiring kehidupan manusia juga. Sehingga kualitasnya juga senantiasa berubah dan juga menentukan nilai-nilainya.

Materi dan nilai tidak selalu beriringan *value*-nya. Bahkan juga tidak ditentukan oleh siapa yang memilikinya. Nilai suatu barang sangat dipengaruhi oleh seberapa besar makna yang melekat di dalamnya. Dalam perpektif ilmu budaya, setidaknya suatu barang akan bernilai jika memiliki sosio-historis yang mempunyai unsur budaya (Koetjaraningrat) sebagai berikut: Unsur-unsur kebudayaan tersebut dapat dirinci dan dipelajari dengan kategori-kategori subunsur dan sub-sub-unsur, yang saling berkaitan dalam suatu sistem budaya dan sistem social, yang meliputi (1) Sistem dan organisasi kemasyarakatan; (2) Sistem religi dan upacara keagamaan; (3) Sistem mata pencaharian; (4) Sistem (ilmu) pengetahuan; (5) Sistem teknologi dan peralatan; (6) Bahasa; dan (7) Kesenian¹⁰

Appadurai – agaknya – memprediksi bahwa di masa globalisasi ini semua pihak memiliki kesempatan menjadi *trander* dimanapun di berada. *Ethnoscape* memberikan kesempatan semua etnis dapat berpartisipasi aktif dalam memberikan penjelasan tentang eksistensi mereka yang selama ini belum terekspose melalui media daring kepada semua orang di seluruh dunia. Apa yang mereka miliki sebagai manivestasi dari budaya yang mereka miliki

⁹ Appadurai, Arjun, ed. 1986. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press. ;54-55.

¹⁰ Kistanto, Nurdien Harry. 2015. “Tentang konsep kebudayaan.” *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* ; 7.

menjadi hal yang *meaningfull* untuk diketahui orang lain yang sama sekali belum pernah mengetahuinya. Setiap budaya memberikan bentuk keunikan masing-masing. Secara prinsipil tidak ada budaya yang sama persis di dunia ini, semua budaya akan menemukan keunikan masing-masing, karena budaya merupakan kristalisasi dari sebuah hasil olah pikir dan olah rasa setiap manusia. Setiap budaya kemudian menjadi kanal bersama dari setiap olah pikir dan olah rasa dengan manivestasi yang disepakati secara komunal, dan tentu ini akan berbeda dengan komunitas lainnya.

Dalam konteks saat ini tidak ada lagi sekat yang berarti untuk melihat sisi lain di dunia ini. Apa yang ada serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia manapun langsung bisa diketahui oleh orang di belahan dunia yang lain. Bahkan hal-hal yang sangat privat pun juga bisa dipublikasikan dengan leluasa. Komoditas yang ada di setiap daerah seakan menjadi bagian dari daerah lain. Appadurai menyebut hal ini sebagai lokal yang mengglobal. Suatu hal mungkin tidak berguna di satu daerah, tapi mungkin sangat dibutuhkan di daerah lain dalam waktu yang bersamaan. Dengan demikian tidak ada lagi hal yang tidak bernilai. Setiap hal yang bisa ditampilkan di dunia daring akan memiliki kegunaan masing-masing. Semua bernilai dalam perspektifnya masing-masing. Dulu tidak banyak orang mengenal “Gunung Beruk” misalnya, sekarang dengan instagram seluruh dunia mengenalnya.

Sebaliknya dengan globalisasi, ide dan teknologi yang dilempar di pasar global secara otomatis menjadi milik semua pihak. Bahkan ideologi yang didukung hamparan *ideoscape* dari dunia media menjadi konsumsi siapapun yang menghendaknya. Ideologi trans-nasional yang baik dan buruk menyebar ke penjuru dunia dengan cepat yang didukung oleh hamparan *technoscape* yang perkembangannya sangat pesat dan murah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri. Istilah ini sering disebut dengan *global village*¹¹. Jika demikian adanya maka tidak ada hal apapun yang tidak mempunyai nilai jika mampu saling dipertukarkan. Jika demikian halnya, maka semua orang bisa menjadi *tranderatas* apapun asalkan memiliki ciri khas yang berbeda dengan yang lainnya. Setiap yang berbeda akan menempati satu tempat di dunia global ini dan akan eksis. Materi dengan demikian tidak lagi menentukan nilai. Nilai akan muncul dari keunikan dan sosio-historis yang *meaningfull* di tengah-tengah perbedaan yang ada ini

Kesimpulan

Globalisasi yang dikhawatirkan akan semakin memperburuk keadaan sosial masyarakat dunia ternyata juga memberikan peluang bagi masyarakat yang lain. Masyarakat yang diuntungkan adalah masyarakat pinggiran pedesaan yang dulu diluar jangkauan peradaban dan informasi. Keuntungan yang didapat adalah peluang yang sama dengan masyarakat perkotaan atas akses jaringan serta informasi.

Appadurai menjelaskan bahwa material dan nilainya yang dulu diukur oleh masyarakat tengah (perkotaan) sekarang sudah mengalami pergeseran. Apa yang ada di pinggiran (pedesaan) menjadi bertambah nilainya dengan adanya jaringan media sosial internet. Peningkatan nilai bukan berada pada jenis materialnya, melainkan seberapa *meaningfull* suatu material yang menjadi pembeda dengan komoditas lainnya dalam persaingan global. Sesuatu yang unik di suatu tempat akan dengan mudah diketahui oleh pihak lain yang mungkin sangat

¹¹ Pamungkas, Cahyo. 2015. “Global village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan.” *Global Strategis* ; 253

membutuhkannya walaupun seakan hal tersebut kurang berharga di wilayahnya sendiri. Nilai komoditas akan terus bertambah manakala sosio-historis budaya yang melekat padanya dapat dipahami secara mendalam oleh semua orang.

Globalisasi seperti *global village* yang seperti sebuah rumah besar dengan beranda yang siap didatangi oleh semua anggota keluarga yang lain yang membutuhkan tanpa ada yang menghalangi. Apapun yang ada di seluruh sudut dunia ini selama masih terjangkau oleh jaringan internet maka saat itu juga nilainya akan bertambah dan menjadi milik semuanya. Dengan kata lain dengan globalisasi tidak ada yang tidak bernilai, asal mampu eksis di dunia jaringan global *technoscape* internet sekarang ini.

Daftar Pustaka

- Afiyanti, Yati. (2005). "Penggunaan Literatur dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 9(1)
- Anderson, Benedict. (2008). *Imagined Communities (Komunitas-Komunitas Terbayang)*. III. Yogyakarta: INSIST & Pustaka Pelajar.
- Appadurai, Arjun, ed. (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Appadurai, Arjun. (2005). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. 7 ed. Minneapolis London: UNIVERSITY OF MINNESOTA PRESS.
- Fansuri, Hamzah. (2012). "Globalisasi, Postmodernisme Dan Tantangan Kekinian Sosiologi Indonesia." *Jurnal Sosiologi Islam* 2(1).
- Geertz, Clifford. (1973). *THE INTERPRETATION OF CULTURES*. NEW YORK: Basic Books, Inc., Publishers.
- Geertz, Clifford. (2000). "Deep play: Notes on the Balinese cockfight." dalam *Culture and Politics*. Springer.
- Kistanto, Nurdien Harry. (2015). "Tentang konsep kebudayaan." *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* 10(2).
- Pamungkas, Cahyo. (2015). "Global village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan." *Global Strategis* 9(2)
- Siswati, Endah. 2017. "Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci." *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media* 5(1)
- Toffler, Alvin. 1980. "The third wave/Alvin Toffler." *New York: Morrow*.