

TEORI SOSIAL, MEDIA, DAN POLITIK

A. TEORI-TEORI

a. Teori Masyarakat Massa

- *Masyarakat Massa Awal*

Teori Masyarakat Massa Awal (era 1930-an) merupakan periode penting dalam mengkaji media selanjutnya. Pada periode ini media kali pertama dipetakan sebagai bidang kajian dalam bidang formal atau akademis.

Teori ini memberi peningkatan pada urusan analisis efek yang memfokuskan pada stimulus dan respon dan pengaruh media, dianggap di luar pembentukan identitas dan budaya secara umum. Kajian ini melihat antara perayaan media sebagai agen pendidikan massa hingga pengutukannya terhadap pengisian audiens secara hipodermis dengan ‘propaganda’. Sebagian besar penelitian empiris dikaitkan dengan apa yang orang ‘pikirkan’ sebagai akibat dipengaruhi oleh media.

Holmes memandang masyarakat massa sebagai ekspresi teoritis serta alasan pada bagaimana media penyiaran mampu membentuk ulang hubungan sosial yang memberikan alat konseptual awal.

- *Masyarakat Massa Akhir*

Teori Masyarakat Massa Akhir (era 1950-an dan 1960-an) merupakan periode kebangkitan media penyiaran sehingga literatur mulai nampak berkaitan dengan zaman massa. Stuart Hall menyebut periode ini sebagai ‘American Dream Sociology’. Jenis sosiologi ini, diwakili oleh tulisan Daniel Bell, Seymour Lipset dan Edward Shils, mengatakan bahwa liberalisasi umum masyarakat bisa dikatakan diukur melalui partisipasi kelas pekerja dalam politik dan pertumbuhan kesejahteraan. Hal itu telah mengatasi konflik awal yang timbul dalam masyarakat sipil pada titik di mana konsensus baru telah tercapai. Di mana sumberdaya disebarkan menurut pragmatisme pluralis harmoni. Konsep ini dikenal sebagai ‘end of

ideology' yaitu masalah-masalah politik fundamental revolusi industri telah terpecahkan: pekerja telah mencapai kewarganegaraan industri dan politik; konservatif telah menerima negara makmur; dan demokratis kiri telah menyadari bahwa kenikmatan dalam kekuatan negara secara keseluruhan dibawa dengan lebih banyak resiko pada kebebasan daripada solusi terhadap masalah ekonomi.

Kebangkitan kembali era 1950-an teori masyarakat massa telah didefinisikan ulang sebagai *melting pot* evolusi demokratis. American Dream Sociology memandang media sekedar perluasan transparan lingkup masyarakat demokratis, perpanjangan sosial melalui alat lain, di mana media berfungsi pada masyarakat. Stuart Hall mengatakan bahwa dalam bentuk paling murni, pluralisme (American Dream Society) menjamin bahwa tidak ada kendala struktural atau kelas atas akan menghalangi proses penyerapan kebudayaan.

b. Teori Kritis

Teori ini berakar dari aliran ilmu-ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial Marxis. Pendekatan Marxis tertarik pada nilai-nilai yang dirundingkan dalam media, dan pengaruhnya dalam reproduksi bentuk-bentuk kesadaran yang sejalan dengan reproduksi hubungan sosial kapitalis. Teori-teori yang menjadi turunannya adalah:

- ***Marxis Awal : Kritik ideologi***

Media massa adalah perluasan demokratisasi bentuk-bentuk sosial yang dilambangkan dalam tradisi Marxis tentang kritik ideologi serta kritik kepemilikan dan kontrol sarana komunikasi tidak adil menurut pembagian kelas dalam masyarakat kapitalis.

Teori ini memandang media sebagai alat kuat untuk ideologi yang menghasilkan nilai dan struktur yang aktif dalam mempertahankan ketidakadilan kelas. Namun media juga merupakan industri dalam dirinya sendiri, industri di mana komoditas dibeli dan dijual. Ketika pasar dan inovasi mengembangkan kelangsungan komoditas menjadi kapitalisme

lanjut dan modern telah cenderung mengubah perhatiannya pada industri di mana tuntutan memiliki keterbatasan lebih sedikit, dan telah membidik kebutuhan baru bersama yang diciptakan oleh kondisi historis

Pemikir awal pada fenomena ini adalah Theodor Adorno dan Max Horkheimer, yang dalam pertengahan 1940-an, mempublikasikan kritik industri budaya: 'The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception' (1993). Menurut mereka, Industri budaya membawa semua karakteristik dari produksi kapitalis. Produknya adalah nilai estetik baku dan kosong serta merupakan produksi massa, dan mereka dikonsumsi dalam skala luas seperti bagaimana mereka diproduksi. Adorno dan Horkheimer mengatakan bahwa konsekuensi utama dari masifikasi budaya ini memiliki implikasi besar terhadap resepsi estetik. Seni dihargai tidak untuk kemampuan, khususnya untuk menyampaikan kebenaran atau kecantikan namun karena daya pasarnya.

- ***Marxis Kontemporer***

Dalam perspektif Marxis kontemporer, industri budaya adalah 'industri' di dalamnya sendiri, namun kurang penting sebagai produksi hubungan sosial 'baru' yang berasal secara eksklusif dari media massa daripada sebagai reproduksi hubungan sosial yang ada – khususnya divisi kelas, namun juga divisi gender, suku, budaya, dan ras. Pendekatan Marxis tertarik pada nilai-nilai yang dirundingkan dalam media, dan pengaruhnya dalam reproduksi bentuk-bentuk kesadaran yang sejalan dengan reproduksi hubungan sosial kapitalis.

Ketika perspektif Marxis menyerah pada argumentasi bahwa media menawarkan perluasan, melalui refleksi hubungan sosial, maka ini hanya dalam bentuk rusaknya. Dalam masyarakat kelas, cukup normal bahwa karakter hubungan sosial 'sebenarnya', kekuasaan dan ketidakadilan disalahartikan. Dalam masyarakat kelas, kesejahteraan didistribusikan di luar dari produsennya, namun lebih penting, proses ini biasanya ditutupi

sedemikian rupa. Minimal, ini adalah argumentasi ‘kesadaran palsu’ tentang Marxism ortodoks – formulasi Marxis Awal tentang konsep ideologi.

- ***False Consciousness (Kesadaran Palsu)***

Toeri ini mengasumsikan ideologi sebagai representasi rusak dan tidak akurat tentang dunia, yang dikembangkan oleh kelas pengatur dan pelayanan manajerialnya terhadap kepentingan kelas pekerja. Formulasi awal ini bertahan dalam masalah tentang Marxis dengan ‘kepemilikan dan kontrol’ penyiaran dan khususnya dalam bentuk global terkininya. Namun, teori ini dikritik secara luas karena didasarkan pada teori kebenaran korespondensi (yaitu ide-ide harus mencerminkan secara transparan dunia ‘rill’). Faktanya doktrin ‘false consciousness’ ini memiliki kontinuitas dan afinitas lebih besar bersama dengan konsepsi ideologi liberal-idealis dibandingkan teori Marxis dan kebudayaan.

- ***Fetishisme Komoditas***

Definisi dari teori ini ditemukan dalam karya akhir Marx yang menempatkan teori apa yang disebut Georg Lukacs sebagai ‘reification’. Tidak seperti ‘false consciousness’, yang dicoba Marxis untuk diterapkan pada semua jenis masyarakat kelas, teori fetishisme Marx khusus pada bentuk produksi kapitalis.

Pembahasan Marx tentang fetishisme komoditas dalam Volume I Capital adalah fakta bahwa individu menukar tenaga kerja mereka (sebagai komoditas) untuk komoditas lain yang dialami sebagai pertukaran sama dimana area keseluruhan legitimasi dinaikkan – apa yang disebut Marx ‘area bising, dimana semua terjadi pada permukaan dalam pandangan penuh setiap orang’. Marx menyatakan bahwa ‘esensi’ pertukaran komoditas sebenarnya pertukaran (abstrak) tenaga kerja, sumber nilai sosial, sedangkan individu yang menukar tenaga kerja ini hanya nampak bagi mereka sebagai hubungan konkret antara benda-benda (dalam bentuk harga). Ketika ini

mengaburkan karakter sosial buruh, realita esensial ini digantikan dengan lingkup pertukaran, yang menjadikan semuanya lebih riil: ‘Bagi produsen, sehingga, hubungan sosial antara buruh swasta nampak seperti *mereka adanya*, yakni mereka tidak nampak sebagai hubungan sosial langsung antara orang-orang dalam pekerjaan mereka, namun lebih sebagai hubungan sosial langsung antara benda-benda. Dari sini dapat dilihat bahwa ‘penampilan’ berada dalam artian ‘riil’, khususnya karena ini meyakinkan. Riil seperti mestinya, Marx mengingatkan kita bahwa ini *menyembunyikan* esensi, esensi yang menjelaskan penampilan dan esensi yang tidak terwujud pada individu.

- ***Hegemoni – Gramsci***

Dalam Hegemoni, Gramsci mempermasalahkan doktrin bahwa ideologi hanyalah ekspresi kepentingan kelas (dan begitu pula posisi ideologi individu bisa jadi ‘lebih kurang terpisah’ dari posisi ekonomisnya) jauh lebih bertentangan, dan ia melihat hubungan kelas yang berpotensi lebih rentan. Bagi Gramsci, kelas dominan tidak sekedar menyarankan ideologi untuk konsumsi kelas pekerja, namun mereka harus secara berkelanjutan berusaha untuk membatasi batasan pembentukan arti untuk menghapuskan definisi realita sosial di mana konflik dengan kemungkinan pikiran mereka – perjuangan terhadap hegemoni menang dan kalah seperti di media, namun lembaga masyarakat sosial (seperti keluarga, gereja, dan sistem pendidikan, namun juga dalam alat-alat lebih koersif: pengadilan, polisi, militer, dan lain lain).

- ***Apparatus of Ideology – Althusser***

Marxis Prancis Louis Althusser mengembangkan hubungan sangat kuat antara ideologi dan kekuasaan negara. Althusser mengatakan bahwa ideologi, dan apa yang ia sebut ‘alat negara ideologi’, telah menjadi jauh lebih penting di abad duapuluh dibandingkan alat-alat negara represif dan koersif abad sembilan belas. Perubahan ini harus dilekatkan pada tambahan

penting yang dibentuk Althusser pada alat negara, yang merupakan alat penyiaran. Menariknya, ini tidak sekedar alat komunikasi yang penting di sini, namun juga struktur proses ideologi yang terjadi dalam semua latar kekuasaan kelembagaan – agama, pendidikan, politik dan tempat kerja. Bagi Althusser, pertumbuhan lembaga penyiaran elektronik (khususnya penyiaran visual) hanyalah menggabungkan integrasi konsensus individu yang terjadi dalam struktur daripada isi ideologi.

Selanjutnya, keberangkatan radikal Althusser dalam memikirkan tentang hakikat ideologi dari konsep Marxist dan liberal. Inovasinya melibatkan pencarian konsep apa yang dimaksudkan sebagai individu dalam proses komunikasi, inovasi yang telah diulang semenjak dalam analisa apa yang disebut ‘post-structuralism’.

- ***Struktur Penyiaran – Althusser***

Ideologi tidak ditemukan dalam isi pesan, atau diadopsi dalam kesadaran individu; namun tidak lebih sekedar mekanisme dimana individu mengalami *selfhood*- sebagai otonom yang mengetahui subyek dalam dunia yang mengetahui subyek.

Bagi Althusser, tidak ada hal seperti individu ‘yang diberkati’ dengan pengalaman riil; namun, ide individualitas diciptakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Dalam proses ini individu dibentuk hanya memperkuat dalam zaman ‘media massa’.

Bagi Althusser, individu (subyek) tidak pernah esensial namun dibentuk (‘efek’ ideologi). Inti teori ini adalah pembedaannya antara individu dan subyek. Proposisi utamanya adalah ‘kategori subyek hanyalah pembentuk dari semua ideologi senyampang ideologi memiliki fungsi (yang menjelaskannya) ‘pembentuk’ individu konkret sebagai subyek’. Dengan kata lain, Althusser tidak menolak eksistensi ‘kepribadian’ individu; ‘kepribadian’ hanyalah mungkin di dalam dan melalui proses komunikasi. Mekanisme yang terjadi menurutnya ‘interpelasi’, di mana ia mengatakan

bahwa ‘semua ideologi menyambut atau meminta individu konkret sebagai subyek konkret’.

Teori Althusser mewakili sesuatu dari goyangan paradigma untuk kajian media penyiaran dan nilai sosialnya. Dalam menyatakan hal itu, *pertama*, ideologi tidak sekedar momen signifikasi namun kondisi di mana memungkinkan untuk bertidak sebagai subyek sadar-diri. *Kedua*, struktur interpelasi yang menunjukkan struktur specular dan terpusat adalah situs ideologi paling penting, media penyiaran menjadi alat negara sangat penting. Teori Althusser menyatakan ideologi – apa yang ia sebut ideologi secara umum – bisa dianggap struktur penyiaran daripada sekedar isi. Ideologi sebagai isi ia sebut dengan ideologi secara khusus. Bagi Althusser, ideologi khusus bisa berubah namun ideologi secara umum adalah struktur abadi.

c. Teori Pertunjukan

Teori ini menyatakan sistem citraan mengubah keseharian menjadi karnaval hiper-riil dari monumen totemik dimana ‘massa’ mencapai kongregasi. Dalam memahami nilai yang dilekatkan pada citraan dalam beragam teori pertunjukan, penting untuk menyatakan fakta bahwa ‘citraan’ mendapatkan kekuasaannya secara eksklusif dari media penyiaran. Citraan adalah fungsi media di mana ada konsentrasi perhatian banyak orang pada peristiwa atau representasi monumental tertentu. Ketika representasi tersebut diulang berkali-kali – ketika citraan menjadi ikon – citraan mampu mengambil bentuk kehidupannya sendiri – di mana benda-benda yang diacu menjadi sekunder. Memang referensi bisa menghilang bersama.

• *Teori Pertunjukan Guy Debord*

Dalam teks yang bertajuk *The Society of the Spectacle* (1977), Debord mengambil perspektif ‘situationis’ pada media penyiaran. Argumentasi Debord adalah budaya kapitalis menghadirkan dirinya sendiri sebagai pengelompokan besar dari pertunjukan. Namun pertunjukan baginya tidak sekedar ‘koleksi citraan, namun hubungan sosial diantara orang-orang,

dimediasi oleh citraan'. Pertunjukan bahkan mendorong dirinya sendiri sebagai agen unifikasi masyarakat secara keseluruhan. Ini adalah domain masyarakat yang 'memfokuskan semua penglihatan dan kesadaran'.

Bagi Debord, media modern, dimana ia menentang istilah 'media massa' adalah 'manifestasi dangkal', adalah agen kekuatan politik dan urbanisasi. Mereka mengamankan kepuasan populasi pada ketidakadilan dan hirarki. Pada waktu bersamaan, pertunjukan adalah agen praktis untuk unifikasi ganda dan pemisahan individu di sekitar prinsip konsumsi pribadi.

- ***Teori Pertunjukan Daniel Boorstin***

Boorstin memandang televisi dan sinema sebagai perluasan *de-naturing* dan *de-realization* masyarakat modern yang disebabkan oleh manajemen elektronik lingkungan. Di masyarakat modern, perbedaan kelas sosial, masa dan musim, telah dikaburkan seperti sebelumnya tidak pernah terjadi. Perbedaan antara di sini dan di sana melebur. Dengan film dan televisi, sekarang menjadi kemarin; dan kita bisa di manapun, sedangkan kita masih di sini. Faktanya lebih mudah untuk berada di sana (katakan di ruang konvensi politik nasional) ketika kita disini (di rumah atau di ruang hotel kita daripada di layar televisi) dibandingkan kita di sana.

Bagi Boorstin, teknologi penyiaran adalah budak apa yang dideskripsikan sebagai 'homogenisasi pengalaman', dimana perbedaan antara individu ditindih ketimbang diungkapkan – meninggalkan individualisme itu sendiri sebagai pengingat. Konsekuensi dari klaim Boorstin adalah, di zaman citraan, opini publik tidak lagi mampu disurvei atau disensus. Poling itu sendiri, gerak positivis penelitian, tidak dapat mencakup fakta bahwa ini menghadapi realita anti-positivis.

- ***Teori Pertunjukan Michel Foucault***

Michel Foucault tentang pertunjukan dan penyiksaan publik di Eropa abad delapan belas. JB Thompson memberikan penjelasan bagus tentang ini dalam menggambarkan pembentukan bentuk-bentuk kekuasaan modern.

Menurutnya, masyarakat zaman kuno dan rezim kuno adalah masyarakat pertunjukan: pelaksanaan kekuasaan dihubungkan dengan manifestasi publik kekuatan dan kewenangan pemerintah. Ini adalah rezim kekuasaan di mana sedikit yang bisa dilihat oleh banyak orang, dan kejelasan dari yang sedikit digunakan sebagai alat menjalankan kekuasaan terhadap banyak orang – semisal, eksekusi publik pasar menjadi tontonan dimana kekuasaan pemerintah mengambil dendam, menekankan kembali kejayaan raja melalui kerusakan subyek pembangkang.

Thompson menyatakan bahwa karya Foucault instruktif untuk teori media, kecil dalam dukungannya tentang analisis diskursus daripada menunjukkan bagaimana bentuk-bentuk kekuasaan spektakular lama menjadi terwujud dalam kehidupan kelembagaan secara teratur, memasukkan rezim pemantauan dan disiplin dengan cara memaksa.

d. Teori Simulacra – Jean Baudrillard

Baudrillard menyatakan bahwa kenaikan budaya citraan menimbulkan krisis dalam representasi itu sendiri. Dalam masyarakat media, proses signifikasi tidak lagi didukung oleh metafisika kehadiran atau janji pemulihan nilai asli, otentik, atau istimewa.

Pemudaran ontologi oleh citraan terletak pada apa yang dilihat Baudrillard sebagai kekuasaan ‘simulacra’. Istilah ini mengacu pada bagaimana apa yang kita konsumsi dari media menjadi lebih nyata dari apa yang sebenarnya diacukan. Baudrillard membawa kita melalui empat fase representasi citraan.

Fase pertama mudah dikenali dalam kode jurnalis saat ini, dengan konvensi dan kerangka obyektivitas dangkal, bias dan netralitas, memegang prospek korespondensi antara realita dan representasi yang dihasilkan. *Fase kedua* juga dikenal dalam beragam pemahaman ideologi yang dibahas di atas bahwa representasi adalah distorsi kondisi riil. *Fase ketiga* kemungkinan paling sulit untuk dipahami. Di sini, Baudrillard menyatakan bahwa representasi obyektif riil muskil, karena acuan sudah merupakan realita simulasi. Sehingga, representasi tidak menyembunyikan ‘kebenaran’ namun fakta bahwa tidak ada

‘kebenaran’. Contoh paling terkenal kemungkinan klaimnya bahwa fungsi taman tema seperti Disneyland adalah mendorong kita berpikir bahwa seluruh masyarakat terkadang ‘riil’. Sedangkan bagi Baudrillard seluruh dunia saat ini menjadi taman tema raksasa. *Fase keempat* menandai akhir realita sosial itu sendiri sebagai acuan yang ada. Ini mudah dipahami. Koneksi pada acuan dapat menjadi menghilang bersama (sesuatu yang dinyatakan oleh kemunculan banyak genre menarik seperti ‘reality TV’). Apa yang disajikan di TV dianggap lebih signifikan daripada bentuk pengalaman lain. Pada saat yang sama, televisi itu sendiri dapat ditemukan mengkoloni kehidupan publik kita di manapun kita memalingkan, di pub, mal perbelanjaan, deli, laundromat, bandara, stasiun kereta, toko hardware dan lokal. Memang, menurut Baudrillard, dua artian layar menjadi riil (layar mengkoloni riil, dan riil hanyalah ‘riil’ jika ini ada di layar) artinya bahwa citraan mulai mengacu pada satu sama lain daripada dunia ‘riil’.

e. **Teori Media**

Joshua Meyrowitz menyebut teori paling akhir yang patut diperhatikan adalah teori media. Sebagian besar perhatian ini diarahkan pada sosok McLuhan sebagai nabi baru dari zaman media kedua, namun banyak yang tertarik dalam afirmasi bahwa ini penting untuk memperhatikan media komunikasi.

• ***Teori Media Marshall Mc Luhan***

Karya McLuhan didasarkan pada pemahaman historis gelombang komunikasi selanjutnya dari cetak ke elektronik. Banyak aforisme pada media, meliputi ‘global village’ dan ‘medium is the message’, telah menjadi terserap ke dalam budaya populer, meski tidak dipahami dalam sistem pikiran McLuhan sendiri.

Kontribusi utama McLuhan pada teori komunikasi adalah penjelasan multi-dimensi ‘media’ komunikasi – cara melihat hubungan sosial yang dibentuk secara teknologi, dimana masing-masing memiliki realita atau ontologi berbeda. Pendekatan ini sangat berbeda dari tesis industri budaya, teori

ideologi, atau simulacra Baudrillard, masing-masing mengartikan homogenisasi dasar mereka yang terbenam dalam media.

Argumentasi McLuhan adalah teknologi media membawa kekhususan temporan dan spasial berbeda yang menghubungkan kerangka persepsi yang pasti. Seperti dinyatakan James Carey (1972), bahwa eksploitasi teknologi komunikasi tertentu memperbaiki hubungan sensori dalam anggota-anggota masyarakat. Dengan memperbaiki hubungan tersebut, ini menentukan pandangan dunia masyarakat; yakni, merinci cara mengelola pengalaman berbeda. Sehingga ini menentukan bentuk pengetahuan, struktur persepsi, dan peralatan sensori yang dibakukan untuk menyerap realita.

Namun, menurut riwayatnya ia mengatakan satu atau lebih kerangka ini mulai mendominasi persepsi kebudayaan secara keseluruhan. Sehingga, ia membedakan antara budaya dasar cetak dan budaya perluasan secara elektronik. Dalam budaya cetak, klaim McLuhan dalam *Understanding Media* (dipublikasikan di 1964), persepsi kita tentang dunia cenderung dilingkupi oleh literatur dan buku, yang menjadi analog pengondisian pengalaman lain.

Pembedan primer McLuhan yang relevan di sini adalah antara media 'hot' dan 'cool'. Media panas seperti radio dan sinema mensirkulasi banyak informasi, membombardir pemirsa atau pendengar. Relatif sedikit diperlukan untuk menafsirkannya. Media dingin mengasumsikan interaksi. Asumsi McLuhan adalah dalam media panas, ada terlalu banyak informasi, dan sedikit perlunya interaktivitas, karena partisipan 'aktif' atau tanpa partisipasi sama sekali. Kemudian dalam *Understanding Media*, McLuhan mulai mendeskripsikan akhir media mekanis seperti cetak dalam menuju teknologi 'otomatisasi' seperti radio dan televisi sebagai bagian dari apa yang ia sebut transformasi 'cybernation' masyarakat modern. Ini adalah kelangsungan elektronik radio dan TV yang memadukan hegemoni media massa terhadap teknologi reproduksi mekanis lama.

Hal yang paling kontroversial diantara teori-teori McLuhan adalah penekanan akhirnya pada argumentasi perluasan manusia-teknis dimana

definisi apa yang membentuk media dikembangkan secara drastis. Dalam perubahan dari ‘media adalah pesan’ ke ‘media adalah zaman massa’. McLuhan memandang segala sesuatu yang bisa meningkatkan rasa tubuh dan kemampuan biologis (psiko atau fisik) ketika mendapatkan status media. ‘Roda adalah perluasan dari kaki, buku adalah perluasan mata, pakaian perluasan kulit, rangkaian listrik perluasan sistem saraf pusat’. Ada banyak masalah terkait CIT (teknologi komunikasi dan informasi) kembali pada badan dalam esensialisme corporeal. McLuhan secara paradoks memungkinkan kita untuk memahami perkembangan terbaru dalam konvergensi CIT dengan teknologi transportasi dan arsitektural dimana ini paling bermanfaat.

- ***Teori Media Harold Innis***

Harold Innis menyajikan teori media yang mungkin lebih bersahabat bagi pengguna teori penyiaran. Innis membuat perbedaan besar antara dua jenis ‘kekaisaran’ komunikasi. *Pertama*, terkait pada pers cetak dan komunikasi elektronik, hasil dalam dominasi spasial (bangsa dan populasi) – apa yang ia sebut ‘space bias’. *Kedua* ‘time bias’, didasarkan pada budaya oral dan dunia terpisah manuskrip, mewedahi memori dan kontinuitas. Bagi Innis, tradisi oral perlu diperbarui. Penyiaran menjadi bagian kekaisaran ruang ini telah mulai menata hubungan kekuasaan yang ada.

Innis memandang dialektika berulang dalam sejarah di mana satu media menandakan keutamaan dalam masyarakat, diikuti oleh usaha untuk melampaui kekuatan sosial yang terkumpul di sekitar kontrol media tersebut. Masing-masing bentuk komunikasi baru dihubungkan dengan pemisahan individu dan seluruh bentuk kehidupan dari ikatan tradisional mereka di lingkungan dan tempat serta memindahkan mereka dalam bentuk pengaruh yang lebih luas dan tersebar. Dengan modernitas, proses kolokasi diri dalam banyak ruang, identitas, dan pengaruh menguat; biro manusia itu sendiri terdorong secara progresif dari lokal dan terbentuk ulang dalam pengembangan kemungkinan modern.

- ***Teori Media Joshua Meyrowits***

Karya utama Meyrowitz "No Sense of Place" (1985) adalah volume yang diasumsikan secara cermat yang berusaha untuk melanjutkan tradisi yang dimulai oleh McLuhan dan Innis. Bagi Meyrowitz, media elektronik memetakan kembali 'nuansa tempat' dan kondisi-kondisi spasial, politik, dan sosial dari suasana tempat ini. Mereka melakukan ini dengan kontekstualitas silang dan bagaimana mereka dapat membawa bersama secara asimetris kelompok sangat berbeda yang terpisah dalam fokus kultural, dalam ruang, dan mungkin dalam waktu. Media, khususnya media elektronik, memungkinkan hubungan rumpang antara ruang konkret dan suasana tempat. Dengan melemahkan 'asosiasi tradisional antara latar fisik dan situasi sosial' batasan pelekatan berada dalam satu tempat pada satu waktu menghilang. Nilai analisis ini adalah dalam mengantisipasi apa yang telah dikaitkan pada 'cyberspace', mobilitas yang disediakan bagi konsumen internet, menunjukkan aspek-aspek 'virtual' dari penyiaran.

B. TEORI YANG RELEVAN DENGAN MEDIA DI INDONESIA

Teori Kritis (Marxis Awal) : Kritik Ideologi

Bisa dikatakan bahwa media di Indonesia hanya dikuasai oleh segelintir orang saja. Sebut saja Hary Tanoesoedibjo pemilik group MNC yang membawahi RCTI, TPI, Global TV serta sederet media cetak dan radio, keluarga Bakrie yang membawahi ANTV dan TV-One, Chairul Tanjung yang membidani Trans TV dan Trans7, serta keluarga Suriaatmadja yang sukses dengan SCTV (dan kemungkinan besar juga Indosiar). Di tangan merekalah jagad hiburan dan informasi ditentukan melalui media-media yang dimilikinya. Kapitalis media menjadi kelas yang mendominasi khlayak (kelas yang didominasi)

Kondisi di atas adalah kondisi yang tak terbantahkan dalam perusahaan media yang beroperasi di abad pasar bebas ini. Profesionalisme media dihadapkan pada pilihan antara informasi dan bisnis, antara idealisme dan komersialisme, antara kepentingan publik dan kepentingan kapitalistik. Bill Kovach dan Tom

Rosentiel (2003: 32) mengatakan bahwa munculnya konglomerasi ini dan pemikiran di balik perlunya sinergi dalam perusahaan-perusahaan komunikasi memunculkan prospek lain.

Realitas ini bisa dilihat dalam perkembangan industri media Indonesia, terutama pertelevisian. Saat ini terdapat 11 stasiun televisi yang beroperasi secara nasional dengan jumlah penonton kurang lebih 200 juta orang. Suatu jumlah penonton yang menggiurkan pemilik modal. Fakta ini tentu saja belum termasuk televisi lokal.

Menjamurnya stasiun televisi ini menambah persaingan bisnis di sektor industri media. Korporasi ini akan bersaing dalam menyajikan program yang dianggap menarik minat penonton. Maka *rating* masih menjadi satu-satunya barometer untuk mengukur minat penonton terhadap program televisi. Karena peringkat *rating*-lah yang menentukan pendapatan sebuah industri televisi. Tak heran bila televisi bertumpu pada *rating*, dan *rating* bertumpu pada kehendak masyarakat. Apabila jumlah masyarakat yang menginginkan perubahan terlihat signifikan jumlahnya, niscaya pola programing televisi akan berubah.

Komisaris Trans TV Ishadi SK menyebutkan bahwa ketika sebuah tayangan mempunyai *rating* yang tinggi, beberapa stasiun televisi lainnya *rame-rame* membuat tayangan yang sama. Dalam hal ini, tidak ada lagi pemikiran untuk menjaga "kode etik", estetika, maupun nilai moral. Yang penting hanyalah memperoleh *rating* yang tinggi, memenangkan persaingan, mendapatkan penonton yang paling banyak, menjual iklan lebih banyak dan benefit yang tinggi untuk membayar ongkos investasi. Artinya, bagaimana strategi industri media untuk bisa eksis dan bertahan hidup.

Dalam teori kritis, khususnya kritik ideologi, media seperti ini dipandang sebagai alat kuat untuk ideologi yang menghasilkan nilai dan struktur yang aktif dalam mempertahankan ketidakadilan kelas. Para kapitalisme media tidak hanya puas dengan satu jenis industri media, tapi juga melebarkan sayapnya dengan menciptakan industri media lain. Misalnya, perusahaan MNC tidak hanya puas dengan stasiun televisi RCTI, TPI, Global TV, Radio Trijaya FM. Belakangan korporasi ini memiliki koran Seputar Indonesia, tabloid Genie dan tabloid Mom &

Kiddy. Metro TV juga tidak hanya bergerak di dunia pertelevisian saja, tetapi sebelumnya stasiun ini telah lebih dulu memproduksi koran Media Indonesia. Demikian pula dengan Perusahaan Trans Corporation, yang tidak hanya puas dengan Trans TV saja tetapi cengkraman tangannya mampu menaklukkan TV7 sebelum akhirnya menjadi Trans 7. Seolah tak mau kalah, keluarga Bakrie juga telah berhasil membidik Lativi sebelum akhirnya menjadi TV One. Terakhir, beberapa media juga mengabarkan ketertarikan SCTV untuk mengakuisisi Indosiar.

Di sinilah kemudian industri media menjadi industri dalam dirinya sendiri, industri di mana komoditas dibeli dan dijual. Industri media (budaya) membawa semua karakteristik dari produksi kapitalis. Produknya adalah nilai estetika baku dan kosong serta merupakan produksi massa, dan mereka dikonsumsi dalam skala luas seperti bagaimana mereka diproduksi. Seni dihargai tidak untuk kemampuan, khususnya untuk menyampaikan kebenaran atau kecantikan namun karena daya pasarnya. Hal ini membuat program-program yang ditawarkan media tidak memiliki ruh. Lebih dari itu, program-program media menjadi tidak beragam, tapi cenderung seragam. Program-program di hampir semua stasiun televisi sebagian besar sama. Bahkan apa yang telah ditampilkan dalam televisi RCTI misalnya, beberapa bulan kemudian tayang di TPI atau Global TV. Berita-berita yang tayang di televisi juga bisa diakses di tabloid atau koran milik mereka.

Khalayak (sebagai kelas yang didominasi) pada gilirannya menjadi sebuah komoditas yang diperjualbelikan. Industri media bersaing untuk memperebutkan khalayak (pasar). Realitas ini bisa dilihat dari bagaimana media menggunakan *rating* sebagai alat ukur dalam melihat pasar. Semakin tinggi *rating* sebuah program maka semakin tinggi pula *share* yang mereka dapatkan. Khalayak (pasar) sebagai komoditas yang bisa diperjualbelikan kepada perusahaan iklan. Pada titik ini, industri budaya tidak lagi memikirkan bagaimana menyampaikan pesan dengan benar dan memiliki estetika atau nilai yang tinggi di masyarakat, tetapi sebaliknya, bagaimana produk-produk (yang berupa program atau rubrik) mereka laku di pasaran. Pada gilirannya, produk-produk tersebut hadir tanpa ruh. Masyarakat sebagai kelas yang didominasi hanya mampu mengonsumsi

informasi (produk) yang diproduksi kelas kapitalis. Khalayak hanya diberi kesempatan untuk menyatakan suka atau tidak suka, seperti apa produk kesukaan mereka, selanjutnya produk tersebut dilempar kembali kepada mereka.

Wacana Penahanan Bibit-Chandra sebagai Agenda

Sebagai salah satu pilar demokrasi, media di Indonesia memiliki peran signifikan, terutama terkait dengan masalah politik. Apa yang menjadi perbincangan di media, secara serentak menjadi perbincangan publik. Perseteruan dua pimpinan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) non-aktif, Bibit Samad dan Chandra M. Hamzah dengan pihak Kepolisian adalah salah satu contoh bagaimana sebuah agenda media menjadi agenda pula dalam ranah publik.

Bibit dan Chandra ditahan pihak Kepolisian karena dianggap terlibat pemerasan terhadap buronan koruptor Anggoro Widjojo, Direktur PT Masaro. Sebaliknya, KPK mensinyalir adanya upaya kriminalisasi terhadap Bibit dan Chandra. Tak pelak, hampir seluruh media nasional, baik cetak maupun elektronik *memblow-up* peristiwa tersebut.

Wacana cicak dan buaya – yang sebelumnya diwacanakan oknum Kepolisian – tiba-tiba menjadi wacana publik ketika TV One gencar memberitakan peristiwa tersebut dengan segmen atau rubrik khusus “Cicak Vs Buaya”. Simbol cicak dan buaya seolah memberikan membenaran bahwa pihak Bibit dan Chandra sebagai pihak yang ditindas (yang disimbulkan sebagai cicak), sedangkan pihak Kepolisian sebagai pihak yang menindas (disimbulkan sebagai buaya). Penonjolan peristiwa ini tidak saja melahirkan perbincangan hangat di masyarakat tetapi juga melahirkan aksi-aksi seperti aksi demonstrasi yang mengatasnamakan pendukung Bibit dan Chandra, aksi gerakan sejuta *facebookers* mendukung KPK, aksi mogok makan menuntut pembebasan Bibit dan Chandra, dan lain sebagainya.

Peristiwa-peristiwa tersebut kemudian diangkat kembali oleh media. Misalnya, berita yang diangkat Liputan 6 SCTV (2/11/2009) dengan judul “Berbagi Aksi Mendukung Bibit dan Chandra”. Dalam berita tersebut, SCTV

‘memborbardir’ berita-berita yang berkaitan dengan konflik KPK dan Kepolisian, tentu saja dengan Bibit-Chandra diposisikan sebagai pemeran protagonis dan pihak kepolisian sebagai pemeran antagonis. Misalnya, sejumlah mahasiswa di Bandung menuntut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyelamatkan KPK dengan membebaskan Bibit dan Chandra. SCTV juga menayangkan aksi protes penahanan Bibit dan Chandra yang dilakukan mahasiswa Magelang, Jawa Tengah. Tidak hanya itu, SCTV juga menayangkan aksi pengumpulan tanda tangan yang dilakukan sejumlah mahasiswa Medan, Sumatra Utara dengan anggota DPRD dan warga setempat.

Selain itu, tiga stasiun televisi yaitu Indosiar, Metrotv, dan TV One – setelah sebelumnya “konsisten” memberitakan perseteruan antara KPK dan Kepolisian itu – bahkan menyiarkan secara *live* sidang di Mahkamah Konstitusi dengan agenda mendengarkan rekaman pembicaraan telepon Anggoro Widjojo dengan Antasari Azhar pada Selasa (3/10/2009). Ormas dan tokoh berpengaruh pun dihadirkan untuk memberikan pembenaran pada berita tersebut. Sejumlah media nasional memberitakan peristiwa tersebut dengan judul “Kiai NU dukung KPK”, “Gus Dur Ikut Jamin Bibit dan Chandra”, “Erry Riyana Ikut Turun ke Bundaran HI Dukung Bibit dan Chandra”, dan lain sebagainya.

Dalam **teori agenda setting**, media memang tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikirkan, tetapi media benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Sejumlah aksi mendukung Bibit dan Chandra misalnya, memperlihatkan bahwa media tidak saja berhasil memberitahu khalayak, tetapi melalui agendanya, media telah berhasil mempengaruhi khalayak sehingga mengikuti agenda yang telah disusunnya. Masyarakat seolah digiring untuk melakukan aksi-aksi demonstrasi, mogok makan, ataupun berebut menjadi jaminan atas penahanan Bibit dan Chandra. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah berhasil dipengaruhi media.

Asumsi teori agenda setting – yang diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw – menyebutkan bahwa media mempunyai kemampuan untuk

menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung. Dengan kata lain, agenda media akan menjadi agenda publik/masyarakat.

Lihatlah bagaimana media menyeleksi berita-berita yang dianggap penting dan tidak penting. Bagaimana media menempatkan perseteruan Bibit-Chandra dengan Kepolisian sebagai berita yang sangat penting dan menyisihkan berita lainnya. Bahkan, berita seperti kasus Bank Century dan perekrutan menteri-mentri oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono tersisih oleh berita perseteruan antara Chandra-Bibit, setelah sebelumnya menghiasi media-media nasional. Artinya, media tidak sekedar memberitakan tetapi juga menonjolkan dan *memblow-up* berita yang dianggap penting. Pada gilirannya, media memberi penilaian pada suatu berita, siapa kawan dan siapa lawan.

Statemen "Cicak Vs Buaya" dan penayangan aksi-aksi dukungan kepada Chandra-Bibit adalah wujud dari penilaian media terhadap isu/ berita. Pendek kata media ingin menunjukkan bahwa posisi Bibit dan Chandra sebagai pihak yang benar sehingga pantas untuk didukung, sedangkan Kepolisian sebagai pihak yang salah sehingga pantas untuk mendapat cacian dan makian dari masyarakat.