

**MEDIA MASSA, KHALAYAK MEDIA, *THE AUDIENCE THEORY*,
EFEK ISI MEDIA DAN FENOMENA DISKURSIF
(Sebuah Tinjauan dengan Kasus pada Surat kabar Rakyat Merdeka)**

Hasyim Ali Imran

Peneliti Madya Bidang Studi Komunikasi dan Media pada BPPKI Jakarta Balitbang SDM Kemkominfo
Jalan Pegangsaan Timur No. 19 B Jakarta Pusat
(Naskah diterima 10 April 2012, disetujui terbit 30 Mei 2012)

ABSTRACT

Regarding polarization of Media relationship phenomenon with the audience, this paper focuses on: 1) Relationship Media and Audience with the Audience Theory, 2) Audience component and Effect result from Media Content 3) The Discursive Phenomenon on Rakyat Merdeka newspaper. The analysis refers to relevant theories to mass media relationship with the audience, and use data pertaining discursive rubric of DPRM Rakyat Merdeka newspaper. The results show, the first issue, theory perspective has showed improvement. Theoretical study started from the Needle hypodermic model, followed by Two-Step Flow ones, Uses & Gratifications and the last in a format Reception Theory. The second issue, the overview demonstrates three formats: according to the observer's perspective; according to theoreticians with positivistic paradigm, according to critical theorists. The third issue, the results of the discussion indicates that the Rakyat Merdeka newspaper facilitate every individual of citizens to participate actively in the discourse through DPRM rubric. Therefore, a worry of the emergence of disfunctionalization of newspapers as public space facilitating public discourse when it grows into a commercial as expressed in the perspective of Critical Political Economy is irrelevant.

Keywords: *Mass Media, Audience, the Audience Theory, Effect, Discursive*

ABSTRAK

Berkaitan dengan polarisasi fenomena hubungan media massa dengan khalayak, paper ini memfokuskan telaahnya pada: 1) Keterkaitan Media dan Khalayak dengan *The Audience Theory*; 2) Komponen Audience dan Efek yang Ditimbulkan Isi Media; 3) Fenomena Diskursif dalam Surat kabar dengan kasus pada Harian Rakyat Merdeka. Telaahnya dilakukan dengan mengacu pada teori-teori yang relevan dengan masalah hubungan media massa dengan khalayak serta menggunakan data riset menyangkut praktik diskursif pada rubrik DPRM Harian Rakyat Merdeka. Hasilnya menunjukkan, menyangkut persoalan *pertama*, dalam perspektif teoritis ternyata telah memperlihatkan perkembangan. Telaah teoritik bermula diwujudkan dalam bentuk *The Hypodermic Needle Model*, kemudian disusul model *Two-Step Flow, Uses & Gratifications* dan terakhir dalam format *Reception Theory*. Persoalan *kedua*, hasil pembahasan memperlihatkan ada tiga format: menurut perspektif pengamat; menurut teoritis berparadigma positivistik, dan menurut teoritis berparadigma kritikal. Persoalan *ketiga*, hasil pembahasan mengindikasikan bahwa Harian Rakyat Merdeka yang cenderung mengalami kemajuan pesat secara ekonomi itu justru semakin memfasilitasi individu warga untuk berpartisipasi aktif dalam diskursif melalui rubrik DPRM. Fenomena ini karenanya menjadi tidak relevan dengan kekhawatiran akan munculnya disfungsi disfungsi surat kabar sebagai *public space* yang memfasilitasi terwujudnya *public discourse* ketika tumbuh menjadi komersil, sebagaimana tercetus dalam perspektif Ekonomi Politik Kritis.

Kata-kata kunci : *Media Massa, Khalayak, The Audience Theory, Efek, Diskursif*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai basis masyarakat (*the basis of society*) (De Fleur dan Rokeach 1982, 117; Rivers, Jensen dan Peterson 2003, 33), dalam kenyataan proses komunikasi antarmanusia itu terjadi dalam beberapa konteks atau level (Lihat, Infante, Rancer dan Womack 1990, 124-127; Littlejohn 2005, 11. Satu di antara level dan termasuk yang paling kompleks (lihat, De Fleur & Rokeach 1982, 8), sehubungan dalam prosesnya tercakup banyak aspek interpersonal, kelompok, publik dan komunikasi organisasi, yaitu level *mass* (massa).

Dalam aplikasinya, berlangsungnya komunikasi dalam konteks massa tersebut dilakukan dengan atau tanpa media. Namun, seperti dikatakan Littlejohn, biasanya ini dilakukan dengan memanfaatkan media. Terkait dengan pemanfaatannya, maka ada yang melalui media elektronik (televisi, radio), cetak (press, misal surat kabar, majalah) dan belakangan ada yang melalui media *on line*.

Komunikasi dalam konteks massa, atau lazim dikenal dengan komunikasi massa, telah banyak didefinisikan akademisi. Diantaranya dikemukakan Bittner, bahwa komunikasi massa yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*) (dalam Rakhmat 1985, 176). Definisi ini menyiratkan makna bahwa komunikasi massa pada hakikatnya adalah sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi media massa kepada khalayak luas yang anonim. Littlejohn menyebut proses komunikasi yang demikian dengan konsep *media encoding*, yaitu proses di mana organisasi media memediakan pesannya kepada khalayak.

Terdapat sejumlah tujuan organisasi media dalam proses penyelenggaraan komunikasi massa tadi. Dalam kaitan media massa cetak misalnya, maka tujuan itu, berdasarkan identifikasi Cooley (1909) terhadap media massa pada bentuk-bentuk awal seperti surat kabar, majalah dan buku (dalam, De Fleur & Rokeach 1982, 9), secara umum yaitu berupa usaha pengikisan hambatan isolasi di antara penduduk di dunia dan menghasilkan perubahan penting dalam organisasi dan fungsi masyarakat. Jadi, ini mengindikasikan bahwa ada dua tujuan organisasi media dalam berkomunikasi dengan khalayaknya, pertama dalam rangka membuka isolasi komunikasi antar penduduk dunia dan kedua untuk perubahan penting dalam organisasi dan fungsi masyarakat. Perubahan dimaksud, sebagaimana dikatakan Cooley (dalam De Fleur & Rokeach 1982, 9) terkait dengan kehidupan dalam bidang, "...commerce, in politics, in education, even in mere sociability and gossip ..".

Di sisi lain, pernyataan Cooley itu menegaskan, bahwa meskipun pada saat itu media massa masih terbatas pada media cetak, namun proses komunikasi massa melalui media tersebut sudah menunjukkan implikasi sosialnya yang begitu luas dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks yang sama, ini berarti dapat pula diasumsikan, bahwa ragam media yang tercipta berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, pada hakikatnya keragaman itu hanya berfungsi sebagai perluasan fasilitasi saja bagi munculnya implikasi-implikasi sebagaimana dimiliki media cetak pada awal kemunculannya tadi.

Terkait khusus dengan komunikasi massa melalui media cetak surat kabar, terutama dalam hubungannya dengan tujuan seperti terlihat dari implikasi yang digambarkan Cooley sebelumnya, berdasarkan aplikasinya, maka tujuan komunikasi massa itu berindikasi lebih banyak difokuskan pada soal-soal implikasi komersial, politik, pendidikan dan termasuk menyangkut gosip. Namun demikian, dalam operasionalisasinya, bagaimana kualifikasi organisasi media berkomunikasi dengan khalayak dalam konteks penciptaan sejumlah implikasi tadi, maka menurut teori normatif (lihat, Mc Quail, 1994) itu berkaitan dengan iklim politik di mana pers itu beroperasi. Jika beroperasi dalam sistem pers libertarian maka penciptaan implikasi-implikasi tadi secara relatif cenderung sepenuhnya tergantung pada masing-masing organisasi media. Sementara, bila beroperasi dalam sistem pers authoritarian maka implikasi-implikasi tersebut cenderung tergantung pada penguasa.

Meskipun dalam operasionalisasinya organisasi media menurut teori normatif tadi tergantung pada iklim politik domisilinya, namun komponen-komponen sistem dalam operasionalisasi bekerjanya organisasi media dalam upaya penciptaan berbagai implikasi sosial, maka mengacu pada pandangan bahwa media massa sebagai sistem sosial (De Fleur & Rokeach 1982), itu cenderung memiliki jumlah yang konstan dalam suatu totalitas sistem yang saling berketergantungan. Komponen-komponen ini terdiri dari : *audiences, research organizations, distributors, producers and their sponsors, advertising agencies dan subsystems of control* (De Fleur & Rokeach 1982, 173-175).

Dari sejumlah komponen itu, diketahui bahwa komponen *audience* diidentifikasi sebagai salah satu komponen (baca : variabel yang mempengaruhi encoding media) utama yang sangat rumit dalam sistem sosial komunikasi massa. Kerumitan mana, berdasarkan studi bertahun-tahun para ilmuwan sosial, itu karena khalayak sifatnya yang berjenjang, berbeda-beda dan saling berkaitan melalui banyak cara. Terkait dengan ini, dijelaskan oleh De Fleur & Rokeach (1982, 174) bahwa, "Beberapa variabel utama yang berperan dalam menentukan bagaimana komponen ini beroperasi dalam sistem ini adalah kebutuhan utama dan kepentingan anggota khalayak, ragam kategori-kategori sosial yang direpresentasikan dalam khalayak, dan karakteristik hubungan sosial antara khalayak. Variabel ini menunjukkan mekanisme perilaku yang menentukan pola perhatian, penafsiran, dan respon khalayak berkaitan isi dari jenis tertentu".

Pemaparan De Fleur & Rokeach itu kiranya menjelaskan bahwa dalam kaitan komponen *audiens*, terutama dalam hubungannya dengan variabel-variabel *the major needs and interests, social categories, and the social relationships*, pihak organisasi media sangat memperhitungkannya ketika mereka melakukan proses encoding dalam upaya mengikis hambatan isolasi di antara penduduk di dunia dan menghasilkan perubahan penting dalam organisasi dan fungsi masyarakat. Representasi hasil “perhitungan” organisasi media itu sendiri, dalam terminologi jurnalistik lazimnya dapat dilihat dari bagaimana organisasi redaksi menyajikan isi medianya kepada khalayak. Dalam hubungan ini, jenis-jenis tersebut diketahui tercakup dalam tiga kategori, terdiri dari : *low-taste content* (isi yang sifatnya dapat berkontribusi terhadap penciptaan selera rendah dan perusakan moral, misalnya seperti film pornografi yang seronok, drama-drama kriminal, komik-komik kriminal atau musik sugestif); *nondebated content* (isi yang sifatnya tidak mengancam standard moralitas, misalnya laporan ramalan cuaca atau musik simpony yang tidak populer; *high-taste content* : isi media yang bersifat kritis yang disampaikan dengan “in better taste”, misalnya seperti musik serius, drama canggih, diskusi politik dan acara lain yang sifatnya sebagai lawan dari *low-taste content*. (lihat, De Fleur & Rokeach 1982, 173). Dengan pengkategorian tersebut, ini berarti bahwa dalam proses encoding secara teoritis organisasi redaksi suatu media bermain pada tiga alternatif kategori isi dimaksud.

Lebih jauh, mengenai bagaimana tiga alternatif kategori isi itu “dimainkan” dalam proses encoding, maka dalam teori *agenda setting* dijelaskan bahwa pada tahap pertama para pelaksana media itu melakukan proses *seleksi* terhadap isu-isu yang ada di lingkungannya, kemudian menyajikan isu tersebut dengan melakukan *penajaman* atau *penonjolan* pada hal-hal tertentu, dan selanjutnya khalayak menangkap isu-isu tersebut melalui proses kognitif mereka (Mc Comb dan Shaw dalam Rusadi 1996, 49). Proses ini sendiri, menurut Walter Lippman, dilakukan karena berkaitan dengan upaya media melakukan pentransferan elemen-elemen yang menonjol dalam gambaran media mengenai dunia terhadap elemen-elemen dalam gambaran di kepala kita. Upaya mana dimaksudkan agar “konsentrasi media atas beberapa subjek dan isu mengarahkan publik untuk menganggap isus-isus tersebut lebih penting ketimbang isu-isu lainnya” (http://www.Unc.Edu/courses/2000fall/jo.mc.245-001/agenda_setting.html).

Menyimak bagaimana organisasi media berhubungan melalui proses *encoding* media dengan khalayak berdasarkan penjelasan teori *agenda setting* di atas, kiranya memberikan pengertian bahwa khalayak media diasumsikan organisasi media sebagai individu pasif dalam proses komunikasi massa; dengan kepasifannya individu *public* dengan sendirinya terarahkan mengkonsumsi pada isi media tertentu yang ditonjolkan dan ditajamkan organisasi media. Pengertian ini, di sisi lain juga mencerminkan penjelasan mengenai bagaimana fenomena tentang *the relationship between audience and text* dalam keterkaitannya dengan organisasi redaksi media.

Terkait dengan polarisasi gejala menyangkut hubungan media massa dengan khalayak sebelumnya, makalah ini bertujuan untuk menelusuri lebih jauh menyangkut fenomena tersebut. Dalam kaitan ini, maka fokus persoalan yang akan ditelaah adalah menyangkut : 1) Keterkaitan Media dan Khalayak dengan *The Audience Theory*; 2) Komponen Audience dan Efek yang Ditimbulkan Isi Media; 3) Fenomena Diskursif dalam Surat kabar (Kasus Harian Rakyat Merdeka). Manfaat praktis kajian seperti ini antara lain tentunya diharapkan dapat menjadi wahana penghubung antara dunia teoritik dengan dunia realita.

PEMBAHASAN

Khalayak Media dan *The Audience Theory*

Dalam konteks hubungan sebagaimana dipaparkan barusan, para akademisi sendiri sebenarnya telah berupaya menjelaskan fenomenanya secara ilmiah. Dari hasil-hasil studi para akademisi, maka dibuatlah sejumlah model yang menjelaskan hubungan tadi. Dari model-model yang dihasilkan telah memunculkan sejumlah teori yang dikelompokkan ke dalam *the audience theory*. *Audience theory* atau teori tentang khalayak sendiri yaitu suatu teori yang mencoba menjelaskan bagaimana seorang khalayak menerima, membaca dan merespon sebuah teks. Terkait dengan ini, disebutkan bahwa para analis media telah mengembangkan beberapa model-model efek media (<http://www.mediaknowall.com/audiencegcse.html>). Model pertama yaitu *The Hypodermic Needle Model*, kemudian disusul oleh model *Two-Step Flow, Uses & Gratifications* dan *Reception Theory*.

The Hypodermic Needle Model, dibuat pada tahun 1920-an. Teori inilah yang pertama kali mencoba menjelaskan bagaimana khalayak massa “might react to mass media”. Teori ini menunjukkan bahwa, sebagai penonton, kita dimanipulasi oleh pembuat teks media itu sendiri, dan

bahwa perilaku kita dan pemikiran kita mungkin dengan mudahnya diubah oleh pembuat media. Asumsinya adalah khalayak itu pasif dan beragam jenisnya. Teori ini masih dikutip selama moral panik oleh orang tua, politisi dan kelompok penekan, dan biasa dipakai untuk untuk menjelaskan mengapa kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat tidak boleh terterpa teks media tertentu (komik pada tahun 1950, industri musik *Rap* di tahun 2000-an), karena rasa takut bahwa mereka akan menonton (membaca) adegan seks dan kekerasan dan kemudian akan mengikuti berbuat serupa esama mereka sendiri (<http://www.mediaknowall.com/audiencegcse.html>).

Model jarum suntik dengan cepat terbukti terlalu kaku bagi para peneliti media yang berusaha menjelaskan dengan lebih tepat hubungan antara khalayak dan teks. Karena media massa menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia dan TIDAK mengurangi populasi untuk massa drone tanpa berpikir, maka penjelasan yang lebih canggih pun dicari.

Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan Gaudet Hazel menganalisis proses pengambilan keputusan pemilih selama proses kampanye pemilu 1940 presiden dan mempublikasikan hasil mereka dalam makalah yang berjudul *The People Choice* (Pilihan Rakyat). Temuan mereka menunjukkan bahwa informasi tidak mengalir langsung dari teks ke dalam pikiran penonton tanpa adanya mediasi, tetapi difilter melalui para pemimpin opini atau *opinion leader* yang kemudian berkomunikasi kepada rekan-rekan mereka yang kurang aktif. Kepada merekalah, para pemimpin opinion leader tersebut memiliki pengaruh. Para penonton kemudian memediasi informasi yang diterima langsung dari media dengan ide dan pemikiran yang diungkapkan oleh para pemimpin opini, jadi tidak dipengaruhi proses secara langsung, tetapi dengan aliran dua langkah. Ini mengurangi kekuatam di mata peneliti, dan sehingga mereka menyimpulkan bahwa faktor sosial juga penting bagi khalayak dalam menafsirkan teks. Ini kadang-kadang disebut sebagai *limited effects paradigm*, paradigma efek terbatas.

Selama tahun 1960-an, ketika generasi pertama tumbuh bersamaan dengan berkembangnya televisi, semakin jelaslah bagi teoritis media bahwa khalayak membuat pilihan tentang apa yang mereka lakukan ketika mengkonsumsi teks. Jauh dari sekedar menjadi khalayak pasif, khalayak yang terdiri dari individu yang secara aktif mengkonsumsi teks untuk alasan yang bermacam-macam dan dengan cara yang berbeda-beda. Pada tahun 1948, Lasswell mengusulkan bahwa teks pada media memiliki fungsi-fungsi berikut bagi individu dan masyarakat: pengawasan; korelasi; hiburan; budaya transmisi.

Para peneliti seperti Blumler dan Katz memperluas cakupan teori ini dan mempublikasikan teorinya sendiri pada tahun 1974, yang menyatakan bahwa individu dapat memilih dan menggunakan teks untuk tujuan-tujuan berikut ini (seperti penggunaan dan kepuasan): Pengalihan/pelarian dari masalah rutin sehari-hari; Hubungan Pribadi dengan menggunakan media untuk interaksi emosional dan lainnya) menggantikan Opera Sabun untuk kehidupan keluarga; Personal Identity - menemukan diri sendiri seperti yang tercermin dalam teks-teks, belajar perilaku dan nilai-nilai dari teks; Surveillance - Informasi yang dapat berguna untuk hidup misalkan laporan berita tentang cuaca, keuangan, liburan murah. Sejak itulah, daftar Penggunaan dan gratifikasi telah diperpanjang, terutama ketika media baru bermunculan (misalnya video game, internet).

Perluasan konsep khalayak aktif terus berlanjut, pada tahun 1980-an dan 1990-an. Banyak pekerjaan yang dapat dilakukan dengan cara individu menerima dan menafsirkan teks, dan bagaimana status mereka (jenis kelamin, kelas, usia, etnis) mempengaruhi pembacaan mereka. Karya ini berdasarkan model encoding/ decoding Stuart Hall mengenai hubungan antara teks dan khalayak- teks disandikan (*encode*) oleh produser, lalu dialihsandikan (*decode*) oleh pembaca, dan mungkin ada perbedaan besar diantara dua pembacaan yang berbeda pada kode yang sama. Namun, dengan menggunakan kode dan konvensi yang sudah lazim dikenal, dan dengan memberikan harapan-harapan kepada khalayak berikatan dengan aspek-aspek seperti *genre* dan penggunaan bintang (baca: selebritis), para produser dapat memposisikan khalayak dan dengan demikian menciptakan sejumlah kesepakatan tertentu tentang makna kode. Ini dikenal sebagai *preferred reading*. (<http://www.calvertschool.org/Waldspurger/pages/reader.htm>).

Menyimak penjelasan teori yang muncul dari keempat model sebagaimana barusan dikemukakan, maka dalam kaitan penjelasan teori agenda setting pada bagian sebelumnya mengenai *the relationship between audience and text* yang notabene menggambarkan pasifnya individu khalayak, kiranya hubungan tersebut relevan dengan *the relationship between audience and text* seperti sebagaimana yang digambarkan oleh model awal efek media pada khalayak yang dibuat pada tahun 1920-an, yakni The Hypodermic Needle Model. Akan tetapi menjadi berkurang relevansinya ketika dikaitkan dengan penjelasan teoritikal dalam model Two Step Flow-nya Lazarsfeld, Berelson, dan

Gaudet. Di mana dikatakan bahwa efek itu terbatas sifatnya, tidak langsung “dari teks ke dalam pikiran khalayak tanpa mediasi” melainkan “disaring melalui "pemimpin opini" yang kemudian berkomunikasi ke rekan-rekan mereka yang kurang aktif, pada merekalah pemimpin opini itu memiliki pengaruh”.

Hubungan antara khalayak dan teks itu, berindikasi semakin jauh dari relevansi ketika Blumler and Katz melalui model *Uses and Gratifications*-nya menjelaskan aktifnya khalayak dalam proses mengkonsumsi isi media. Aktifitas mana, sebagaimana dikatakan, itu ditandai oleh bahwa *audiences made choices about what they did when consuming texts*. *Choices* ini sendiri dilatarbelakangi oleh alasan-alasan berbeda dan cara –cara yang berbeda dari setiap individu khalayak media. Alasan-alasan dimaksud misalnya karena *escape from everyday problems and routine*;-*Personal Relationships*. Hubungan-hubungan antara khalayak dan teks seperti dijelaskan oleh teori *agenda setting* tadipun semakin dikotomistis ketika paradigma khalayak aktif dari Blumler dan Katz itu studinya semakin diperluas pada tahun 1980-an dan 1990-an.

Seperti sudah tergambar sebelumnya pada bagian *reception theory*, bahwa melalui pendasaran studinya pada *Stuart Hall's encoding/decoding model of the relationship between text and audience*, maka teori *reception* ini, melalui banyak studi yang dilakukannya menyangkut pada cara bagaimana individu-individu menerima dan menafsirkan sebuah teks, dan bagaimana keadaan individual mereka seperti *gender, class, usia, dan kesukaan*, mempengaruhi pembacaan mereka terhadap teks, maka ini semua cenderung mengindikasikan individu khalayak media begitu aktif dalam mengkonsumsi isi media. Relevan dengan aktifitas dimaksud, karena si Thompson (1995) pun berpendapat bahwa individu tidak menyerap informasi dari media secara pasif. Dikatakannya bahwa, “Pesan media yang sering dibahas oleh individu dalam proses penerimaan dan proses kelanjutannya... pesan ditransformasikan melalui proses penyampaian dan penyampaian lagi, interpretasi dan reinterpretasi, komentar, tawa dan kritik ... Dengan menangkap pesan dan secara rutin memasukkan pesan menjadi bagian kehidupan kita ... kita terus-menerus membentuk dan kembali membentuk keterampilan kita dan stok pengetahuan kita, menguji perasaan dan selera kita, dan memperluas cakrawala pengalaman kita” (Mitchell, W.J.T., dalam, <http://criticalinquiry.uchicago.edu/issues/v30/30n2.Mitchell.html>).

Komponen Audience dan Efek Yang Ditimbulkan Isi Media

Sebagai salah satu komponen penting dalam rangkaian proses komunikasi massa, terkait dengan uraian kemunculan dan perkembangan studi efek media sebelumnya, maka kepentingan komponen *audience* bagi para pemerhati dan terutama akademisi, itu tampak cenderung karena persoalan *audience* dalam kaitannya dengan efek yang ditimbulkan isi media. Isi dimaksud, seperti sudah disebutkan sebelumnya, terkait dengan isi yang bersifat *low-taste content; nondebated content* dan *high-taste content*.

Menyangkut “*low-taste content*”, sejumlah pengamat media berpendapat bahwa perilaku negatif berupa rusaknya moral dan perilaku kekerasan di kalangan individu khalayak, memang dapat muncul karena jenis isi media dimaksud. Pada acara *Smack Down Lativi* yang disinyalir banyak menimbulkan korban tewas pada anak-anak misalnya, banyak pihak yang menilai demikian dan karenanya perlu dihentikan penayangannya (lihat Djaliil 2006; Fatwa 2006).

Acara yang akhirnya memang dihentikan pihak manajemen Lativi karena kekhawatiran akan reaksi publik itu, (lihat Armando 2006) secara realitas ternyata tidak sendirian dalam menciptakan reaksi-reaksi negatif individu khalayak dalam kaitan efek kekerasan media tadi. Akan tetapi, menurut anggota KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) Nugroho, siaran sinetron, berita dan iklan pun turut berkontribusi dalam menimbulkan efek kekerasan pada khalayak. Dari total unsur kekerasan di media televisi, menurut hasil penelitian KPI 50 % diantaranya berasal dari sinetron, 30 % dari berita kriminal pada acara-acara seperti Buser, Sergap, Sidik, Brutal dan acara sejenis lainnya dan 20 % lainnya berasal dari sejumlah iklan (lihat Nugroho 2006).

Secara teoritis, apa yang menjadi asumsi-asumsi para pemerhati itu, kiranya telah lebih dahulu mendapatkan penjelasan dari para akademisi melalui konsep-konsep teoritiknya. Gerbner misalnya, melalui konsep resonansi dalam *Cultivation Theory*-nya menjelaskan kalau isi media itu sama dengan realitas, kesamaan mana pada gilirannya menghasilkan koherensi yang kuat dan pesan televisi akan mengkultivasi secara signifikan dalam diri individu khalayak.

Hal yang sama terkait dengan asumsi para pengamat tadi, juga dijelaskan Berkowitz melalui *Stimulating Effects (Aggressive Cues) Theory*-nya. Sebagaimana dikatakan, terpaan terhadap rangsangan-rangsangan agresif akan meningkatkan level dorongan emosi dan kejiwaan seseorang, dan

selanjutnya ini dengan sendirinya akan meningkatkan kemungkinan terjadinya perilaku agresive seseorang itu. (dalam De Fleur & Rokeach 1982, 203). Dengan koreksi tambahan, penjelasan teori ini kemudian semakin diperkuat oleh Bandura dan Walters melalui *Observational Learning Theory*-nya. Sebagaimana dijelaskan teori tersebut, bahwa pesan-pesan televisi atau bentuk-bentuk lainnya dari media kekerasan, meningkatkan kemungkinan tingkat agresifitas khalayak yang bukan hanya melalui penyediaan kesempatan bagi khalayak untuk belajar agresive, tetapi juga melalui penyampaian tokoh yang memerankan kekerasan yang menjadi contoh bagi khalayak (dalam De Fleur & Rokeach 1982, 203).

Sementara itu, berkaitan dengan *high-taste content*, sebagaimana telah disinggung sebelumnya, representasinya dalam media antara lain bisa berupa musik serius, drama canggih, dan diskusi politik. Menyangkut diskusi politik misalnya, acara ini kontribusinya diharapkan dapat menciptakan iklim diskursif (bahasa Prancis ; *discursif*; Inggris : *discourse*) di kalangan individu masyarakat terhadap kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dalam konteks egaliterian.

Dalam negara-negara ber-*flatform* demokrasi, isi media yang masuk dalam kategori *high-taste content* yang diharapkan menciptakan iklim diskursif tadi, relatif banyak bisa dijumpai. Di Amerika serikat misalnya, dalam kaitan ini, surat kabar di sana memuat soal-soal pemilu, pemerintahan, pertahanan/militer, isu-isu domestik dan hubungan luar negeri (lihat, misalnya temuan riset : *The Project for Excellence in Journalism and Rick Edmonds of the Poynter Institute*, dalam, http://www.stateofthenewsmedia.org/2006/printable_online_audience.asp). Dengan cara ini diharapkan individu warga terkondisi menjadi warga diskursif. Untuk kasus Indonesia yang saat ini juga ber-*flatform* demokrasi sejak rejim orde baru tumbang pada 1998, isi media yang sama juga relatif banyak dapat dijumpai pada berbagai media massa. Hal ini termasuk pula pada media yang memang bukan secara fokus mencoba meraih segmen pasarnya melalui acara pemberitaan, sebagaimana layaknya dilakukan *Metro TV* dan *Elshinta News and Talk* misalnya.

Pada media tidak fokus sebagaimana dimaksud tadi, misalnya *Indosiar Visual Mandiri*, dapat dijumpai acara *Republik BBM*. Secara substantif, melalui gaya khas parodinya yang jenaka, acara ini berupaya agar publik dengan mudah dapat ikut serta melakukan kritik terhadap pihak eksekutif atas kebijakan-kebijakan yang diambilnya. Suatu acara yang notabene ‘negatif’ bagi pihak eksekutif namun didukung Kalla karena dinilai dapat menimbulkan optimisme (lihat, Djumena, Erlangga, “Jusuf Kalla Tak Merasa Dilecehkan Oleh Republik BBM”, dalam, : <http://www.kompas.com/gayahidup/news/0604/26/182243.htm>).

Sikap Kalla sebagai petinggi dalam lembaga eksekutif di Indonesia itu, kiranya dapat menjadi indikasi kalau dia merefleksikan sikap setujunya terhadap pandangan filsuf Prancis Montesque mengenai distribusi kekuasaan dalam kelembagaan negara melalui konsep trias politiknya. Rakyat melalui representasi media dintaranya, diberi peluang berpartisipasi dalam mengontrol pihak eksekutif dalam menjalankan kekuasaan yang diterimanya dari rakyat. Suatu bentuk partisipasi rakyat yang dalam konteks negara demokrasi dalam varian *deliberative democracy (discursive democracy)* secara ideal memang diperlukan demi munculnya *consensus decision making*. (http://en.wikipedia.org/wiki/Discursive_democracy).

Dalam realita, media massa yang dalam pengertian Jürgen Habermas disebut menjadi salah satu bentuk dalam pengertian konsep *public space*¹, ternyata bukanlah menjadi satu-satunya *public space* bagi publik untuk mengekspresikan aktifitas diskursifnya dalam konteks *public sphere* yang notabene “dipandu oleh norma berupa argumentasi yang rasional dan diskusi kritis di mana kekuatan argumen seseorang lebih utama ketimbang identitas seseorang itu sendiri”. (http://en.wikipedia.org/wiki/Discursive_democracy). Bentuk-bentuk lainnya bisa berupa warung-warung kopi sebagaimana terjadi pada abad 18 di Prancis (http://en.wikipedia.org/wiki/Public_sphere). Tempat-tempat lain yang menjadi konsentrasi publik, misalnya seperti mesjid, gereja, atau *Central Park* di *New York City* yang dirancang pada abad 19 as a *democratic public space*, juga menjadi bentuk lain dari *public space*. Demikian pula segala hal yang bersifat publik yang difasilitasi di *public space*, juga termasuk aktifitas dalam konteks *public sphere*-nya Habermas. Hal demikian misalnya seperti “*Public art in a public space in Lille, France*” (http://en.wikipedia.org/wiki/Public_space). Hal serupa ini, juga relatif banyak dapat dijumpai di kota-kota besar di Indonesia, misalnya di Jakarta,

¹ A *public space* or a *public place* is a place where anyone has a right to come without being excluded because of economic or social conditions, although this may not always be the case. One of the earliest examples of public spaces are commons (http://en.wikipedia.org/wiki/Public_place).

maka *public art* seperti di Prancis tadi dapat dijumpai pada lukisan mural yang diekspresikan publik melalui medium tembok, halte, pilar-pilar jalan tol dan lain sejenisnya.

Fenomena Diskursif dalam Surat kabar (Kasus Harian Rakyat Merdeka)

Sebagai salah satu bentuk *public space* bagi ekspresi diskursif individu publik, berdasarkan fenomena wacana intelektual diketahui bahwa media massa seperti surat kabar (*newsprint*) tampak cenderung mendapat perhatian lebih serius dari pada bentuk-bentuk *public space* lainnya seperti *coffee houses, intellectual and literary salons*, yang juga menjadi perhatian Habermas pada saat pertama kali dia menggagas konsep *public sphere*-nya. Keseriusan ini sendiri terutama tampak karena sifat-sifat yang berbeda dari ketiga bentuk *public space* tadi, di mana *print media* itu berbeda sangat khas dari pada dua *public space* lainnya, perbedaannya yakni sebagai *public space* yang berpotensi menjadi *structural forces* ketika tumbuh menjadi besar.

Dalam kondisi demikian, sehubungan dengan konsep *public sphere* mencakup sebuah keragaman makna dan implikasinya terhadap suatu konsep pengisian ruang, berupa situs atau arena sosial di mana makna diartikulasikan, disalurkan dan dinegosiasikan, serta badan kolektif yang dibentuk oleh, dan dalam proses ini, "publik". (Negt and Kluge 1993, dalam http://en.wikipedia.org/wiki/Public_sphere), maka "pertumbuhan media massa komersial, menghasilkan situasi di mana media menjadi lebih komoditif -sesuatu yang harus dikonsumsi-ketimbang alat untuk wacana publik" (http://en.wikipedia.org/wiki/Discursive_democracy), dengan sendirinya memungkinkan surat kabar sebagai *public space* akan menjadi tidak/kurang efektif dalam mengakomodir ekspresi diskursif individu warga demokrasi mengenai berbagai persoalan publik yang mereka lihat, dengar dan alami dalam kehidupan sehari-hari.

Kekhawatiran akan munculnya disfungsi surat kabar sebagai *public space* yang memfasilitasi terwujudnya *public discourse* ketika tumbuh menjadi komersial, dalam perspektif Ekonomi Politik Kritis, itu memang dimungkinkan. Menurut perspektif tersebut, yakni perspektif yang dipengaruhi oleh perubahan perhatian Marx, yaitu perubahan "dari bidang pertukaran ke organisasi alat produksi, baik dalam industri budaya dan yang lebih umum", surat kabar itu merupakan alat industri budaya, bukan seperti dalam pandangan Ekonomi politik Liberal yang sarat terfokus pada soal pertukaran dalam pasar sebagaimana para konsumen memilih di antara persaingan barang-barang yang berlangsung atas dasar kegunaan dan kepuasan. Di dalamnya terdapat rangkaian hubungan-hubungan sosial dan permainan kekuasaan, dengan mana terjadi pembuatan dan pengambilan makna yang dibentuk pada setiap tingkatan melalui struktur yang tidak simetris dalam hubungan-hubungan sosial. Kekuasaan ini sendiri dimiliki oleh pemilik media, pengiklan dan *key political personnel* yang saling ambil bagian dalam proses *interplay* antara organisasi ekonomi dan politik, sosial dan kehidupan kultural.²

Di sisi lain, dalam konteks surat kabar sebagai salah satu *public space* yang memungkinkan terwujudnya *public sphere* secara ideal, maka apa yang menjadi kekhawatiran kalangan Marxist kritikal tadi memperlihatkan fenomena yang relatif irrelevan. Dalam kaitannya dengan fenomena media surat kabar di Indonesia, dengan contoh kasus Surat kabar Rakyat Merdeka misalnya, maka surat kabar tersebut justru memperlihatkan fenomena antusiasmenya ketika tumbuh menjadi besar³ sebagai *structural forces* dalam mendorong publik pembacanya untuk berpartisipasi melalui diskursif lewat fasilitasi mereka dalam Rubrik Opini *Dewan Pembaca Rakyat Merdeka* (DPRM).

Surat Kabar Harian *Rakyat Merdeka* yang terbit pertama kali pada hari Kamis 22 April 1999 dengan berita utama (*headline*) di halaman satu : "Mega Dikawal Ketat Kol Marinir." melalui legalitas hukum SK Menpen RI No326/SK/Menpen/SIUPP/1988, dengan perubahan pada tanggal 6 April 1999 Surat Menpen/Dirjen PPG No. 88/Ditjen PPG/K/1999, mewujudkan antusiasmenya tadi dengan memulainya dari ide bahwa kesetiaan pembaca *Rakyat Merdeka* tidak hanya diikat dengan judul dan berita yang provokatif dan merakyat, tapi juga diorganisasikan dengan menggunakan prinsip kerja organisasi modern. (Margiono, dalam Majalah Pantau, Tahun II Nomor 21 Juni 2002).

Dengan dasar itu, maka *Rakyat Merdeka* pada bulan Agustus 2001 menggagas pembentukan *Dewan Pembaca Rakyat Merdeka* yang disingkat DPRM. Untuk mereka yang menjadi anggota kemudian disediakan satu halaman penuh di halaman empat dengan nama rubrik "DPR Merdeka

² lihat, Murdock dan Golding, dalam "Culture, Communications and Political Economy", dalam Curran and Gurevitch, 1992, chapter 1.

³ Menurut Media Index Survey AC Nielsen 2002/2003, pembaca *Rakyat Merdeka* tersebar di 9 kota, jumlahnya mencapai 281.000 orang, mayoritas (260.000). Mayoritas pembaca berasal dari golongan status ekonomi atas (A, sekitar 49%) dengan pengeluaran Rp 1.500.0001 ke atas per bulannya.

Bicara.”⁴ Halaman ini khusus memuat tulisan-tulisan dari anggota DPRM. Fasilitas *audience* yang juga didasarkan pada semangat Piagam Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Hak Asasi Manusia Pasal 19 ini, akhirnya menyebabkan terhapusnya rubrik Opini⁵ yang menjadi ciri khas surat kabar umum. Penghapusan mana, dengan sendirinya pula menutup peluang bagi para kolumnis maupun penulis luar redaksi yang biasanya berasal dari kalangan akademisi, pengamat, praktisi maupun pengambil kebijakan.

Karena minat menjadi anggota DPRM dinilai terus meningkat waktu itu, maka pada 20 Oktober 2001, pimpinan Harian *Rakyat Merdeka* menyelenggarakan silaturahmi nasional dengan DPRM di Hotel USU Cisarua, Puncak, Bogor. Forum Silaturahmi itu sepakat mengubah *Dewan Pembaca Rakyat Merdeka* menjadi Organisasi Kemasyarakatan (ormas) dengan nama *Dewan Pemberdayaan Rakyat Merdeka*. Singkatannya tetap DPRM, namun *Rakyat Merdeka* yang akan diberdayakan itu, bukanlah surat kabar Harian *Rakyat Merdeka* yang terbit tanggal 22 Juli 1999, melainkan rakyat Indonesia secara umum.

Pasca penyelenggaraan silaturahmi nasional, DPRM telah berkembang di lima wilayah DKI Jakarta, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara. Sementara di luar wilayah DKI Jakarta DPRM juga terbentuk di lima wilayah, yakni: Bogor, Tangerang, Bekasi, Bandung, dan Lampung. Dengan demikian, DPRM telah terbentuk di 10 wilayah. Setiap wilayah masing-masing memiliki pengurus. Kepengurusan di tingkat wilayah disebut dengan Dewan Pimpinan Daerah (DPD).

Anggota DPD sendiri, secara keseluruhan jumlahnya mencapai 614 orang. Rinciannya, sbb. :

JUMLAH ANGGOTA DPRM DI SEPULUH DPD

No	Nama	Jumlah anggota
1.	DPD Jakarta Pusat	29
2.	DPD Jakarta Selatan	78
3.	DPD Jakarta Timur	74
4.	DPD Jakarta Barat	29
5.	DPD Jakarta Utara	25
6.	DPD Bekasi	61
7.	DPD Tangerang	77
8.	DPD Bogor	66
9.	DPD Bandung	130
10.	DPD Lampung	45
Total		614

Namun jumlah tersebut jauh menyusut⁶ pada Januari 2007, yakni tinggal 70 orang. Mereka yang aktif sebagai pengurus kebanyakan sudah berusia tua, namun semangat mereka untuk menulis terkesan masih sangat kuat. Indikasinya antara lain, kalangan yang berusia tua ini kerap mendorong anggota yang berusia muda untuk selalu aktif menulis sebagai anggota DPRM. Selain itu, dengan kondisi fisik yang relatif kurang ideal, mereka juga masih mau dengan suka rela berkorban materi, misalnya untuk

⁴ Menurut pengamatan penulis, penempatan rubrik ini tidak konsisten. Pada edisi 8 April 2007 ditempatkan di halaman 2; edisi 18 April 2007 di halaman 9; edisi Pebruari 2006 di halaman 19; edisi Agustus 2006, umumnya di halaman 15; edisi Juli 2006, sebagian di halaman 10 dan sebagian lagi di halaman 15. Nama rubrik berubah menjadi On-Line 1 sejak 2004. Nama rubrik paling aktual, *On Line DPR Merdeka*.

⁵ Dalam dialog lepas penulis dengan Mulia Siregar, Koordinator Liputan Rakyat Merdeka, di kantor Redaksi Rakyat Merdeka, 2001, disebutkannya bahwa penghapusan rubrik opini diantaranya berkonsekuensi pada terhapusnya pembayaran honor penulis opini yang jumlahnya relatif besar.

⁶ Ketika keadaan jumlah anggota dan menurunnya semangat menulis anggota DPRM berusia muda ini penulis konfirmasi kepada Anggota Dewan Kebijakan Redaksi Harian Rakyat Merdeka, Karim Paputungan, diperoleh jawaban, “Yah , begitulah, Bapak sudah tahukan !? Payah..., Pak, !” (Penggalian Dialog lewat telepon seluler, Sabtu, 13 Januari 2007).

pengeluaran ongkos perjalanan menuju tempat rapat anggota, pulsa telepon, dan *print out* naskah, meskipun tanpa mengharap adanya imbalan honor tulisan.⁷

Mengenai isu yang diwacanakan, baik dari anggota yang berusia tua maupun berusia muda, umumnya tertarik terhadap isu yang berkaitan dengan isu kontrol sosial politik bersifat kritik. Mulai dari skop kecil hingga besar. Untuk skop besar, misalnya seperti yang diajukan oleh Sutoyo⁸, yakni tentang kebijakan ekonomi SBY yang dinilai jauh dari keberpihakan kepada rakyat miskin yang diukur menurut kebijakan ekonomi Bung Karno.⁹

Meskipun dalam proses perwacanaan melalui rapat yang berfungsi sebagai *public place/public space* isunya kerap menyangkut isu-isu “miring” tentang kekuasaan, akan tetapi dalam proses pencapaian kesepakatan di antara sesama anggota rapat, terjadi upaya ‘*balancing*’ yang dilakukan oleh moderator rapat¹⁰ yang nota bene dibuka dan dihadiri dari awal hingga akhir oleh Endang¹¹.

Berdasarkan pengamatan terhadap rubrik, isu-isu “miring” sebagaimana dimaksudkan barusan, hasilnya memang mengindikasikan adanya relevansi diantaranya keduanya. Ini terlihat dari isu ‘*high-taste content*’ sebagaimana tampak dari judul tulisan mereka yang umumnya merefleksikan diskursif mengenai persoalan makro politik (misalnya tentang perilaku DPR, Bulog). Sedikit saja diantaranya yang bersifat mikro, misalnya seperti soal kejahatan hipnotis yang menghantui masyarakat, atau soal KTP ganda (lihat tabel 1). Ragam tulisan mereka juga merefleksikan sebagai warga yang memiliki kesadaran tinggi terhadap persoalan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Ini terlihat dari inti masalah yang diusung dalam tulisan mereka, hampir semuanya mencerminkan persoalan dimaksud, misalnya tentang korupsi, kemiskinan, perilaku tidak simpatik anggota DPR, sejarah dan sejenisnya (lihat tabel 2). Selain itu, mereka juga tampak sebagai individu warga yang kritis terhadap pihak penguasa eksekutif. Dari tulisan yang mereka terakan pada rubrik yang rata-rata tiap terbitnya seluas 34 cm/kol ini (lihat tabel 8), umumnya (61.1 %) bersifat kritis (lihat tabel 5) dan ini lebih dominan (66.7 %) diarahkan pada pihak eksekutif (lihat, tabel 3a).

PENUTUP

Sebagaimana sudah disebutkan pada bagian awal makalah ini, bahasannya difokuskan pada persoalan-persoalan menyangkut : 1) Keterkaitan Media dan Khalayak dengan *The Audience Theory* 2) Komponen Audience dan Efek yang ditimbulkan Isi Media; 3) Fenomena Diskursif dalam Surat kabar (Kasus Harian Rakyat Merdeka). Bertolak dari hasil pembahasan menunjukkan, *pertama* bahwa dalam hubungan fenomena keterkaitan media dan khalayak, dalam perspektif teoritis ternyata telah memperlihatkan perkembangan. Telaah teoritis itu bermula diwujudkan dalam bentuk *The Hypodermic Needle Model*, kemudian disusul oleh model *Two-Step Flow, Uses & Gratifications* dan terakhir dalam format *Reception Theory*. *Kedua*, menyangkut masalah Komponen Audience dan Efek yang ditimbulkan Isi Media, hasil pembahasannya memperlihatkan ada tiga format. Pertama menurut perspektif pengamat; kedua menurut teoritis berparadigma positivistik dan ketiga menurut teoritis berparadigma kritikal. Dalam pandangan sejumlah pengamat, maka isi media yang berformat “*low-taste content*” itu bisa menimbulkan perilaku negatif berupa rusaknya moral dan perilaku kekerasan di kalangan individu khalayak. Apa yang dipersepsi oleh sejumlah pengamat tersebut cenderung memiliki relevansinya dengan perspektif teoritis berparadigma positivistik, dan diantaranya seperti Gerbner melalui konsep resonansi dalam *Cultivation Theory*-nya; Berkowitz melalui *Stimulating Effects (Aggressive Cues) Theory*-nya; dan kemudian semakin diperkuat lagi oleh Bandura dan Walters melalui *Observational Learning Theory*-nya. Sementara itu, dalam pandangan teoritis kritikal, secara teoritis isi media dalam kaitan efek itu lebih dilihat dari sisi kemampuannya untuk menciptakan iklim diskursif individu warga dalam suasana yang egaliter. Dalam kaitan ini, maka isi yang termasuk dalam format *high-taste content* seperti acara *Republik BBM* di Indosiar-lah yang dinilai mampu menciptakan iklim itu, sementara isi yang berformat “*low-taste content*” seperti acara musik

⁷ Berdasarkan interpretasi penulis menurut hasil observasi terlibat penulis melalui *rapport* dalam pertemuan rapat anggota DPRM di Kantor Redaksi Harian Rakyat Merdeka, Gedung Graha Pena Jalan Raya Kebayoran Lama No 17, Jakarta Selatan 12210, Sabtu, 13 Januari 2007.

⁸ Dalam rapat anggota DPRM di Kantor Redaksi Harian Rakyat Merdeka, Gedung Graha Pena Jalan Raya Kebayoran Lama No 17, Jakarta Selatan 12210, Sabtu, 13 Januari 2007, Sutoyo menyajikan pra naskah Online-nya dengan judul “Melupakan Ajaran Ekonomi Proklamator Berbuah Indonesia Miskin”.

⁹ Berdasarkan interpretasi penulis menurut hasil observasi terlibat penulis melalui *rapport* dalam pertemuan rapat anggota DPRM di Kantor Redaksi Harian Rakyat Merdeka, Gedung Graha Pena Jalan Raya Kebayoran Lama No 17, Jakarta Selatan 12210, Sabtu, 13 Januari 2007.

¹⁰ Moderator berasal dari pihak Harian Rakyat Merdeka.

¹¹ Endang adalah salah satu pimpinan redaksi pada Harian Rakyat Merdeka yang bertugas mewakili pihak Rakyat Merdeka sebagai fasilitator DPRM, jabatannya sebagai Sekretaris Redaksi DPRM. Tugasnya membuka, mengikuti dan menyerap aspirasi anggota untuk disampaikan kepada pimpinan Harian Rakyat Merdeka, serta menutup rapat DPRM.

(pop/dangdut) cenderung tidak mampu menciptakan iklim diskursif itu. *Ketiga*, terkait dengan fenomena diskursif dalam surat kabar dengan kasus pada Harian Rakyat Merdeka, maka hasil pembahasan mengindikasikan bahwa Harian Rakyat Merdeka yang cenderung mengalami kemajuan pesat secara ekonomi itu justru semakin memfasilitasi individu warga untuk berpartisipasi aktif dalam diskursif melalui rubrik DPRM. Fenomena ini karenanya menjadi tidak relevan dengan kekhawatiran akan munculnya disfungsi surat kabar sebagai *public space* yang memfasilitasi terwujudnya *public discourse* ketika tumbuh menjadi komersil, sebagaimana tercetus dalam perspektif Ekonomi Politik Kritis itu.

Daftar Pustaka

- Armando, Ade. 2006. Kekerasan di TV dan Skenario Besar sang Menteri? *Media Indonesia*, Edisi 7 Desember 2006.
- De Fleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra-Ball. 1982. *Theories of Mass Communication, Fourth Edition*. New York & London: Longman.
- Djalil, Sofyan. 2006. *Rakyat Merdeka*, Edisi 3 Desember, 2006.
- Djumena, Erlangga. "Jusuf Kalla Tak Merasa Dilecehkan Oleh Republik BBM", dalam <http://www.kompas.com/gayahidup/news/0604/26/182243.htm>.
- Fatwa, A.M. 2006. Jangan Hanya Smack Down. *Republika*, edisi 5 Desember.
- Littlejohn, Stephen W. 2005. *Theories of Human Communication, eighth edition*. Belmont: Thomson Learning Inc.
- Mc Quail, Denis. 1994. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, edisi kedua*. Penerjemah Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Murdock, dan Golding. 1992. "Culture, Communications and Political Economy", dalam *Mass Media and Society*, Ed. James Curran and Michael Gurevitch. London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold.
- Nugroho, Bimo. 2006. *Media Indonesia*, Edisi 6 Desember.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- Rivers, William L., Jay W. Jansen, Theodore Peterson. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern, edisi kedua*. Penerjemah Haris Munandar dan Dudy Priatna. Jakarta: Prenada Media.
- Rusadi, Udi. 1996. Efek Agenda Setting Media Massa, Telaahan Teoritis, dalam *Jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan Badan Litbang Penerangan* No. 36.

Sumber Lain:

- [Http://www.Unc.Edu/courses/2000fall/jo mc. 245-001/agenda_setting.html](http://www.Unc.Edu/courses/2000fall/jo%20mc.245-001/agenda_setting.html)
- [Http://www.mediaknowall.com/audiencegcse.html](http://www.mediaknowall.com/audiencegcse.html)
- [Http://en.wikipedia.org/wiki/Discursive_democracy](http://en.wikipedia.org/wiki/Discursive_democracy), diakses, 27 Pebruari 2007.
- [Http://en.wikipedia.org/wiki/Public_space](http://en.wikipedia.org/wiki/Public_space), diakses, 27 Pebruari 2007.
- [Http://en.wikipedia.org/wiki/Public_sphere](http://en.wikipedia.org/wiki/Public_sphere), diakses, 27 Pebruari 2007.
- [Http://www.calvertonschool.org/Waldspurgen/pages/reader.htm](http://www.calvertonschool.org/Waldspurgen/pages/reader.htm)
- [Http://criticalinquiry.uchicago.edu/issues/v30/30n2.Mitchell.html](http://criticalinquiry.uchicago.edu/issues/v30/30n2.Mitchell.html)

LAMPIRAN :

Tabel 1
**Tulisan Anggota DPRM Dalam Rubrik *On Line* DPR Merdeka
Edisi Maret 2007 Menurut Judulnya
n : 7 edisi**

	Judul Tulisan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bulog nggak mungkin steril dari korupsi	1	5.6	5.6	5.6
	Sumber oksigen Jakarta dilibas proyek busway	1	5.6	5.6	11.1
	Pengadaan Laptop Dewan nambah luka hati rakyat	1	5.6	5.6	16.7
	Kemiskinan terus menghimpit, warga pasrah ke Nasi Aking	1	5.6	5.6	22.2
	Konsep Megapolitan buat warga terlena	1	5.6	5.6	27.8
	KTP ganda banyak beredar di Jakarta	1	5.6	5.6	33.3
	Aksi mogok	1	5.6	5.6	38.9
	Bamus DPR gunakan hak veto pencari keadilan, HAM gondok	1	5.6	5.6	44.4
	Kejahatan hipnotis hantui masyarakat	1	5.6	5.6	50.0
	Pengurukan pantai kok caplok wilayah	1	5.6	5.6	55.6
	Militer harus tunduk di peradilan umum	1	5.6	5.6	61.1
	Tenaga kerja asing tak digelembungkan	1	5.6	5.6	66.7
	Senyum pemimpin di tangan bencana	1	5.6	5.6	72.2
	Pengadilan jangan mengumbar kebohongan	1	5.6	5.6	77.8
	Timor Leste bergolak, awas jangan tertipu	1	5.6	5.6	83.3
	Masa terapi perawan seumur hidup Rp. 15 juta	1	5.6	5.6	88.9
	Super Semar dengan segala ketiadaan	1	5.6	5.6	94.4
	Perempuan dihantui perampokan taksi	1	5.6	5.6	100.0
	Total	18	100.0	100.0	

R = rata-rata > 90 %. Sampel edisi dilakukan dengan proses sampling system kalender. Diolah melalui Program SPSS for windows 12,0. Sumber : BPPI Wilayah II Jakarta, Badan Libang SDM Depkominfo.

Tabel 2
**Tulisan Anggota DPRM Dalam Rubrik *On Line* DPR Merdeka
Edisi Maret 2007 Menurut Inti masalahnya
n : 7 edisi**

Inti Masalah		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Korupsi	1	5.6	5.6	
	Lingkungan Hidup	1	5.6	5.6	
	Kemiskinan	1	5.6	5.6	
	Bencana alam/Banjir	2	11.1	11.1	
	Kependudukan	1	5.6	5.6	
	Tenaga kerja	2	11.1	11.1	
	Hukum	3	16.7	16.7	
	Kriminal	2	11.1	11.1	
	DPR	1	5.6	5.6	
	Hubungan luar negeri	2	11.1	11.1	
	Jasa	1	5.6	5.6	
	Sejarah	1	5.6	5.6	
Total		18	100.0	100.0	

Holsti's R = rata-rata > 90 %. Sampel edisi dilakukan dengan proses sampling system kalender Diolah melalui Program SPSS for windows 12,0.Sumber : BPPI Wilayah II Jakarta, Badan Litbang SDM Depkominfo.

Tabel 3a :
**Tulisan Anggota DPRM Dalam Rubrik *On Line* DPR Merdeka
Edisi Maret 2007 Menurut Institusi Negara Yang Diawasinya
n : 7 edisi**

Institusi eksekutif		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Presiden/Wapres	1	5.6	8.3	8.3
	Menteri/setara	3	16.7	25.0	33.3
	Gubernur/setara	7	38.9	58.3	91.7
	Bupati/setara	1	5.6	8.3	100.0
	Total	12	66.7	100.0	
Missing	System	6	33.3		
Total		18	100.0		

Holsti's R = rata-rata > 90 %. Sampel edisi dilakukan dengan proses sampling sistem kalender. Diolah melalui Program SPSS for windows 12, 0. Sumber: BPPI Wilayah II Jakarta, Badan Litbang SDM Depkominfo.

Tabel 5
**Tulisan Anggota DPRM Dalam Rubrik *On Line* DPR Merdeka
Edisi Maret 2007 Menurut Kecenderungan Sikapnya Dalam Teks**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Informatif	4	22.2	22.2	22.2
	Kritik	11	61.1	61.1	83.3
	Aspiratif	3	16.7	16.7	100.0
Total		18	100.0	100.0	

Holsti's R = rata-rata > 90 %. Sampel edisi dilakukan dengan proses sampling sistem kalender. Diolah melalui Program SPSS for windows 12,0. Sumber: BPPI Wilayah II Jakarta, Badan Litbang SDM Depkominfo.

Tabel 8:
Ratio Statistics for rubric online / sampel edisisk

Mean	34.032
Median	20.400
Minimum	9.750
Maximum	102.000
Std. Deviation	31.900
Range	92.250
Coefficient of Variation	Median Centered 172.2%

Diolah melalui Program SPSS for windows 12,0.

Sumber : BPPI Wilayah II Jakarta, Badan Litbang SDM
 Depkominfo.

Varian metode penelitian berdasarkan pendekatan penelitian

Pendekatan Kuantitatif	Pendekatan Kualitatif	
	Field Research	Discourse Analysis.
Survey, Studi Kasus, Eksperimen	Grounded Reserach, Case Study, Etnography, Fenomenologi, Historical Social Scence, Etnometodolgi;	Analisis Teks 1. Semiotika 2. Analisis Marxis 3. Psikoanalisis 4. Analisis Sosiologis 5. Analisis Framing (Framing Analysis) 6. Semiotika Sosial Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis) 1. CDA Norman Fairclough 2. CDA Ruth Wodak

*) Prof. Dr. Ibnu Hamad