

ASPEK EKONOMI, POLITIK, DAN KULTURAL MEDIA MASSA**Sitti Syahar Inayah¹*****Abstract***

The phenomenon of mass media relates to economic, political, and cultural aspects. Implication of each aspect can be explained theoretically through several models and theories. Some of them are issues and themes in mass communication theory, available paradigms and approaches – including their methodological implications, models and theories supplemented with brief description of each theory, and strengths and weaknesses of each paradigm and approach within mass media research.

Keywords: *Mass Communication, Theory and Model, Paradigm*

Abstrak

Fenomena media massa terkait dengan aspek-aspek ekonomi, politik, dan kultural. Implikasi masing-masing aspek tersebut dapat dijelaskan secara teoritis melalui beragam model atau teori. Hal-hal yang terkait yaitu: berbagai isu dan tema dalam teori komunikasi massa; berbagai paradigma dan pendekatan yang ada termasuk implikasi metodologisnya; berbagai model atau teori yang ada disertai deskripsi singkat dari masing-masing teori; dan berbagai kelebihan dan kekurangan dari masing-masing paradigma dan pendekatan dalam penelitian media massa.

Kata kunci: komunikasi massa, teori dan model, paradigm

¹Penulis adalah dosen pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Samarinda.

Pendahuluan

Kualitas kehidupan manusia banyak ditentukan oleh perkembangan teknologi. Salah satunya adalah perkembangan teknologi komunikasi. Kita bisa melihat bagaimana perubahan dalam masyarakat ketika mesin cetak ditemukan. Percetakan maju pesat dan mengubah kehidupan masyarakat. Demikian juga dengan teknologi yang lain yang mendorong tumbuhnya media massa. Fenomena komunikasi massa ini tentu saja mempunyai implikasi yang mendalam dalam kehidupan manusia karena terkait dengan semua segi. Untuk penulis mencoba memotret implikasinya secara teoritis.

Masalah-masalah yang terkait dengan dengan aspek-aspek ekonomi, kultural, dan politik secara umum mengandung empat yaitu: (a) berbagai isu dan tema dalam teori komunikasi massa; (b) berbagai paradigma dan pendekatan yang ada termasuk implikasi metodologisnya; (c) berbagai model atau teori yang ada disertai deskripsi singkat dari masing-masing teori; (d) berbagai kelebihan dan kekurangan dari masing-masing paradigma dan pendekatan dalam penelitian media massa.

A. Isu dan Tema dalam teori Komunikasi Massa

1) Isu-isu.

Menurut Baran dan Davis (2000), Ada tiga isu utama yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yang mendorong pengembangan teori Komunikasi Massa yaitu:

- Potensi apa yang ditawarkan dan ancaman yang ditimbulkan oleh bentuk-bentuk baru teknologi media.
- Bagaimana bentuk birokrasi atau industri media seharusnya diciptakan untuk mengontrol atau mengatur teknologi media. Dengan demikian, potensinya dapat dikembangkan dan ancamannya dapat diminimalisir.
- Bagaimana media melayani demokrasi dan keragaman masyarakat secara kultural.²

Adapun McQuail membagi lima isu utama menurut wilayah yang mereka tempati yaitu:

- Hubungan dengan politik dan negara
 - Kampanye dan propaganda politik.
 - Partisipasi warga negara dan demokrasi.
 - Pengaruhnya terhadap pembuatan kebijakan luar negeri
 - Tekanan, kebebasan dan revolusi pada negara
- Isu budaya
 - Budaya dan globalization ekonomi
 - Kualitas kehidupan berbudaya dan industri budaya
 - Masalah identitas
- Permasalahan sosial
 - Definisi dan mediasi pengalaman sosial
 - Kriminalitas, kekerasan, pornografi, dan penyimpangan

²Baran, J. Stanley, Davis, K. Dennis, 2000, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, Belmont, CA: Wadsworth, h. 6.

- Perdamaian sipil, keteraturan dan ketidakteraturan
 - Munculnya masyarakat informasi
 - Masalah ketidaksetaraan informasi
 - Konsumerisme dan komersialisme
 - Penggunaan dan kualitas waktu luang
 - Pertanyaan normatif
 - Kebebasan berbicara dan berekspresi
 - Ketidaksetaraan sosial budaya: kelas, etnis, gender, dan relasi secara seksual
 - Norma-norma media, etika dan profesionalisme
 - Kebijakan dan regulasi media
 - Pemusatan dan keragaman media
 - Kekuasaan dan efek
 - Komunikasi secara efektif
 - Bentuk fashion dan selebriti
 - Bentuk dan perubahan opini publik³.
- 2) Adapun tema besar yang membentuk perdebatan media massa', terutama yang berkaitan dengan kekuasaan, integrasi, perubahan sosial, dan ruang/waktu.

Tema I: Kekuasaan dan Ketidaksetaraan.

Media selalu dihubungkan dengan struktur kekuatan politik dan ekonomi yang kuat. Nyatanya media yang memiliki nilai ekonomi adalah objek kompetisi bagi kontrol dan akses. Selain itu, mereka tunduk kepada peraturan politik, ekonomi dan hukum. Media massa juga secara umum dipandang sebagai instrumen efektif bagi kekuasaan dengan kapasitas potensial untuk membawa pengaruh dengan berbagai cara. Ada dua model yang biasanya berlawanan satu sama lain yaitu model dominan dan model pluralis. Perbedaan mendasar antara kedua model tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel, Model Kekuasaan Media Massa

	Dominan	Pluralis
Sumber masyarakat	Kelas penguasa atau elit dominan	Kepentingan politik, sosial, dan kelompok yang saling bersaing
Media	Di bawah kepemilikan yang berkonsentrasi dari jenis yang beragam.	Banyak jenis dan mandiri satu sama lain.
Produksi	Terstandar, rutin.	Kreatif, bebas orisinal
Isi dan pandangan dunia	Selektif dan ditentukan dari 'atas'.	Pandangan yang beragam dan saling bersaing tergantung permintaan khalayak
Khalayak	Tidak mandiri, pasif, teratur dalam	Terbagi-bagi, selektif, reaktif, dan

³McQuail, Denis, 2005, *McQuail's Mass Communication Theory*, London: Sage Publications, h. 9-10

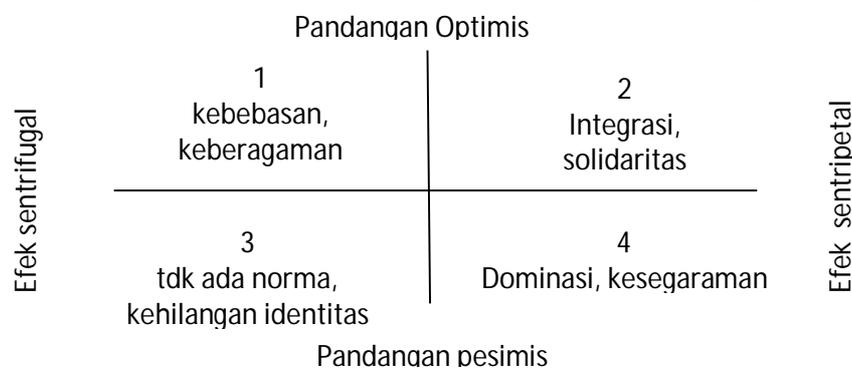
Efek	skala besar. Kuat dan meneguhkan tatanan sosial yang mapan	aktif. Banyak, tanpa arah yang konsisten atau dapat diperkirakan, tetapi seringkali tanpa efek.
------	---	--

Tema II: Integrasi sosial dan identitas

Media massa dihubungkan dengan banyak aspek berbeda dari pembentukan, pemeliharaan, dan penghancuran identitas. Media dapat mendorong ataupun merefleksikan perubahan sosial dan menggiring pada integrasi maupun disintegrasi. Ada yang mengatakan bahwa komunikasi massa memiliki kapasitas untuk menyatukan individu yang tersebar dalam khalayak yang besar, atau menyatukan pendatang baru dalam komunitas urban dan migran ke dalam negara baru dengan menyediakan seperangkat nilai, ide, dan informasi dan membantu membentuk identitas.

Dalam hal integrasi sosial ada empat versi dampak komunikasi massa terhadap integrasi sosial dengan melihat dimensi arah yaitu sentrifugal dan sentripetal dan dimensi pandangan optimis dan pesimis. Sentrifugal merujuk pada rangsangan kepada perubahan sosial, kebebasan, individualisme dan fragmentasi. Sedangkan sentripetal merujuk pada efek dalam bentuk persatuan, tatanan, kohesi, dan integrasi sosial. Dimensi-dimensi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Empat versi dampak komunikasi massa terhadap integrasi sosial



Tema III: Perubahan dan perkembangan Sosial

Kapanpun media membawa pengaruh, mereka juga menyebabkan perubahan. Ada tiga isu yang menjadi perhatian pada tema ini adalah teknologi komunikasi dan bentuk serta konten media; perubahan dalam masyarakat (struktur sosial dan tatanan kelembagaan); dan distribusi keyakinan, ide, nilai, dan praktik kepada populasi. Teknologi komunikasi merujuk pada efek dari perubahan media komunikasi masyarakat. Isu kedua merujuk pada pertanyaan yang lebih praktis mengenai (dan bagaimana) media massa dapat diterapkan kepada perkembangan ekonomi dan sosial (sebagai mesin perubahan atau mempercepat modernitas).

Tema IV: Ruang dan waktu

Komunikasi berlangsung pada suatu waktu dan tempat dan sangatlah penting kapan dan seberapa lama komunikasi itu terjadi. Komunikasi seringkali dikatakan memiliki dimensi ruang dan waktu dan juga 'menjembatani' ketidaksinambungan pengalaman kita yang disebabkan oleh jarak dan waktu. Proposisi kunci tentang efek media yang berkaitan dengan ruang dan waktu adalah media telah menghapus jarak; dunia maya menjadi perpanjangan jarak yang sebenarnya; media bertindak sebagai pengumpul ingatan dengan kata lain Konten media massa secara spesifik berguna sebagai penyimpan memori bagi masyarakat dan kelompok-kelompok di dalamnya, dan memori itu dapat secara selektif dikembalikan atau dihapus; dan jarak antara penyiaran teknis dengan kapasitas penerimaan manusia meluas dengan pesat. Tren besar dalam komunikasi massa dikatakan memiliki efek yang mengubah budaya lokal (delokalisasi), dan membangun sebuah 'kawasan' global baru yang semakin lama dianggap semakin akrab oleh masyarakat.

B. Paradigma dan pendekatan yang ada termasuk implikasi metodologisnya.

Ada empat pendekatan besar terhadap komunikasi massa menurut McQuail⁴ dapat diidentifikasi menurut dua dimensi yaitu media sentris (media-centric) berhadapan dengan masyarakat sentris (society-centric); serta kulturalis (culturalist) berhadapan dengan materialis (materialist). Perbedaan antara pendekatan media sentris dengan masyarakat sentris yaitu media sentris memberikan lebih banyak otonomi dan pengaruh atas komunikasi dan berkonsentrasi pada ranah aktivitas media itu sendiri.

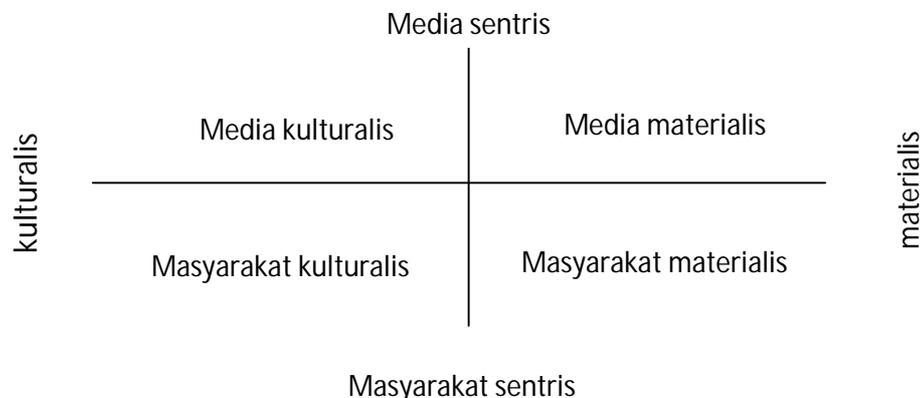
Media sentris melihat media massa sebagai penggerak utama dalam perubahan sosial yang didorong maju oleh perkembangan teknologi komunikasi. Media sentris juga lebih memperhatikan konten media tertentu dan potensi akibat dari berbagai jenis media yang berbeda. Sementara masyarakat sentris secara umum memandang media sebagai cerminan kekuatan politik dan ekonomi. Teori untuk media adalah penerapan khusus dari teori-teori sosial yang lebih besar⁵. Baik masyarakat disetir maupun tidak oleh media, memang benar bahwa teori komunikasi massa itu sendiri sangat dipengaruhi dan cenderung merespon setiap perubahan besar dari struktur dan teknologi media.

Pendekatan yang kedua yaitu kulturalis dan materialis. Pendekatan ini membagi antara para teoritikus yang memiliki kepentingan (serta keyakinan) terletak pada lingkup kebudayaan dan ide (kulturalis), dan mereka yang menekankan kekuatan serta faktor materi (materialis)

⁴ Dennis McQuail, 2002, *McQuail's Reader in Communication Theory*, London: Sage Publications, h. 13.

⁵ Golding dan Murdock, 1987 dalam Robin L. Nabi dan Oliver B. Mary, 2009, *The Sage Handbook of Media Processes and Effect*, Los Angeles: Sage Publications

Gambar 2, Empat pendekatan besar diidentifikasi menurut dua dimensi: media sentris versus masyarakat sentris; dan kultural versus materialis



Dalam hal perspektif, McQuail dan Baran mempunyai perbedaan dalam hal penamaan. Baran menyebutkan empat era teori media yaitu:

Mass society theory. Argumentasi pokok teori ini adalah bahwa media merusak tatanan tradisional. Untuk melindungi kerusakan tersebut, langkah yang harus diambil adalah mengembalikan tatanan atau institusi lama ke yang baru.

Scientific perspective. Seperti halnya teoritis lainnya, Lazarsfeld mengatakan bahwa tidak cukup hanya dengan berspekulasi tentang pengaruh media dalam masyarakat. Tidak cukup asumsi bahwa propaganda politik powerful, dibutuhkan fakta-fakta untuk mendukung.

Limited effects paradigm. Media memainkan peran yang sangat terbatas dalam kehidupan individu dan masyarakat secara luas.

Cultural criticism. Konflik kepentingan dalam masyarakat dan cara komunikasi melanggengkan dominasi satu kelompok terhadap kelompok yang lain.

Sedangkan McQuail merangkumnya dalam tiga perspektif yaitu:

Early perspective on media and society. Perhatian perspektif ini terfokus pada tiga masalah yaitu kekuasaan dari alat baru komunikasi, integrasi atau disintegrasi sosial yang diakibatkan, dan mendorong atau melemahkan pencerahan publik.

Dominant Paradigm. Menggabungkan pandangan powerful media dalam masyarakat dengan jenis praktik riset yang muncul dalam ilmu sosial. Pandangan yang mendasari adalah masyarakat secara esensial normatif.

An Alternative, critical paradigm. Memandang masyarakat secara kritis dan menolak netralitas nilai.

Untuk melihat implikasi metodologis, penulis menggunakan tiga perspektif yang dirangkum oleh McQuail. Perspektif awal terhadap media dan masyarakat terfokus pada jangkauan dan dampak media yang besar, terutama yang berkaitan dengan pers (surat kabar). Mereka melihat potensi pengaruh media terhadap 'massa' jika diatur dan diarahkan dengan efektif. Penelitian yang berkembang adalah efek media yang diukur dengan statistik. Penelitian kuantitatif sangat berkembang.

Paradigma ‘dominan’ menggabungkan pandangan media massa yang kuat di dalam masyarakat massa dengan praktik penelitian tertentu dari ilmu sosial yang lahir, terutama survey sosial, pengalaman psikologi sosial, dan analisis statistik. Penelitian pada umumnya berkaitan dengan pengukuran efek media massa baik yang disengaja maupun tidak. Penelitian yang berkembang menggunakan kuantitatif dan analisis variabel. Demikian pula ketika mengkaji tentang perilaku maka metode kuantitatif sangat dominan. Adapun perspektif alternatif atau paradigma kritis menerapkan perspektif interpretif dan kosnruksionis. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif.

C. Empat model media massa

1) Model Transmisi

Model transmisi memandang komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang urutan yang terdiri dari (1) pengirim, (2) pesan, (3) saluran, dan (4) penerima. Komunikasi dalam arti transmisi dapat dilacak dalam pemikiran John Locke⁶ (Radford: 2005, 15). Locke menggunakan istilah komunikasi sebagai kesesuaian pemahaman (ide) yang ada dalam benak (mind) pembicara (sender) dan pendengar (receiver). Pemahaman tersebut diterima receiver melalui transmisi pesan yang bersifat mekanistik. Dalam komunikasi massa, model ini menempatkan peran kunci komunikator (misalnya jurnalis) dalam hal menyeleksi berita sehingga tercipta keterhubungan antara ‘masyarakat’ dengan ‘audience’. Menurut model ini, komunikasi massa melakukan proses mengatur dirinya sendiri yang dipandu oleh apa yang menarik dan dibutuhkan oleh audiens.

2) Model Ritual atau Ekspresif

Pada model ini, komunikasi lebih dipahami sebagai berbagi, partisipasi, asosiasi, keanggotaan dan kepercayaan yang sama. Pandangan ritual tidak ditujukan untuk perluasan pesan tetapi kepada pemeliharaan masyarakat dan bukan pada tindakan dalam memberikan/menyampaikan informasi tetapi kepada terciptanya kepercayaan bersama. Pesan dalam model ini biasanya bersifat laten dan ambigu tergantung pada asosiasi-asosiasi pesan yang tidak dipilih oleh partisipan tetapi sudah tersedia atau dikondisikan oleh kebudayaan. Saluran dan pesan biasanya sulit untuk dipisahkan. Disebut juga ekspresif karena penekanannya kepada kepuasan intrinsik dari pengirim atau penerima pesan daripada untuk tujuan-tujuan yang bersifat instrumental.

3) Model Publisitas.

Seringkali tujuan utama dari media massa bukanlah untuk menyiarkan informasi tertentu, tetapi hanya untuk menarik perhatian secara visual dan suara. Untuk itu, media memiliki satu tujuan ekonomi tertentu, yaitu untuk mendapatkan pendapatan dari khalayak (karena perhatian sama dengan konsumsi, yaitu untuk tujuan praktis), dan tujuan tidak langsung

⁶Gary P Radford, 2005, *On The Philosophy of Communication*, Belmont, CA: Wadsworth, h. 15.

adalah untuk menjual (kemungkinan adanya) perhatian audiens kepada pengiklan. Dalam model ini, pemirsa media hanyalah sebagai penonton belaka, bukan menjadi partisipasi dari proses komunikasi. Audiens hanya menjadi objek pasar media.

4) Model Resepsi

Model ini berakar pada teori kritis, semiologi, dan analisis wacana. Model ini dihubungkan dengan munculnya 'analisis penerimaan'. Inti dari model ini adalah menemukan pemahaman dan pembentukan makna (diambil dari sisi media) dengan penertima. Pesan media selalu terbuka dan bermakna banyak (polisemi) dan ditafsirkan menurut konteks dan budaya si penerima.

D. Setiap paradigma memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing dalam penelitian media massa. Setiap penelitian membutuhkan metodologi yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian tersebut. Perspektif yang menggunakan pendekatan kualitatif tentu saja memusatkan perhatiannya pada prinsip-prinsip umum yang mendasari sebuah makna dari gejala sosial di dalam masyarakat. Sesuai dengan sifatnya pendekatan ini lebih mementingkan proses dibandingkan hasil. Demikian juga dengan perhatian pada interpretasi.

Sedangkan perspektif yang menggunakan pendekatan kuantitatif lebih menekankan pada pembuktian terhadap hubungan-hubungan antarvariabel, atau keterpengaruhannya antar variabel satu dengan yang lainnya. Dengan demikian, hanya berfokus pada persoalan hubungan, pengaruh, perbedaan, dan identifikasi. Namun demikian, hasil temuan dari pendekatan ini dapat digeneralisir.

Penutup

Paparan tersebut di atas merupakan implikasi media massa secara garis besar. Dengan mengetahui masing-masing teori dan model dapat dipahami mengapa muncul beragam pandangan dalam melihat sebuah fenomena komunikasi massa. Sehingga diharapkan perdebatan yang tidak menyalahkan satu sama lain.

Daftar Pustaka

- Balnaves, Mark, Donald, H. Stephanie, dan Shoemith, Brian, 2009, *Media Theories and Approaches: A Global Perspective*, New York: Palgrave Macmillan.
- Baran, J. Stanley, Davis, K. Dennis, 2000, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, Belmont, CA: Wadsworth.
- Barrett, Boyd Oliver dan Newbold, Chris, *Approach to Media: A Reader*, London: Arnold.
- Hansen, B.N. Mark, 2006, *New Philosophy for New Media*, Cambridge: The MIT Press.
- Hidayat, N. Dedy, 2011, *Self-Originated Being!*, Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Indonesia.
- Ibrahim, S. Idi, 2011, *Kritik Budaya Komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra.
- McQuail, Denis, 2005, *McQuail's Mass Communication Theory*, London: Sage Publications.
- , 2002, *McQuail's Reader in Communication Theory*, London: Sage Publications.
- Nabi, L. Robin, Oliver, B. Mary, 2009, *The Sage Handbook of Media Processes and Effect*, Los Angeles: Sage Publications.
- Straubhaar, Joseph, Larose, Robert, 2008, *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology* (5th edition), Belmont: Thomson Wadsworth.
- (<http://andreaarsono.blogspot.com/2011/03/tingkat-kebebasan-pers-di-indonesia.html>)