

**PERAN MEDIA MASSA DALAM MEMBENTUK  
REALITAS SOSIAL****2***Oleh : Israwati Suryadi***ABSTRAK**

Dampak dari keseluruhan proses konstruksi realitas seperti yang telah diuraikan diatas, pertama-tama adalah berkenaan dengan pengetahuan publik mengenai suatu persoalan dalam kehidupan sosial. Hal ini berkaitan dengan isu ontologis, hakekat pengetahuan sebagai hasil konstruksi realitas, dimana kualitasx amat bergantung pada dimensi epistemologis, cara masing-masing media menghimpun informasi mengenai realitas serta metodologi yang dipergunakan, apakah instrumennya handal dan informasinya itu valid. Jika mengingat begitu banyak faktor yang terlibat dalam penyajian kembali realitas, maka secara ontologis realitas yang terdapat di media itu sangat terbuka untuk diperdebatkan.

***Kata Kunci : Media dan Realitas Sosial*****PENDAHULUAN**

Realitas adalah sebuah kata yang berasal kata latin *res* yang berarti “benda” dan kemudian berubah menjadi *realis* yang artinya “sesuatu yang membenda, actual dan/atau mempunyai wujud”. Dalam wacana keilmuan modern masa kini, realitas lazim diartikan sebagai “ semua yang telah dikonsepsikan sebagai sesuatu yang mempunyai wujud”. Menurut Berger dan Luckmann (dalam Arintowati, 2002; 42), realitas atau kenyataan itu adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena atau gejala-gejala, yang diakui oleh manusia sebagai memiliki keberadaan (*being*) dan tidak tergantung oleh manusia itu sendiri.

Pembentukan realitas sosial merupakan suatu proses dialektika dimana manusia bertindak sebagai pencipta, sekaligus sebagai produk dari kehidupan sosial mereka. Proses ini timbul disebabkan konsekuensi dari kemampuan khusus yang dimiliki oleh setiap manusia untuk mengeksternalisasikan dan mengobyektivisasikan makna-makna subyektif, pengalaman-pengalaman dan tindakan-tindakan ke dalam dirinya. Manusia melalui tindakan dan interaksinya ini, menciptakan secara terus menerus suatu kenyataan

yang dimiliki bersama dan yang dialami secara faktual obyektif serta penuh arti secara subyektif.

Untuk kepentingan penyusunan teorinya, Berger dan Luckmann amat mendasarkan diri pada dua gagasan sosiologi pengetahuan, yaitu, 'realitas' dan 'pengetahuan'. 'realitas' mereka artikan sebagai '*a quality pertaining to phenomena that we recognise as having a being independent of our volition*'. 'realitas' merupakan fakta social (dalam pandangan Durkheim) yang bersifat external, general dan memaksa terhadap kesadaran masing-masing individu. Terlepas dari individu itu suka atau tidak suka, mau atau tidak mau, 'realitas' tetap ada. Sedangkan pengetahuan diartikan sebagai '*the certainty that phenomena are real and that they possess specific characteristics*'. Di sini maksudnya pengetahuan merupakan realitas yang hadir dalam kesadaran individu (jadi, realitas yang subjektif sifatnya). Pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu riil dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik. (Samuel, 1993:8).

Antara realitas dan pengetahuan terdapat kaitan yang sangat erat. Dalam kehidupan bermasyarakat, seperangkat pengetahuan atau *body of knowledge* diproses secara terus menerus dan kemudian ditetapkan sebagai suatu realitas. Realitas social terbentuk karena pengaruh dari pengalaman-pengalaman social individu atau pengalaman intelektualnya pada orientasi terhadap lingkungan social tertentu.

Perumusan Berger (Samuel, 1993:9-15) tentang hubungan timbal balik di antara realitas sosial (yang bersifat obyektif) dengan pengetahuan (yang bersifat subyektif) dilandaskan pada tiga konsep yaitu :

#### **1. Realitas Kehidupan Sehari-hari.**

Realitas sosial seperti yang dikemukakan Berger terletak pada kehadirannya yang tidak tergantung pada kehendak masing-masing individu. Berger mengakui bahwa realitas ada banyak corak dan ragamnya, namun yang terpenting adalah realitas kehidupan sehari-hari; yaitu, realitas yang dihadapi atau dialami oleh individu dalam kehidupannya sehari-hari. Ada beberapa hal yang menandai realitas kehidupan sehari-hari ini; yang bisa kita ketahui dari jawaban atas pertanyaan "bagaimana pengalaman subyektif individu tentang kehidupannya sehari-hari".

## **2. Interaksi Sosial dalam kehidupan sehari-hari.**

Realitas sosial dialami oleh individu bersama-sama dengan individu lainnya. Selain itu, individu lainnya itu pun sesungguhnya merupakan realitas social. Hal ini berarti, bahwa orang lain itu bukan hanya merupakan bagian atau obyek dalam realitas kehidupan sehari-hari individu, tetapi ia atau mereka juga bisa dipandang sebagai realitas social itu sendiri. Artinya bahwa pengalaman individu tentang sesamanya merupakan hal penting untuk ditelaah dalam pembicaraan tentang konstruksi realitas social.

Penciptaan realitas dilakukan individu melalui berbagai komunikasi dan komunikasi tatap muka merupakan hal yang terpenting, dimana subyektifitas paling jelas menampakkan diri, karena : (1). Subyektivitas orang-orang suasana tatap muka hadir bagi individu secara penuh. Begitu pula sebaliknya. Dalam suasana tatap muka setiap aktivitas baik verbal maupun non verbal diterima secara penuh oleh setiap individu; (2). Sejalan dengan pemenuhan subyektivitas dalam suasana tatap muka, pertukaran antar individu dengan lawan interaksinya pun berlangsung secara terus menerus dan 'dekat'. Kesimpulannya realitas social kehidupan sehari-hari itu tidak lepas dari interaksi tatap muka yang dilakukan individu dengan sesamanya; dalam arti bersamaorang lain tersebut individu mengalami atau menghadapi realitas social kehidupan sehari-hari, dan orang lain dalam suasana tatap muka itu sendiri juga merupakan realitas social bagi individu.

## **3. Bahasa dan Pengetahuan dalam Kehidupan Sehari-hari**

Menurut Peter Berger *human expressivity is capable of objectivation*. Maksudnya, expresivitas manusia itu muncul dari hasil aktivitas manusia. Hasil tersebut tersedia baik bagi si pencetus atau penghasilnya maupun bagi orang-orang lain – bersifat obyektif. Realitas kehidupan sehari-hari tidak akan bisa bertahan tanpa adanya obyek-obyek (hasil obyektivikasi, proses pengobyekan). Yang terpenting dari obyek-obyek itu bukan bentuk fisiknya, tetapi makna atau maksud subyektif yang ditampilkan orang atau sesama manusia. (sebaliknya bahwa makna subyektif orang lain hanya dapat dipahami hanya jika ia ditampilkan dalam bentuk obyektif).

Dari berbagai obyek yang ada (fisik, sosial dan abstrak/kultural), ada satu jenis obyek atau satu jenis kasus obyektivasi yang berkedudukan khusus-signifikasi; yaitu produksi

berbagai isyarat oleh manusia. Signifikasi ini sendiri satu jenis yang terpenting yaitu bahasa (dapat didefinisikan sebagai sistem isyarat vokal yang bermakna. Beberapa alasan penting yang mendasari pentingnya bahasa dalam perspektif Berger, yaitu Bahasa sebagai alat atau cara; bahasa sebagai sarana untuk mempertukarkan makna subyektif, sehingga dapat diwariskan kepada orang lain; bahasa sebagai tujuan atau sebagai hasil obyektivasi.

Doyle Paul Johnson (Arintowati,2002;51) berdasarkan pemahaman bahwa sebagian besar kenyataan yang dialami manusia sehari-hari kemudian dikonstruksikan secara sosial, mengklasifikasikan realitas sosial ke dalam 4 tingkatan, yaitu: Tingkat pertama adalah tingkat individual yang dapat dibagi lagi ke dalam dua sub tingkatan yakni tingkat prilaku dan tingkat subyektif. Tingkat kedua yakni tingkat antarpribadi. Realitas sosial pada tingkatan ini meliputi interaksi antar individu yang berhubungan dengan komunikasi simbolis, penyesuaian timbal balik, negosiasi mengenai bentuk-bentuk tindakan yang saling bergantung satu dengan lainnya, kerjasama atau konflik antarpribadi, pola-pola adaptasi bersama atau yang berhubungan satu sama lain terhadap lingkungan yang lebih luas.

Selanjutnya tingkat ketiga adalah tingkat struktur sosial. Pada tingkatan ini realitas lebih abstrak. Satuan-satuan terpenting dalam tingkatan ini dapat dilihat sebagai posisi-posisi sosial yang didefinisikan menurut hubungan yang kurang lebih stabil dengan posisi-posisi lainnya dan peranan-peranan sosial yang didefinisikan menurut harapan-harapan bersama atas prilaku orang-orang yang menduduki berbagai posisi. Kemudian tingkat keempat adalah tingkat budaya. Tingkatan ini meliputi arti, nilai, norma, simbol dan pandangan hidup yang umumnya dimiliki bersama oleh anggota atau sekelompok anggota masyarakat.

Sehubungan dengan pembentukan dan tingkatan realitas sosial tersebut, Hanna Adoni dan Sherrill Mane kemudian menyatakan bahwa penelitian terhadap pembentukan realitas sosial dapat dibedakan ke dalam dua (2) aspek, yakni pendekatan yang memfokuskan diri pada pentingnya aspek hubungan antara kebudayaan dan masyarakat, serta pendekatan yang melihat realitas sebagai suatu bentuk dari efek atau dampak media.

### A. Peran Media dan Peran Jurnalis Dalam Pembentukan Realitas Sosial

Walter Lippmann mengemukakan bahwa “ *world outside and pictures in our heads*”. Fungsi media, menurutnya adalah pembentuk makna (*the meaning construction of the press*); bahwasanya interpretasi media massa terhadap berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka. Realitas yang ada di media adalah realitas simbolik karena realitas yang sebenarnya tak dapat disentuh (*untouchable*). Kemampuan yang dimiliki media massa untuk menentukan realitas di benak khalayak, kemudian dimanfaatkan untuk kepentingan menciptakan opini publik (*propaganda politik, promosi, public relations*). (Hamad, 2001;1).

Proses konstruksi realitas, pada dasarnya adalah setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda tak terkecuali hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Misalnya saja, laporan tentang kegiatan orang yang berkumpul di suatu tempat terbuka guna mendengarkan pidato-pidato politik pada musim pemilu adalah hasil konstruksi realitas mengenai peristiwa yang lazim disebut kampanye pemilu.

Pekerjaan media massa berdasarkan sifat dan faktanya adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa pekerjaan kaum jurnalis adalah mengkonstruksikan realitas. Para pekerja media tersebut boleh disebut *constructor of reality*; orang yang tukang mengkonstruksikan realitas.

Perkembangan era media seperti sekarang, dimana hampir setiap orang di muka bumi ini tak bisa lepas dari terpaan media, maka peranan kaum jurnalis sangat besar dalam menentukan gambaran realitas dari kenyataan yang sebenarnya. Begitu besarnya kekuasaan mereka, pada dasarnya mereka memiliki kesempatan yang luas untuk berbuat apa saja dengan realitas melalui media dimana mereka bekerja. Secara metaforik, Dennis McQuail menunjukkan 6 kemungkinan yang bisa dilakukan oleh media tatkala mengajukan

realitas atau fungsi mediasi dari media massa (McQuail, 1994: 65-66) :

1. Sebagai jendela (*a window*), yang membukakan cakrawala kita mengenai berbagai hal di luar diri kita tanpa campur tangan dari pihak lain. Realitas disampaikan apa adanya kepada publik.
2. Sebagai cermin (*a mirror*) dari kejadian-kejadian di sekitar kita. Isi media massa adalah pantulan dari peristiwa-peristiwa itu sendiri. Di sini realitas media kurang lebih sebangun dengan realitas sebenarnya.
3. Sebagai filter atau penjaga gawang (*a filter or gatekeeper*) yang berfungsi menseleksi realitas apa yang akan menjadi pusat perhatian public mengenai berbagai masalah atau aspek-aspek tertentu saja dalam sebuah masalah. Realitas media tak utuh lagi.
4. Sebagai penunjuk arah, pembimbing atau penerjemah (*a signpost, guide or interpreter*) yang membuat audiens mengetahui dengan tepat apa yang terjadi dari laporan yang diberikannya. Realitas sudah dibentuk sesuai keperluan.
5. Sebagai forum atau kesepakatan bersama (*a forum or platform*) yang menjadikan media sebagai wahana diskusi dan melayani perbedaan pendapat (*feedback*). Realitas yang diangkat merupakan bahan perdebatan untuk sampai menjadi realitas intersubyektif.
6. Sebagai tabir atau penghalang (*a screen or barrier*) yang memisahkan public dari realitas yang sebenarnya. Realitas yang ada di media bisa saja menyimpang jauh dari kenyataan yang sebenarnya.

Isi media pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.

Tak banyak media yang dapat mengangkat realitas apa adanya mengingat besarnya godaan dan gangguan, baik yang datang dari internal maupun eksternal media. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa media tidak hidup dalam ruang yang statis, melainkan dalam lingkungan social yang dinamis. Kehidupan media, termasuk isi

(*content*)nya, tak bisa dilepaskan dari situasi di luar dirinya. Begitu banyak factor yang mempengaruhi isi media. Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese (Hamad; 8) menyebutkan isi media itu ternyata sarat dengan pengaruh internal organisasi media, kondisi eksternal media, bahkan unsur pribadi jurnalis seperti tingkat pendidikan, kesukuan, agama, keyakinan dan gender.

Seorang jurnalis atau wartawan yang memiliki pekerjaan utama untuk menceritakan hasil liputan atau reportasenya kepada khalayak, akan selalu terlibat dengan usaha-usaha untuk mengkonstruksikan realitas, yakni dengan cara menyusun fakta yang dilaporkannya ke dalam suatu bentuk laporan jurnalistik, berupa berita (*news*), karangan khas (*feature*) atau gabungan keduanya (*news feature*). Proses menceritakan setiap peristiwa atau kejadian inilah yang dikatakan bahwa isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan.

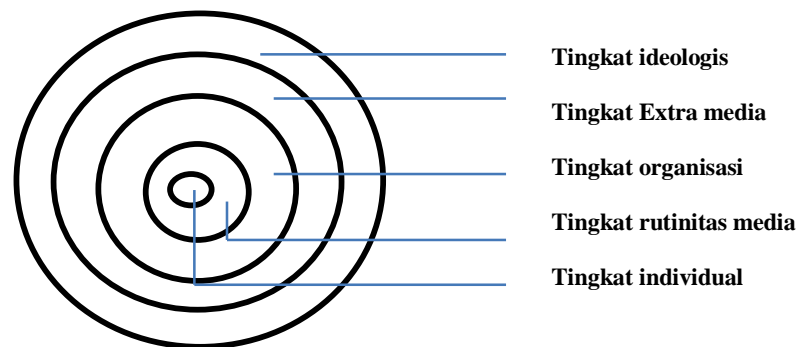
Seorang jurnalis tentu juga memiliki perbedaan persepsi dan interpretasi terhadap segala sesuatu : hal, benda, fakta, realitas atau peristiwa. Para jurnalis tentu memiliki kepentingan-kepentingan pribadi dan kepentingan ini mempengaruhi bagaimana mereka memandang dunia. Pandangan dunia adalah bingkai (*framing*) yang kita buat untuk menggambarkan dunia. Berbagai kejadian tersebut kemudian diberi makna dalam bingkai itu. Tanpa bingkai tersebut, kejadian-kejadian akan tampak kacau balau dan membingungkan. Bingkai adalah 'skenario' yang kita tulis untuk meletakkan setiap peristiwa dalam sebuah alur cerita yang teratur atau sistematis.

Faktor pribadi jurnalis, Louis Day (1991 dalam Hamad,2001;9) menguraikan seringnya seorang jurnalis mengalami konflik of interest dalam melaporkan sebuah kejadian. Menurut Day ada tiga (3) penyebabnya. Pertama, karena adanya hubungan pribadi dengan nara sumber. Kala terjadi konflik, apalagi yang melibatkan etnis, agama atau peradaban, ada kecenderungan media dengan aliran tertentu untuk mengakses nara sumber yang sejalan dengan aliran yang dianut si media. Hal ini tentu membuat berita menjadi tidak berimbang dan hanya menambah kesalah-pahaman. Kedua, akibat keinginan berpartisipasi kepada publik (*public participation*). Seringkali, wartawan juga adalah seorang aktivis, politik, lingkungan atau gerakan jender, sehingga dalam membuat laporan terpengaruh oleh sikap aktivisnya tersebut. Ketiga, adanya benturan dengan kepentingan pribadi, khususnya dalam masalah finansial. Tak dapat

ditolak adanya kenyataan bahwa pemberitaan juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Peran media sangat penting karena mampu menampilkan sebuah cara dalam memandang sebuah realita. Para pemilik media mengendalikan isi medianya melalui cara-cara tertentu untuk menyandikan pesan-pesan. Volosinov menyatakan, “*when-ever a sign present, ideology is present too*” (Hall,1977). Dengan demikian jelas bahwa media tidak bisa dianggap berwajah “netral” dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak. Media massa tidak hanya dipandang sebagai penghubung antara pengirim pesan pada satu pihak dan penerima pada pihak lain. Lebih dari semua itu media dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna. Semua media pada dasarnya membawa bias-bias tertentu. Setiap wartawan yang memasuki sebuah lingkungan media akan menyerap bias-bias media itu sebagai bagian dari kerja dia, atau jika menggunakan istilah perusahaan, sebagai bagian dari *corporate culture* dia. (Sobur,2006;93).

Kecenderungan atau perbedaan setiap media dalam memproduksi informasi kepada khalayak dapat pula diketahui karena adanya pelapisan-pelapisan yang melingkupi institusi media itu sendiri. Pamela Shoemaker dan Stephen D Reese membuat sebuah model “*hierarchy of influence*” yang dapat menjelaskan lapisan-lapisan ini yaitu :



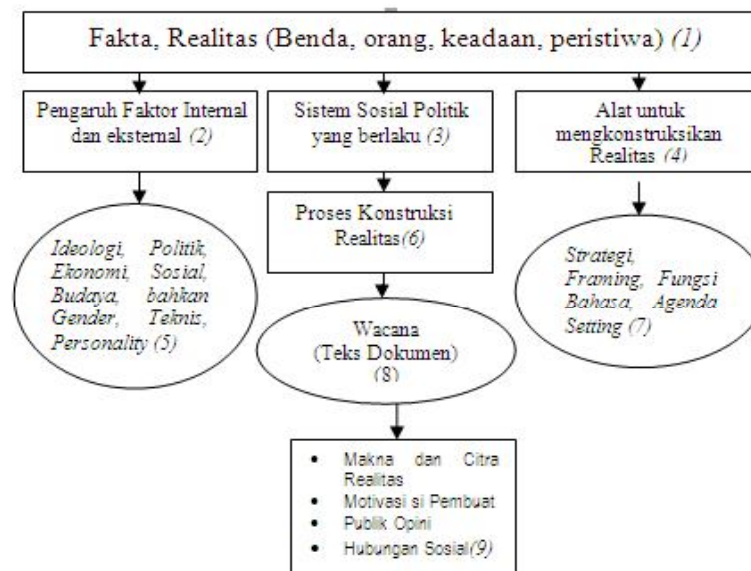
Gambar 1. “*Hierarchy of Influence*” Shoemaker & Reese



## B. Media Massa dan Pembentukan Realitas Sosial: Sebuah Konstruksi Teoritis

Tindakan membuat berita menurut Tuchman (1978) adalah tindakan untuk mengkonstruksikan realita itu sendiri, bukan penggambaran realita sesungguhnya. Berita merupakan konstruksi realitas sosial. Lebih lanjut menurut Tuchman, berita adalah sumber daya sosial yang konstruksinya membatasi pemahaman analitis tentang kehidupan kontemporer. Pada dasarnya pekerjaan media massa adalah menyajikan kembali realitas dihadapan publik melalui proses “konstruksi sosial”. Proses penyusunan kembali realitas itu lazimnya dimulai dengan adanya “realitas”, dalam hal ini peristiwa atau kejadian-kejadian di dalam masyarakat, lantas realitas itu disusun kembali hingga membentuk teks yang bermakna (wacana). Pemodelan peran media massa dalam mengkonstruksi realitas hingga dampak yang ditimbulkannya dapat dilihat pada gambar di bawah ini, yaitu:

Gambar 2. Bagan Alir Proses Kontruksi Realitas Sosial



(Sumber : Hamad,2001;10)

Proses konstruksi dalam media massa dimulai dengan adanya fakta atau realitas (1). Realitas atau fakta ini bisa berupa benda, orang, keadaan, peristiwa, ide atau perilaku. Fakta ini kemudian diolah melalui proses yang disebut konstruksi realitas (6), yaitu proses penyusunan data dan fakta hingga menjadi sebuah cerita yang bermakna bisa berbentuk berita, tajuk atau features. Dalam menyusun realitas hingga menjadi sebuah cerita yang bermakna, para “pencerita” (wartawan) dipengaruhi oleh berbagai macam tuntutan (yang seringkali berubah menjadi tuntutan) [(2) dan (5)], yaitu: pertama, tuntutan teknis. Hal ini biasanya terkait dengan jenis teks yang digunakan. Penulisan laporan baiknya memenuhi kelengkapan rumus berita 5W + 1 H. Berita langsung (straight news) dituntut untuk menggunakan pola struktur piramida terbalik. Berita ringan (soft news berkembang menjadi features) biasanya disarankan menggunakan struktur buah banteng dalam papan permainan catur.

Kedua, tuntutan idealisme. Idealisme disadari atau tidak pada saat pencerita menulis teks, dia ikut menanamkan idealismenya. Untuk kalangan pers, idealismenya adalah obyektivitas dan memperjuangkan kebenaran. Komponen obyektivitas: faktual (benar dan relevan), impartial (seimbang dan netral). Ketiga, tuntutan pragmatisme. Setiap teks pasti memiliki aspek pragmatismenya sendiri. Bagi dunia media massa, ini terkait erat dengan dinamika internal dan eksternal sebuah media. Pragmatisme di sini termasuk di antaranya “memperjuangkan sebuah nilai (kesetaraan gender, pembelaan bagi kaum terpinggirkan..)” dalam teks. Hal yang penting pula untuk diketahui bahwa cara mengkonstruksikan realitas tersebut dipengaruhi pula oleh sistem politik yang berlaku di sebuah negara (3). Untuk pemberitaan, dalam sistem politik libertarian tentu berbeda penyampaiannya dengan negara yang menganut sistem politik otoritarian.

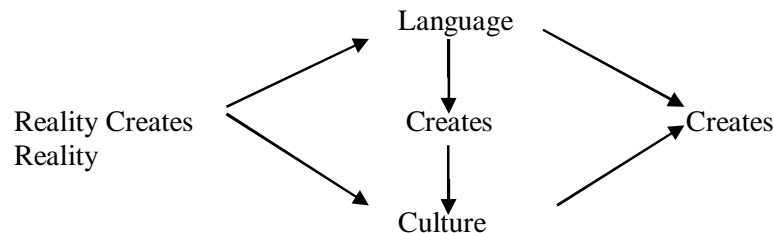
Faktor-faktor yang mempengaruhi (tuntutan dan tuntutan) tersebut selanjutnya mempengaruhi para pencerita dalam menggunakan alat-alat konstruksi realitas. Adapun alat-alat tersebut (1). Strategi *Framing*, yaitu upaya memilih dan memilih data dan fakta mana (termasuk siapa dan pendapatnya yang dikutip) yang akan dimasukkan ke dalam teks (Eriyanto 2002 dalam Hamad,2001;11). Strategi framing adalah usaha untuk meringkaskan dan mengemas pesan, dengan cara memilih fakta mana yang ingin ditonjolkan dan mana yang tidak akan dikemukakan dalam teks.

Upaya ini tidak mungkin dihindari oleh media massa dalam mengkonstruksikan realitas. Adanya tuntutan teknis membuat media membingkai suatu kejadian yang panjang menjadi “sederhana”, sehingga menjadi berita yang layak untuk ditayangkan atau diterbitkan.

*Framing* sebagai alat mengemas realitas menyusun suatu kejadian yang menghasilkan sebuah wacana (*discourse*). Dalam media massa wacana ini paling banyak dalam bentuk berita. Pembuatan frame ini tentu tidak terlepas dari kepentingan internal dan eksternal media, baik teknis, ekonomis, politis maupun ideologis. Wacana tentu saja mengindikasikan adanya kepentingan-kepentingan tersebut, tetapi juga bisa mengarahkan hendak dibawa kemana isu yang diangkat dalam wacana tersebut.

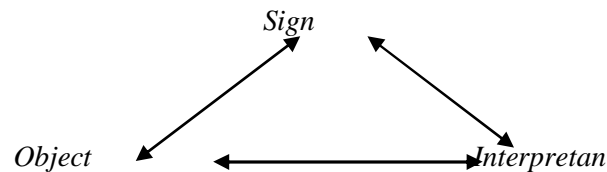
(2). Penggunaan Bahasa. Bahasa adalah unsur utama dalam mengkonstruksi sebuah realitas. Bahasa digunakan sebagai instrumen untuk menceritakan realitas tersebut. Demikian pentingnya bahasa, maka tak ada berita, cerita ataupun ilmu pengetahuan tanpa bahasa. Selanjutnya seluruh isi media menentukan format narasi (dan makna) tertentu. Bahasa dalam media massa bisa berupa bahasa verbal (kata-kata tulisan dan lisan) maupun non verbal (gambar, photo, tabel, grafik, angka ataupun gerak gerik). Media massa juga memiliki cara mempengaruhi penggunaan bahasa dan makna yaitu mengembangkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya; memperluas makna dari istilah-istilah yang ada; mengganti makna lama sebuah istilah dengan makna baru; memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa. Berarti penggunaan bahasa tertentu akan menghasilkan makna tertentu pula. Pilihan kata serta cara penyajian dari sebuah realitas ikut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus akan menentukan makna yang muncul darinya. Bahkan, bahasa bukan hanya mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus dapat menciptakan realitas. Kuatnya hubungan ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 3. Hubungan antara bahasa, realitas dan budaya (Christian and Christian,1966 dalam Samad,2001;14)



Betapa besar peranan bahasa dalam menentukan “bentuk dan warna” gambar sosial yang dibuat oleh pencerita. Mengapa kemudian bahasa (penjulukan) bisa menimbulkan makna dan citra tertentu?. Hal ini disebabkan bahasa (kata-kata, lambang) senantiasa mengacu pada obyek yang diwakilinya dan menyentuh benak yang mengindrainya. Hal ini dijelaskan oleh Teori Segitiga Makna, seperti yang terlihat pada gambar 3 dan 4 di bawah ini :

Gambar 4. Elemen Makna Pierce ( Fiske,1990:42 dalam Sobur, 2006;115)



Menurut Pierce salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang obyek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna tersebut berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

Dari visualisasi proses konstruksi realitas tersebut dengan mudah dapat diambil satu kesimpulan bahwa media massa dapat “berbuat apa saja” dalam menyajikan suatu realitas kepada publik. Sebuah realitas putih menjadi hitam atau warna apapun sekehendak media mengkonstruksikannya. Satu peristiwa yang realitas

obyektifnya baik-baik saja, bisa menjadi realitas simbolik yang bersifat memberi kesan provokatif untuk menimbulkan lahirnya konflik. Pada akhirnya segala sesuatunya terpulung kembali kepada profesionalisme dan moral obligation masing-masing pengelola media untuk menyajikan suatu realitas kepada masyarakat.

### C. KESIMPULAN

Secara ideal media seharusnya menyediakan informasi yang jujur, jernih dan seluas mungkin mengenai apa yang layak dan perlu diketahui oleh masyarakat. Idealnya suatu berita yang baik adalah berita yang ditulis berdasarkan fakta sesungguhnya. Tidak dikotori oleh kepentingan segelintir orang sehingga mendistorsi fakta tersebut. Namun dalam realita media sebagai ruang publik kerap tidak bisa memerankan diri sebagai pihak yang netral. Media senantiasa terlibat dengan upaya merekonstruksi realitas sosial. Dengan berbagai alasan teknis, ekonomis, maupun ideologis, media massa selalu terlibat dalam penyajian realitas yang sudah diatur sedemikian rupa sehingga tidak mencerminkan realita sesungguhnya. Keterbatasan ruang dan waktu juga turut mendukung kebiasaan media untuk meringkaskan realitas berdasarkan “nilai berita”. Prinsip berita yang berorientasi pada hal-hal yang menyimpang menyebabkan liputan peristiwa jarang bersifat utuh, melainkan hanya mencakup hal-hal yang menarik perhatian saja yang ditonjolkan. Berita juga sering dibuat berdasarkan semangat “laku-tidaknya berita itu dijual”

### DAFTAR PUSTAKA

- Arintowati, Hartono. 2002. *Aktivitas Komunikasi dan Pembentukan Realitas Sosial*. UI. Jakarta.
- Hamad, Ibnu. 2001. *Kekuatan Media Dalam Membentuk Realitas Sosial*. UI. Jakarta.
- Samuel, Hanneman. 1993. *Perspektif Sosiologis Peter Berger*. UI. Jakarta.
- Severin, J. Werner. James W Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi*. Edisi 5. PT. Prenada Media. Jakarta
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media*. PT. Remaja Rosdakarya. Jakarta