

MEDIA ECOLOGY THEORY

Abdul Karim Batubara

Abstract

Ecological studies of media in the era of globalization and information aims to analyze the media in making use of new media (online media) as a medium of communication and propaganda to be able to compete in his bid for an audience in the digital media era. This study shows that the mass media ecology can cope with declining number of audiences to the mainstream media. Because the distribution of information is no longer just rely on conventional media but also the mass media, including online media. This technology media presence as well as part of the conventional media aims to strengthen the function of the media in order to expand the audience through a distribution network of more diverse information. Competitions mass media were examined using the Media Ecology theory where media technology to compete in the same ecological space to fight the life-sustaining source of capital, content, and audience.

Kata Kunci: *Ekologi Media, Media dan Budaya, Medium*

Pendahuluan

Kehadiran teknologi tidak dipungkiri memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Sadar atau tidak, manusia menjadi tergantung kepada teknologi. Pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia menarik perhatian Marshall McLuhan, khususnya teknologi komunikasi. Menurutnya manusia memiliki hubungan simbolik dengan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa diri kita. Salah satu teori hasil pemikirannya adalah teori ekologi media.

Teori ini banyak membahas tentang perkembangan teknologi komunikasi khususnya pada dampak sosial yang ditimbulkan oleh teknologi tersebut. McLuhan menyatakan bahwa teknologi memengaruhi kehidupan manusia sehari-hari. Manusia tidak akan bisa hidup tanpa teknologi. Manusia dan teknologi itu sendiri memiliki hubungan yang bersifat simbiosis, artinya teknologi merupakan sesuatu yang diciptakan oleh manusia itu sendiri, dan sebagai akibatnya, teknologi yang telah diciptakan manusia tersebut menciptakan kembali diri manusia yang menggunakan teknologi tersebut. Teknologi sebagai media dinilai mampu memengaruhi persepsi dan pemikiran manusia. McLuhan juga mengatakan dalam teorinya bahwa masyarakat dunia tidak mampu menjauhkan dirinya dari pengaruh teknologi, ia juga menyatakan bahwa teknologi tetap akan menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan.

Pengenalan Teori

McLuhan mendasarkan banyak dari pemikirannya pada mentornya, seorang ekonom politik berkebangsaan Kanada, Harold Adams Innis. Innis berpendapat bahwa kerajaan-kerajaan besar dalam sejarah (misalnya Roma,

Yunani, Mesir) dibangun oleh mereka yang memiliki kendali terhadap kata-kata yang tertulis. Innis berpendapat bahwa kaum elite Kanada menggunakan beberapa teknologi komunikasi untuk membangun “kerajaan” mereka. Mereka yang berkuasa diberi banyak kekuasaan dengan adanya perkembangan teknologi.

Innis menyebut kekuatan membentuk yang dimiliki oleh teknologi terhadap masyarakat sebagai bias komunikasi (*bias of communication*). Bagi Innis, orang menggunakan media untuk memperoleh kekuasaan politik dan ekonomi, dan karenanya, mengubah susunan sosial dari sebuah masyarakat. Innis mengklaim bahwa media komunikasi memiliki bias yang terdapat di dalam diri mereka untuk mengendalikan aliran ide di dalam sebuah masyarakat.¹

McLuhan melanjutkan karya Innis. Philip Marchand mengamati bahwa “tak lama setelah meninggalnya Innis, McLuhan menemukan kesempatan untuk mengeksplorasi lansekap intelektual baru yang dibukan oleh karyanya [Innis]” McLuhan, seperti Innis merasa bahwa hampir tidak mungkin untuk menemukan masyarakat yang tidak dipengaruhi oleh media elektronik. Bahkan, Michael Bugeja cenderung setuju; ia melihat bahwa “media menggunakan mereka yang belajar dalam hubungan pemasaran yang bersifat simbiosis. Isi menjadi bias di dalam proses tersebut”. Persepsi kita mengenai media dan bagaimana kita menginterpretasikan persepsi-persepsi tersebut meruapakan isu-isu utama yang dihubungkan dengan Teori Ekologi Media. Tema ini akan dibahas dalam tiga asumsi utama dari teori ini.

Asumsi Teori ekologi

Kita telah melihat bahwa pengaruh dari teknologi media terhadap masyarakat merupakan ide utama yang di balik Teori Ekologi Media. Lihat lebih lanjut pemikiran ini dalam ketiga asumsi yang mbingkai teori ini:

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat.

Dalam perspektif McLuhan, media tidak dilihat dalam konsep yang sempit, seperti surat kabar / majalah, radio, televisi, film, atau internet. Dalam konsep yang luas, McLuhan melihat medium sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia.

2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita.

Dalam asumsi kedua teori Ekologi Media melihat media sebagai sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa, dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. Dalam asumsi ini McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan kita atas dunia.

Itulah mengapa kita menyebutnya ekologi. Ekologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan antara organisme dengan lingkungannya.” Media akan terus berubah seiring dengan pertumbuhan dan dinamisme masyarakat, akan

¹Richard West, Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (Boston: Mc Graw Hill, 2007) hlm, 140

terus berubah seiring dengan kebutuhan masyarakat. Sebaliknya, masyarakat pun berubah mengikuti perubahan media.

3. Media menyatukan seluruh dunia.

Dalam asumsi ketiga teori ekologi media menyatakan bahwa setiap peristiwa atau hal yang dilakukan di belahan dunia lain, dapat diketahui atau menjalar ke belahan dunia lain. Akibat dari hal tersebut, McLuhan menyebut, manusia kemudian hidup di sebuah desa global (*global village*). Media seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar.

Konsep *Global Village* berarti tidak akan ada lagi batasan antar belahan dunia manapun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain. Apa yang terjadi di belahan Kutub Utara misalnya dalam hitungan sepersekian detik akan dengan mudah diketahui pula oleh masyarakat di belahan Kutub Selatan.

McLuhan juga melihat permainan di dalam masyarakat sebagai mediasi. Ia mengamati bahwa “permainan adalah kesenian populer, reaksi sosial, kolektif terhadap dorongan utama atau tindakan dari budaya mana pun” Permainan adalah cara untuk mengatasi tekanan sehari-hari dan, McLuhan melihat, permainan merupakan model dari kehidupan psikologis kita. Ia berpendapat lebih jauh bahwa “semua permainan merupakan media komunikasi interpersonal”, yang merupakan perpanjangan dari pribadi sosial kita. Permainan menjadi media massa karena memungkinkan orang untuk secara berkesinambungan berpartisipasi dalam kegiatan yang menyenangkan dan merefleksikan siapa diri mereka sebenarnya.²

Bentuk mediasi lainnya adalah uang. McLuhan menyimpulkan bahwa “seperti media lainnya, uang merupakan kebutuhan pokok, sebuah sumber daya alam” . Para teoretikus juga menyebutkan uang sebagai “citra korporat” yang bergantung pada masyarakat bagi status dan keberlangsungannya. Uang telah menjadi semacam kekuatan magis yang memungkinkan orang untuk mendapatkan akses. Uang memungkinkan orang untuk berpetualang berkeliling dunia, berfungsi sebagai penyalur pengetahuan, informasi, dan budaya. McLuhan melihat bahwa uang benar-benar merupakan bahasa yang berkomunikasi kepada kelompok yang beragam, termasuk para petani, insinyur, tukang leding, dan dokter.

Asumsi yang kedua dari teori ekologi media berkaitan dengan diskusi sebelumnya: Kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Walaupun pengaruh ini telah dibahas sebelumnya, akan dibahas dengan lebih spesifik bagaimana McLuhan memandang dampak media dalam kehidupan kita.³

Para teoretikus ekologi media meyakini bahwa media memperbaiki persepsi dan mengorganisasi kehidupan kita. McLuhan menyatakan bahwa media cukup kuat di dalam pandangan kita mengenai dunia. Coba pikirkan, misalnya, apa yang terjadi ketika kita menonton televisi. Jika berita televisi melaporkan bahwa Amerika Serikat sedang mengalami “penurunan moral,”

²Ibid, hlm. 141

³Ibid

mungkin kita akan menonton berita mengenai penculikan anak-anak, penggunaan obat-obatan terlarang, atau kehamilan remaja. Dalam percakapan pribadi kita, kita mungkin akan mulai membicarakan mengenai kurangnya moral di dalam masyarakat. Bahkan, kita mungkin mulai untuk menjalani kehidupan kita sesuai dengan jenis berita yang kita tonton. Kita mungkin akan menjadi lebih curiga atau lebih ramah kepada orang asing, karena kita merasa takut mereka akan menculik anak kita. Kita mungkin tidak bersedia untuk mendukung hukum yang melegalkan penggunaan marijuana sebagai obat, walaupun mungkin saja hal ini dapat menguntungkan, karena kita khawatir mengenai peningkatan yang mungkin terjadi dalam kegiatan penggunaan obat-obatan terlarang. Kita mungkin juga dengan agresif menyerukan program pendidikan seks yang mendukung dijaganya kesucian hingga menikah, karena kita takut bahwa model pendidikan yang lain akan mengakibatkan lebih banyak kehamilan yang tidak diinginkan.

Asumsi ketiga dari teori ekologi media telah memunculkan sebuah percakapan yang cukup populer: Media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah system politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Walaupun frase ini hampir menjadi sesuatu yang klise akhir-akhir ini, McLuhanlah hampir empat puluh tahun yang lalu yang merasa bahwa media dapat mengorganisasikan masyarakat secara sosial. Media elektronik secara khusus memiliki kemampuan untuk menjebatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini.⁴

Dampak dari desa global ini, menurut McLuhan, adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung. Akibatnya, kita harus mulai tertarik dengan peristiwa global, dibandingkan berfokus hanya pada komunitas kita sendiri. Ia mengamati bahwa “bola dunia tidak lebih dari sebuah desa dan bahwa kita harus merasa bertanggung jawab bagi orang lain. Orang lain “sekarang terlibat di dalam kehidupan kita, sebagaimana kita terlibat dalam kehidupan mereka, berkat media elektronik”

Ingat kembali contoh pembuka mengenai Tiera Abrams untuk memberikan gambaran lebih jauh mengenai asumsi ini. Sebagai konsumen internet, Tiera sering kali mengunjungi chat room yang memungkinkan dirinya untuk berkomunikasi dengan beberapa orang yang berbeda sekaligus. Selama itu pula, ia bertemu dengan Marcus, yang kemudian ingin ia temui. Sebagai seorang warga Kanada, Marcus tidak akan mengunjungi tempat sosial yang sama seperti yang dikunjungi oleh Tiera. Media elektroniklah yang memungkinkan hubungan ini untuk berlanjut. Jika keduanya terus bertemu, mereka tentu saja akan mengetahui lebih jauh mengenai keluarga, komunitas, dan budaya satu sama lain.⁵

⁴. Ibid. hlm. 142

⁵. Ibid. hlm. 144

Anda akan mengingat bahwa para teoretikus system percaya bahwa satu bagian dari system akan memengaruhi keseluruhan sistem. Para teoretikus Ekologi Media meyakini bahwa tindakan dari satu masyarakat akan memengaruhi seluruh desa global. Karenanya banjir di Eropa, kelaparan di Afrika, dan perang di Timur Tengah memengaruhi Amerika Serikat, Australia, dan Cina. Menurut McLuhan, kita tidak lagi dapat hidup dalam isolasi karena adanya “saling ketergantungan elektronik”.

Era Elektronika

Sedikit dapat membantah fakta bahwa masa di mana kita hidup sekarang adalah masa elektronik. Hal yang menarik, McLuhan dan koleganya menyatakan bahwa zaman ini, yang ditandai dengan adanya telegraf, telephone, mesin ketik, radio dan televisi, telah membawa kita kembali kepada tribalisasi dan pada komunikasi lisan. Alih-alih buku sebagai pusat penyimpanan informasi utama, media elektronik mendesentralisasi informasi hingga pada batas di mana individu sekarang menjadi salah satu dari beberapa sumber utama informasi. Era ini telah mengembalikan kita pada ketergantungan primitive akan “berbicara” pada satu sama lain. Kini, kita telah mengartikan “berbicara” secara berbeda sebagaimana hal tersebut terjadi pada era tribal. Kita berbicara melalui televisi, radio, rekaman/pita kaset/CD, foto mesin penjawab, telepon seluler, blok, dan e-mail. Era elektronik (electronic era) memungkinkan komunitas-komunitas yang berbeda di bagian dunia yang berbeda untuk tetap terhubung, konsep yang telah dibahas sebelumnya sebagai desa global.

Medium Adalah Pesan

Teori ekologi media mungkin paling dikenal karena adanya slogan medium adalah pesan (*medium is the message*). Walaupun pengikut McLuhan terus memperdebatkan makna pasti dari persamaan ini, pernyataan ini mempresentasikan nilai-nilai ilmiah McLuhan: Isi dari pesan yang menggunakan media adalah nomor dua dibandingkan dengan mediumnya (atau saluran komunikasi). Medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, dari kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Jadi, misalnya, dalam contoh pembuka kita mengenai Tiera Abrams, apa yang ia dan Marcus komunikasikan lebih tidak penting dibandingkan bahwa mereka berkomunikasi melalui sebuah komputer, internet, dan e-mail.⁶

Tidak seperti media panas, media dingin (*cool media*) membutuhkan tingkat partisipasi yang tinggi; media ini redah definisi. Sedikit yang disediakan oleh medium, sangat banyak yang harus dilengkapi sendiri oleh pendengar, pembaca, atau penonton. Media dingin mengharuskan khalayak untuk menciptakan makna melalui keterlibatan indra yang tinggi dan imajinatif. Bayangkan misalnya, kartun. Biasanya kita mendapat beberapa bingkai berisi ilustrasi dan beberapa frase singkat. Kartun rendah definisi dan

⁶. Ibid, hlm. 145.

menyediakan sangat sedikit informasi visual. Kita harus menentukan makna dari kata dan gambar yang ada, dan bahkan kita yang harus menyediakan kata-kata atau ide yang hilang yang tidak diberikan di dalam kartun.⁷

Kita bahas satu hal lagi mengenai media dingin. Hal yang menarik, McLuhan menyatakan bahwa televisi dapat dianggap sebagai medium dingin. Ia beragrumen bahwa TV adalah medium yang mengharuskan penontonya untuk terlibat secara aktif. Bahkan ia melihat bahwa televisi “melibatkan Anda. Anda harus *bersamanya*.” Walaupun begitu, dengan adanya zaman digital di hadapan kita, televisi harus memiliki makna baru yang bahkan mungkin tak pernah dibayangkan oleh McLuhan. Apakah ia masih akan menggagap televisi sebagai medium dingin saat ini? Dalam sebuah wawancara pribadi dengan ilmuwan media Guido Stempel, Michael Bujega melaporkan bahwa stempel menganggap televisi “pasif kecuali *remote control*. Dalam hal ini televisi interaktif”. Bujega dan yang lainnya bertanya-tanya bagaimana McLuhan akan menempatkan HDTV (*high-defenision television*), yang memiliki kualitas audio dan visual yang presisi dan jelas.

Untuk menggambarkan media panas dan dingin, McLuhan menganalisis debat presiden tahun 1960 antara John F. Kennedy dan Richard Nixon. McLuhan menemukan bahwa bagi orang yang menonton debat ini di televisi, Kennedy menang karena ia telah menampilkan kepribadian yang objektif dan santai, sempurna untuk medium yang dingin. Bagi mereka yang mendengarkan melalui radio (medium panas). Nixon adalah pemenangnya. Ia dianggap panas (yang, faktanya, semua keringatnya menunjukkan hal ini!). Jadi, medium memengaruhi persepsi orang lain.⁸

Media dan Ketimpangan Sosial

Salah satu masalah paling sulit yang dihadapi masyarakat adalah kesenjangan antara kelompok-kelompok sosial seperti yang didefinisikan oleh kekayaan, ras, dan gender. Apa akar dari ketimpangan sosial dalam masyarakat? Kehidupan masyarakat menjadi lebih kompleks, mereka menjadi lebih terpecah-pecah ke dalam kelompok yang tidak sama sosial atau kelasnya.

Orang dapat dikategorikan baik dari segi kekayaan moneter mereka, atau modal ekonomi, pendidikan dan budaya keluarga. Perbedaan ekonomi dan budaya dapat melanggengkan kesenjangan sosial. Kesenjangan dalam akses Internet adalah pelebaran antara laba, ras, dan kelompok pendidikan dari waktu ke waktu. Sebuah fenomena yang dikenal sebagai kesenjangan digital. Upaya untuk menutup kesenjangan tersebut dengan mengurangi perbedaan modal ekonomi dengan subsidi komputer dan koneksi internet di lingkungan berpenghasilan rendah.

Namun, akses yang sama tidak selalu diterjemahkan ke dalam persamaan sosial sesuai dengan kesenjangan pengetahuan. Kesenjangan antara informasi "kaya" dan "miskin". "Informasi-kaya" adalah mereka-mereka

7. Ibid, hlm. 148.

8. Ibid, hlm. 148

dengan tingkat superior terhadap pendidikan dan akses ke perpustakaan dari komputer rumah. "Si miskin" adalah informasi-miskin yang memiliki tingkat lebih rendah dari pendidikan dan sumber daya, akses informasi dan cenderung miskin secara ekonomi juga. Kesenjangan pengetahuan menyatakan bahwa penyebaran informasi menguntungkan kedua kelompok tetapi itu akan menguntungkan bagi mereka-mereka yang kaya, sehingga menyebabkan pelebaran perbedaan antara keduanya. Banyak penelitian telah mendokumentasikan bahwa kesenjangan informasi yang melebar dalam pemanfaatan media.⁹

Ketika akses informasi timpang, kesenjangan semakin luas. Misalnya, kelas masyarakat atas hak istimewa memiliki akses yang lebih mudah ke media cetak karena mereka mampu, mereka lebih mudah dan juga memiliki lebih banyak waktu luang yang mengkonsumsinya. Ketidaksetaraan dalam akses ke teknologi informasi memperlebar kesenjangan antara kaya dan miskin. Kesenjangan pengetahuan menunjukkan bahwa upaya untuk kesenjangan digital (dengan menempatkan komputer di sekolah-sekolah, misalnya, atau membuat e-mail tersedia untuk semua) akan setidaknya sebagian diri sendiri. Menurut hipotesis ini, anak-anak diuntungkan secara ekonomi akan mendapatkan keuntungan lebih dari komputer di sekolah mereka daripada anak-anak yang kurang beruntung secara ekonomi (terutama minoritas), akan mendapatkan keuntungan dari komputer di sekolah mereka.

Tentu saja, jika tidak ada upaya untuk menyamakan akses, kesenjangan akan tumbuh bahkan lebih luas, sehingga realitas yang menyedihkan dari kesenjangan pengetahuan tidak boleh digunakan sebagai alasan untuk melakukan apa-apa. Sebaliknya, kesenjangan mencerminkan kondisi dasar ketidaksetaraan dalam masyarakat kita. Hal ini juga penting untuk diingat bahwa fenomena digital dinamis. Mereka yang berada di sisi yang tinggi hari ini, mengatakan dirinya punya banyak akses informasi, namun besok hari teknologi dan keterampilan persyaratan bergerak ke atas yang dapat merubah kehidupan si miskin.

Komunikasi Massa dan Budaya

Budaya dapat membatasi dan membagi atau membebaskan dan bersatu, ia menawarkan kita kesempatan tak terbatas untuk menggunakan komunikasi untuk kebaikan jika kita memilih untuk melakukannya, tulis James Carey.¹⁰

Kita telah melihat setiap hal baru dalam teknologi komunikasi sebagai kesempatan bagi dunia politik dan ekonomi. Kita jarang melihat media sebagai kesempatan untuk memperluas wawasan untuk belajar dan bertukar pikiran serta pengalaman.

⁹ Joseph Straubhaar & Robert LaRose. *Media Now Communication Media in the Information Age*, (Australia: Wadsworth, 2002), hlm.463

¹⁰ Stanley J. Baran. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture* (Boston: McGraw-Hill, 2008), hlm.16

Siapa "kita" dalam kutipan ini? Kami adalah semua orang yang terlibat dalam menciptakan dan memelihara budaya . Kami adalah orang-orang yang terlibat dalam industri media massa dan orang-orang yang berkontribusi terhadap khalayak media. Kita tidak hanya membiarkan media massa berjalan sendiri tetapi juga untuk berkontribusi pada penciptaan dan pemeliharaan budaya.

Setiap orang yang terlibat memiliki kewajiban untuk berpartisipasi secara bertanggung jawab. Bagi orang-orang yang bekerja di industri media, ini berarti secara profesional dan etis membuat dan mengirimkan konten. Untuk khalayak, itu berarti berperilaku konsumen kritis dan bijaksana terhadap konten. Dua cara untuk memahami peluang dan tanggung jawab kita dalam proses media massa adalah untuk melihat media massa sebagai pendongeng budaya kita dan untuk konsep media massa sebagai forum budaya.

Media massa telah menjadi forum utama untuk perdebatan tentang budaya kita. Suara-suara yang paling kuat di forum memiliki paling kekuatan untuk membentuk definisi dan pemahaman kita.¹¹ Di mana sebaiknya kekuatan yang kuat tarikannya dengan industri media atau dengan khalayak mereka? Jika Anda menjawab "industri media," Anda harus menuntut bahwa anggota industri ini bertindak secara profesional dan etis. Jika Anda menjawab "penonton." Anda harus bersikeras bahwa penonton individu menjadi bijaksana dan kritis terhadap pesan-pesan media yang mereka konsumsi. Forum ini hanya sebagai baik, adil, dan jujur mereka yang berpartisipasi di dalamnya.

Ruang Publik Sebagai Ruang Perdebatan Kritis

Media penyiaran bergerak dalam ranah publik maka keberadaannya seharusnya terkait dengan kepentingan publik. Menguatnya kepentingan Negara (*state*) dan pasar (*market*) menyebabkan kapasitas media untuk memenuhi kepentingan publik menjadi semakin kecil. Untuk membahas fenomena media dalam hal ini media alternative maka akan terlihat dari teori ruang publik dari Habermas.¹²

Ruang publik yang mengacu kepada pemikiran Habermas diharapkan merupakan ruang di mana perdebatan kritis tentang kepentingan publik terkait hubungan Negara dengan masyarakatnya terjadi. Perdebatan itu dimungkinkan terciptanya emansipasi dalam masyarakat. *Emansipatori* sendiri diartikan sebagai kemampuan untuk membebaskan diri dari segala dominasi yang dialaminya, sehingga seseorang mampu mengemukakan eksistensi diri atau pemikirannya. Proses emansipatoris terjadi ketika akses publik terhadap komunikasi terbuka dan mereka terlibat sebagai subjek dalam

¹¹ Ibid, hlm.17

¹² Eni Maryani. *Media Perubahan Sosial* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011) hlm.44

proses komunikasi yang terkait dengan kepentingannya sehingga membebaskannya dari kesadaran palsu (*false consciousness*).

Pada awal perkembangan ruang publik berkembang dalam diskusi-diskusi langsung di tempat-tempat umum di mana kalangan intelektual berkumpul dan bertukar ide mengenai pertanyaan-pertanyaan mendasar mengenai filsafat, ekonomi, politik, dan organisasi sosial. Apa yang mereka pertanyakan dan perdebatkan berdampak cukup potensial terhadap aktivitas politik formal. Kemudian munculnya media mengembangkan ruang publik tersebut sehingga anggota komunitas lainnya juga dapat saling berbagi pandangan. Akan tetapi perkembangan ruang publik ini kemudian mendapat tantangan dari Negara khususnya dari pemimpinnya yang bersifat otoriter sehingga tak mungkin proses demokrasi dalam masyarakatnya berkembang. Dalam perkembangan pula, ruang publik juga dimasuki oleh ruang privat dari kepentingan-kepentingan (ekonomi) individu-individu masyarakat. Dengan kata lain, berkembang penggunaan ruang publik untuk memasarkan produk sebagaimana terepresentasi sangat jelas dalam fenomena masuknya iklan ke dalam media massa. Maka, ruang publik yang sebetulnya ruang pengantara (*a bridging function of publik sphere*) antara ruang privat individu masyarakat dengan ruang politik-birokratis Negara menjadi lebur. Dalam bahasa Habermas sendiri diungkapkan sebagai berikut, "*To the extent that state and society penetrated each other, the publik sphere (and along with it the parliament i.e., the publik sphere established as an organ of the state) lost its bridging functions.*"¹³

Berkaitan dengan kepentingan publik, media dalam perkembangannya lebih berorientasi kepada pembentukan opini publik dibandingkan dengan mengembangkan ruang publik bagi terciptanya ruang yang memungkinkan perdebatan atau pertukaran ide antaranggota masyarakat. Dengan kata lain, ruang publik mengalami perubahan yang mendasar ketika ruang publik didominasi Negara yang semakin otoriter dan ketika media lebih merepresentasikan kepentingan organisasi ekonominya. Situasi tersebut diperparah ketika media juga menjadi agen yang memanipulasi opini publik, dan mengordinasikan publik menjadi pemirsa dan konsumen yang pasif.

Media yang berkembang dalam sistem industri kapitalistis berorientasi kepada motif pengambilan keuntungan, seperti bisnis lain yang dijalankannya. Konflik-konflik kepentingan yang seharusnya ada di ruang privat kemudian dikomodifikasi dan dieksploitasi dalam ruang publik. Alih-alih terjadi komunikasi yang bebas dominasi atau situasi percakapan ideal seperti yang dibayangkan Habermas, yang terjadi di media adalah komunikasi yang terdistorsisemata-mata untuk kepentingan ekonomi. Media yang bergerak dalam ranah publik menjadi kehilangan daya kritisnya karena rasionalitas yang berkembang didominasi oleh rasional instrumental (rasio bertujuan) yang mengabaikan rasionalitas moral dan rasionalitas estetika.¹⁴

¹³ Ibid, hlm. 45

¹⁴ Ibid, hlm.46

Berkaitan dengan tipe ruang publik dari Habermas, menurut Hardiman terdapat dua bentuk ruang publik yaitu ruang publik autentik dan ruang publik tak autentik. Tipe pertama adalah ruang publik yang terbentuk dari proses komunikasi yang diselenggarakan oleh institusi nonformal dan mengorganisasikan dirinya sendiri. Komunikasi di sini terjalin secara horizontal, inklusif, dan diskursif. Para aktor yang terlibat dalam ruang publik tipe ini berasal dari publik itu sendiri, hidup dari kekuatan mereka sendiri, dan berpartisipasi dalam diseminasi, multiplikasi, dan proteksi ruang publik. Tipe kedua adalah ruang publik yang terbentuk karena adanya kekuatan yang berpengaruh atas keputusan para pemilih, konsumen, dan klien untuk memobilisasi loyalitas, daya beli, dan perilaku mereka lewat media massa.

Merujuk pada bentuk-bentuk ruang publik tersebut maka ruang publik yang dikembangkan dalam media *mainstream* lebih condong pada pembentukan ruang publik yang tidak autentik. Ruang publik yang tidak autentik itulah sebenarnya ruang publik yang dimanipulasi sehingga komunikasi yang berlangsung di dalamnya adalah proses komunikasi yang terdistorsi, sementara ruang publik yang dirintis dan dikembangkan oleh media alternatif adalah merujuk pada bentuk ruang publik yang autentik. Media alternatif dengan segala keterbatasannya masih berupaya menjadikan anggota kelompoknya sebagai subjek komunikasi yang difasilitasinya. Ruang publik yang autentik berusaha tetap dikembangkan dalam media-media ini. Partisipasi publik sebagai subjek atau produsen pesan menjadi ukuran keberhasilannya, sementara media *mainstream* menjadikan publiknya sebagai konsumen dan besarnya jumlah konsumen menjadi ukuran keberhasilannya (*rating*).

Akan tetapi kalau kita merujuk lagi pada teori ruang publik Habermas ada beberapa hal yang perlu dipertanyakan. Kemunculan ruang publik sebagai sebuah ruang debat pada abad 18 dan 19 pada tempat-tempat yang dilacak Habermas mengindikasikan kelompok yang eksklusif karena hanya melibatkan kelompok terbatas yaitu kelompok terdidik. Dengan kata lain, ruang publik yang dianalisis Habermas lebih mengindikasikan kelompok terdidik atau kalangan borjuis dan memarjinalkan kalangan *grass root*, perempuan, agama, etnik, dan lain-lain.

Selain itu salah satu kritik terhadap Habermas dalam hal ruang publik adalah dia dianggap cenderung menggambarkan ruang publik yang tunggal dalam masyarakat, seperti yang diungkapkan Philip Smith berikut “...Habermas tends to depict a single, unified publik sphere. In complex and differentiated societies it may be more useful to think about multiple publik sphere organized around communities..” Masyarakat yang beragam dan kompleks tentunya tidak mungkin hanya memiliki ruang publik yang tunggal atau terpusat. Salah seorang pemikir Kajian Budaya, Stuart Hall bahkan mengemukakan bahwa ruang publik seharusnya berkembang atau dikembangkan dalam semua level atau kelompok masyarakat. Lyotard juga

mengkritisi Habermas karena mengabaikan adanya karakter-karakter dominan dalam masyarakat yang dapat muncul dalam ruang publik.¹⁵

Dalam studi ini salah satu yang dicermati adalah konteks masyarakat yang berbeda dari masyarakat yang dianalisis oleh Habermas. Peneliti yang mendasar buku ini mengkaji masyarakat yang tak lepas dari kapitalisme yang beroperasi secara menyebar, tetapi jelas berbeda dengan masyarakat kapitalisme lanjut yang diteliti Habermas. Oleh karena itu dalam penelitian ini resistensi yang dilakukan melalui media komunitas sebagai alternatif dan bagaimana ruang publik dioperasikan, akan dilihat dari konteks sosial budaya masyarakat tersebut.

Peran Media

Spiral kebisuan merupakan gejala atau fenomena yang melibatkan saluran komunikasi melalui personal dan komunikasi melalui media. Media berfungsi menyebarkan opini publik yang menghasilkan pendapat atau pandangan yang dominan. Sementara individu dalam hal menyampaikan pandangannya kan bergantung pada pandangan yang dominan, sedangkan media, pada gilirannya cenderung memberitakan pandangan yang terungkap, dan karenanya spiral kesunyian berlanjut.

Dalam menjelaskan mengapa media memberikan pengaruh terhadap opini publik, Noelle-Neumann menjelaskan bahwa media tidak memberikan interpretasi yang luas dan seimbang terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki pandangan terhadap realitas secara terbatas dan sempit. Media massa memiliki tiga sifat atau karakteristik yang berperan membentuk opini publik yaitu: ubikuitas, kumulatif dan konsonan.¹⁶

Sifat “ubikuitas” (*ubiquity*) mengacu pada fakta bahwa media merupakan sumber informasi yang sangat luas karena terdapat di mana saja, dengan kata lain ubikuitas adalah kepercayaan bahwa media terdapat di mana-mana. Karena media terdapat di mana saja maka media menjadi Instrumen yang sangat penting, diandalkan dan selalu tersedia ketika orang membutuhkan informasi. Media berusaha mendapat dukungan dari publik terhadap pandangan atau pendapat yang disampaikannya, dan selama itu pula pandangan terdapat di mana-mana.

Sifat “kumulatif” (*cumulativeness*) media mengacu pada proses media yang selalu mengulang-ulang apa yang disampaikannya. Pengulangan terjadi di sepanjang program, baik pada satu media tertentu ataupun pada media lainnya, baik yang sejenis maupun tidak. Noelle-Neumann menyebut hal ini sebagai “*reciprocal influence in building up frame of reference*” (pengaruh timbal balik dalam membangun kerangka acuan).

Sifat “konsonan” (*consonant*) mengacu pada kesamaan kepercayaan, sikap, dan nilai-nilai yang dianut media massa. Noella-Neumann menyatakan, bahwa konsonan dihasilkan berdasarkan kecenderungan media untuk

¹⁵. Ibid, hlm. 46

¹⁶. Morissan .*Teori Komunikasi Individual Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.531

menegaskan atau melakukan konfirmasi terhadap pemikiran dan pendapat mereka sendiri, dan menjadikan pemikiran dan pendapat itu seolah-olah berasal dari masyarakat.

Ketiga karakteristik media tersebut ubikuitas, kumulatif, dan konsonan memberikan pengaruh besar terhadap opini publik. Media massa memberikan kontribusi terhadap munculnya spiral kebisuan karena media memiliki kemampuan untuk menentukan dan menyebarluaskan pandangan yang dinilai lebih dapat diterima publik secara umum. Dengan kata lain, mereka yang memiliki pandangan yang bertentangan dengan pandangan khalayak akan lebih sulit untuk mendapatkan tempat di media massa. Selain itu, menurut teori ini, pandangan minoritas cenderung menjadikan kambing hitam oleh media massa.

Media dan Budaya

Studi kultural atau *cultural studies* merupakan kelompok pemikiran yang memberikan perhatian pada cara-cara bagaimana budaya dihasilkan melalui perjuangan di antara berbagai ideologi. Studi kultural memberikan perhatiannya pada bagaimana budaya dipengaruhi oleh berbagai kelompok dominan dan berkuasa. Nama Stuart Hall adalah yang paling sering diasosiasikan dengan aliran pemikiran ini. Menurut Hall, media adalah instrument kekuasaan kelompok elite, dan media berfungsi menyampaikan pemikiran kelompok yang mendominasi masyarakat, terlepas apakah pemikiran itu efektif atau tidak. Studi kultural menekankan pada gagasan control atas masyarakat sementara mereka yang kurang berkuasa menerima apa saja yang disisakan mereka oleh kelompok yang berkuasa.¹⁷

Studi kultural merupakan tradisi pemikiran yang berakar dari gagasan ahli filsafat Karl Marx yang berpandangan kapitalisme telah menciptakan kelompok elite berkuasa yang melakukan eksploitasi terhadap kelompok yang tidak berkuasa dan lemah. Kelompok yang lemah akan mengalami "alinasi" yaitu kondisi psikologis di mana orang mulai merasa mereka memiliki kontrol terbatas terhadap masa depan mereka. Menurut Marx, ketika orang kehilangan kontrol atas alat produksi ekonomi mereka (sebagaimana paham kapitalisme) dan karenanya mereka harus bekerja pada majikan maka mereka menjadi teralienasi. Kapitalisme akan menghasilkan masyarakat yang dikendalikan oleh keuntungan ekonomi profit), dan para pekerja adalah faktor yang menentukan keuntungan itu.

Marx berpandangan bahwa pesan yang disampaikan media masa sejak awal dibuat dan disampaikan kepada khalayak audiensi dengan satu tujuan, yaitu membela kepentingan paham kapitalisme. Walaupun media sering kali mengklaim atau menyatakan bahwa mereka menyampaikan informasi untuk

¹⁷ Ibid, hlm. 531

kepentingan publik dan kebaikan bersama (*common good*), namun meminjam ungkapan populer “ujung-ujungnya duit!”

Jika dalam pandangan Marxisme sistem ekonomi yang menjadi infrastruktur sosial akan menentukan superstruktur maka dalam pandangan studi kultural hubungan tersebut dipercayai lebih kompleks. Berbagai kekuatan dalam masyarakat dipercaya berasal dari berbagai sumber. Infrastruktur dan suprastruktur bersifat saling bergantung satu sama lain. Karena sebab akibat yang terjadi dalam masyarakat bersifat sangat kompleks, maka tidak ada akibat atau keadaan yang semata-mata ditentukan oleh satu kondisi tertentu saja. Hal yang sama berlaku pula untuk ideologi. Berbagai ideology yang berbeda dan terkadang berkontradiksi hidup bersama berdampingan dalam ketegangan yang dinamis. Menurut Hall, tidak ada ideology yang bersifat tunggal, ketika seorang memilih suatu ideology maka ia telah memicu seluruh rantai ideology yang berhubungan dengan ideologi tersebut.

Kritik Media

Kritik Media adalah analisis yang digunakan untuk menilai efek media pada individu, pada masyarakat, dan pada budaya. Media kritik tidak selalu harus negatif, tetapi tidak harus terdiri dari analisis berdasarkan argumen baik beralasan.¹⁸

Pada tingkat perguruan tinggi, instruksi kritik media yang melangkah lebih jauh dalam menyediakan alat untuk analisis mendalam tentang pesan-pesan media massa. Dalam pengantar terhadap kritik media mahasiswa mulai meneliti hubungan antara sejarah media, praktik industri saat ini, dan kontroversi, serta bagaimana hukum dan etika berhubungan dengan dampak media. Banyak siswa menemukan bahwa peningkatan kesadaran media favorit mereka memanfaatkan mereka terhadap para media yang lebih menarik dan lebih signifikan. Menggunakan media adalah sesuatu yang kebanyakan orang akan lakukan untuk sisa hidup mereka, sehingga prospek pembuatan yang menggunakan lebih berarti sering menarik. Siswa yang telah mengambil media yang begitu saja, dan telah menerima pandangan yang pada dasarnya tidak kritis dan unreflektif, sering menemukan kursus pengantar dalam komunikasi massa menjadi pembuka mata.

Penutup

Penggambaran beberapa teori komunikasi massa yang relevan dengan efek media massa untuk lebih memahami teori ekologi media berdasarkan perkembangan teori pengaruh media massa pada suatu masyarakat maka munculah ide utama dibalik teori ekologi media terdapat tiga asumsi utama yang mendasari teori tersebut yaitu : Media mempengaruhi setiap perilaku

¹⁸ George Rodman . *Mass Media in a Changing World History Industry Controversy-3rd ed*, (Boston: Higher Educations, 2010), hlm: 5

dalam masyarakat, media membentuk persepsi dan mengatur pengalaman kita dan media dapat menyatukan dunia.

Para teoretikus ekologi media meyakini bahwa media memperbaiki persepsi dan mengorganisasi kehidupan kita. McLuhan menyatakan bahwa media cukup kuat di dalam pandangan kita mengenai dunia.

Perkembangan zaman memacu tingkat kemajuan ilmu dan teknologi, tidak terkecuali teknologi komunikasi yang merupakan suatu sarana menghubungkan suatu masyarakat dengan masyarakat di bumi ini. Kecanggihan teknologi komunikasi ikut mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya kegiatan dakwah sebagai salah satu pola penyampaian informasi dan upaya transfer ilmu pengetahuan.

Daftar Pustaka

- J. Baran, Stanley. 2008. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. Boston: McGraw-Hill
- Maryani, Eni. 2011. *Media Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan .2013. *Teori Komunikasi Individual Hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Rodman, George. 2010. *Mass Media in a Changing World History Industry Controversy-3rd ed*, Boston: Higher Education.
- Straubhaar, Joseph & Robert LaRose. 2002. *Media Now Communication Media in the Information Age*. Australia: Wadsworth
- West, Richard and Turner, Lynn H. 2007. *Introducing Communication Theory analysis and Application*. Boston: Mc Graw Hill.