

RETHINKING TEORI KOMUNIKASI DALAM KONTEKS MEDIA BARU

(Telaah Pemikiran Holmes tentang Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat)

Oleh:

Sih Natalia Sukmi

ABSTRACT

The new media give consequence to the study of communication sciences. Empirical facts showed that communication research often get stuck on the wrong footing basis in analyzing social conditions, but there is no doubt that the theory of communication should be in harmony with the development of technologies that facilitate society and interaction process. This study seeks to provide a description of how the development of the theory of communication and dialogue with communication problems emerging. David Holmes's view on the development of communication studies will overshadow this article. Literature method used to describe the theories that have been and can be applied to the study of communication, new media and social implications there in.

Keywords: *Theory of communication, new media, David Holmes*

1. PENDAHULUAN

Studi komunikasi kian hari kian dinamis seiring perkembangan teknologi dan masyarakat penggunaannya. Teknologi tak bisa lepas dari telaah komunikasi karena di beberapa pendekatan komunikasi, teknologi justru menjadi bagian vital. Shannon and Weaver misalnya, ilmuwan matematika ini menekankan komunikasi pada medium dan *noise*. Shannon yang meneliti untuk perusahaan telekomunikasi tentu berupaya keras untuk mengukur kapasitas dan efisiensi teknologi komunikasi sebagai sarana transmisi simbol-simbol. Pendekatan ini memandang komunikasi sebagai proses linier seperti

pemikiran Laswell walau dengan penekanan yang lain. Berbeda dengan Laswell, Fiske ingin memahami komunikasi dari sisi yang lain. Pembicaraan tentang konten untuk mencari representasi bahkan menilikinya dari sisi produksi dan reproduksi tanda ala Fiske, menekankan pada unsur pesan dalam kajian lebih dalam. Teori pada dasarnya tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial dan referensi pengalaman yang membangunnya. Keselarasan sudut pandang menjadi penting untuk dilakukan karena teori lahir dari kegelisahan ilmuwan yang menaunginya.

Media merupakan bagian dari kajian ilmu komunikasi. Pendalaman terhadap kajian ini lebih pada aspek konten, sejarah dan dampak beragam media terhadap masyarakat yang menjadi audiennya. Kajian komunikasi menjadi lebih dinamis ketika teknologi mengalami perkembangan yang cukup pesat. Teknologi komunikasi yang kemudian menjadi bagian keseharian manusia menjadi tantangan ahli-ahli komunikasi untuk menciptakan berbagai pendekatan-pendekatan baru untuk menganalisisnya. Pada awalnya studi tentang retorika cukup populer di kalangan akademisi komunikasi, namun perkembangannya ilmu komunikasi tampaknya tak lagi dapat berdiri sendiri untuk mengkaji berbagai fenomena sosial. Lanskap media baru menghiasi berbagai kajian komunikasi. Tren kajian komunikasi mengarah ke teknologi yang memiliki karakteristik yang cukup berbeda dengan media massa, *interaktivitas*, *viralitas*, dan faktor lain ini. Implikasinya interdisiplin ilmu perlu diterapkan untuk menghasilkan temuan yang komprehensif. Oleh karenanya, ilmu komunikasi perlu memikirkan kembali batas-batas kajiannya, teori hingga metodologis yang hendak diterapkannya. Kajian ini mencoba untuk menginventarisasi teori yang dapat digunakan sebagai dasar berpijak dalam kajian media baru, salah satunya melalui telaah pemikiran David Holmes yang akan mendasari tulisan ini.

Holmes dalam bukunya yang berjudul *Teori Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat* mencoba untuk medekonstruksi pemikiran bahwa ilmu komunikasi kini tidak boleh lagi hanya terkonsentrasi pada pengertian

komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Teori komunikasi yang telah berkembang merupakan turunan dari aliran linguistik yang lebih tertarik untuk memahami isi dan representasi. Sementara *second media age*, dimana internet memberi ruang interaksi yang lebih terbuka antar satu komunikator dengan komunikator yang lain mensyaratkan teknologi harus dipandang lebih dari sekedar isinya. Mc Luhan dan Innis sudah mengawali teorisasi mereka dengan mengungkapkan bahwa *medium is message*, namun pada perkembangannya, Ilmu komunikasi membutuhkan teknologi dipelajari lebih sebagai subyek bukan obyek yang keberadaannya seolah disembunyikan.

2. TRADISI DALAM KOMUNIKASI MASSA

Kajian tentang komunikasi dapat dilihat dari level komunikasinya-komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Tradisi komunikasi dalam kajian ini menggunakan pendekatan Stephen W Littlejohn (2005) dalam bukunya berjudul *Theories of Human Communication*. Komunikasi yang termediasi melalui media massa disebut sebagai komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan mengirimkan pesan kepada publik yang besar dan proses dimana pesan dipandang, digunakan, dipahami dan mempengaruhi audien. Pusat dari studi komunikasi massa adalah media. Organisasi media mendistribusikan pesan yang berdampak dan mencerminkan budaya masyarakat, dan mereka memberikan informasi secara simultan untuk audien yang heterogen, membuat media menjadi bagian dari perjuangan institusi sosial. Media tentu berimplikasi pada "mediation" karena mereka datang diantara audien dan dunia. Dennis McQuail mengusulkan beberapa metafora untuk menangkap ide ini: "media adalah *jendela* yang memungkinkan kita untuk melihat pengalaman, platform atau pembawa yang menyajikan informasi, komunikasi interaktif yang melibatkan umpan balik audien, *signpost* yang memberikan kita instruksi dan perintah, penyaring, cermin yang

merefleksikan diri kita dengan mereka, dan batasan yang membentuk kebenaran. Joshua Meyrowitz memasukkan tiga metafora – media adalah *kondite*, media sebagai bahasa dan media sebagai lingkungan.

Peneliti media menyadari ada dua wajah komunikasi media. Pertama (sisi makro) melihat media terhadap masyarakat yang lebih besar dan institusinya-tertarik pada hubungan masyarakat dengan media yang terpusat dengan cara media digunakan dalam masyarakat dan pengaruh antara struktur sosial yang lebih besar dan media. Pandangan kedua (sisi mikro) melihat orang, sebagai kelompok dan individu. Pandangan ini mencerminkan jaringan antara media dan audien-tertarik pada hubungan media-audien yang fokus pada efek kelompok atau individu dan keluaran aksi media. Dalam bidangnya, kemudian, teori media bertujuan pada tiga tema besar-isi dan struktur media, masyarakat dan budaya, dan audien. Berdasarkan pandangan Little John, komunikasi massa terutama media dapat dikaji dari berbagai tradisi, yaitu tradisi semiotik, tradisi sosiokultural, tradisi psikologi sosial, tradisi sibermetik, dan tradisi kritik.

Tradisi Semiotik. Semiotik adalah hubungan antara tanda, referen dan pikiran manusia. Tradisi ini membantu kita untuk melihat bagaimana tanda-tanda dan simbol-simbol digunakan, apa makna mereka dan bagaimana mereka diorganisir. Beberapa studi yang memandang organisasi simbol-simbol dalam pesan mencerminkan pemikiran semiotik.

Pesan media -khususnya- diselidiki dari perspektif semiotik karena mereka biasanya terdiri dari percampuran simbol-simbol yang diorganisir secara spasial dan kronologis untuk menciptakan impresi, pengiriman ide atau mendatangkan makna pada audien. Semiotik memberikan alat untuk menjelaskan bermacam bentuk, komposisi, teks dan bentuk simbol lainnya yang digunakan dalam pesan. Bagi *semiotician*, isi adalah penting, tetapi isi adalah hasil penggunaan atas tanda-tanda. Pendekatan ini fokus pada cara-cara produser menciptakan tanda-tanda dan cara audien memahami mereka.

Semiotik membentuk kita untuk melihat bagaimana tanda-tanda digunakan untuk menginterpretasi peristiwa dan dapat menjadi alat yang baik untuk menganalisa isi pesan media. Sebagai contohnya, kita akan melihat kerja dari Jean Baudrillard, yang menuliskan bahwa media mempunyai kekuatan untuk meningkatkan jarak antara simbol dan pengalaman dunia nyata.

Jean Baudrillard, dari Perancis, percaya bahwa tanda-tanda menjadi semakin terpisah dari obyek yang mereka representasikan dan media mempunyai peran dalam proses ini dimana tidak ada sesuatu yang nyata. Media tidak begitu saja bertanggung jawab dalam efek ini; penggunaan tanda berjalan melalui evolusi dalam masyarakat. Pertama, tanda adalah representasi sederhana dari objek atau kondisi. Tanda mempunyai hubungan dengan signifikansinya. Disini Baudrillard menyebutnya sebagai tahap *symbolic order*, kebersamaan dalam masyarakat feodal. Pada tahap yang kedua, adalah *counterfeits* (kebersamaan dari Renaissance ke revolusi industri), tanda diasumsikan kurang mempunyai hubungan langsung dengan beberapa hal dalam kehidupan. Tahap berikutnya adalah *production* (dalam revolusi industri), dalam mana mesin-mesin menggantikan manusia, membuat obyek independen dari penggunaan manusia.

Saat ini kita hidup di era *simulation*, di dalam mana tanda-tanda tidak lebih merepresentasikan-tetapi menciptakan-realitas kita. Simulasi menentukan siapa kita dan apa yang kita lakukan. Contohnya adalah Trans Studio Bandung. Budaya komoditas kita adalah salah satu aspek simulasi di dalam mana kita hidup. Lingkungan simulasi kita memberitahu apa yang kita inginkan dan kita butuhkan. Konsumsi membawa nilai di dalam dan pada dirinya sendiri. Hal yang paling penting adalah mereka mengkonsumsi, tidak karena kebutuhan yang sebenarnya, tetapi lebih pada realitas yang ada di media. Kebutuhan kita menjadi homogen. Karena obyek terpisah dari kewajarannya, mereka mempunyai makna yang aneh untuk kita. Kepemilikan menjadi lebih penting dari kegunaan. Kita membeli pandangan, bukan yang sebenarnya kita butuhkan. Karena proses simulasi ini, kita mempunyai jarak

yang semakin lama semakin sempit. Pemaknaan menjadi hilang, dan melebur menjadi massa, yang disebut Baudrillard sebagai *hypertella*.

Tradisi Sosiokultural. Dalam pandangan tradisi ini media membentuk kekuatan dalam masyarakat. Produksi media merespon perkembangan sosial dan budaya dan memberi pengaruh dalam perkembangannya. Media mengisi keanekaragaman fungsi penting dalam masyarakat, termasuk bingkai informasi, mempengaruhi pendapat, memberi hiburan, menyeting agenda isu dan yang lainnya. Berikut ini dasar teori yang dapat digunakan untuk mengkaji media dalam tradisi ini:

Medium Theory. Mungkin Marshall McLuhan merupakan pemikir terbaik bagi pentingnya media sebagai media. Walaupun teorinya banyak ditolak, tetapi tesisnya secara general menyebar secara luas. Media, adalah bagian dari isi apapun yang dikirimkan, berimbas bagi individu dan masyarakat. Ide ini dalam keanekaragaman bentuk adalah apa yang kita sebut sebagai "medium theory." McLuhan bukanlah orang pertama yang mengemukakan hal ini. Dia mengacu pada Harold Adam Innis, yang mengajarkan bahwa media komunikasi adalah esensi dari masyarakat dan sejarahnya ditentukan oleh apa yang ada di media. Bagi McLuhan dan Innis, media adalah perpanjangan tangan dari pemikiran manusia.

Donald Ellis mempresentasikan seperangkat proposisi representasi perspektif kontemporer dalam subyek ini. Ellis mengungkapkan pada mulanya media memberikan pemisahan tingkah laku dan pengajaran. Ketika media berubah, cara dimana kita berpikir, mengatur informasi dan berhubungan dengan yang lain juga berubah. Komunikasi oral adalah hal yang paling dapat diterapkan. Karena pengalaman keseharian tidak dapat dipindahkan dari komunikasi oral sebagai medianya, kehidupan dan pengetahuan juga tidak dapat dipisahkan. Cerita dan pengulangan cerita akan membentuk memori dan membangun pengetahuan masyarakat. Ini dapat membangun kesadaran kolektif di dalam mana memperkecil jarak antara individu dan kelompok.

Tulisan sebagai awal dari cetak membawa perubahan dalam masyarakat. Ketika kita menuliskan sesuatu kita dapat terpisah dari peristiwa, kita dapat memanipulasi, mengedit dan mengubahnya. Pergeseran ketiga terjadi ketika media elektronik datang. Media elektronik memperluas persepsi kita dalam konteks *global village*.

Salah satu teori terbesar dalam tradisi ini adalah Harold Lasswell . Dalam artikel klasik tahun 1948, dia mempresentasikan model *who says what in which channel to whom with what effect*. Penggunaan model ini masuk dalam sederet sistem komunikasi. Dia ingin mengidentifikasi tiga manfaat komunikasi media termasuk *surveillance, correlation dan socialization*.

The Agenda Setting Function. Walter Lippmann (jurnalis Amerika) berpendapat bahwa publik merespon tidak untuk peristiwa yang aktual dalam lingkungan tetapi "picture in our heads," yang disebutnya dengan *pseudoenvironment*. Fungsi Agenda setting dikemukakan oleh Donald Shaw dan Maxwell McCombs untuk membangun isu atau imej dalam pikiran publik. Agenda Setting terjadi ketika pers harus selektif dalam melaporkan berita. Redaksi pemberitaan sebagai *gatekeeper* informasi, membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya.

Ada dua tingkatan agenda setting. Pertama adalah membangun general issue yang penting dan kedua adalah menentukan bagian-bagian atau aspek-aspek isu tersebut penting. Dalam beberapa hal, tingkatan kedua lebih penting daripada yang pertama, karena ia memberikan kita cara membingkai isu yang merupakan agenda publik atau agenda media. Fungsi agenda setting merupakan tiga bagian proses linear. Pertama, prioritas isu yang menjadi bahan diskusi dalam media atau agenda media, harus disusun. Yang kedua, agenda media dalam beberapa cara mempengaruhi atau berinteraksi dalam beberapa cara dengan pembuat kebijakan, yang disebut sebagai agenda kebijakan. Empat tipe dari hubungan kekuasaan antara media dan sumber diluarnya dapat ditemukan. Pertama adalah *high power source dan high power*

media. Yang kedua adalah *high power source* dan *low power media*. Yang ketiga adalah *lower -power source* dan *high power media*, organisasi media dengan sendirinya akan memberi respon lebih terhadap agendanya.

Social Action Media Studies. Beberapa ilmuwan media menyakini bahwa audien tidak dapat dikarakteristikan sebagai massa yang sama, yang mana dia terdiri dari sejumlah komunitas yang mempunyai perbedaan mencolok, yang masing-masing mempunyai nilai, ide dan ketertarikan sendiri-sendiri. Isi media diinterpretasikan dalam komunitas menurut pemaknaan yang memasyarakat dalam kelompok dan individual. Gerad Schoening dan James Anderson memaparkan aksi sosial komunitas berdasarkan pendekatan studi media dapat dikelompokkan dalam enam premis. Pertama, makna tidak dalam pesan itu sendiri tetapi diproduksi dengan proses intepretasi dalam audien. Premis kedua adalah bahwa makna pesan dan program media tidak ditentukan secara pasif, tetapi diproduksi secara aktif oleh audien. Premis ketiga adalah bahwa makna menggeser secara konstan seperti anggota mendekati media dalam berbagai cara yang berbeda. Premis keempat, makna program atau pesan tidak pernah dibangun secara individual tetapi komunal. Kelima, tindakan yang menentukan makna yang dimiliki kelompok terhadap isi media dilakukan dalam interaksi antar anggota kelompok. Dan yang terakhir, premis yang keenam adalah bahwa peneliti-peneliti menggabungkan komunitas yang mereka pelajari.

Stanley Fish juga memberi pandangan dalam kajian ini, ia menekankan bagaimana cara-cara pembaca menandai pemaknaan dalam teks berhubungan dengan media. Karena faktanya, teks datangnya melalui media. Untuk Fish, intepretasi komunitas datang dari hal-hal yang ada di sekitar media tertentu beserta isinya. Karena keluaran konsumsi media terdiri dari konstruksi budaya komunitas, pendekatan ini mensyaratkan intepretasi budaya. James Lull mengartikan tipe kerja ini dengan "etnografi komunikasi massa". Thomas Lindlof menggariskan tiga dimensi intepretasi komunitas. Karena intepretasi komunitas mendefinisikan makna sendiri untuk media, Lindlof mengartikan

elemen ini sebagai genre atau tipe umum dari keluaran media yang diciptakan dengan interaksi dalam interpretasi komunitas. Genre pertama yang mengkarakteristikan interpretasi komunitas adalah isi, dimana terdiri dari tipe program program dan media lain yang dikonsumsi oleh komunitas. Sebuah kelompok yang melihat sebuah program tidak hanya berbagi ketertarikan mereka terhadap sebuah program tetapi juga berbagi pemahaman bersama terhadap isi. Genre interpretasi, kemudian membangun pertukaran makna. Akhirnya genre "social action" adalah pertukaran seperangkat perilaku atas media dalam pertanyaan, melibatkan tidak hanya bagaimana isi media dikonsumsi (kapan dan dimana ia dipandang dan dibaca) tetapi juga cara-cara dia mempengaruhi anggota komunitas.

Tradisi Psikologi Sosial. Kontras dengan pendekatan *sociocultural*, sebagian teori media yang terpusat pada efek media secara individu. Dalam tradisi ini kita akan melihat bagaimana individu diyakini dipengaruhi, seperti yang tergambar dalam tradisi psikologi sosial.

Tradisi Efek. Teori komunikasi massa mengalami evolusi. Pada awalnya, peneliti-peneliti meyakini adanya "magic bullet" efek teori komunikasi. Individu diyakini secara langsung dan dipengaruhi lebih kuat oleh pesan media, ketika media secara kuat membentuk opini publik. Kemudian pada tahun 1950an ketika hipotesis *two step flow* menjadi populer, efek media menjadi minimalis. Kemudian pada tahun 1960an, kita menjadi percaya bahwa efek media dimediasi oleh oleh berbagai variable dan hanya mempunyai kekuatan yang sedang saja. Setelah penelitian pada tahun 1970-1980an, beberapa ahli kembali mengungkap bahwa media mempunyai kekuatan. Joseph Kappler dalam survei literaturnya mengungkapkan bahwa komunikasi massa tidak menjadi penyebab utama dalam efek khalayak tetapi dia memediasi variabel penyebabnya. Raymond Bauer mengamati bahwa audien sulit untuk dibujuk dan dia menyebutnya dengan keras kepala. Peneliti dalam tradisi ini mengidentifikasi beberapa hal penting dalam memediasi variabel.

Uses, Gratification and Dependency. Salah satu teori populer dalam komunikasi massa adalah *Uses and Gratification*. Pendekatan ini terpusat pada konsumen daripada pesan. Tidak seperti tradisi kekuatan efek, pendekatan ini menggambarkan anggota audien lebih diskriminatif terhadap penggunaan media. Audien diasumsikan aktif dan bertujuan langsung. Anggota audiens secara luas bertanggung jawab untuk memilih media untuk mempertemukan antara kebutuhan dan pengetahuan mereka dan bagaimana mempertemukan mereka.

Expectancy-Value Theory (Philip Palmgreen). Teori ini berdasarkan pada teori nilai dan harapan. Menurut teori ini kita mengorientasikan diri kita melalui tindakan kita. Dan tingkah laku kita terdiri dari *cluster* keyakinan dan evaluasi. Tindakan kita kemudian ada dalam segmen-segmen media yang ditentukan dengan keyakinan kita tentang evaluasi tersebut. Dan gratifikasinya kita cari dalam media yang ditentukan oleh tindakan kita atas media.

Dependency Theory. Pendekatan *uses and gratification* merupakan teori yang terbatas. Dengan kata lain, ia membuat individu mengontrol pekerjaan mereka dalam kehidupan mereka. Meskipun beberapa tokoh hanya menjelaskan bagaimana kekuatan media, beberapa diantaranya berpendapat bahwa efek yang terbatas dan model *powerful effect* tidak ada bandingannya. Sandra Ball-Rokech dan Melvin DeFleur secara original mempromosikan teori ini. Teori ini memprediksi ketergantungan terhadap informasi media untuk menemukan kebutuhan tertentu dan pencapaian tujuan tertentu. Tetapi ketergantungan kita terhadap media tidaklah sama.

Dua faktor penentu bagaimana pandangan kita terhadap media. Pertama, kita akan lebih tergantung pada media yang memberikan apa yang kita butuhkan daripada yang sedikit memenuhi kebutuhan kita. Yang kedua, sumber dependensi adalah stabilitas sosial. Model ini menunjukkan bahwa institusi sosial dan sistem media berinteraksi dengan audien untuk menciptakan kebutuhan, ketertarikan dan motivasi.

Cultivation Theory. George Gerbner dan koleganya berpendapat bahwa televisi membentuk cara pandang terhadap dunia. Dia menyebutnya dengan istilah efek kultivasi, ketika televisi diyakini menjadi agen yang homogeni dalam budaya. Analisis kultivasi terpusat pada totalitas pola yang dikomunikasikan secara kumulatif melalui televisi dalam terpaan periode panjang daripada beberapa isi dengan efek spesifik. Dengan kata lain ini bukanlah teori tentang efek media secara individual tetapi lebih pada budaya secara keseluruhan. Dalam analisis kultivasi juga ditemukan bahwa ada efek general dari televisi kepada seluruh budaya untuk menjadi homogen atau dimainstream, melalui televisi. Televisi tidak berjuang melawan perubahan sebanyak dia memperjuangkan stabilitas.

Tradisi Sibernetik. Keterkaitan opini publik dengan isi media merupakan sebuah fenomena yang menarik. Bagaimana kita beropini tentang isu publik. Apakah kita lebih terpengaruh dengan orang lain, dengan media atau dua-duanya? Teori *spiral of silence* memberikan pencerahan yang dapat membantu menjawab pertanyaan tersebut.

Opini Publik dan *Spiral of Silence*. Topik dalam opini publik merupakan konsentrasi dalam ilmu politik. Ia didefinisikan sebagai opini yang diekspresikan secara publik, opini yang menggambarkan *public affair*, dan opini publik sebagai kelompok daripada kelompok kecil individu. Teori *spiral of silence* Elisabeth Noelle-Neuman melanjutkan analisis ini dengan mendemonstrasikan bagaimana komunikasi interpersonal dan media beroperasi bersama dalam pengembangan opini publik. Sebagai politikus Jerman, *Noelle-neumann* mengamati bahwa dalam pemilu, pandangan tertentu seolah-olah mendapatkan peran yang lebih dibanding yang lain. Kadang-kadang orang-orang menahan opini mereka daripada membicarakannya. *Spiral of silence* terjadi ketika, siapa yang merasa opininya populer, dia akan mengekspresikannya, dan berlaku sebaliknya, bagi yang merasa opininya tidak populer dia cenderung diam. Proses ini terjadi dalam spiral.

Dalam keseharian hidup, kita akan mengekspresikan opini kita dalam berbagai cara. Menurut teori ini, seseorang akan lebih condong melakukan sesuatu apabila mereka merasa telah membagikannya dengan orang lain dan condong melakukan sesuatu sebelum membagikannya. Tesis ini berakhir dalam dua premis. Pertama, orang-orang tahu bahwa opini adalah sesuatu yang umum dan bukanlah sesuatu yang tidak lazim. Ini disebut dengan *quasi-statistical sense*. Dan asumsi kedua adalah bahwa orang-orang mengatur ekspresi opini mereka untuk persepsi ini.

Beberapa faktor juga berpengaruh dalam kebijakan untuk mengekspresikan pendapat. *Spiral of Silence* seolah-olah disebabkan oleh ketakutan terhadap isolasi. Padahal hal tersebut tidak hanya masalah keinginan untuk menjadi pemenang tetapi berusaha untuk mencegah terisolasi dari kelompok sosial yang lain. Media sendiri juga berkontribusi untuk *spiral of silence*, ketika tersudut, individu biasanya merasa tidak mempunyai kekuatan dalam media. Dua hal yang dapat menjelaskan hal ini adalah kesulitan untuk mendapatkan publisitas atas berbagai hal atau pandangan. Dan yang kedua adalah menjadi kambing hitam atau yang disebut sebagai "pillory function of media." Individu kadang tidak dapat menceritakan darimana mereka mendapatkan opini tersebut. Mereka bingung apa yang mereka pelajari dari media dan apa yang mereka dapat dari hubungan interpersonal. Ini terkadang terjadi pada opini jurnalistik yang berbeda dengan opini masyarakat.

Tradisi Kritik. Media lebih dari mekanisme sederhana untuk menyebarkan informasi. Mereka merupakan organisasi kompleks yang mengungkapkan institusi sosial masyarakat. Jelasnya, media merupakan pemain utama dalam perjuangan ideologi. Kritik terhadap teori komunikasi paling banyak terpusat pada media karena potensi media untuk menyebarkan ideologi yang dominan dan potensial mereka untuk mengekspresikan alternatif dan oposisi.

Cabang dari Theory Media Kritik. Menurut McQuail ada lima cabang teori media kritik. Pertama adalah Marxis klasik. Disini media dipandang sebagai instrumen kelas dominan dan makna dalam mana kapitalis mempromosikan keuntungan pribadi. Media menyebarkan aturan ideologi kelas dalam masyarakat dan kelas penekan. Kedua adalah teori media ekonomi politik, dimana, seperti Marxis klasik, menyulut pemilik media terhadap penyakit masyarakat. Dalam ajaran mazhab ini, isi media adalah komoditas untuk dijual di pasar, dan informasi yang disebarkan dikontrol oleh apa yang pasar akan perlukan. Sistem ini memimpin tindakan konservatif, tidak beresiko, membuat program tertentu dan dominasi outlet tertentu bahkan marginalisasi lainnya. Garis ketiga dalam teori ini adalah mazhab Frankfurt. Pengajaran dari mazhab ini memandang media sebagai makna konstruksi budaya, tempat dan lebih menekankan pada ide daripada alat-alat material. Dalam pemikiran ini, media memimpin dominasi ideology kaum elit. Luaran tersebut diupayakan melalui manipulasi gambar dan simbol media untuk kepentingan keuntungan pemilik modal.

Mazhab keempat adalah teori hegemonik. Hegemoni adalah dominasi terhadap kesalahan ideologi atau cara pikir yang berlebihan terhadap kondisi yang sebenarnya. Ideologi tidak disebabkan oleh sistem ekonomi itu sendiri tetapi lebih pada seluruh aktivitas masyarakat. Namun demikian, ideologi tidak diperjuangkan oleh sekelompok yang lain. Ideologi dominan memberikan ketertarikan kelas tertentu melebihi kelas yang lain, dan media mengambil peran utama dalam proses ini.

Satu sampai empat mazhab merupakan pendekatan yang berbeda dalam tradisi teori kritik. Tradisi kritik mengambil beberapa perbedaan dengan kelima pendekatan McQuail, biasanya secara sederhana disebut "cultural studies." *Cultural Studies* memandang masyarakat sebagai lahan kepentingan ide dalam perjuangan makna. *Cultural Studies* menjadi pendekatan yang semakin bertambah populer, bermanfaat dan banyak digunakan untuk mengintegrasikan pencerahan dari berbagai variasi mazhab.

Dalam teori kritik, hegemoni berarti dominasi sebuah kelompok atau kelas yang melebihi dari yang lain.

Studi media dan identitas adalah kasus yang baik atas bagaimana hegemoni diobservasi dari bingkai budaya. Contohnya, keseluruhan ide gender sebagai sumber identitas telah membawa berbagai pertanyaan tentang *queer theory*. Meskipun teori komunikasi kritik diperkenalkan di Amerika Utara, mereka benar-benar berkembang dan menjadi kuat di Eropa dan Amerika Latin. Teori kritik Eropa mungkin dikenal lebih luas, karena banyak sumber yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris. Sebaliknya di Amerika Latin, cenderung tidak diterjemahkan sehingga sedikit diterima di Amerika Serikat. Ia cenderung menjalar daripada *top-down* dan lebih merupakan system komunikasi sendiri daripada sistem sentralisasi. Penelitian komunikasi Amerika Latin juga lebih konsentrasi pada kebebasan individu daripada transfer informasi, pembangunan kepercayaan daripada dominasi, kesatuan daripada fragmentasi dan *antiauthoritarian* daripada authoritarian. Meskipun tren ini cenderung lebih dualistik, mereka berusaha untuk memadukan satu sama lain. Mereka telah melakukannya dalam sejumlah cara. Mereka juga menekankan global daripada tren nasional dan disebut koalisi, jaringan dan dialog antar kelompok dan ide-ide.

3. MEDIA BARU TERKAIT TEORI *FIRST MEDIA AGE*

Paparan di atas merupakan tradisi komunikasi yang lebih banyak digunakan untuk memahami komunikasi massa. Perkembangan kajian komunikasi kini meluas dengan lahir dan meluasnya penggunaan teknologi komunikasi baru seperti internet. *Internet and Communication Technologies* (ICTs) memiliki karakteristik berbeda dibanding media massa. Itu pula yang menuntut perlunya dasar berpijak komunikasi yang berbeda dengan kajian komunikasi massa. Walaupun Holmes mengungkapkan bahwa kajian

komunikasi dalam konteks media baru sangat mungkin tak terlepas dari *first media age*. Beberapa teori pendekatan media massa dapat pula digunakan untuk mengkaji persoalan-persoalan terkait media baru.

Revolusi industri membawa konsekuensi perubahan dan pola interaksi dalam masyarakat. Masyarakat tradisional hilang seiring dengan pertumbuhan infrastruktur, produksi massa, transportasi dan mobilitas serta migrasi masyarakat ke perkotaan. Kondisi ini membangun masyarakat massa atau disebut *mass society* hingga membawa konsekuensi terciptanya media massa. Studi media massa berkembang secara formal sejak tahun 1930-an. Dalam periode ini pula pandangan tentang media bermunculan, optimis dan pesimis. Kelompok optimis meyakini media sebagai agen pendidikan bagi massa. Sementara kelompok pesimis mengutuk media karena secara hipodermis menyuntik khalayak melalui propaganda-propaganda yang diciptakannya. Terbukti pada tahun 1930-an perkembangan studi media tertarik melakukan kajian-kajian tentang efek media terhadap khalayak dan berfokus pada stimulus dan respons sebagai hubungan timbal balik. Media dianggap memberi dampak atau pengaruh luar biasa bagi khalayaknya. Model massa/elite mendapat kritik dari aliran Marxis yang menganggap bahwa model ini merupakan ideologi penghapusan politik kelas. Kajian budaya juga memberi kritik terhadap model ini karena meletakkan audiens sebagai kelompok yang pasif. Salah satu kritik muncul dari Tony Bennet yang tidak sepakat bahwa hadirnya *mass society* akan membangun tandingan bagi konsep sosiologis tentang masyarakat.

Teori Baudrillard memandang media massa sebagai pembentuk realitas (Holmes, 2012: 76). Budaya gambar melahirkan krisis representasi. Media menciptakan dan menentukan sesuatu yang dianggap "nyata". Cara mereka mendekati massa dengan tontonan yang diproduksi menciptakan masyarakat *nihilisme* dan *sinisme*. Baudrillard berpendapat bahwa kekuatan media adalah kemampuannya membentuk *simulacra*. *Simulacra* merupakan cara dimana kita akan menganggap hasil produksi dan reproduksi tanda lebih

nyata dibanding apa yang ditunjukkannya. Baudrillard dalam bukunya berjudul 'The Precession of Simulacra' mengungkap ada empat fase representasi gambar: (1) representasi dari realitas dasar, (2) menyamakan dan menyimpangkan realitas dasar, (3) menyamakan tidak adanya realitas dasar, (4) mengandung tidak ada hubungan dengan realitas apapun (simulacrum murni). Baudrillard berpendapat bahwa representasi dari obyek yang sebenarnya adalah mustahil, karena (1) representasi lahir dari proses dialog antara obyek dengan bias dan netralitas, konvensi dan objektivasi dari pemakna, (2) sebagian besar representasi merupakan distorsi dari realitas, (3) Baudrillard berpendapat bahwa representasi objektif atas kenyataan tidaklah ada karena sesuatu yang dirujuk itu sendiri merupakan kenyataan simulasi. (4) hilangnya realitas sosial sebagai rujukan. Mc Carthy (2001) berpendapat bahwa televisi mampu mengintegrasikan lingkungan sehari-hari dengan begitu baik sehingga kita hampir tahu kehadiran mereka.

Gambar dalam logika Baudrillard akan memakan konten. Gambar akan menjadi lebih penting daripada isi media itu sendiri, alhasil media akan memakan komunikasi, karena didalamnya aktivasi akan berperang dengan pasivasi. Media akan lelah untuk mementaskan makna dibanding memproduksi makna. Bagi Baudrillard pemaknaan akan dimakan lebih cepat dibanding proses *self referential* yang sepatutnya terjadi. (Baudrillard, 1983:99).

Catatan menarik pandangan Baudrillard atas media tampak ketika dia membuat term 'Mass'-age (pe-massa-an) dan bukan *message* (pesan). Dia berpendapat bahwa mass-age dipandang sebagai penerjemah massa. Massa dan media saling membayangi. Bagi Baudrillard, massa bukan persoalan kelas seperti yang digambarkan kelompok Marxis. Massa lebih pada entitas yang menyerap pemaknaan dengan gravitasi yang luar biasa hebatnya hingga hilang esensi sebenarnya. Massa merupakan medium yang lebih kuat dari media, karena dialah yang menyerap media. Atau dengan kata lain tidak ada yang

lebih tinggi satu dengan yang lain. Massa dan media adalah proses yang tunggal. (*Mass-age is the message*).

Meyrowitz menyebut pandangan relasi media dan pesan ala McLuhan dan Harold Innis dengan nama teori medium. Pandangan ini mendukung pemahaman bahwa kajian komunikasi harus didalami lebih dari sekedar 'tontonan' atau 'representasi' (Holmes, 2012:82-89). Namun juga dikaji aspek medianya. Kontribusi pemikiran Mac Luhan bagi ilmu komunikasi yang utama adalah penjelasan multidimensi atas 'medium-medium' komunikasi, termasuk didalamnya adalah mengamati relasi-relasi sosial yang terbentuk secara teknologis, dimana masing-masing mempunyai realitas atau ontologi sendiri-sendiri. Perspektif ini begitu berseberangan dengan pandangan tokoh-tokoh lain seperti althusser yang berbicara tentang ideology, Baudrillard tentang simulacra atau teori tentang industri populer dimana khalayak secara homogen dipandang larut dalam media.

Pemahaman Mc Luhan memberi pencerahan bahwa teknologi-teknologi media membawa kekhasan temporal dan spasial yang berbeda pada masing-masingnya. Media cetak dalam buku *Understanding Media* (1964), Mc Luhan menjelaskan bahwa media cetak mengglobalisasi pesan dan membangun persepsi menggunakan literature dan buku. Isi dari media adalah media yang lain, sehingga *medium is the message*. Isi dari tulisan adalah ucapan, isi dari cetak adalah ucapan tertulis, dan cetak adalah isi dari telegraf (Mc Luhan, 1994: 16 dalam Holmes, 2012:84)). Apabila diterapkan dalam internet maka komunikasi visual adalah isi dari ikon, ikon adalah isi dari *image* dan *image* adalah isi dari internet.

Mc Luhan membedakan medium menjadi Hot medium dan *cool medium*. *Hot medium* cenderung membentuk informasi yang searah, sementara *cool medium* cenderung mengandaikan interaksi di dalamnya. Dengan kata lain media panas akan lebih menekankan pada proses pencurahan informasi hingga berlebih, sementara media dingin akan mengandalkan proses

interaktivitas yang tercipta diantara partisipannya. Pandangan Mc Luhan lebih menekankan pada cara penonton mereflesi medium dan bukan pada konten. Pergeseran 'the medium is message' menjadi 'medium is massage' (McLuhan dan Fiore, 1967) menjelaskan bahwa apapun yang dapat memperluas indra manusia dan kapabilitas biologis merupakan status menjadi media.

Selain Mc Luhan dalam bukunya berjudul *The Bias of Communication*, Harold Innis membedakan dua jenis 'imperium' komunikasi. Yang pertama, merujuk pada mesin cetak dan komunikasi elektronik, menghasilkan dominasi parsial-bias ruang. Yang kedua adalah bias waktu. Sejalan dengan Innis, dalam bukunya *No Sense of Place* (1985) Meyrowitz yang terpengaruh atas pemikiran dari Mc Luhan dan Innis mengungkapkan bahwa media elektronik mereteritorialkan 'perasaan tentang tempat'. Media elektronik utamanya memungkinkan terciptanya hubungan yang arbitrer anta perasaan dengan ruang/tempat.

4. KAJIAN KOMUNIKASI DALAM *SECOND MEDIA AGE*

Pemikir utopis *second age media* berpendapat bahwa perkembangan pesat media baru muncul dari reaksi-reaksi atas ketidaksetaraan yang ada di *mass media/broadcast*. Bahkan cukup mengejutkan karena harapan baru atas emansipasi dan kesetaraan melalui internet disetujui bersama oleh para pemikir liberal, Marxis dan postmodernis.

Istilah internet seringkali digunakan bergantian dengan *cyberspace*. Istilah *cyberspace* sendiri, kali pertama dicetuskan oleh William Gibson. Namun tanpa disadari sebenarnya ada perbedaan yang harus diperhatikan ketika menggunakan dua konsep ini. Oswalt (1997) dan dan Escobar (1994) mengungkapkan bahwa setiap medium yang membungkus komunikasi manusia melalui alat elektronik dapat disebut *cyberspace*. Konsep *cyberspace*

juga kerap dihubungkan dengan virtual reality. Walaupun kritik terhadap pemahaman ini merasa harus membedakan dua konsep tersebut. Pendapat Ostwald, "Komponen kritis bagi setiap definisi tentang cyberspace adalah unsur masyarakatnya", karena ia menyatakan bahwa satu orang tunggal tidak akan pernah ada di *cyberspace*, tetapi dalam *virtual reality* (Oswald, 1997:132 dalam Holmes, 2012: 97).

Dasar dari teorisasi tentang *second media age* muncul dari lahirnya anggapan atas keterbatasan media tradisional. Dalam perkembangan teknologi komunikasi yang cukup pesat, Holmes memandang studi komunikasi perlu menggunakan dasar berpijak dari pemahaman dasar tentang medium itu sendiri. Holmes berpikir bahwa Marshall Mc Luhan, Harold Innis, dan Joshua Meyrowitz adalah pemikir-pemikir yang temuannya yang menganggap bahwa konten bukanlah hal terlalu urgen dalam pembelajaran tentang cyberspace. Selain itu, Derrida (tokoh dari tradisi semiotik) dan Baudrillard dianggap Holmes juga cocok untuk membahas *cyberspace* karena pemahaman dasarnya berpijak pada teori medium.

Teorisi *second media age* lahir terkait dengan teorisi yang muncul dari persoalan *first media age*. Kondisi tersebut antara lain produksi massa tak tentu oleh *broadcast*, pemisahan individu dari sarana produksi, kontribusi mereka sendiri dalam komunikasi publik, dan disintegrasi atas masyarakat tradisional. Persoalan-persoalan diatas oleh beberapa pemikir utopis *second media age* sebagai hal yang dapat diselesaikan dengan adanya internet (Holmes (2012:109), Gilder (1994), Sherry (1995), dan Poster (1995)).

Perpektif *second media age* berpendapat bahwa tirani melalui *broadcast* terbangun melalui proses hegemoni sentral yang diturunkan menjadi budaya dengan kesadaran alamiah menjadi kesadaran individu. Khalayak dibentuk sedemikian halus melalui industri budaya hingga cara komunikasi melalui audio, visual dan audio visual menjadi bagian yang mereka miliki tanpa penolakan yang frontal. Sementara kaum *cyber-utopis*

berpendapat kondisi tirani ini dapat tertangani dengan lahirnya media baru yang mampu menciptakan ruang komunikasi yang tidak sentral, dua arah, instan dan terasa kurang termediasi.

Perspektif CMC. *Computer Mediated-Communication* (CMC) adalah pandangan yang biasanya digunakan untuk menjelaskan tentang bagaimana komputer adalah jendela bagi *cyberspace*. Interaksi yang dimaksudkan dalam konteks ini adalah interaksi *face-to-face*, baik komunikasi antar 2 orang atau lebih melalui chat. Pandangan CMC memiliki perbedaan dengan *second age media*. (1) fokus CMC terletak pada keunikan peristiwa komunikasi dalam *cyberspace*; (2) pandangan ini lebih terkait dengan interaksi dibanding integrasi; (3) tidak seperti studi-studi tentang media, CMC tertarik pada bagaimana faktor-faktor eksternal mempengaruhi peristiwa komunikasi; (4) pandangan ini mengarah ke integrasi informasi (Holmes, 2012:116).

Teori *second media age* berpandangan bahwa internet telah memberi ruang (*cyberspace*) jaringan yang memiliki kemampuan tak tertandingi dalam hal interaktivitas dibanding dengan media sebelumnya. Kemampuan ini pula yang menurut Holmes dianggap sebagai pencabut *power* yang dimiliki oleh media massa. Teori tentang *cybersociety* atau *second media age* terbilang baru dalam kajian komunikasi. Bukan hanya karena bangunan premis sosialnya yang baru namun teknologi internet memang baru *massif* di masyarakat sejak 1991. Holmes mengungkap bahwa Luhan, Innis dan Meyrowitz adalah tokoh-tokoh yang pemikirannya mampu mendasari kajian-kajian komunikasi terkait *new media*.

CMC dapat dipandang pula sebagai *cyberspace*. Kegunaan model transmisi pesan untuk mempelajari *second media age* adalah bahwa model ini mampu menjadi pijakan diskusi tentang ruang yang diproduksi secara sosial (Jones 1995 dalam Holmes, 2011: 126). *Cyberspace* dalam perspektif ini dianalogikan dengan *agora* di Yunani pasca Homer atau *café*-kedai minum kopi yang memberi wadah interaksi antar individu. Smith (1995) mengungkap bahwa

terdapat empat aspek interaksi virtual yang membentuk perilaku komunikasi yang berlangsung dalam mereka; yaitu interaksi virtual yang bersifat aspatial, interaksi virtual melalui sistem, interaksi yang bersifat acorpeal (tidak jasmaniah) karena mediumnya hanya teks, dan interaksi yang bersifat *astigmatic*.

Kajian komunikasi terkait CMC juga mengarah pada persoalan identitas. Anonimitas identitas dalam CMC terjadi karena diferensiasi status sulit muncul di ruang virtual. Status tidak tampak dalam interaksi yang terjadi melalui jaringan optik ini, bahkan identitas individu dapat menjadi sulit terdeteksi. Implikasi yang muncul kemudian adalah kurangnya pertanggungjawaban dari pengguna internet. Smith (1995) berpendapat bahwa anonimitas dapat terjadi karena fluiditas identitas dalam proses interaksi begitu cair.

Cyberspace sebagai ruang publik baru. Telaah tentang ruang publik atau keterlibatan individu dalam aktivitas publik dirasa mengalami kemunduran. Holmes mengungkap bahwa Goulter, Sennet dan Habermas telah membuktikan melalui kajian-kajian mereka. Media massa awalnya diharapkan mampu menjadi ruang tumbuh kembangnya diskusi publik yang egaliter dan tak berpihak. Namun riset-riset yang telah ada (baca Poster, 1997) menunjukkan bahwa media massa bukan lagi entitas netral yang mampu menampung kebutuhan khalayaknya untuk berdiskusi bebas.

Selain bahasan kemungkinan ruang publik baru yang tercipta melalui internet. Diskusi tentang publik dan privat menjadi terus menggema seiring perjalanan kajian media baru mulai populer. Perbedaan publik dan privat dalam media baru menjadi rumit didiskusikan. Hartley berpendapat bahwa publik dapat berada di ranah privat. Premis ini lebih longgar ketika aplikasinya terjadi didalam interaksi virtual atau menjadi lebih rumit ketika Poster (1997) mengungkapkan bahwa reduksi interaksi komunikasi terjadi melalui kabel optik memungkinkan setiap individu mengaksesnya dari rumah.

5. PENUTUP

Ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu yang dinamis seyogyanya meng*upgrade* diri sesuai dengan fenomena sosial yang melingkupinya-media baru misalnya. Dia mungkin harus berkolaborasi dengan pendekatan atau disiplin lain untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Teori sebagai konstruk-konstruk yang terkait satu dengan yang lain bertujuan untuk memandang realitas sosial yang ada. Oleh karenanya, teori tidak dapat dipaksa digunakan tanpa menyesuaikan lingkungan yang membangunnya.

DAFTAR PUSTAKA

Alatas, Salim. *Evolusi Kajian Komunikasi (Studi Terhadap Perkembangan Kajian Komunikasi)*. Surya University.

Baudrillard. 1983. '*The Implosion of Meaning in the Media*' dalam *In the Shadow of the Silent Majorities*. Terj. P. Foss, J. Johnston dan Patton. New York: Semiotext(e).

Gilder, George. 1994. *Life After Television*. New York: Norton.

Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Littlejohn, Stephen W. 2005. *Theories of Human Communication*. Canada: Wadsworth.

McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding Media: The Extensions of Man*,
Cambridge: MIT Press.

Ostwald, Michael J. 1997. 'Virtual Urban Futures', dalam Holmes (ed), *Virtual
Politics: Identity and Community in Cyberspace*. London: Sage.

Poster, Mark. 1997. *Cyberdemocracy: Internet and Public Sphere*, dalam Holmes,
Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace, London: Sage
Publication.

Smith, March. 1995. *Voice from the Well: The Logic of the Virtual Commons*,
disertasi Ph.D. University of California
<http://www.netscan.sscnet.ucla.edu/soc/csoc/papers/voices/Voices.htm>.