

TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA

Muhammad Qadaruddin Abdullah

muhammadqadaruddin@stainparepare.ac.id

Pendahuluan

Lazarsfeld mengajukan gagasan mengenai "komunikasi dua tahap" mengacu pada, teori komunikasi dua tahap memiliki asumsi sebagai berikut: (a) individu tidak terisolasi dari kehidupan social, tetapi merupakan kelompok social yang saling berinteraksi. (b). Respon terhadap pesan media tidak terjadi secara langsung tetapi melalui perantara dan dipengaruhi oleh hubungan-hubungan social. (c). Ada dua proses yang berlangsung yang pertama mengenai penerimaan dan perhatian dan yang kedua merupakan respon yang melalui persetujuan atau peolakan dalam upaya mempengaruhi, (d). Individu tidak bersikap sama terhadap media, (e). Individu yang aktif menggunakan media yang lebih besar

Komunikasi Massa (Mass Communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (Surat Kabar, Majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat.

Teori Stimulus dan Respons

Pada dasarnya merupakan prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience. Elemen-elemen utama teori ini menurut McQuail (1996): a. Pesan (stimulus) b. Seorang penerima atau receiver c. Efek (respons)

Dalam masyarakat massa, prinsip S- R mengansumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dalam sekala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima

oleh sejumlah besar individu, bukan ditujukan kepada orang per orang. Kemudian sejumlah besar individu itu akan merespons informasi itu. Menurut Merton, pendekatan teoritis yang dapat mencakup gambaran diatas adalah sebuah teori sosiologi yang menjelaskan pelbagai kegiatan yang melembaga (institutionalized) dalam kaitannya dengan "kebutuhan" masyarakat (Merton, R.K., 1957). Kebutuhan yang dimaksud bila dihubungkan dengan institusi media, terutama berkenaan dengan kesinambungan, ketertiban, integrasi, motivasi, pengarahan, dan adaptasi. Masyarakat dilihat sebagai sebuah system yang terdiri atas berbagai bagian yang saling berkaitan atau subsistem. Setiap subsistem tersebut memiliki peran yang berarti, diantara sekian banyak subsistem tersebut adalah media.

Media diharapkan dapat menjamin integrasi kedalam, ketertiban dan memiliki kemampuan memberikan respon terhadap kemungkinan baru yang didasarkan pada realitas yang sebenarnya. Teori structural fungsional tidak menganggap perlu adanya pengarahan ideology bagi media, karena pada hakekatnya media mampu mengarahkan dan mengoreksi dirinya sendiri, sesuai dengan peraturan kelembagaan tertentu yang telah disepakati secara politis.

Formulasi teori ini bersifat tidak politis, namun ternyata teori ini cocok dengan konsep pluralis dan voluntaris menyangkut mekanisme kehidupan social yang mendasar, serta memiliki kecenderungan pilih-kasih dalam batas pengertian bahwa media cenderung dinilai sebagai alat untuk memelihara ketertiban masyarakat, bukan sebagai penggerak perubahan yang potensial.

Pendekatan fungsionalis mengundang banyak masalah, baik yang bersifat intelektual (Wright, C.R., 1960), salah satu masalah yang dihadapi adalah menyangkut kerancuan makna istilah "fungsi" Istilah "fungsi" dapat

digunakan dalam pengertian tujuan, konsekwensi, persyaratan, keharusan dan harapan.

Jika kata "fungsi" digunakan dalam komunikasi massa , maka istilah "fungsi informasi" sedikitnya dapat dikaitkan dengan tiga makna; media berupaya untuk memberikan informasi (tujuan), orang mengetahui sesuatu dari media (konsekwensi), media diharapkan dapat memberi informasi (persyaratan/ keharusan/ harapan).

Fungsi media yang disepakati memerlukan definisi masyarakat yang disepakati pula, karena suatu kegiatan media tertentu (missal hiburan massa), bias saja dinilai positif oleh suatu teori social, tetapi bias negative oleh teori social yang lain. Masalah perulangan kegiatan, yang dalam hal ini tentu saja menyangkut sikap konservatif fungsionalisme. Landasan asumsi teori fungsional adalah setiap kegiatan melembaga yang dilakukan secara berulang-ulang memiliki tujuan jangka panjang dan memberikan manfaat bagi ketertiban masyarakat. (Merton, R.K., 1957)

Konservatisme selalu menggunakan tolok-ukur kenyataan masyarakat sekarang, apa yang ada dan tampak wajar (normal) dinilai baik dan diperlukan. Kemungkinan untuk menguji efek jangka panjang media sangatlah kecil. Masalah apakah media melakukan sesuatu yang bermanfaat atau justru merusak tidak akan pernah mampu diuji sepenuhnya secara empiris.

Ada beberapa alasan yang menunjang penggunaan pendekatan fungsionalis (terlepas dari beberapa maslaha yang disinggung diatas) untuk beberapa tujuan tertentu :

1. Pendekatan fungsionalis menyajikan kerangka berfikir untuk membahas hubungan antara media massa dengan masyarakat dan seperangkat konsep yang sulit diganti. Kerangka berfikir tersebut penting, karena

banyak dianut oleh pelbagai kalangan komunikator massa, badan masyarakat, khalayak media, dan ahli ilmu pengetahuan social.

2. Pendekatan ini (sedikitnya) dapat membantu dalam memahami kegiatan utama media dalam kaitannya dengan beberapa aspek struktur dan prosesi social.
3. Pendekatan ini menciptakan jembatan antara pengamatan empiris tentang institusi media dengan teori normative yang membahas peran yang seharusnya dibawakan oleh media.

Pandangan yang menilai fungsi media sebagai tujuan atau motif tampaknya paling kuat alasannya dan menghindarkan berbagai masalah yang telah disinggung diatas. Pandangan seperti ini sedikitnya memiliki dua komponen besar, yakni; kegiatan media khusus ("tugas" media) yang dapat disebutkan secara obyektif, dan pernyataan tujuan, nilai, kegunaan, atau sasaran yang diberikan oleh satu atau beberapa pemakai. Jadi, apa yang menurut anggota khalayak diterima dari media merupakan bagian dari "teori akal sehat", dan apa yang dianggap oleh pekerja media sebagai tujuan mereka merupakan bagian dari "teori praktis", sedangkan ahli sosiolog atau ahli pengetahuan social berupaya menjelaskan apa yang diharapkan dan diterima oleh masyarakat dari kegiatan media.

Masyarakat modern ditandai dengan semakin tingginya waktu untuk bertukar informasi, baik dengan media komunikasi maupun dengan pemakaian teknologi komunikasi seperti telepon dan komputer. Media komunikasi, dalam hal ini media massa, memiliki fungsi-fungsi bagi masyarakat. McQuail mengemukakan fungsi-fungsi media massa, yakni;

- a. Pemberi informasi,

Media massa memungkinkan seseorang untuk mendapatkan informasi tentang suatu peristiwa ataupun lainnya. Informasi merupakan sesuatu

yang sangat menunjang perkembangan diri baik secara fisik ataupun intelektual. Fungsi keempat media massa menurut McQuail adalah sebagai hiburan.

b. Pemberi identitas pribadi,

Media merupakan sarana untuk meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri. Untuk melihat serta menilai siapa, apa dan bagaimana diri kita, pada umumnya dibutuhkan pihak lain. Kita harus meminjam kacamata orang lain. Media dapat dijadikan sebagai salah satu kacamata yang dipergunakan untuk melihat siapa, apa serta bagaimana diri kita sesungguhnya.

c. Sarana intergrasi dan interaksi social,

Bersosialisasi dengan orang lain di saat kita tidak berusaha untuk mengadakan komunikasi dengan orang tersebut merupakan hal yang sulit. Di lain pihak, akan sulit bagi kita untuk berkomunikasi dengan orang lain apabila kita tidak mengetahui topik apa yang bisa digunakan untuk membangun komunikasi dengan orang tersebut. Media membantu kita dengan memberikan berbagai pilhan topik yang bisa digunakan dalam membangun dialog dengan orang lain. Hal ini pada gilirannya menjadikan media massa sebagai sarana integrasi dan interaksi sosial berfungsi untuk penyedia bahan percakapan dalam interaksi sosial.

d. Sarana hiburan (Denis McQuail, 2000).

Berkaitan dengan itu media massa menjalankan fungsinya sebagai pelepas khalayak dari masalah yang sedang dihadapi. Rasa jenuh di dalam melakukan aktivitas rutin pada saat tertentu akan muncul. Di saat itulah media menjadi alternatif untuk membantu kita di dalam melepaskan diri dari problem yang sedang dihadapi atau lari dari perasaan jenuh.

Khalayak juga memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis dari mengkonsumsi media massa. Manusia tidak saja perlu untuk memenuhi kebutuhan fisiknya, namun ia juga harus memenuhi kebutuhan rohaninya, jiwanya. Kebutuhan ini dapat terpenuhi dengan adanya media massa. Media massa memenuhi kebutuhan tersebut dengan sajian yang menurut media yang bersangkutan dapat dinikmati dan memiliki nilai estetika.

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *uses and gratifications*. Pendekatan *uses and gratifications* menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya. Kajian yang dilakukan dalam ranah ***uses and gratifications*** mencoba untuk menjawab pertanyaan : "Mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka gunakan untuk media?" (McQuail, 2002: 388). Di sini sikap dasarnya diringkas sebagai berikut:

Studi pengaruh yang klasik pada mulanya mempunyai anggapan bahwa konsumen media, bukannya pesan media, sebagai titik awal kajian dalam komunikasi massa. Dalam kajian ini yang diteliti adalah perilaku komunikasi khalayak dalam relasinya dengan pengalaman langsungnya dengan media massa. Khalayak diasumsikan sebagai bagian dari khalayak yang aktif dalam memanfaatkan muatan media, bukannya secara pasif saat mengkonsumsi media massa (Rubin dalam Littlejohn, 1996: 345).

Di sini khalayak diasumsikan sebagai aktif dan diarahkan oleh tujuan. Anggota khalayak dianggap memiliki tanggung jawab sendiri dalam mengadakan pemilihan terhadap media massa untuk mengetahui kebutuhannya, memenuhi kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya. Media massa dianggap sebagai hanya sebagai salah satu cara memenuhi

kebutuhan individu dan individu boleh memenuhi kebutuhan mereka melalui media massa atau dengan suatu cara lain. Riset yang dilakukan dengan pendekatan ini pertama kali dilakukan pada tahun 1940-an oleh Paul Lazarsfeld yang meneliti alasan masyarakat terhadap acara radio berupa opera sabun dan kuis serta alasan mereka membaca berita di surat kabar (McQuail, 2002: 387). Kebanyakan perempuan yang mendengarkan opera sabun di radio beralasan bahwa dengan mendengarkan opera sabun mereka dapat memperoleh gambaran ibu rumah tangga dan istri yang ideal atau dengan mendengarkan opera sabun mereka merasa dapat melepas segala emosi yang mereka miliki. Sedangkan para pembaca surat kabar beralasan bahwa dengan membaca surat kabar mereka selain mendapat informasi yang berguna, mereka juga mendapatkan rasa aman, saling berbagai informasi dan rutinitas keseharian (McQuail, 2002: 387).

Riset yang lebih mutakhir dilakukan oleh Dennis McQuail dan kawan-kawan dan mereka menemukan empat tipologi motivasi khalayak yang terangkum dalam skema *media persons interactions* sebagai berikut: *Diversion*, yaitu melepaskan diri dari rutinitas dan masalah; sarana pelepasan emosi *Personal relationships*, yaitu persahabatan; kegunaan sosial *Personal identity*, yaitu referensi diri; eksplorasi realitas; penguatan nilai *Surveillance* (bentuk-bentuk pencarian informasi) (McQuail, 2002: 388). Seperti yang telah kita diskusikan di atas, *uses and gratifications* merupakan suatu gagasan menarik, tetapi pendekatan ini tidak mampu melakukan eksplorasi terhadap berbagai hal secara lebih mendalam. Untuk itu mari sekarang kita mendiskusikan beberapa perluasan dari pendekatan yang dilakukan dengan teori *uses and gratifications*

Menurut tinjauan teori ekonomi politik media, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga berkaitan erat dengan

sistem politik. Kualitas pengetahuan tentang masyarakat yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar berbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pesan, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi pra pemilik dan penentu kebijakan (Garnham dalam McQuail, 1991, hal. 63).

Konsekuensi keadaan seperti itu terlihat dalam wujud berkurangnya jumlah sumber media independen, terciptanya konsentrasi pada pasar besar, munculnya sikap masa bodoh terhadap calon khalayak pada sektor kecil (McQuail, 1991: 63).

Walaupun pendekatan ini memusatkan perhatian pada media sebagai proses ekonomi yang menghasilkan komoditi (*content*), namun pendekatan ini kemudian melahirkan ragam pendekatan baru yang menarik, yaitu ragam pendekatan yang menyebutkan bahwa media sebenarnya menciptakan khalayak dalam pengertian bahwa media mengarahkan perhatian khalayak ke pemasang iklan dan membentuk perilaku publik media sampai pada batas-batas tertentu (Symthe dalam McQuail, 1991: 64).

Teori Dependency

Awalnya Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach memperkenalkan teori ketergantungan (*Dependency Theory*), seperti teori *uses and gratifications*, pendekatan ini juga menolak asumsi kausal dari awal hipotesis penguatan. Untuk mengatasi kelemahan ini, perlu adanya suatu pendekatan sistem yang lebih jauh, yakni perlu adanya kajian yang mendalam dari suatu relasi yang bersifat integral antara pendengar, media, dan sistem sosial yang lebih besar. Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh teori *uses and gratifications*, teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan

khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa.

Namun perlu digarisbawahi sebenarnya bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. Lalu apa yang sebenarnya melandasi ketergantungan khalayak terhadap media massa? Ada dua jawaban mengenai hal ini. *Pertama*, khalayak akan menjadi lebih tergantung terhadap media yang telah memenuhi berbagai kebutuhan khalayak bersangkutan dibanding pada media yang menyediakan hanya beberapa kebutuhan saja. Jika misalnya, Anda mengikuti perkembangan persaingan antara Manchester United, Arsenal dan Chelsea secara serius, Anda mungkin akan menjadi tergantung pada tayangan langsung Liga Inggris di TV 7.

Sedangkan orang lain yang lebih tertarik Liga Spanyol dan tidak tertarik akan Liga Inggris mungkin akan tidak mengetahui bahwa situs TV 7 berkaitan Liga Inggris telah di *up date*, atau tidak melihat pemberitaan Liga Inggris di Harian Kompas. *Kedua*, sumber ketergantungan adalah karena kondisi social (struktur social). Model ini menunjukkan sistem media dan institusi sosial itu saling berhubungan dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan minat. Pada gilirannya hal ini akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan, melainkan kondisi social (struktur social). Untuk mengukur efek yang ditimbulkan media massa terhadap khalayak, ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu riset eksperimen, survey dan riset etnografi.

Teori ini dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFluer (1976), yang memfokuskan pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa. Teori ini

berangkat dari sifat masyarakat modern, di mana media massa dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses memelihara, perubahan, dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok, dan individu dalam aktivitas sosial.

Secara ringkas kajian terhadap efek tersebut dapat dirumuskan dapat dirumuskan sebagai berikut: **Kognitif**, menciptakan atau menghilangkan ambiguitas, pembentukan sikap, agenda-setting, perluasan sistem keyakinan masyarakat, penegasan/ penjelasan nilai-nilai. **Afektif**, menciptakan ketakutan atau kecemasan, dan meningkatkan atau menurunkan dukungan moral. **Behavioral**, mengaktifkan atau menggerakkan atau meredakan, pembentukan isu tertentu atau penyelesaiannya, menjangkau atau menyediakan strategi untuk suatu aktivitas serta menyebabkan perilaku dermawan.

Cultural imperialism theory

Dikemukakan oleh Herb Schiller tahun 1973. Teori ini berguna untuk menjelaskan bahwa bangsa Barat mendominasi media di hampir semua bagian di dunia ini sehingga pada gilirannya mempunyai kekuatan pengaruh yang sangat kuat terhadap budaya dunia ketiga (negara-negara yang belum dan yang sedang berkembang). Caranya adalah dengan mengganggu dan menetapkan pandangan-pandangan mereka atas kondisi budaya lokal sehingga budaya lokal semakin rusak. (Sumber: <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/mass/>) Media, khususnya media massa seperti film, surat kabar, web dan situs-situs informasi dari internet, komik, dan juga novel dan sejumlah media massa lainnya, umumnya diproduksi secara besar-besaran oleh orang Barat, karena mereka mempunyai modal untuk melakukannya. Dilihat dari harganya pun relatif lebih murah dibandingkan dengan media lokal, karena yang terakhir ini kekurangan modal

pendukungnya. Akibatnya, karena setiap hari dan setiap saat penduduk dunia ketiga tadi menonton dan membaca hasil dan pandangan-pandangan budaya yang dilahirkan oleh budaya barat, maka akibatnya mereka pun terpengaruh. Pengaruh lebih jauh dari adanya terpaan informasi yang terus menerus dari berbagai media massa seperti ini, maka secara langsung ataupun tidak langsung masyarakat dunia ketiga 'membenarkan' atau mengadopsi pandangan dan perilaku budaya barat. Dan yang lebih parah lagi, budaya lokal menjadi semakin terpinggirkan, rusak, atau mungkin suatu saat akan hilang sama sekali.

Di Indonesia, misalnya. Kita telah merasakan akan hal itu. Anak-anak kita atau anak-anak seusia sekolah, bahkan anak kecil di rumah kita, dalam menghadapi pergaulan dengan sesama mereka, sudah precis menggunakan pola budaya televisi. Anggah ungguh tidak pernah dipakai lagi dalam pergaulan di antara mereka. Dalam bergaul dengan orang tua saja mereka sudah 'berbeda' dengan ketika kita masih seumur mereka pada saat menghadap dan berkomunikasi dengan orang tua.

Dulu kita diajari untuk tidak menatap mata orang tua secara langsung, tetapi anak sekarang jika berkomunikasi dengan kita, mereka menatap (mata) kita, dan kita membiarkannya karena kita sudah menganggap hal itu memang harus dilakukan. (Budaya tatap menatap sudah bergeser?). Contoh kasus. Ketika kami (suami dan istri) sedang menonton sebuah film dari VCD rentalan dari tetangga (bukan film semi atau apalagi porno, hanya ada adegan dewasa), dua anak kami datang ikut menonton. Secara 'edukatif' kami melarang mereka karena film ini termasuk kurang pas ditonton oleh anak yang belum 17 tahun ke atas, sesuai dengan labelnya. Apa komentar anak-anak tersebut?. 'Waah, yang itu belum seberapa Pak, ada yang lebih 'seru' dari itu. Kalau Bapak dan Mama mau, nanti dicariin'. Kami tidak bisa

berkomentar lebih jauh tentang hal itu karena sedikit kaget, tidak percaya, atau apalah namanya itu. Yang jelas, anak-anak seusia mereka (belasan tahun), termasuk anak-anak kita, telah banyak belajar melalui media massa, khususnya film, novel, komik, cerpen, dan internet. Mereka banyak yang belajar secara langsung dari sumbernya yang asli, tidak melalui orang tua lagi. Apalagi dengan orang tua yang tergolong sibuk dengan pekerjaannya atau karirnya.

Dengan guru-guru di sekolah, mereka pun sangat terbatas oleh jadwal-jadwal formal yang kaku dan gersang karena hanya memikirkan pelajaran-pelajaran menghafal dan mengutak-atik angka. Mereka banyak yang bosan belajar, dan akhirnya membeli buku novel atau film atau media hiburan lain produk luar negeri. Soal pengaruh budaya barat terhadap budaya lokal, itu sudah pasti ada karena adanya proses transfer budaya dan adanya akulturasi, terutama yang tampak sekali adalah yang terjadi pada anak-anak hingga menjelang dewasa.

Sebab pada usia inilah terjadinya masa-masa mencari dan berpetualang secara sangat agresif. Sedangkan orang tua, apalagi yang tergolong berpendidikan, tidak begitu saja mengadopsi budaya-budaya luar yang tidak sesuai dengan budaya dan kepercayaannya selama ini. Beberapa kritik terhadap teori ini memang pantas dikemukakan di sini mengingat beberapa hal yang tampaknya masih perlu penjelasan dan pengujian lebih lanjut, yakni antara lain sebagai berikut:

(1) Sulit untuk menjelaskan dengan teori ini mengenai kekuatan penjelasannya, misalnya dalam kasus, sekelompok orang dengan ide dan kepercayaannya selama ini mengirim pesan-pesan kepada sekelompok orang yang berbeda melalui penggunaan media, khususnya media massa.

(2) Kritik berikut berkaitan dengan adanya kekuatan untuk meramalkan (*to predict*) sesuatu yang belum terjadi. Bahwa budaya dunia ketiga akan rusak atau hancur, dan orang-orangnya akan beridentitas sebagai orang barat, terutama dalam pandangan-pandangan dan kepercayaannya. Apa iya seperti itu. Bukankah adanya akulturasi budaya malahan justru bisa memperkaya wawasan masyarakat sehingga pada akhirnya akan mengembangkan budaya yang ada, termasuk budaya lokal?.

(3) Terlalu sederhana jika kita hanya melihat seperti garis lurus dari proses penggunaan media yang asalnya dari pengirim menuju ke penerima, lalu dilihat efeknya. Efek-efek komunikasi tidak bisa diukur atau dijelaskan sebagai pola hubungan garis lurus, tapi bisa jadi berpola kurva, kurva linear, spurious, atau bahkan negatif.

(4) Kritik berikutnya adalah *falsifiability* (bisa salah). Negara-negara dunia ketiga tidak terpengaruh oleh media barat, dan mereka juga tidak kehilangan kebudayaannya. Bahkan

dalam hal-hal tertentu, justru media barat bisa digunakan untuk menjelaskan pola budaya lokal, sehingga budaya lokal menjadi mengglobal.

(5) Adanya suatu alur peristiwa yang tampak logis sehingga berkonsekuensi terhadap teori

itu sendiri. Kita tahu bahwa peristiwa atau kejadian tidak tepat jika dilogiskan, tapi lebih tepat jika dijelaskan dengan cara antara lain melalui kegiatan penelitian.

(6) Kritik lainnya adalah pada *heuristic provocativeness*. Mungkin akan muncul hipotesis baru mengenai efek dari adanya proses budaya. Budaya mana yang paling banyak dipengaruhi oleh budaya lainnya, dan seberapa besar pengaruh budaya tersebut terhadap budaya lokal.

(7) Terlalu menganggap kuat organisasi pengusung media massa. Kita sebenarnya mengetahui bahwa budaya barat dan budaya timur memang berbeda. Jadi sangat sulit untuk mengukur secara massa bahwa budaya barat berpengaruh terhadap budaya setempat di dunia ketiga. Dalam hal-hal tertentu, karena adanya hubungan budaya, bisa saja justru budaya barat juga bisa dipengaruhi oleh budaya dunia ketiga, paling tidak dalam hal kepercayaannya, kehumanistikannya, dan keseniannya.

(8) Anda juga bisa mencari hal-hal yang sedikit bisa diperdebatkan pada teori imperialisme kebudayaan ini. Dengan demikian hal ini akan menambah rumitnya masalah pergeseran budaya itu.

Teori *The Effect Tradition*

Teori pengaruh komunikasi massa dalam perkembangannya telah mengalami perubahan yang kelihatan berliku-liku dalam abad ini. Dari awalnya, para peneliti percaya pada teori pengaruh komunikasi "peluru ajaib" (*bullet theory*) Individu-individu dipercaya sebagai dipengaruhi langsung dan secara besar oleh pesan media, karena media dianggap berkuasa dalam membentuk opini publik. Menurut model ini, jika Anda melihat iklan Close Up maka setelah menonton iklan Close Up maka Anda seharusnya mencoba Close Up saat menggosok gigi.

Kemudian pada tahun 50-an, ketika aliran hipotesis dua langkah (*two step flow*) menjadi populer, media pengaruh dianggap sebagai sesuatu yang memiliki pengaruh yang minimal. Misalnya iklan Close Up dipercaya tidak akan secara langsung mempengaruhi banyak orang-orang untuk mencobanya. Kemudian dalam 1960-an, berkembang wacana baru yang mendukung minimalnya pengaruh media massa, yaitu bahwa pengaruh media massa juga ditengahi oleh variabel lain. Suatu kekuatan dari iklan Close Up secara komersil atau tidak untuk mampu mempengaruhi khalayak

agar mengkonsumsinya, tergantung pada variabel lain. Sehingga pada saat itu pengaruh media dianggap terbatas (*limited-effects model*).

Sekarang setelah riset di tahun 1970-an dan 1980-an, banyak ilmuwan komunikasi sudah kembali ke *powerful-effects model*, di mana media dianggap memiliki pengaruh yang kuat, terutama media televisi. Ahli komunikasi massa yang sangat mendukung keberadaan teori mengenai pengaruh kuat yang ditimbulkan oleh media massa adalah Noelle-Neumann melalui pandangannya mengenai gelombang kebisuan.

Uses, Gratifications and Dependency

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *uses and gratifications*. Pendekatan *uses and gratifications* menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya. Kajian yang dilakukan dalam ranah *uses and gratifications* mencoba untuk menjawab pertanyaan : "Mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka gunakan untuk media?" (McQuail, 2002: 388). Di sini sikap dasarnya diringkas sebagai berikut :

Studi pengaruh yang klasik pada mulanya mempunyai anggapan bahwa konsumen media, bukannya pesan media, sebagai titik awal kajian dalam komunikasi massa. Dalam kajian ini yang diteliti adalah perilaku komunikasi khalayak dalam relasinya dengan pengalaman langsungnya dengan media massa. Khalayak diasumsikan sebagai bagian dari khalayak yang aktif dalam memanfaatkan muatan media, bukannya secara pasif saat mengkonsumsi media massa (Rubin dalam Littlejohn, 1996 : 345).

Di sini khalayak diasumsikan sebagai aktif dan diarahkan oleh tujuan. Anggota khalayak dianggap memiliki tanggung jawab sendiri dalam

mengadakan pemilihan terhadap media massa untuk mengetahui kebutuhannya, memenuhi kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya. Media massa dianggap sebagai hanya sebagai salah satu cara memenuhi kebutuhan individu dan individu boleh memenuhi kebutuhan mereka melalui media massa atau dengan suatu cara lain. Riset yang dilakukan dengan pendekatan ini pertama kali dilakukan pada tahun 1940-an oleh Paul Lazarsfeld yang meneliti alasan masyarakat terhadap acara radio berupa opera sabun dan kuis serta alasan mereka membaca berita di surat kabar (McQuail, 2002: 387).

Kebanyakan perempuan yang mendengarkan opera sabun di radio beralasan bahwa dengan mendengarkan opera sabun mereka dapat memperoleh gambaran ibu rumah tangga dan istri yang ideal atau dengan mendengarkan opera sabun mereka merasa dapat melepas segala emosi yang mereka miliki. Sedangkan para pembaca surat kabar beralasan bahwa dengan membaca surat kabar mereka selain mendapat informasi yang berguna, mereka juga mendapatkan rasa aman, saling berbagai informasi dan rutinitas keseharian (McQuail, 2002: 387).

Riset yang lebih mutakhir dilakukan oleh Dennis McQuail dan kawan-kawan dan mereka menemukan empat tipologi motivasi khalayak yang terangkum dalam skema *media – persons interactions* sebagai berikut :*Diversion*, yaitu melepaskan diri dari rutinitas dan masalah; sarana pelepasan emosi

Personal relationships, yaitu persahabatan; kegunaan social *Personal identity*, yaitu referensi diri; eksplorasi realitas; penguatan nilai, *Surveillance* (bentuk-bentuk pencarian informasi) (McQuail, 2002: 388). Seperti yang telah kita diskusikan di atas, *uses and gratifications* merupakan suatu gagasan menarik, tetapi pendekatan ini tidak mampu melakukan eksplorasi terhadap

berbagai hal secara lebih mendalam. Untuk itu mari sekarang kita mendiskusikan beberapa perluasan dari pendekatan yang dilakukan dengan teori *uses and gratifications*.

Teori Uses and Gratifications (Kegunaan dan Kepuasan)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Elemen dasar yang mendasari pendekatan teori ini (Karl dalam Bungin, 2007): (1) Kebutuhan dasar tertentu, dalam interaksinya dengan (2) berbagai kombinasi antara intra dan ekstra individu, dan juga dengan (3) struktur masyarakat, termasuk struktur media, menghasilkan (4) berbagai percampuran personal individu, dan (5) persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut, yang menghasilkan (6) berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan, yang menghasilkan (7) perbedaan pola konsumsi media dan (8) perbedaan pola perilaku lainnya, yang menyebabkan (9) perbedaan pola konsumsi, yang dapat memengaruhi (10) kombinasi karakteristik intra dan ekstra individu, sekaligus akan memengaruhi pula (11) struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat

Teori Dependensi

Teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. DeFleur (1976, Sendjaja, 2002 :5,26) memfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya

suatu efek media massa. Teori ini pada dasarnya adalah pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern, dimana media massa dapat dianggap suatu informasi yang memiliki peran dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tataran masyarakat, audience menjadi tergantung pada media

Lebih lanjut Ball-Rokeach dan DeFluer (1976, sendjaja, 2002:5:28) mengemukakan bahwa ketiga komponen yaitu, audience, sistem media dan sistem sosial, saling berhubungan satu dengan yang lainnya, meskipun sifat hubungan ini berbeda satu sama yang lain, seperti misalnya sistem sosial berbeda beda antara masyarakat satu dengan yang lain tergantung tingkat stabilitasnya

Uses and Gratification

Penggunaan (uses) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau uses and gratification, salah teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi. Teori dan pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili proses komunikasi karena ada beberapa hal yang mempengaruhi audience antara lain : *need, interes*, (Effendy, 2000:289)

Pendekatan uses and gratification memberikan alternatif untuk memandang pada *hubungan anatar isi media dan audience, dan pengkategorian isi media menurut fungsinya* (Burhan . 2006)

Teori Kultivasi

Teori kultivasi (*cultivation theory*) pertama kali dikenalkan oleh Professor George Gerbner, Dekan emiritus dari *Annenberg School for Communication* di Universitas Pennsylvania. Sebagai seorang imigran dari Hongaria yang mempunyai profesi penulis, ia kemudian masuk sekolah Jurnalistik pada Universitas Berkely. Setelah lulus *Bachelor* (S1) ia bekerja di

San Francisco Chronicle. Kemudian kembali ke kampusnya untuk mengambil Program Masters dan Doctoral (Ph.D).

Riset pertamanya pada awal tahun 1960-an tentang Proyek Indikator Budaya (*Cultural Indicators Project*) untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Dimana Gerbner dan koleganya di *Annenberg School for Communication* ingin mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan dan dipersepsikan penonton televisi. Tradisi pengaruh media dalam jangka waktu panjang dan efek yang tidak langsung menjadi kajiannya. Argumentasi awalnya adalah, "televisi telah menjadi anggota keluarga yang penting, anggota yang bercerita paling banyak dan paling sering" (dalam Severin dan Tankard, 2001:268). Ia pensiun dari kampusnya 1989.

Dalam riset proyek indikator budaya terdapat lima asumsi yang dikaji Gerbner dan koleganya (Baran, 2003 : 324-325).

Pertama, televisi secara esensial dan fundamental berbeda dari bentuk media massa lainnya. Televisi terdapat di lebih daripada 98 persen rumah tangga Amerika. Televisi tidak menuntut melek huruf seperti pada media surat kabar, majalah dan buku. Televisi bebas biaya, sekaligus menarik karena kombinasi gambar dan suara.

Kedua, medium televisi menjadi *the central cultural arm* masyarakat Amerika, karena menjadi sumber sajian hiburan dan informasi.

Ketiga, persepsi seseorang akibat televisi memunculkan sikap dan opini yang spesifik tentang fakta kehidupan. Karena kebanyakan stasiun televisi mempunyai target khalayak sama, dan bergantung pada bentuk pengulangan program acara dan cerita (drama).

Keempat, fungsi utama televisi adalah untuk medium sosialisasi dan enkulturasi melalui isi tayangannya (berita, drama, iklan) sehingga pemahaman akan televisi bisa menjadi sebuah pandangan ritual (*ritual view*)

berbagi pengalaman) daripada hanya sebagai medium transmisi (*transmissional view*).

Kelima, observasi, pengukuran, dan kontribusi televisi kepada budaya relatif kecil, namun demikian dampaknya signifikan. Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para pemirsa televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur lingkungannya. Dengan kata lain untuk mengetahui dunia nyata macam apa yang dibayangkan, dipersepsikan oleh pemirsa televisi. Atau bagaimana media televisi mempengaruhi persepsi pemirsa atas dunia nyata. Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Artinya, selama pemirsa kontak dengan televisi, mereka akan belajar tentang dunia (dampak pada persepsi), belajar bersikap dan nilai-nilai orang.

Fokus utama riset kultivasi pada tayangan kriminal dan kekerasan dengan membandingkan kepada prevalensi (frekuensi) criminal dalam masyarakat. Salah satu aspek yang menarik dari Kultivasi adalah "*mean world syndrome*". Nancy Signorielli (Littlejohn, 2005: 289) melaporkan kajian sindrom dunia makna dimana tayangan kekerasan dalam program televisi untuk anak-anak dianalisis. Lebih dari 2000 program acara dalam tayangan *prime time* dan *week ends* dari tahun 1967 sampai 1985 dianalisis dengan hasil yang menarik. Kurang lebih 71 persen program *prime time* dan 94 persen program *week ends* terdapat aksi kekerasan. Bagi pemirsa pecandu berat televisi (*heavy viewers*) dalam jangka waktu lama ternyata hal ini memberi keyakinan bahwa tak seorang pun bisa dipercaya atas apa yang muncul dalam dunia kekerasan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pecandu berat televisi cenderung melihat dunia ini sebagai kegelapan/ mengerikan serta tidak mempercayai

orang. Apa yang terjadi di televise itulah dunia nyata. Televisi menjadi potret sesungguhnya dunia nyata. Gerbner dan koleganya berpendapat bahwa televise menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat yang kemudian mengikatnya bersama-sama pula.

Media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Sehingga para pecandu berat televisi itu akan mempunyai kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Nurudin, 2003 :159). Sementara McQuail (2001: 465) mengutip pandangan Gerbner bahwa televisi tidak hanya disebut sebagai jendela atau refleksi kejadian sehari-hari di sekitar kita, tetapi dunia itu sendiri. Gambaran tentang adegan kekerasan di televisi lebih merupakan pesan simbolik tentang hukum dan aturan.

Dengan kata lain, perilaku kekerasan yang diperlihatkan di televisi merupakan refleksi kejadian di sekitar kita. Jika adegan kekerasan merefleksikan aturan hukum yang tidak bisa mengatasi situasi seperti yang digambarkan dalam adegan televisi, bisa jadi ini merupakan yang sebenarnya. Kekerasan yang ditayangkan televisi dianggap sebagai kekerasan yang terjadi di dunia ini. Aturan hukum yang bisa digunakan untuk mengatasi perilaku kejahatan yang ditayangkan televisi akan dikatakan bahwa seperti itulah hukum kita sekarang ini.

Inilah yang kemudian dalam analisis kultivasi televisi memberikan homogenisasi budaya atau kultivasi terjadi dalam dua hal *mainstreaming* (pelaziman) dan *resonance* (resonansi). *Mainstreaming* dalam analisis kultivasi terjadi pada pecandu berat televisi (menonton lebih dari 4 jam perhari) yang mana simbol-simbol televise telah memonopoli dan mendominasi sumber informasi dan gagasan tentang dunia. Orang menginternalisasi realitas sosial dominannya lebih kepada aspek kultural,

karena ini lebih dekat dengan kesehariannya. Sementara, *resonance* terjadi ketika pemirsa melihat sesuatu di televisi yang sama dengan realitas kehidupan mereka sendiri, realitas televisi tak berbeda dengan realitas di dunia nyata.

Artinya, mereka menganggap bahwa pemberitaan perang, kriminalitas, dan konflik para pesohor di televisi ialah realitas dunia yang sesungguhnya. Televisi tidak sekadar memberikan pengetahuan, atau melaporkan realitas peristiwa. Lebih dari itu, televisi berhasil menanamkan realitas bentukannya ke benak pemirsa. Sehingga menurut Perse (2001:215) efek dominan kultivasi kekerasan televisi pada individu adalah pada kognitif (meyakini tentang realitas sosial) dan afektif (takut akan kejahatan).

Ingatkah Anda dengan peristiwa penembakan siswa-siswi di *Columbine High School, Littleton, Colorado, Amerika Serikat*, empat tahun silam? Pada 20 April 1999, dua pemuda siswa sekolah itu, Dylan Klebold (18 tahun) dan Eric Harris (17 tahun), melakukan penembakan secara brutal dengan senapan mesin pada jam sekolah. Tidak cuma di kantin, penembakan juga dilakukan di ruang kelas, lorong koridor, dan teras depan sekolah. Tidak kurang 12 siswa dan seorang guru tewas terbunuh.

Lebih dari 20 orang luka-luka. Kedua pelakunya tak bisa dimintai keterangan karena bunuh diri --menembak diri-- usai huru-hara itu terjadi. Musibah Littleton menjadi tragedi nasional, ditangisi keluarga korban, siswa-siswi Columbine, bahkan Presiden Clinton dan kabinet pemerintahannya. *A nation grief*, tulis media-media Amerika Serikat. Apa yang menyebabkan pelaku bertingkah sedemikian nekat? Ada banyak teori dilontarkan, mulai dari depresi akibat pelecehan teman-teman sebaya, runtuhnya struktur keluarga, kebebasan mendapatkan senjata api, sampai gangguan kejiwaan akut. Para pelaku penembakan ternyata menggemari

acara-acara kekerasan televisi. Mereka adalah pencandu berat *game-game action* dan *fighting*. Namun tak pelak lagi, diskusi tragedi ini mengangkat kembali efek *media violence*. (Santi Indra Astuti, <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0204/07/0801.htm>)

Menurut Wimmer dan Dominick (2003:414) terdapat dua cara dalam menganalisis kultivasi. Pertama, deskripsikan dunia media yang diperoleh dari analisis periodik atas isi media. Hasil dari analisis isi adalah mengidentifikasi pesan dari dunia televisi. Pesannya mewakili gambaran konsisten atas isu spesifik, kebijakan, dan topik yang sering terjadi dalam kehidupan nyata. Kedua, mensurvey khalayak dengan menghubungkan pada terpaan televisi, membagi sampel ke dalam *heavy* dan *light viewers* serta membandingkan jawaban mereka atas pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan realitas televisi versus realitas dunia nyata. Sebagai tambahan data yang dikoleksi sebagai variabel kontrol mencakup gender, usia, dan status sosial ekonomi.

Prosedur statistik terdiri dari analisis korelasi antara jumlah menonton dan skor jawaban yang merefleksikan pertanyaan. Sebagai alternatif bisa dihitung tentang *cultivation differential (CD)*. CD adalah persentase *heavy viewers* dikurangi persentase *light viewers* yang memberikan jawaban. Keputusan pengukuran bisa memberikan hasil signifikan pada kultivasi. Potter dan Chang (1990) seperti dikutip Wimmer dan Dominick (2003:415) mengukur pemirsa televisi menggunakan lima teknik yang berbeda yaitu (1) terpaan total atau jumlah jam keseluruhan (cara tradisional yang digunakan dalam analisis kultivasi); (2) terpaan terhadap berbagai tipe program televisi yang berbeda; (3) terpaan pada tipe program seperti mengontrol untuk terpaan total; (4) mengukur proporsi setiap tipe program yang dilihat, diperoleh dengan membagi waktu yang digunakan per tipe program dengan

total waktu menonton; dan (5) proporsi pengaruh dihitung dengan meningkatkan jam menonton per minggu dengan mengukur secara proporsional seperti disebutkan pada teknik ke empat.

Daftar Pustaka

- Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi teori paradigma, diskursus teknologi komunikasi di Masyarakat*, Cet 2 :kencana ;Jakarta 2007
- Bungin Burhan, *Teknik Praktek, Riset Komunikasi* , Cet 2 :kencana ;Jakarta 2008
- Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* Edisi kedua, Jakarta :Penerbit Erlangga
- Hardt Hannon, *Critical Communication Studies*, Cet ; 1, Yogyakarta & Bandung, 2005
- Nur Syam Dr, *Mazhab-Mazhab Antropologi*, LKiS, Yogyakarta 2007
- Poloma, M. Margaret, *Sosiologi Kontemporer* (terj), Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003
- Soetomo, Drs, *Masalah Sosial dan Pembangunan*, Jakarta: Pustaka Jaya, 1995
- Jurnal Ilmiah SCRIPTURA ISSN 1978-385X Vol. 1 No.1 Januari 2007
- Baran, Stanley J. 2003. *Mass Communication Theory; Foundations, Ferment, and Future*, 3rd edition. Belmont, CA : Thomson Learning
- Hidayat, Deddy N. 1999. Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi; Menuju Paradigma Baru Penelitian Komunikasi. *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT RemajaRosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W. 2005. *Theories Of Human Communication*. Eighth Edition. Belmont : Wadsworth Publishing Company.
- McQuail's, Denis. 2001. *Mass Communication Theory*. London. 4th edition: SAGE Publications, Inc.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur, Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Perse, Elizabeth M. 2001. *Media Effects and Society*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Siregar, Ashadi. 2006. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka

- Severin, Werner J and James W. Tankard. 2001, *Communication Theories; Origin, Methods, and Uses in the Mass Media*. Fifth Edition. University of Texas at Austin: Addison Wesley Longman Inc.
- Sparks, Glenn G. 2002. *Media Effects Research, A Basic Overview*. Belmont CA: Wadsworth Publishing Company.
- Wimmer, Roger D and Joseph R. Dominick. 2003. *Mass Media Research, an Introduction*. Seventh Edition. Belmont CA: Wadsworth Publishing Company.