

# Konstruksi Makna dan Pemahaman Tentang Pemikiran *Content Influence Studies*

Basuki Agus Suparno Jurusan Ilmu Komunkasi, FISIP UPN " Veteran " Yogyakarta

## Abstract

*Media content can be said as one interest of communication studies. Besides it gives a perspective differently, it also explores some factors that influence media content. Consequently, it produces media reality. But what media reality and meaning are for us. Is it reflected the social reality and objectivity? The answer is not simply. Content influence studies explains that media content must be viewed as product that social characteristic of media workers, extra media, organization of media, routines media and ideology intertwined and influenced the media content. Therefore, Media practitioners, communication scientist and consumer of media should give attention more seriously.*

*Keywords: content influence studies, media workers, media reality, objectivity*

## Pendahuluan

Menurut Croteau (1997) para peneliti ilmu komunikasi tidak menjadikan persoalan konstruksi makna media sebagai fokus kajian yang sangat serius. Kenyataan ini sebelumnya telah dibuktikan oleh Shoemaker dan Resse (1996) dengan membuat matrik yang menjelaskan ranah penelitian ilmu komunikasi. Tradisi selama ini lebih memfokuskan pada proses dan efek komunikasi. Penelitian-penelitian sebagai *milestones* ilmu komunikasi juga merefleksikan kondisi di atas. Misalnya pada tahun 1940: *The Invasion From Mars* dan Penelitian dari Hovland tentang eksperimentasi dalam komunikasi massa juga meneguhkan pandangan tersebut. Persoalan yang sama juga terjadi pada *textbooks* yang ada. Secara tipikal, ada tiga buku yang dengan mudah dapat dirujuk, yakni: *Mass Communication Theories and Research* (Tan, 1995); *Mass Media Processes and Effects* (Jefres, 1986); dan *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media* (Severin and Tankard, 1992). Dari ketiga buku tersebut, semua memulai dari bab yang membahas ciri-ciri teori dan penelitian. Menurut Shoemaker dan Resse (1996) hanya sekitar 6% di dalam buku Tan yang menjelaskan masalah komunikator dan faktor eksternal media (*environemnt*). Adapun menurut Jerns diperkirakan hanya sekitar 15%

industri media, pekeija media dan organisasi media yang menjelaskan bagaimana pengaruhnya terhadap isi media. Sementara Severin dan Tankard, justru secara luas lebih membahas mengenai metode saintifik yang bersifat positivistik, model-model dan persepsi serta pendekatan psikologis dalam komunikasi. Hanya ada satu sub bahasan yang menjelaskan mengenai media sebagai institusi.

Atas dasar kenyataan itu, minat dan perhatian ilmuwan komunikasi terhadap studi-studi yang berpijak pada *content influence* tampak terasa kurang. Padahal persoalan ini merupakan satu rangkaian yang sangat penting dalam proses komunikasi itu sendiri. Studi-studi mengenai *content influence* sama penting dan berartinya dengan studi-studi mengenai proses dan efek. Setidaknya, sejumlah alasan penting yang dapat dikemukakan. *Pertama*, kajian mengenai *influence content* merupakan basis dari pengaruh media. *Kedua*, studi ini dapat membantu kita untuk mengambil

kesimpulan tentang sesuatu yang bersifat visibel atau pun invisibel. *Ketiga*, kajian ini membantu memprediksikan pengaruh terhadap khalayak. *Keempat*, melalui kajian ini, dapat diasumsikan bahwa media memberikan sebuah realitas di mana orang mengetahui di luar pengalaman personal yang dimilikinya dan kajian isi media memberikan jalan untuk melihat realitas apa yang akan mereka konsumsi. Dengan posisi yang sedemikian penting, studi-studi mengenai *content influence* akan mampu memberikan satu perspektif baru yang mampu memberikan penjelasan interpretatif secara memadai terhadap kajian-kajian yang dilakukan pada proses dan efek.

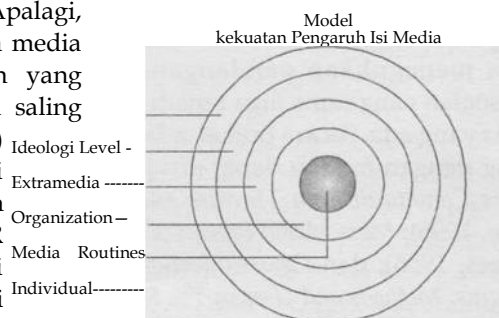
Tulisan ini dimaksudkan untuk mendorong perhatian pada sejumlah individu yang terlibat dalam praktek-praktek komunikasi dan saintifiknya terhadap *influence content studies*. Dengan demikian, ada perspektif yang berbeda yang mampu memberikan pemberdayaan masyarakat ketika mereka berinteraksi dengan isi media. Mereka akan melakukan interaksi selektif dan bersifat kritis terhadap isi media. Pada sisi lain, mereka mampu memberikan evaluasinya mengenai berbagai kepentingan yang memasukinya. Isi media, dengan demikian tidak sepenuhnya objektif dan bahkan kadang-kadang sangat terlihat tendensius.

#### Jenis Pengaruh terhadap Isi Media

Ada sejumlah pertanyaan dasar ketika kita berinteraksi dengan isi media. Apalagi, ketika kita membandingkan sejumlah media pada peristiwa yang sama namun yang direpresntasikannya berbeda bahkan saling kontradiktif. Solo Pos (4 Mei 2004) misalnya, memberitakan kasus UMI di Makassar dan melukiskan tuntutan mundur dari sejumlah anggota DPR RI atas Kapolri dengan deskripsi emosional. Sementara pada hari terbitan yang sama Kompas lebih respektif dan elegan. Dari sana, pertanyaan dasar itu kemudian muncul, yaitu menyangkut kepada siapa kita melihat isi media tersebut. Karakteristik personal yang seperti apa yang mempengaruhi isi media. Bagaimana mereka yaitu para pekerja media menghubungkan dan membandingkan dengan sistem sosial

yang lain dan aspek-aspek yang tercakup di dalamnya.

Implikasinya adalah benarkah di dalam isi media tersebut bersifat objektif sebagai sesuatu yang selama ini dipertahankan. Dalam pandangan *influence content studies*, objektivitas isi media sangat diragukan. Pada perspektif ini, isi media telah dipengaruhi oleh unsur kepentingan yang telah dimulai dari wartawan sebagai filter paling dasar mengenai bagaimana sebuah isi media dikonstruksi. Rentang intervensi dan masuknya nilai-nilai di luar konteks peristiwa tersebut sangat panjang, yakni dari faktor-faktor personal sampai pada faktor ideologis. Oleh karena itu, bias dalam isi media sering terjadi dan dapat dengan mudah ditemukan. Denis McQuail menjelaskan bias tersebut layaknya sebuah pendulum yang dapat bergerak ke kanan atau pun ke kiri, yakni suatu kecenderungan ke mana bias tersebut berada. Menurutnya (1992:191) bias adalah: *a consistent tendency to depart from straight path of objective truth by deviating either to left or right*. Menurut Shoemaker dan Reese kekuatan pengaruh terhadap isi media tampak pada diagram sebagai berikut:



Model tersebut menginformasikan bahwa isi media ternyata merupakan refleksi dari hirarki kepentingan yang sangat luas dan kompleks. Isi media tidak saja dapat dipakai untuk melihat bagaimana individu sebagai pekerja media mengkonstruksinya, namun lebih dari itu, isi media dapat dipakai untuk menganalisis kepentingan-kepentingan yang lebih luas seperti kepentingan ekonomis, politik dan ideologis. Dan Berkowitz (1997) dalam sebuah pandangannya mengenai isi media mengatakan bahwa isi media dapat merupakan produk dari sistem ekonomi dan sistem politik. Bahkan isi media merupakan hasil dari nilai-nilai keyakinan dan kultural yang ada di dalam sistem sosial yang sangat luas.

#### Pengaruh Individu sebagai Pekerja Media

Berpijak pada pandangan Berkowitz mengenai bagaimana isi media dikonstruksi, faktor elementer bisa dimulai dengan melacak individu sebagai pekerja media. Pada film, individu tersebut dapat dilihat pada siapa sutradara, produser dan penulis skenario serta individu-individu yang terlibat di dalamnya. Pada surat kabar, berita sebagai bentuk isi media, dapat dilihat pada wartawan, redaktur bahkan sampai pada pemimpin redaksi. Intinya adalah, bahwa isi media dapat merupakan sebuah produk yang tidak bebas nilai.

Pengaruh individu terhadap isi media mencakup aspek-aspek individu yang melekat di dalamnya. Ettena dkk (dalam Berkowitz, 1997), melihat sikap, nilai, kognisi dan karakteristik demografis individu sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi isi media. Aspek-aspek itu dihadapkan pada bagaimana mereka mempersepsi khalayaknya, melihat sumber yang dipakai, nilai dan sistem kognisi yang dipakai, karakter dan ideologi personal dan pandangan mereka mengenai objektivitas sebagai nilai personal. Dengan demikian, tampak betapa krusial dan penting bahwa faktor personal tersebut bisa mengkonstruksi isi media sesuai dengan nilai dan keyakinan yang dimilikinya.

Ada sebuah penelitian yang menarik yang dilakukan oleh Pool dan Shulman (1959) mengenai image mereka terhadap khalayaknya. Temuannya sungguh

hanya mendasarkan pada fantasi dirinya sendiri mengenai siapa khalayaknya. Ketika fantasi pekerja media tersebut terdapat kesenjangan, ada kecenderungan, apa yang mereka hasilkan tidak akurat dan tidak berimbang. Sementara Gan (1979) dalam studi observasionalnya terhadap sejumlah jurnalis untuk majalah dan televisi, ia mengatakan:

*I... paid close attention to how the journalists conceived of and related to their audience. I was surprised to find, however that they had little knowledge about their actual audience and rejected feedback from it. Although they had a vague image of the audience, they paid little attention to it; instead, they filmed and wrote for their superior and for themselves, assuming ... that what interested them would interest the audience.*

Dari sudut pandang demikian, beberapa isu yang diangkat media dapat dipertanyakan lebih jauh. Beberapa observasi yang dilakukan terhadap isu kekerasan seksual yang selama ini diangkat media, dapat dipertanyakan lebih mendalam. Misalnya bagaimana orientasi seksual dan keberpihakannya pada kasus perkoasaan. Terma-terma yang dipakai oleh media khususnya surat kabar yang menyebut korban dengan nama samaran seperti Bunga, Mawar, Dahlia dan seterusnya memunculkan pertanyaan mengenai orientasi seksual wartawan itu sendiri. Bagaimana pemahaman mereka terhadap penegakan hukum dan pendidikan seksual. Faktor tersebut jelas menyangkut hal-hal yang melekat secara individual. Sebuah kenyataan lain, isi media mengenai kekerasan seksual tersebut dikonstruksi oleh pekerja media laki-laki. Sementara korban kekerasan seksual tersebut adalah perempuan yang sering ditempatkan sebagai objek seksual dari pada upaya membangun kesadaran moral dan upaya penegakan hukum.

Tipikal bagaimana isi media dikonstruksi oleh kaum laki-laki atau perempuan juga menjadi kajian penting untuk melihat realitas media. Di Amerika sendiri, sejumlah penelitian yang disebutkan Shoemaker dan Pamela (1996: 66) menunjukkan bahwa pekerja media perempuan di sejumlah

dibandingkan dengan laki-laki. Keputusan dan perspektif yang ditempuh dalam menentukan layak dan tidak layak berdasarkan perspektif laki-laki. Perempuan yang memegang posisi kunci seperti direktur berita pada televisi hanya sebesar 8%. dan secara gradual menurun menjadi 6% saja.

Proses produksi dan keputusan pekerja media (wartawan) dalam menentukan layak dan tidak layak, perlu ditonjolkan atau tidak dan teknik-teknik lain yang dipakai mereka untuk memperlihatkan isu yang diangkat sebagai isi media tersebut penting dan perlu merupakan proses seleksi yang langsung atau tidak langsung dipengaruhi nilai-nilai subjektif yang diyakininya. Setiap orang mempunyai cara dalam melihat sesuatu. Sebagaimana dikatakan Littlejohn (2000), kita dapat melihat komunikasi secara berbeda sebagai sebuah perspektif yang melekat di dalamnya. Sedangkan perspektif tersebut merupakan sebuah cara bagaimana melihat sesuatu dan realitas dikonstruksi. Sesuai dengan konteks itu, Lictor mengatakan bahwa sikap, nilai dan keyakinan individu pekerja media bukanlah segalanya yang mempengaruhi isi media. Hal yang ingin ia tegaskan adalah bahwa proses keputusan bagaimana suatu isu dikonstruksi adalah sesuatu yang subjektif. Proses keputusan dalam menentukan sumber, penempatan halaman, penggunaan diksi kata, dan struktur kalimat yang dipakai adalah bagian yang merefleksikan cara bagaimana seorang pekerja media mempersepsi dan memahami realitas sosial yang mengelilinginya.

Pada tingkat tertentu, pekerja media sangat berperan dalam mendefinisikan realitas yang ada. Mereka mempunyai fungsi interpretif terhadap isu-isu yang ada. Pekerja media merupakan *gatekeepers* yang menyeleksi dan mengarahkan khalayak pada isu-isu yang dianggap penting oleh pekerja medianya dan bukan menurut khalayaknya. Pada sisi lain, peran profesional yang mereka jalankan mempunyai fungsi menyebarkan informasi. Di lain pihak, sadar atau tidak, pekerja media dapat bertindak sebagai perlawanan terhadap nilai-nilai yang bertentangan dengan norma dan keadilan yang ada. Kesadaran terhadap kedudukan profesi tersebut juga memiliki implikasi terhadap bagaimana mereka memandang

realitas media. Dalam arti yang lebih luas, faktor-faktor personal dari pekerja media memiliki relasi dan relevansi yang signifikan untuk menjelaskan bagaimana isi media tersebut dikonstruksi dan dipahami.

Pengaruh Rutinitas dan Organisasi Media

Pemikiran-pemikiran mengenai isi media terus berkembang dan tidak berhenti hanya pada faktor individu yang mempengaruhinya. Sebagaimana telah dinyatakan oleh Shoemaker dan Reese di atas, bahwa level hirarki kepentingan yang mempengaruhi isi media sangat kompleks dan luas. Dalam pandangan Mannheim (1964) terhadap masalah ini, ia mengatakan bahwa kita tidak benar melihat faktor-faktor individu secara terpisah dengan aspek yang lain. Apa yang dilakukan oleh individu tidak dapat dilepaskan dari bagaimana mereka belajar dari pola-pola yang telah ditetapkan dalam pekerjaan mereka. Pandangan tersebut menegaskan bahwa manusia adalah makhluk sosial dan mereka berpartisipasi dalam pola-pola tindakan yang tidak mereka ciptakan sendiri, melainkan bertindak dengan dan sesuai kelompok sosialnya. Dalam premis Blumler, ia mengatakan bahwa pemahaman tersebut atau makna yang diperoleh individu muncul dari interaksi sosial (Griffin, 2000: 55)

Sebagai pekerja media dalam institusi media, mereka tidak dapat bertindak bebas menurut cara yang dimilikinya sendiri. Sejumlah penelitian yang dikutip Croteau (1997) menegaskan bahwa perilaku pekerja media dibentuk oleh kebutuhan organisasi. Ini berarti tindakan individu dapat dipandang sebagai representasi kepentingan organisasi. Mereka membentuk sebuah kohesivitas dan seperangkat peraturan dan norma sebagai bagian integral dari apa yang mereka pahami sebagai pekerja media profesional. Atas dasar ini, Croteau (1997) menegaskan bahwa biasanya orang yang bekerja dalam organisasi media tidak memutuskan sesuatu sebagai sesuatu yang baru dan berbeda. Namun, mereka memutuskan berdasarkan tindakan rutin dalam organisasi yang mereka sebut sebagai tindakan profesional yang sekaligus sebagai konvensi yang dipedomani oleh pekerja media.

Untuk melihat persoalan ini secara lebih jelas, perlu memfokuskan tulisan ini ke salah satu bentuk isi media yakni bagaimana berita dihasilkan dalam organisasi. Setiap hari, para pekerja media harus menghasilkan tulisan yang cukup untuk mengisi ruang yang tersedia dalam surat kabar. Itu berarti setiap

hari para pekerja media harus mendapatkan berita setiap hari. Pada saat bersamaan di sekeliling mereka ada banyak peristiwa dan kejadian yang relatif tak terbatas. Pertanyaannya adalah dapatkah surat kabar memuat semua peristiwa tersebut Jawabannya sangat jelas yaitu tidak. Namun, bagaimana mekanisme yang dijalankan untuk menentukan prioritas peristiwa layak dimuat dan tidak, ditempatkan pada halaman depan dan belakang dan seterusnya.

Sejak awal rutinitas media dalam organisasi media telah mendefinisikan realitas berita tersebut. Rutinitas media menstruktur dan menyeleksi peristiwa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dimilikinya. Kebijakan tersebut tampak pada misalnya penempatan wartawan pada tempat-tempat tertentu seperti di Dewan Perwakilan Rakyat, di kepolisian, pengadilan, sekretariat negara, dan seterusnya. Praktek standar yang diterapkan organisasi sebagai bentuk rutinitas media mempengaruhi respon pekerja media dalam melaksanakan pekerjaannya.

Masalah organisasi media tidak pula dapat diabaikan begitu saja mengenai pengaruhnya terhadap isi media. Pandangan-pandangan kritis selalu melihat bahwa kebijakan media dan orientasi organisasi pada kepentingan ekonomi dicurigai sebagai faktor kenapa isi media tidak bersifat objektif. Pada tingkatan tersebut, selalu ada upaya-upaya untuk menghubungkan kepentingan perusahaan dan objektivitas isi media. Hal tersebut menegaskan bahwa faktor organisasi sebagai entitas perusahaan merupakan faktor yang signifikan untuk melihat bagaimana isi media dikonstruksi. Aspek Ekstra Media dan Ideologi

Aspek ekstra media atau faktor di luar pekerja dan insitisi media cukup banyak. Sejumlah aspek ekstra media yang cukup relevan dan penting untuk dibahas di antaranya mengenai sumber informasi, sumber pendapatan yaitu para pengiklan, institusi sosial, lingkungan ekonomi dan teknologi. Di samping hal tersebut, aspek ideologi akan dibahas pada bagian akhir pada sub bahasan di atas.

Seorang pekerja media, apakah ia sebagai seorang jurnalis, reporter televisi, seringkali mereka tidak menyaksikan peristiwanya sendiri. Mereka mempercayakan informasi dari berbagai sumber yang kadang-kadang satu sama lain bertentangan. Sumber mempunyai pengaruh terhadap isi media, karena banyak hal para pekerja media tidak mengetahui terhadap peristiwanya sehingga mereka mesti menyandarkan informasi tersebut kepada orang lain. Sejumlah peristiwa kriminal misalnya, para pekerja media menyandarkan informasinya dari kepolisian. Peristiwa perampokan yang terjadi di wilayah Jawa Tengah baru-baru ini, menjadikan pihak kepolisian sebagai sumber informasi yang penting bagi pekerja media. Sumber berita tersebut mempunyai pengaruh yang perlu diperhitungkan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sanford Sherizen (1978:222) mengindikasikan adanya tujuan-tujuan tertentu pula yang ingin disampaikan pihak kepolisian dalam memberikan informasi mengenai kriminal. Intitusi kepolisian dalam memberikan informasi diarahkan dan bisa membangun citra kepolisian.

Kelompok kepentingan di dalam masyarakat mempunyai andil dalam mengkonstruksi isi media. Kasus yang terjadi di Jawa Timur terhadap Jawa Pos sampai mengintimidasi harian Jawa Pos untuk melakukan pemuatan dan permohonan maaf karena harian Jawa Pos dituduh melakukan penghinaan terhadap Abdurrahman Wahid. Kasus tersebut termasuk ekstrem. Namun secara umum, kelompok kepentingan yang ada di dalam masyarakat sering memberikan guidelines mengenai apa yang harus dimuat dan tidak dimuat. Pada sisi lain kelompok kepentingan yang ada sering melakukan kontrol dan kritik terhadap isi media. Mereka melakukan standarisasi terhadap apa yang seharusnya dimuat dalam isi media. Di Indonesia, ada sejumlah kelompok kepentingan melakukan hal ini. Misalnya Habibie Center menerbitkan Media Watch. Institut Studi Arus Informasi menerbitkan Pantau yang mengkritisi isi media yang ada di Indonesia. Kelompok-kelompok kepentingan lainnya dapat berbagai jenis dan level. Bagi kaum profesional dapat membentuk asosiasi atau institusi profesional. Para jurnalis dan Montir 2

juga memiliki kelompok kepentingan seperti Aliansi Jurnalistik Independen dan Persatuan Wartawan Indonesia.

Aspek ekstra media lain adalah perusahaan sebagai pengiklan. Umumnya pengaruh perusahaan sebagai pengiklan terhadap isi media adalah mereka menentukan space pada posisi mana iklan dari produk persuhaannya ditempatkan. Implikasinya, jumlah halaman dan jumlah isi media menjadi berkurang karena harus digantikan dengan iklan dari perusahaan tersebut. Altscull (1984:254) mengingatkan kepada kita bahwa isi media secara langsung berhubungan dengan kepentingan pada mereka yang membiayainya. Dengan pertimbangan tersebut, kepentingan finansial yang digunakan untuk membiayai operasi organisasi media tersebut sering menimbulkan kebijakan dari pihak organisasi media dengan lebih mementingkan pengiklan dari pada keberagaman isi media sendiri.

Aspek yang cukup krusial lainnya adalah kontrol pemerintah. Betapa kuat pengaruh pemerintah terhadap isi media misalnya tampak pada masa Orde Baru. Praktek-praktek jurnalistik yang diterapkan pekerja media pada masa Orde Baru sangat menyesuaikan dengan kebijakan yang dilakukan pemerintah Hanazaki (1998: 61) melakukan identifikasi terhadap praktek-praktek jurnalistik yang diterapkan pada masa Orde Baru. Kerangka kerja jurnalistik pada masa itu mempunyai citi, yaitu (1) konstitusi tidak memberikan jaminan terhadap kebebasan pers dan informasi; (2) negara telah menetapkan peran jurnalistik sebagai pendorong kesatuan nasional dan pembangunan; (3) pemerintah mengontrol ketat peran pers dan jurnalistik dengan mendirikan Dewan Pers sebagai perpanjangan tangan Departemen Penenrangan; (4) negara melakukan penataran P4 dan Lemhanas untuk menanamkan ideologi negara kepada para pekerja media; (5) pemerintah ikut campur tangan dalam keredaksian melalui budaya telpon; (6) pemerintah dan angkatan bersenjata selalu melakukan pertemuan rutin dengan para redaktur senior dan (7) pemerintah dapat membrediel dengan

Penelitian yang dilakukan Sussman (1994: 28) mengungkapkan sejumlah kasus di mana kontrol pemerintah dirasakan sangat kuat dalam menentukan isi media. Dalam laporan penelitiannya, Sussman mengatakan bahwa ada 1.060 kasus pelanggaran terhadap kebebasan pers yang terjadi pada 101 negara. Sebanyak 46 jurnalis diculik di 16 negara. Ada 330 jurnalis yang ditahan di 48 negara. Di Indonesia sendiri, Ersa Siregar pekerja media dari RCTI tewas tertembak dalam konflik yang terjadi antara GAM dan TNI. Semua itu sesungguhnya menunjukkan persoalan-persoalan politik dan pemerintahan mempunyai pengaruh yang kuat dalam menentukan isi media. Dalam konflik, isi media yang disajikan oleh pekerja media terasa sekali ditentukan bukan oleh pekerja media itu sendiri seduai dengan sudut dan perspektif yang dimilikinya. Namun dalam kondisi seperti itu, isi media sering sepenuhnya menjadi wewenang siapa yang memiliki otoritas di dalamnya. Dalam kondisi demikian, isi media sering terlihat kontradiksi satu sama lain.

Hal lain yang cukup menarik adalah mengenai pengaruh ideologi. Apa yang menjadi pertanyaan Becker (1984:73) dalam sebuah kajian studi-studi media kritis perlu kembali diketengahkan di sini. Ini hanya merupakan upaya untuk menyajikan salah satu persoalan mengenai ideologi di mana di dalam kenyataannya memiliki keterkaitan dengan bagaimana isi media direpresentasikan. Becker mengatakan bahwa bagaimana ideologi dominan mempunyai hubungannya dengan ideologi para pekerja media yang tercermin pada norma-norma dan praktek-praktek yang dijalankannya.

Bagi media seperti surat kabar, majalah dan televisi, masalah berita sebagai salah satu cerminan isi media memerankan peranan yang esensial di dalam memelihara otoritas dalam sistem politik. Berita sebagai paradigma dapat dipandang sebagai sistem operasi dalam nilai ideologis yang lebih luas terutama dalam proses-proses hegemoni. Sementara hegemoni diartikan sebagai rekyasa sistematis dari kesepakatan massa terhadap tatanan yang mapan (Gitlin, 1980: 253). Dalam penjelasannya, Gitlin (1980:254) menegaskan bahwa fungsi media dalam proses tersebut adalah: *Cartiff, Vol. 1, No. 1, 1974*

*which all competing definitions of reality will contend.* Atas dasar itu, Hall (1985:101) mempertanyakan bagaimana nilai-nilai tersebut selalu berulang-ulang. Dalam pandangannya mereka menerima frame dominannya dan cenderung melegitimasi persoalan yang bertentangan dengan ideologi dominan tersebut.

Peristiwa semacam itu sering kita saksikan pada masa Orde Baru. Soeharto pada tahun 1989 mencatat kecenderungan untuk mendiskusikan keterbukaan tanpa batas sebagai bagian untuk mempertahankan hegemoni terhadap ideologi dominan yang mau dipertahankannya. Menurutnya, keterbukaan sebagai kebijakan isi media haruslah dikontrol dengan pikiran rasional yaitu tidak boleh menyimpang dari cita-cita bangsa, UUD 1945 dan Pancasila serta tidak boleh bertentangan dengan kepentingan umum.

Sebab pemikiran ideologis sangat luas dan cenderung tak terbatas, penelitian yang memfokuskan pada bagaimana pengaruh ideologi terhadap isi media sulit dilakukan. Penelitian-penelitian yang sejama ini dilakukan baru sebatas pengaruh individu, rutin media dan pengaruh organisasi media terhadap isi media. Kesulitan melihat pengaruh ideologi terhadap isi media terletak pada tingkat abstraksi terhadap ideologi tersebut yang sulit diderivasikan. Masalahnya adalah bagaimana menentukan kalau isi media yang direpresentasikan merupakan pengejawantahan dari ideologi tertentu. Sementara, pertanyaan tersebut dapat berkembang yaitu pada ideologi yang mana isi media tersebut dipengaruhi. Apakah nilai-nilai kapitalis, liberalis atau nilai-nilai religiusitas tertentu yang mungkin bisa dipandang sebagai ideologi seperti Islamisme, Yahudi dan nilai-nilai kristiani dengan etika protestannya. Oleh karena itu, penelitian-penelitian tersebut sulit dilakukan kecuali melihat persoalan yang melekat pada individu. Pada tingkat itu pun, pertanyaannya apakah isi media yang dilakukan oleh pekerja media merupakan refleksi ideologi tertentu, juga sulit untuk dijawab secara tuntas.

#### Kesimpulan

Semua uraian di atas diarahkan pada

kepada kita yang memiliki dasar kebutuhan untuk memperoleh informasi. Pertanyaan reflektif tersebut, adalah apa manfaat dari semua pemikiran dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi isi media. Pertanyaan reflektif tersebut penting untuk dikemukakan di sini karena sering pekerja media melakukan konstruksi atas realitas sosial menjadi realitas media hanya berdasarkan asumsi yang dimilikinya sendiri.

Melalui pemahaman tersebut kita menjadi mengerti bahwa isi media sarat dengan berbagai kepentingan. Kepentingan itulah menjadi faktor yang menjadikan isi media tidak objektif, bias, tendensius dan mempertahankan hegemoni yang telah dipegangnya. Dengan demikian, ketika khalayak melakukan interaksi terhadap isi media, semestinya didasari pengertian akan berbagai kepentingan yang mungkin masuk dalam isi media tersebut. Konsep media literacy sebenarnya muncul dari pemahaman yang demikian itu. Media literacy mengacu pada pemahaman kritis terhadap isi media. Isi media tidak pernah dipandang sebagai sesuatu yang objektif, melainkan sebagai forum di mana segala kepentingan dimasukkan di dalamnya. Melalui media literacy pula, isi media dapat dipertanyakan lebih jauh. Kenapa, sebuah isi media dikonstruksi sedemikian rupa, sedangkan pada saat yang bersamaan dipinggirkan.

Di samping persoalan di atas, studi-studi mengenai content influence memberikan input penting mengenai signifikansi isi. Ini sebagaimana dikemukakan oleh Croteau (1997:136-137), bahwa studi tersebut mampu memberikan signifikansi terhadap isi media. Menurutnya ada lima signifikansi isi media yang bisa diperoleh dari kajian semacam itu. *Pertama*, isi media merupakan refleksi dari siapa yang menghasilkannya. Signifikansi ini memberikan sebuah garis hubung yang penting terhadap proses interpretasi antara isi dengan siapa yang menghasilkan terutama untuk melihat karakteristik sosial dari siapa yang menghasilkan. Apa yang dibahas dalam tulisan ini terletak pada signifikansi pertama.

*Kedua*, isi merupakan refleksi dari preferensi khalayaknya. Gagasannya terletak pada pekerja media hanya memberikan apa yang diinginkan oleh khalayaknya.

anantara khalayak dengan pekerja media, betapa pun buruknya, pasti ada. Oleh karena itu pada tahap-tahap tertentu, isi media merupakan hasil dari hubungan yang terjadi dan perhatian pekerja media terhadap apa yang diinginkan khalayaknya. Implikasi hubungan tersebut, penelitian yang berkembang pada riset yang memusatkan pada khalayak.

*Ketiga*, isi merefleksikan masyarakat secara umum. Pandangan ketiga melihat bahwa isi merupakan penerjemahan nilai dan norma sosial dan kepentingan masyarakat secara umum.

*Keempat*, isi merupakan faktor pengaruh terhadap khalayak. Paradigma tersebut memfokuskan pada pemikiran bahwa isi media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak. Isi media dinilai memiliki kekuatan yang powerful!. Teori-teori yang berhubungan dengan signifikansi isi media tersebut seperti Teori Peluru dan Jarum Hipodermik.

*Kelima*, isi merupakan teks yang secara sendirinya tertutup. Signifikansi ini tidak mengkaji hubungan antara isi media dengan pekerja medianya, khalayak ataupun struktur sosial yang ada. Pandangan signifikansi ini meneliti isi media sebagai teks yang secara sendirinya tidak memiliki hubungan dengan diluar teks itu sendiri. Makna yang ada di dalamnya harus diterjemahkan secara terpisah dari faktor-faktor di luar isi media.

Pada akhirnya, kajian-kajian mengenai content influence memberikan perspektif baru yang mampu memberikan kesadaran khalayak untuk bersikap kritis dan independen. Sementara pihak insitusi dan pekerja media, bisa lebih memposisikan dirinya sebagai gatekeeper yang memahami siapa khalayaknya dan tidak memandang khalayak sebagai individu yang bodoh dan sasaran dari kepentingannya.

#### Daftar Pustaka

- Altscull. H.J., (1984)., *Agents of Power*., New York: Longman Berkowits, Dan., (1997), *Social Meanings of News*, California: Sage Publication  
Croteau, David and Hoynes, William, (1996), *Media/Society Industries, Images and Audiences*, California: Sage Publication  
Ettena James Steward, " Press Rites and Race



Relation s A Study  
of Mass Mediated  
Ritual" In Dan Berkowits, (1997) ,  
*Social Meanings of News*, California: Sage  
Publication Gans, H. (1979), *News Media,  
News Policy and Deocracy: Research for Future  
Journal of Communication* Gitlin, T (1980),  
*Media Sociology: The dominant Paradigm*, In  
G. Wilhoit and H. DeBoele (Eds), *Mass  
Communication Review Yearbook*, Vol. 2 Sage  
Publication Griffin, Em, (2000) *A Look First  
Communication Theory*, Boston: Mc Graw Hill  
Hovland, C.I, Jenis I and Kelly H,, (1955),  
*Communication and Persuasion*, New Haven:  
Yale University Press Jeffres,. L., (1986), *Mass  
Media Porcesses and  
Effect*, Illinois: Waveland Press  
Littlejohn, Stephen W,, (2000)  
*Theories Of Human Communication*,  
New Mexico: Wadsworth Publising  
Company Mc Quail, Dennis, (1998),  
*Mass Communication, Theory*,  
London: Sage Publication  
Pool I and Shulman, (1959), *Newsman Fan-  
tasies, Audiences and News Writing*,  
*Public Opinion Quartely* Shoemaker,  
Pamela and Resse, Stephen D,  
(1996) *Mediating the Message Theories  
of Influences on Mass Media Content*,  
New York: Longman Severin W and  
Tankard, (1992) *Communication  
Theories Origins, Methods and Uses in  
The Mass Media*, New York: Longman  
Sussman L, (1985) *The Year of Press Law De-  
bates*, Editor and Publisher Tan, A., (1985),  
*Mass Communication Theories and Research*,  
New York: Wiley