

AT-TABAYYUN

Journal Islamic Studies

PENGARUH MEDIA TERHADAP PEMERINTAHAN DAN POLITIK
MASA ORDE BARU DAN PASCA REFORMASI

Zainal Bakri

99-114

PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP BUDAYA, SOSIAL DAN
EKONOMI MASYARAKAT

Zulfikar

115-132

PENGARUH MEDIA TERHADAP BUDAYA TRADISIONIL, LOKAL,
KONTEMPORER DAN BUDAYA POPULAR

Riski Amal

133-146

MEDIA TRADISIONAL ACEH DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI
ISLAM

Rahmadianawati

147-164

PERAN MEDIA SEBAGAI PEMBUJUK, MEMBANGUN POPULARI-
TAS, INVESTIGATOR DAN HIBURAN

Junaidi

165-176

Pengaruh Media Terhadap Pemerintahan dan Politik Masa Orde Baru dan Pasca Reformasi

Zainal Bakri

Act. Ngo Bencana Alam Jakarta-Lhokseumawe
zxbakri@gmail.com

Abstract: *Some theories describe how powerful and influential media in the life of society and the state. In developed countries whose governments to be democratic, the media and even positioned as the fourth pillar of democracy (the four estate). But it turns out in certain circumstances of a country, the media can also be fully controlled object and should follow the wishes of the ruler. The media in Indonesia is one of the bad experience in the history of his way when this country under the rule of the New Order regime. Controlling and controlled to be two things that run contradictory. On the one hand, the media should carry out social functions, including overseeing the policies taken by the government. But on the other hand, the media are also shackled by the government to harness the power of the instrument, to curb the grip even in the media so as not free expression and speech. Gait media against the government and politics in the new order after the reform and thus contrasts. At the new order shackled media, but later in the reform era, so free media and free from state intervention.*

Keyword: *Influence of media, Government and Politics*

A. Pendahuluan

Pengaruh media dalam sebuah negara adalah sebuah keniscayaan. Tak hanya di Indonesia, namun di hampir semua negara, baik itu di negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi, sosialis maupun monarki, memiliki catatan panjang terhadap pengaruh media massa bagi pemerintahan negara tersebut.

Di Indonesia, sejak zaman penjajahan, era kemerdekaan, dan hingga kini, peran media dalam pemerintahan masih terus dirasakan. Media di tanah air juga jatuh bangun dalam mengawal pemerintahan. Bahkan dalam kancah politik, media di Indonesia tampil begitu dominan. Begitu banyak peran yang dimainkan, sehingga tidak berlebihan bila penulis mengatakan, media telah ikut mewarnai atmosfer politik tanah air. Namun bila kita melongok ke belakang, peran dan fungsi media sungguh tak berkesan. Begitu kuat belenggu dan kungkungan yang diciptakan oleh rezim

pemerintahan orde baru. Posisi media kala itu mengalami kondisi paling buruk, akibat intervensi dari penguasa. Media dipaksa mengikuti keinginan pemegang kekuasaan, bukan keinginan masyarakat sebagai pembaca.

Media massa seperti yang dikemukakan oleh Althusser dan Gramsci¹ merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pendapat atau aspirasi, baik itu dari pihak masyarakat maupun dari pihak pemerintah atau negara. Media massa tersebut sebagai wadah untuk menyalurkan informasi yang merupakan perwujudan dari hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dalam media massa juga terselubung kepentingan-kepentingan yang lain, misalnya kepentingan kapitalisme modal dan kepentingan keberlangsungan lapangan pekerjaan bagi karyawan dan sebagainya. Namun setelah terjadinya reformasi pada tahun 1997-1998, kemajuan media massa di tanah air tidak dapat dipisahkan dari perubahan sistem politik. Media massa diharapkan dan diandalkan berperan sebagai pengawas (*watch dog function*), untuk mengungkap kebenaran dan kesalahan yang dilakukan oleh penyelenggara pemerintahan atau yang memiliki kekuasaan.

Banyak sekali peran yang dapat dilakukan oleh media massa pada suatu negara yang menjamin terhadap kebebasan pers dalam menjalankan fungsinya. Akan tetapi kecenderungan beberapa media massa di suatu negara dalam perspektif komunikasi khususnya, belum demokratis dan masih bersifat linier dalam menyampaikan arus informasi dari atas ke bawah (*top down*). Agar media massa mampu menjalankan peranannya, maka perlu adanya kebebasan pers dalam menjalankan tugas serta fungsinya secara professional.² Menurut Denis McQuail³, kebebasan media massa atau pers harus diarahkan agar dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan khalayaknya, bukan hanya sekadar untuk membebaskan media massa dan pemiliknya dari kewajiban harapan dan tuntutan masyarakat. Sistem politik suatu negara sangat menentukan bagaimana sistem media massa tersebut berperan, yang pasti sangat dipengaruhi oleh ideologi yang dalam arti luas sering disebut filsafat sosial.

¹Sobur, A, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004). h 30.

²Jamhur Poti, *Demokratisasi Media Massa Dalam Prinsip Kebebasan*, Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan, Vol. 1, No. 1, 2011, (Tanjungpinang: FISIP Umrah), h 18.

³Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, (Jakarta: Erlangga, 1991), h 126.

Menurut Ati Rahmiati, dalam filsafat sosial hubungan manusia dengan negara dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:

1. Rasional: Hubungan manusia dan negara liganiter atau setara, dalam hal ini “manusia mampu eksis secara individu, maka dari itu ia menuntut kebebasan yang sebebaskan-bebasnya, namun demikian pada umumnya manusia selalu menempatkan dirinya secara proposional, tahu kapan saatnya untuk bebas dan tidak.
2. Absolutisme: Cara pandang manusia yang tidak akan eksis bila tidak ada kelompok. Adanya sistem otoritarian, manusia tidak ada apa-apanya tanpa kelompok. Contoh nyata sistem otoritarian di terapkan di negara Malaysia. Dapat diambil kesimpulan bahwa sistem media massa dipengaruhi oleh sistem sosial politik dan filsafat sosial (rasionalisme dan absolutisme).⁴

B. Kajian Teoretis

Media massa adalah wadah yang menampung kebebasan berekspresi dan berpendapat. Pers sebagai bagian dari media massa berhak memiliki kebebasan untuk berekspresi dan berpendapat.⁵ Ada dua arah bentuk kebebasan pers menurut Ashadi Siregar. Pertama, yaitu kebebasan warga negara untuk mendapatkan informasi publik serta kebebasan warga menyatakan pendapat tentang masalah publik, dan kedua, yaitu kebebasan media pers untuk mencari dan menyampaikan informasi publik.⁶

George Gerbner dalam Teori Kultivasi menyimpulkan pentingnya media massa sebagai kemampuan untuk menciptakan masyarakat, menjelaskan masalah, memberikan referensi umum, dan memindahkan perhatian dan kekuasaan. Komunikasi massa merupakan proses organisasi media menciptakan dan menyebarkan pesan-pesan pada masyarakat luas dan proses pesan tersebut dicari, digunakan, dipahami dan dipengaruhi oleh audiens. Menurut Denis McQuail⁷ ada 8 metafora yang mengartikan aspek aspek media:

⁴Ati Rahmiati, *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunitas*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h 11

⁵Kacung Marijan, *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca Orde Baru*. (Jakarta: Kencana, 2010), h. 281

⁶ Rizal Mallarangeng, *Pers Orde Baru*, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2010)

⁷Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication*, (Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1999), h. 405

1. Media merupakan jendela (*windows*): yang memungkinkan kita untuk melihat lingkungan kita lebih jauh.
2. Penafsir (*interpreters*) yang membantu kita memahami pengalaman.
3. Landasan (*platform*) atau yang membawa atau menyampaikan informasi.
4. Komunikasi interaktif (*interaktif communication*) yang meliputi opini audiens.
5. Penanda (*signposts*) yang memberi kita instruksi dan petunjuk.
6. Penyaring (*filter*) yang membagi pengalaman dan fokus pada orang lain.
7. Cermin (*mirrors*) yang merefleksikan diri kita.
8. Penghalang (*barriers*) yang menutupi kebenaran.

Joshua Meyrowitz⁸ menggambarkan 3 metafora yang mewakili sudut pandang mengenai media:

- a. Media sebagai vessel: gagasan bahwa media adalah pembawa pesan (konten yang netral).
- b. Media sebagai bahasa: masing-masing media memiliki unsur struktural atau tata kalimat, seperti sebuah bahasa.
- c. Media sebagai lingkungan: dilandasi oleh gagasan bahwa kita hidup dalam lingkungan yang penuh dengan berbagai informasi yang disebarkan oleh keberadaan media dengan beragam kecepatan, ketepatan, kemampuan melakukan interaksi, persyaratan fisik, dan kemudahan belajar.

Elizabeth Noelle-Neumann dalam teori spiral kebisuan (*spiral of silence*) berpendapat bahwa media memiliki efek yang sangat kuat dalam membentuk opini publik. Menurut teori ini ada tiga karakteristik komunikasi massa yang dapat berpengaruh pada opini publik, yaitu:

- 1) Kumulasi (*cummulation*) atau penimbunan;
- 2) Ubiquitas (*ubiquity*) keberadaan media yang selalu ada dimana-mana; dan
- 3) Konsonansi (*consonance*) atau persesuaian antara apa yang disampaikan media massa dengan opini publik.

Media massa tentunya memiliki beberapa pengaruh terhadap publik. Sebagaimana teori pengaruh media massa yang dikemukakan oleh Kenneth Newton dan Jan W van Deth, media massa di Indonesia pada masa orde baru mempengaruhi publik dengan teori agenda setting. Dalam teori ini

⁸*Ibid*, h 407

media massa dianggap tidak dapat menentukan apa yang dipikirkan masyarakat. Dalam hal ini media dapat memiliki agenda sendiri dalam penyajian berita baik terhadap masyarakat ataupun pemerintah.⁹ Besar kecilnya pengaruh media massa terhadap politik berkaitan dengan corak politik pada negara itu. Sibert, Peterson, dan Schramm mengelompokkan pers dalam beberapa sistem. Sistem yang diterapkan pada masa orde baru adalah sistem pers otoriter. Teori ini hampir secara otomatis dipakai di semua negara. Teori ini membentuk dasar bagi sistem-sistem pers di berbagai kalangan masyarakat modern.¹⁰

Media dan sistem pers seperti ini berfungsi menunjang negara. Konsekuensinya, pemerintah menguasai secara langsung dan mengawasi kegiatan di media massa, sehingga media secara penuh bergantung pada penguasa (pemerintah).¹¹ Pada orde baru media massa justru berfungsi sebagai alat penyampaian pada masyarakat program-program pembangunan nasional.¹²

C. Pembahasan

Secara teoritis sistem pers yang dianut di Indonesia adalah sistem pers tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Pemikiran dasar teori ini seperti diutarakan Peterson¹³, bahwa kebebasan, mengandung di dalamnya suatu tanggungjawab yang sepadan; dan pers, yang telah menikmati kedudukan terhormat dalam pemerintahan Amerika Serikat, harus bertanggungjawab kepada masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsi penting komunikasi massa dalam masyarakat modern. Asal saja pers tahu tanggung-jawabnya dan menjadikan itu landasan operasional mereka.

Di Indonesia, landasan konstitusi yang dipakai adalah pasal 28 UUD 1945 yang berbunyi Kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-

⁹Kacung Marijan, *Sistem Politik ...* h. 282

¹⁰Siebert, Peterson, dan Schramm. *Empat Teori Pers*, (Jakarta: Intermega, 1986), h. 81

¹¹Kacung Marijan, *Sistem Politik ...*h. 284

¹²Depari, Eduard dkk. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan, Suatu Kumpulan Karangan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1978)

¹³Schram, Wilbur dan Peterson. *Empat Teori Pers*. (Jakarta: PT. Intermasa, 1996), h. 83.

undang. Dengan mengacu pada pasal tersebut, secara nyata kebebasan pers mendapat jaminan yang cukup kuat untuk melaksanakan fungsinya, yaitu:

- a. Melayani sistem politik dengan menyediakan ruang diskusi bagi masyarakat untuk berdebat terutama dalam masalah kebijakan publik,
- b. Menjadi anjing penjaga dan hak-hak perorangan warga negara (kontrol sosial) dan
- c. Membiaya finansial secara mandiri.¹⁴

Sementara berita tentang suatu peristiwa pada dasarnya adalah suatu rekonstruksi tertulis. Wartawan melaporkan kembali apa yang dilihat, dirasakan, dan diamati kepada pembaca. Idealnya, seorang wartawan harus dapat menceritakan ulang sebuah peristiwa secermat mungkin, sehingga pembaca seolah-olah melihat langsung di tempat kejadian.¹⁵

1. Pengaruh Media Terhadap Masyarakat dan Pemerintah

Sejauh mana kekuatan media berpengaruh pada masyarakat? Pertanyaan ini kerap menjadi topik diskusi, baik itu di dalam ruang akademik maupun dalam beberapa diskusi politik dan praktisi media. Jawaban singkat yang bisa menjawab pertanyaan ini secara cepat adalah media bisa mempengaruhi perilaku masyarakat. Kekuatan media ini kemudian dimanfaatkan oleh banyak perusahaan untuk memperkenalkan produk yang mereka hasilkan dan kemudian mengubah mereka menjadi konsumen produk tersebut. Para politisi dan pengambil kebijakan juga memanfaatkan kekuatan dan pengaruh ini untuk merebut simpati masyarakat. Keikut-sertaan media dalam mengubah sistem politik dengan melalui pembentukan opini publik atau pendapat umum, yakni upaya pembangunan sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah politik atau aktor politik.¹⁶

Dalam teori arus bertahap diasumsikan bahwa efek media terjadi secara tidak langsung dan termediasi melalui *opinion leaders*. *Opinion leaders* ini memiliki pengertian individu, yang gagasan dan perilakunya menjadi model bagi orang lain, yang kemudian mengkomunikasikan pesan

¹⁴Ibid, h 84.

¹⁵Moch. Syahri, *Intervensi Pemerintah Terhadap Kebebasan Pers dan Munculnya Eufimisme*, (Malang: Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, 2002)

¹⁶Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*, (Jakarta: Granit, 2004), h. 9.

tersebut, sehingga mempengaruhi sikap dan perubahan perilaku para pengikut mereka.

Demikian juga menurut teori agenda setting. Media tidak bisa menentukan apa yang dipikirkan oleh masyarakat, namun media bisa mempengaruhi apa yang masyarakat pikirkan. Pers juga memiliki posisi yang sangat penting di dalam berjalan –tidaknya roda pemerintahan yang demokratis. Berkaitan dengan kekuasaan atau kebijakan-kebijakan yang akan atau telah dibuat, pers bisa melakukan kritik atau bahkan oposisi, atau sebaliknya memberikan dukungan.¹⁷

2. Intervensi Pemerintah Orde Baru

Masa pemerintahan orde baru merupakan masa pembungkaman media paling banyak sepanjang sejarah Indonesia. Namun awalnya, antara tahun 1966 sampai dengan awal tahun 1970-an hampir tidak ada masalah antara pers dengan pemerintah. Inilah, masa yang disebut masa bulan madunya Pers –Pemerintah Soeharto. Pers boleh meliput apapun sejauh pers tidak menentang kekuasaan yang anti komunis.¹⁸

Awal 1970-an masalah mulai muncul. Lambat laun kebebasan mulai dikekang, terutama menjelang dilaksanakannya pemilu 1971. Secara perlahan musuh politik Presiden Soeharto mulai muncul, orang-orang yang tidak puas terhadap pemerintahan baru berani berbicara lantang. Peristiwa-peristiwa semacam ini tidak luput dari liputan pers. Liputan yang dilakukan pers ikut menyulut komponen lain untuk menentang pemerintah. Puncaknya meletuslah peristiwa Malari 1974 yang menentang penggunaan produk buatan Jepang. Sejak peristiwa tersebut, pemerintah mulai melakukan kontrol terhadap pers, karena dianggap membahayakan bagi kelangsungan stabilitas negara.

Memang pemerintah Orde Baru telah menciptakan mekanisme kontrol yang efektif terhadap pers. Kontrol itu bisa berupa slogan-slogan, seperti pers yang bebas dan bertanggung jawab atau interaksi positif antara pemerintah, pers dan masyarakat.¹⁹

¹⁷Kacung Marijan, *Sistem Politik ...* h. 294

¹⁸Hanazaki, Yasuo, *Pers Terjebak*. (Jakarta: Institut Studi Arus Informasi, 1998), h. 20

¹⁹Luwarso, Lukas, Wajah Media Massa Kita, *Dalam Ery Sutrisno* (Ed.), *Reformasi Media Massa*, (Jakarta: Aliansi Jurnalis Indonesia, 1998), h. 27

Untuk memenuhi harapan ini, yang diperlukan bukan saja penggelaran aparatur represif dari negara untuk mengendalikan oposisi dan pembangunan, tetapi tak kalah hebatnya upaya-upaya mengendalikan dan memanipulasi sistem reproduksi ideasional demi meratakan jalan bagi pengoperasian hegemoni makna.²⁰ Perekrayaan isu menjadi efektif karena kontrol kekuasaan terhadap media massa, sehingga kekuasaan bisa menentukan apa yang boleh dimuat dan tidak boleh dimuat dalam hampir semua media massa resmi melalui budaya telepon, pembinaan, ancaman pemberedelan dan kontrol melalui saham yang ditanamkan di media massa yang bersangkutan.²¹

Budaya telepon merupakan usaha yang dilakukan oleh aparat untuk mengontrol isi pers. Mereka menentukan isu mana yang boleh dimuat. Umumnya dilakukan pada saat surat kabar akan naik cetak dengan cara menelepon pemimpin redaksi surat kabar yang bersangkutan. Kemudian ada istilah pembinaan terhadap pers yang diambil perannya oleh Departemen Penerangan melalui Dewan Pers dengan Menpen sebagai ketuanya. Yang tidak kalah menakutkan adalah ancaman pemberedelan. Padahal secara nyata dalam UU Pers disebutkan bahwa terhadap pers nasional tidak dikenakan sensor dan pemberedelan. Pemberedelan terhadap suatu penerbitan akan mengakibatkan kerugian yang besar. Karena pers pada zaman Orde Baru sudah menjadi institusi bisnis yang melibatkan modal yang tidak kecil. Jurnalisme abad ke-20 adalah produk kepentingan bisnis media dan pemasang iklan yang mengambil keuntungan besar.²²

Intervensi melalui penguasaan saham juga merupakan salah satu cara yang efektif bagi pemerintah. Seperti diketahui, banyak sekali kroni-kroni elite politik menguasai jaringan penerbitan di Indonesia yang cenderung membentuk konglomerasi media dari hulu ke hilir. Sebagai contoh mantan Menpen Harmoko menguasai mayoritas saham di Pos Kota Group yang membawahi 31 penerbitan, Surya Paloh dan Siti Hardijanti Rukmana

²⁰Latif, Yudi dan Idi Subandi Ibrahim, *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru (prolog)*, (Bandung: MIZAN, 1996), h. 27-28

²¹Sudjatmiko, Budiman, *Represi Melalui Media Massa Pada Masa Soeharto*, Dalam Dedy N. Hidayat (Eds), *Pers dalam Revolusi Mei Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 251

²²Chesney, Robert, *Konglomerasi Media Massa dan Ancaman terhadap Demokrasi*, (Jakarta: Aliansi Jurnalis Indonesia, 1998), h. 21.

dengan Surya Persindo Groupnya membawahi 6 penerbitan, Jawa Pos Group yang dimiliki oleh Eric Samola membawahi hampir 23 anak perusahaan penerbitan.²³

Data tersebut belum termasuk stasiun televisi swasta yang hampir semuanya dimiliki oleh kroni Cendana. Seringkali para pemilik saham tersebut ikut campur dalam masalah isi redaksional penerbitan. Contoh kasus majalah Gatra yang dimiliki oleh Bob Hasan. Si bos terlalu sering mengintervensi pemberitaan terutama jika menyangkut kepentingan Cendana dan kepentingan bisnisnya. Namun di tengah gencarnya intervensi dan kuatnya belenggu yang diterapkan pemerintah ketika itu, tak juga mampu membuat seluruh kekuatan media di Indonesia melemah. Media tidak mau dikebiri dan hanya diam mengikuti permainan politik orde baru. Banyak media yang memberontak melalui tulisan-tulisan yang mengkritik pemerintah, baik itu terhadap kebijakan maupun keputusan yang diambil. Bahkan banyak pula yang membeberkan keburukan pemerintah ketika itu.

Akibatnya, pada tahun 1994²⁴ banyak media yang diberedel, seperti TEMPO, deTIK, dan Monitor, *Kompas*, *Merdeka*, *Sinar Harapan*, *Pelita* dan lain-lain. Namun majalah TEMPO menjadi satu-satunya media massa yang berjuang dan terus melawan pemerintah orde baru. Majalah TEMPO diberedel dua kali selama rezim orde baru, yakni tahun 1982 dan 1994. Pembredelan pertama terjadi pada 12 April 1982, TEMPO diberedel oleh Departemen Penerangan melalui surat yang dikeluarkan oleh Menteri Penerangan Ali Moertopo, karena dianggap telah melanggar kode etik pers lantaran berani melaporkan situasi Pemilu saat itu yang ricuh. Ide pemberedelan itu sendiri datang dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) diketuai Harmoko, wartawan harian Pos Kota.²⁵

Saat itu TEMPO meliput kampanye partai Golkar di Lapangan Banteng, Jakarta, yang berakhir rusuh. Presiden Soeharto, yang notabene motor Partai Golkar, tidak suka dengan berita tersebut. Pada 7 Juni 1982, pemberedelan atas Majalah TEMPO dicabut setelah Goenawan membubuhkan tanda tangan di secarik kertas. Secarik kertas itu berisi permintaan maaf

²³Hanazaki, Yasuo, *Pers Terjebak*. (Jakarta: Institut Studi Arus Informasi, 1998), h. 104-107

²⁴Bella Septiarani, *Aksi Perlawanan Media Massa Terhadap Rezim Otoriter di Indonesia, Studi Kasus: Majalah Tempo*, (Jakarta: Universitas Bakrie), h. 2

²⁵Tim Alumni. *Kasus Pencabutan SIUPP Tempo*, (Bandung: Alumni, 1998)

TEMPO dan kesediaan untuk dibina oleh pemerintah, hanya karena tak ada pilihan bagi Goenawan Muhammad.²⁶ Namun pada 21 Juni 1994, TEMPO kembali diberedel ber-sama beberapa majalah lain yaitu Editor dan deTik. Kali ini penyebabnya adalah berita TEMPO terkait pembelian kapal perang eks Jerman Timur oleh BJ Habibie.

Berita tersebut tidak menyenangkan para pejabat militer karena merasa otoritasnya dilangkahi. Namun, berita BJ Habibie hanyalah alasan pembenaran, karena penyebab dasarnya adalah karena Presiden Soeharto tidak suka TEMPO dari dulu.²⁷ Lagi-lagi pemerintah memberikan *deal-deal* di belakang layar yang membolehkan TEMPO terbit kembali dengan syarat Gunawan Mohammad keluar dari TEMPO.²⁸ Kemudian TEMPO terbit kembali pada tanggal 6 Oktober 1998, setelah jatuhnya Orde Baru di bawah kekuasaan Presiden Soeharto.

Ciri yang menonjol dalam pelaksanaan kebebasan di Indonesia, kesalahan-kesalahan yang ditimpakan kepada pers oleh pemerintah tidak dibuktikan melalui pengadilan.²⁹ Setiap kesalahan yang ditimpakan kepada pers tidak pernah dibuktikan secara hukum. Penafsiran secara sepihak oleh pemerintah sering dilakukan. Salah satu yang menonjol dalam periode ini adalah seringkali ukuran-ukuran yang dipakai untuk melaksanakan kebebasan pers berbeda.

Ukuran tentang apa yang boleh dimuat dan tidak boleh dimuat tidak pernah konsisten setiap waktu. Contoh yang menimpa majalah mingguan *Fokus* tahun 1984.³⁰ *Fokus* dibredel dikarenakan memuat artikel yang berisi daftar 200 orang kaya di Indonesia, tetapi untuk kasus berita yang sama lima tahun kemudian tidak menjadi persoalan. Walaupun demikian, tidak berarti pers berdiam diri dan tidak melakukan kontrol terhadap pemerintah. Berbagai upaya dilakukan untuk menyiasati keadaan tersebut. Seorang wartawan senior, Jakob Oetama pernah mengemukakan, agar tetap selamat,

²⁶Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk. 2010

²⁷*Ibid.*

²⁸Moch. Syahri, *Intervensi Pemerintah Terhadap Kebebasan Pers dan Munculnya Eufimisme*, (Malang: Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, 2002)

²⁹Armada, Wina, *Menggugat Kebebasan Pers*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1993), h. 53

³⁰Harry Aveling, *Rahasia Membutuhkan Kata*, terj. Secrets Need Words (Magelang: Indonesia Tera, 2003), h. 112

pers Indonesia harus berlaku seperti kepingan bebelok jika terhalang batu.³¹ Salah satu yang digunakan adalah penggunaan bahasa eufimisme dalam melaporkan suatu peristiwa yang sensitif.

Eufimisme merupakan gaya bahasa yang menuntut pembaca untuk bisa melihat hal yang tersirat. Akibatnya muncullah dalam khasanah surat kabar kata-kata diamankan untuk mengganti kata ditangkap, diminta keterangan untuk menggantikan kata hukuman, penyesuaian harga untuk menggantikan istilah kenaikan harga, perbedaan pendapat untuk menggambarkan adanya perpecahan.

3. Pers Indonesia Pasca Reformasi

Langkah dadakan Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur), dengan menghapus keberadaan Departemen Penerangan dalam jajaran Kabinet Persatuan Nasional yang dipimpinnya, pada Oktober 1999, seolah-olah menjadi klimaks mengejutkan dalam proses keterbukaan dan demokratisasi kehidupan pers di Indonesia. Sudah diakui secara meluas bahwa pers Indonesia adalah bagian tak terpisahkan dari gerakan reformasi itu, yang mencapai momen bersejarah dengan berhentinya Soeharto sesudah berkuasa selama 32 tahun, pada 21 Mei 1998. Meskipun pers bukanlah pelopor gerakan reformasi itu, sulit dibayangkan, gerakan reformasi yang dipelopori mahasiswa itu akan bergulir tanpa pemberitaan dan dukungan gencar pers Indonesia, baik dari media cetak maupun elektronik.

Namun dua bulan setelah Suharto jatuh, kondisi Indonesia kian memburuk, bukannya membaik. Meskipun ada sejumlah kemajuan dalam kebebasan berekspresi, kemungkinan reformasi politik dan ekonomi yang menyeluruh telah memudar.³² Kekuatan dominasi kuasa rezim yang meminggirkan dan menghilangkan otonomi media massa pada masa pemerintah Suharto tidak berlaku dengan keputusan Presiden BJ Habibie untuk mencabut Permenpen Nomor 01 Tahun 1984 tentang Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP), pada 5 Juni 1998. Setahun kemudian pemerintah bersama legislatif mereformasi Undang-undang Pers yang lama dan menggantinya dengan Undang-undang baru, yang dikenal dengan Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

³¹Lugarso, Lukas. *Wajah Media ...*, h. 28

³²Forester, Geoffrey, *Jatuhnya Soeharto*, terj. The Fall of Soeharto, (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 1999), h. 18.

Beberapa pasal tentang kemerdekaan pers untuk memperoleh informasi diatur di dalamnya, begitu pula kran kebebasan terbuka bagi wartawan untuk memilih organisasi pers. Hal ini menghasilkan perubahan cukup signifikan pada kehidupan media massa, penerbitan pers marak. Singkatnya, media menjalankan peran politik, media dapat menjadi alat melawan bahkan menggulingkan pemerintahan represif bahkan diktator. Media memiliki keleluasaan gerak politiknya, tidak hanya menyuarakan dan tunduk pada mekanisme pasar sesuai dengan model neoliberal ekonomi. Media dapat berperan mendukung konsolidasi demokrasi dan hal ini merupakan otonomi politik media. Media tanah air kini lebih leluasa. Tapi ancaman masih mengintai setiap saat. Pers Indonesia masih menghadapi ancaman *pseudo terror* dari kelompok masyarakat tertentu yang mengadakan *mobocrazy* untuk menekan pers.³³

Berbagai kasus pendudukan dan penyerangan kantor media oleh sejumlah kelompok masih terjadi di era reformasi. Kritik dan kontrol sosial yang dilakukan media memang tak mudah diterima oleh pihak yang menjadi sorotan. Seringkali mereka mengerahkan massa dan pendukungnya untuk menekan media yang melakukan fungsi *watch dog*. Tak hanya menekan dalam bentuk *pressure statement*, tapi sejumlah wartawan bahkan dibunuh untuk membungkam mereka menyuarakan ketidakadilan. Menurut data Aliansi Jurnalis Independen (AJI), sejak 1996, masih ada delapan kasus pembunuhan wartawan yang belum diketahui siapa pelakunya.

Fuad Muhammad Syafruddin	Harian Bernas Yogyakarta	Meninggal karena penganiayaan, 16 Agustus 1996, di Yogyakarta
Naimullah	Sinar Pagi	Ditemukan terbunuh pada 25 Juli 1997 di Pantai Penibungan, Kalimantan Barat.
Ersa Siregar	RCTI	Tewas ditembak dalam baku tembak antara pasukan militer Indonesia dan Gerakan Aceh Merdeka (GAM) pada 29 Desember 2003 di Aceh.

³³Christianto Wibisono, *Pers dalam Era reformasi*, dalam Reformasi Media Massa, (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 1998) h 95.

Herliyanto	<i>freelance</i>	Ditemukan tewas pada 29 April 2006 di Probolinggo, Jawa Timur.
Ardiansyah Matra'is	Merauke TV	Ditemukan tewas pada 30 Juli 2010 di Merauke
Ridwan Salamun	Sun TV	Tewas pada 21 Agustus 2010 di Tual, Kepulauan Maluku, saat meliput bentrokan antarwarga desa setempat
Alfrets Mirulewan	Pelangi (Pemred)	Tewas pada 17 Desember 2010 di Kisar, Maluku
Muhammad Jamaludin	TVRI	Diculik orang bersenjata di Kantornya di Banda Aceh dan ditemukan tewas pada 17 Juni 2003.

Selain itu masih banyak kasus lain yang dialami wartawan dalam menjalankan tugas dan fungsinya hingga kini. Penyerbuan kantor media massa di ibukota dan daerah bahkan terjadi hingga tahun 2014 ini.

D. Penutup

Aksi kekerasan terhadap media di Indonesia, ditambah dengan kasus pemberedelan yang berulang, menunjukkan adanya kekuatan pengawasan yang kuat yang telah dilakukan media di tanah air. Fungsi kontrol sosial yang dijalankan, mengandung konsekuensi ketika hal itu berhadapan dengan kekuasaan dan kelompok dominan. Sejarah kelam media di Indonesia, terjadi pada zaman pemerintahan orde baru. Meski masih berlanjut pada masa reformasi, namun perkembangan signifikan pada era kebebasan pers di mulai ketika itu. Pengaruh media terhadap pemerintahan begitu kuat. Media bahkan bisa mengubah keputusan pemerintah yang telah disepakati. Salah satu contoh adalah ketika gencarnya aksi demo dan diikuti oleh pemberitaan terhadap penolakan harga bahan bakar minyak (bbm) oleh pemerintah di seluruh Indonesia, Presiden Sussilo Bambang Yudhoyono pernah sampai tiga kali menurunkan harga BBM setelah diputuskan dinaikkan antara tahun 2008 – 2009.

Dalam pentas politik, media baru saja mempertontonkan pengaruh besarnya untuk menggiring opini publik terhadap pencitraan tokoh calon

pemimpin bangsa yang maju dalam Pemilu 2014. Media mampu membangun sekaligus menjatuhkan image para tokoh tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Armada, Wina, *Menggugat Kebebasan Pers*, Jakarta: Sinar Harapan, 1993.
- Ati Rahmiati, *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunitas*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Bella Septiarani, *Aksi Perlawanan Media Massa Terhadap Rezim Otoriter di Indonesia Studi Kasus: Majalah Tempo*, Jakarta: Universitas Bakrie.
- Chesney, Robert, *Konglomerasi Media Massa dan Ancaman terhadap Demokrasi*, Jakarta: Aliansi Jurnalis Indonesia, 1998.
- Christianto Wibisono, *Pers dalam Era reformasi*, dalam Reformasi Media Massa, Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 1998.
- Depari, Eduard, dkk, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan, Suatu Kumpulan Karangan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1978.
- Forester, Geoffrey, *Jatuhnya Soeharto*, terj. The Fall of Soeharto, Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 1999.
- Hanazaki, Yasuo, *Pers Terjebak*, Jakarta: Institut Studi Arus Informasi, 1998.
- Harry Aveling, *Rahasia Membutuhkan Kata*, terj. Secrets Need Words, Magelang: Indonesia Tera, 2003.
- Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*, Jakarta: Granit, 2004.
- Jamhur Poti, *Demokratisasi Media Massa Dalam Prinsip Kebebasan*, Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan, Vol. 1, No. 1, 2011, Tanjungpinang: FISIP Umrah.
- Kacung Marijan, *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca Orde Baru*, Jakarta: Kencana, 2010
- Latif, Yudi dan Idi Subandi Ibrahim, *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru (prolog)*, Bandung: MIZAN, 1996.
- Luwarso, Lukas, *Wajah Media Massa Kita. Dalam Ery Sutrisno (Ed). Reformasi Media Massa*, Jakarta: Aliansi Jurnalis Indonesia, 1998.
- Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga, 1991.

- Moch. Syahri, *Intervensi Pemerintah Terhadap Kebebasan Pers dan Munculnya Eufimisme*, Malang: Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, 2002.
- Moch. Syahri, *Intervensi Pemerintah Terhadap Kebebasan Pers dan Munculnya Eufimisme*, Malang: Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, 2002.
- Rizal Mallaranggeng, *Pers Orde Baru*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2010.
- Schram, Wilbur dan Peterson. *Empat Teori Pers*, Jakarta: PT. Intermedia, 1996.
- Siebert, Peterson, dan Schramm, *Empat Teori Pers*, Jakarta: Intermega, 1986.
- Sobur. A, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Stephen W. Littlejohn. 1999 *Theories of Human Communication*, Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Sudjatmiko, Budiman, Represi Melalui Media Massa Pada Masa Soeharto, Dalam Dedy N. Hidayat.(Eds), *Pers dalam Revolusi Mei Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Tim Alumni, *Kasus Pencabutan SIUPP Tempo*, Bandung: Alumni, 1998.

Pengaruh Media Massa Terhadap Budaya, Sosial dan Ekonomi Masyarakat

Zulfikar

Dosen Politeknik Lhokseumawe
zulfikar_makam@pnl.ac.id

Abstract: *The strength and degree of the influence of mass media on the cultural, social and economic at least illustrated by assuming a number of theories of the effects of mass media were presented by experts in mass communications in since the beginning of the mid-1960s, following the presence of media technologies of television and radio complement newspaper media earlier in United States of America. Scientific research conducted then, both in the US alone as well as in third countries only reinforces the assumption of previous theories, namely that the influence of the mass media in people's lives more and can not be negotiable, even the mass media offers new ideology, understand the new, new lifestyles and so on. People increasingly can not avoid myself from media exposure, but only one option to adjust in order to include media literacy audiences, so as not to be swayed by media coverage.*

Keyword: *Mass Media, Social Life and Community*

A. Pendahuluan

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui media massa yang semakin banyak berkembang memungkinkan informasi menyebar dengan mudah di masyarakat. Informasi dalam bentuk apapun dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat. Arus informasi yang cepat menyebabkan kita tidak mampu untuk menyaring pesan yang datang. Akibatnya tanpa sadar informasi tersebut sedikit demi sedikit telah mempengaruhi pola tingkah laku, cara pandang, gaya hidup, serta budaya dan sosial ekonomi suatu bangsa.

Masyarakat merupakan komunikan yang mengkonsumsi produk media massa setiap detik, tiap menit, tiap jam, tiap hari atau ada yang hanya seminggu sekali atau sebulan sekali, paling tidak pernah membaca, mendengar atau menonton. Tentu dalam dominan rakyat tersebut terdapat juga 'kita-kita'. Sekali lagi, kita-kita adalah rakyat yang dominan tersebut.

Media massa memainkan peranan penting bagi perubahan dan dinamika kehidupan masyarakat. Maka untuk mendapatkan gambaran awal tentang produk media massa maka memerlukan beberapa kajian ilmiah agar masyarakat kebanyakan bisa berpikir dan mengkaji secara kritis terhadap produk atau sajian berita/informasi dari media massa untuk perubahan dan dinamika kehidupan yang lebih baik.

Pertama, bagaimana memahami netralitas/independensi/obyektifitas produk media massa. Kesimpulan awal dapat disampaikan bahwa hasil produk media massa yang ditampilkan masih jauh dari sifat netralitas/independensi/obyektifitasnya. Sungguh rakyat mesti kritis terhadapnya, tidak langsung menerima secara mentah-mentah. Faktor eksternal media massa menjadi masalah kedua, yaitu pengaruh kekuasaan/politik dan ekonomi. Media massa cenderung tidak memanfaatkan kenetralannya untuk menentang hubungan kekuasaan/politik yang ada dan mudah rentan untuk berasimilasi dengan pemegang kekuasaan. Media cenderung lebih berfungsi, melindungi atau menonjolkan kepentingan mereka yang memiliki kekuasaan ekonomi atau politik.

Keterikatan media massa pada dimensi budaya dan sosial ekonomi menjadikan produk media massa menjadi ajang yang rentan terhadap pengaruh keduanya. Sebagai entitas yang dikonstruksi media, apa yang disebut sebagai 'berita' acapkali merepresentasikan kepentingan budaya dan sosial ekonomi tertentu. Menemukan relasi antara dimensi budaya dan sosial ekonomi dalam kerja media massa, berangkat dari apa yang rakyat konsumsi sehari-hari melalui media massa; yaitu berupa berita, iklan, film, atau berbagai tayangan hiburan.

B. Kajian Teoritis

Media dari segi bahasa merupakan jamak dari kata medium, berarti *middle* yang berarti "tengah" atau "penengah".¹ Media merupakan alat (sarana) komunikasi baik media cetak maupun media elektronik seperti koran, majalah, radio, televisi, dan lain-lain. Produk media massa seperti berita atau informasi merupakan salah satu produknya sebagai hasil konstruksi media massa. Berita atau informasi merupakan usaha rekonstruksi kerangka peristiwa yang terjadi. Berita dalam konteks ini, lebih

¹M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 56.

merupakan inti yang disesuaikan dengan kerangka acuan yang dipertimbangkan agar peristiwa itu memiliki makna bagi kita sebagai khalayak, pembaca, penonton atau pendengar.

Media merupakan kurir yang sangat kuat dalam mempromosikan ideologi baru kepada anggota masyarakat yang memiliki tingkat melek media yang rendah, anak-anak misalnya. Dalam menjelaskan pengaruh media, ada dua perspektif yang dapat diambil oleh setiap teori yang ada. Pada umumnya, kebanyakan dari teori menjelaskan pengaruh media dengan menggunakan perspektif dari perubahan perilaku yang dialami oleh individu ketika berinteraksi dengan media.

Ada pula teori lain yang menjelaskan, pengaruh yang diberikan oleh media dengan menggunakan persepektif sosial secara luas, dengan cara menganalisis perubahan budaya apa yang terjadi dalam masyarakat akibat informasi yang datang dari media. Pengertian masyarakat itu sendiri menurut Koentjaraningrat, dalam Bibit Santoso didefinisikan sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama.²

1. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Teori kultivasi (*Cultivation Theory*) pertama kali dikenalkan oleh George Gerbner ketika ia menjadi dekan Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat (AS). Tulisan pertama yang memperkenalkan teori ini adalah *Living with Television: The Violence Profile*, di *Journal of Communication*. Awalnya, ia melakukan penelitian tentang Indikator Budaya dipertengahan tahun 60-an untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Teori ini mendeskripsikan bahwa media menghasilkan sebuah pengaruh dimana ada sebagian masyarakat yang menganggap dunia nyata (kehidupannya sehari-hari) berjalan sesuai dengan dunia yang digambarkan oleh media. Ataupun sebaliknya, menganggap bahwa dunia dalam media itu adalah realita. Sebagai contoh, anak-anak yang secara konsisten menyaksikan liputan mengenai penculikan anak, akan menganggap bahwa dimana pun ia berada penculikan tersebut bisa saja terjadi, sehingga ia memiliki rasa ketakutan yang berlebihan dibandingkan

²Bibit Santoso, *Konsumerisme dalam Masyarakat Urban*, Disertasi, (Yogyakarta: UGM, 2012), h. 7.

anak-anak yang tidak menonton liputan tersebut.³

Apalah gunanya jika kita mempunyai kebebasan media yang mutlak yang akhirnya akan membawa keruntuhan kepada masyarakat kita sendiri. Jika lihat keadaan sekarang, walaupun ada sekatan dan tapisan namun terdapat pelbagai masalah yang berlaku seperti menyuarakan rasa tidak puas hati terhadap kaum yang lain atau membincangkan isu-isu yang sensitif secara terbuka. Oleh itu media seharusnya memainkan peranan yang amat penting kerana mereka adalah alat mempengaruhi khalayak ramai.⁴ Pandangan konstruktivisme ini berasal dari tradisi fenomenologi yang menolak pemisahan antara subyek dan obyek bahasa. Subyek atau pengguna bahasalah yang menjadi faktor sentral dalam kegiatan wacana dalam media massa, kerana subyeklah yang mula-mula memilih dan menggunakan bahasa untuk menyampaikan maksud tertentu. Pandangan positivisme empirik dan paradigma konstruktivis berimplikasi pada sejauh mana tingkat pemaknaan yang dapat dihasilkan praktik penyajian berita dalam media massa. Sebuah informasi akan berbeda makna ketika menggunakan perspektif berbeda dan sesungguhnya inilah yang menjadi salah satu basis perbezaan di antara kedua paradigma tersebut.

Menilik dari landasan ideal dalam menyajikan berita dari semua fasilitas media massa kepada seseorang atau kelompok masyarakat, maka tujuannya adalah untuk:

- a. Meningkatkan produktifitas dan pertumbuhan ekonomi.
- b. Mempromosikan proses kohesi budaya, sosial, ekonomi dan politik melalui pembauran komunitas yang terisolir dengan komunitas yang maju.
- c. Meningkatkan cara dan mutu penyampaian jasa-jasa publik pemerintah kepada masyarakat.
- d. Memacu keseimbangan distribusi populasi.
- e. Menghilangkan kesenjangan sosial dan ekonomi antara *information rich* dan *information poor*.

2. Teori Agenda Setting (*Agenda Setting Theory*)

Pesan atau informasi disampaikan melalui media tidak akan efektif

³Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h 36.

⁴Hamed Mohd Adnan, *Media di Malaysia Mendukung Citra Bangsa*, (Kuala Lumpur: Universiti Malaya, 2006), h 21.

kalau tidak dirancang terlebih dahulu. Dalam falsafah media, sesuatu yang buruk kalau disampaikan secara berulang-ulang maka orang akan menganggap itu baik. Tetapi, sebaliknya sesuatu yang baik tetapi disampaikan hanya sekali atau dua kali maka publik menganggap itu belumlah cukup baik. Orang beranggapan bahwa berita yang disajikan melalui media massa sudah benar, meski tanpa harus di cek dan ricek terlebih dahulu. Padahal, konsep dari berita adalah penyampaian informasi awal yang kemudian menjadi data awal untuk menguak kebenaran yang sesungguhnya.

Teori penentuan agenda (*Agenda Setting Theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Teori Agenda Setting pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippman (1965) pada konsep *The World Outside and the Picture in our Head*, penelitian empiris teori ini dilakukan Mc Combs dan Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden AS tahun 1972. Mereka mengatakan antara lain walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita, ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka.

Beberapa peneliti telah lama mengetahui bahwa media memiliki kemampuan untuk menyusun isu-isu bagi masyarakat. Media melalui wartawan atau masyarakat bisa dalam waktu sekejap menyampaikan suatu peristiwa kepada orang lain baik melalui media cetak maupun media elektronik. Peristiwa di belahan dunia lain akan diketahui pada saat itu juga setelah diberitakan oleh media.

Kekejaman zionis Israel terhadap masyarakat Palestina misalnya telah melahirkan solidaritas masyarakat Islam dunia untuk berempati pada derita warga muslim Palestina. Bantuan dalam bentuk uang disampaikan ke sana dan ini adalah salah satu dari kontribusi media merajut solidaritas sosial untuk bangsa-bangsa lain. Seorang jurnalis dari Amerika Serikat, Walter

Lippmann menyampaikan bahwa masyarakat tidak merespon pada kejadian sebenarnya dalam lingkungan, tetapi ia merespon melalui gambaran dalam kepala, yang ia sebut dengan lingkungan palsu. Media memberikan kita model yang lebih sederhana dengan menyusun agenda bagi kita.

Fungsi penyusun agenda sebagai dijelaskan oleh Danial Shaw, Maxwell Mc. Comb dalam Stephen W. Littlejohn, adalah:

Pengaruh media massa ini meliputi; kemampuan untuk mempengaruhi, perubahan kognitif antara individu untuk menyusun pemikiran mereka, telah diberi nama penyusunan agenda dari komunikasi massa. Di sini terletak pengaruh paling penting dari komunikasi massa, kemampuan untuk menata mental, dan mengatur dunia kita bagi kita sendiri. Singkatnya, media massa mungkin tidak berhasil dalam memberitahu kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka secara mengejutkan berhasil dalam memberitahu kita tentang apa yang harus kita pikirkan.⁵

C. Pembahasan

Produk media massa bukan saja menampilkan citra realitas, melainkan sesungguhnya citra media itu sendiri. Oleh karenanya, perlu pemahaman mendalam tentang wacana bahasa menjadi tolak ukur untuk menguji bagaimana bahasa yang digunakan dalam membentuk konstruksi, budaya, dan sosial ekonomi. Informasi atau berita yang tersaji dalam bentuk berita misalnya, pada tingkat tertentu dapat mempengaruhi sudut pandang manusia tentang dunia di sekitarnya. Sementara, jika dipahami secara mendetail, berita informasi sendiri pada dasarnya merupakan serangkaian interpretasi yang telah terolah berdasarkan fakta atau peristiwa. Sehingga untuk mengatakan bahwa berita atau informasi adalah sebuah entitas obyektif tentu masih perlu adanya perdebatan dan diskusi lebih lanjut.

Namun, untuk mengatakan bahwa sebuah berita atau informasi disebut sebagai realitas subyektif tentu juga beralasan karena untuk menuangkan suatu peristiwa menjadi teks berita atau informasi tentu membutuhkan persyaratan yang disepakati bersama dan dapat dipertanggungjawabkan. Berita, pada tahap tertentu, sangat mempengaruhi rakyat dalam menyusun pandangan tentang kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi.

⁵Stepehn W. Littlejohn, W. Karen A Foss, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h. 415.

Pandangan terhadap kehidupan dunia adalah frame/bingkai rakyat sebagai manusia dalam menggambarkan tentang apa dan bagaimana memahami kehidupan dunia. Berbagai pengalaman hidup dimaknai dalam frame atau bingkai tersebut. Bahwa berita yang dibuat oleh media massa mengambil bahan baku dari pengalaman dan mengemasnya dalam bentuk cerita, ia menceritakan kembali, kita menyebutnya realitas. Realitas yang ditampilkan tersebut mencerminkan independensi, netralitas dan obyektifitas media dalam konteks budaya, sosial, dan ekonomi.

D. Netralitas, Obyektifitas dan Independensi Media Massa.

Awalnya netralitas, independensi dan obyektifitas media bisa dimaknai sebagai sikap untuk tidak mengikutsertakan kecenderungan unsur subyektifitas jurnalis atau pengelola media dalam proses memotret serta mengekspose realitas kehidupan. Netralitas media diterjemahkan sebagai sebuah kerja yang bebas kepentingan, netral sepenuhnya, obyektif serta melihat peristiwa secara makro. Sejatinnya media massa yang bisa meraih kepercayaan rakyat adalah mereka yang mendedikasikan kerja profesionalismenya pada kepentingan rakyat. Itulah yang disebut independensi/obyektifitas media massa.

Faktor internal dalam organisasi media, kebebasan biasanya dinilai berdasarkan kadar kontrol yang dijalankan oleh para pemilik dan manajer terhadap para jurnalisnya, serta kontrol yang dikenakan oleh para jurnalis itu sendiri terhadap para bawahannya dalam wadah organisasi yang seringkali bersifat birokratis dan hierarkis. Kebebasan dan independensi media harus diarahkan agar dapat memberikan manfaat nyata bagi rakyat sebagai tujuan kehadiran media massa, bukannya sekedar untuk membebaskan media dan para pemiliknya dari kewajiban memenuhi harapan dan tuntutan rakyat. Tanpa kemauan baik pengelola media untuk menjaga martabatnya seraya memenuhi kepentingan bisnis saja, bisa diprediksi kualitas demokrasi akan berjalan secara absurd, disamping fungsi media untuk melakukan edukasi pemanis bibir dari pembicaraan publik tentang media.

Keterikatan media massa pada dimensi budaya dan sosial ekonomi menjadikan produk media massa menjadi ajang yang rentan terhadap pengaruh keduanya. Sebagai entitas yang dikonstruksi media, apa yang disebut sebagai 'berita' acapkali merepresentasikan kepentingan budaya dan

sosial ekonomi tertentu. Menemukan relasi antara dimensi budaya dan sosial ekonomi dalam kerja media massa, berangkat dari apa yang rakyat konsumsi sehari-hari melalui media; berita, iklan, film, atau berbagai tayangan hiburan.

Dalam kaitannya dengan berita/informasi atau produk media, paradigma posistivisme-empiris meyakini bahwa apa yang dilakukan media seolah sekadar memindahkan realitas pertama sebagai realitas sosial, budaya, ekonomi ke realitas kedua yaitu realitas media massa tanpa tendensi untuk melakukan distorsi. Pandangan kedua, sering disebut dengan paradigma konstruktivisme atau fenomenologi. Produk media massa tidak layak lagi disebut sebagai refleksi realitas riil, melainkan media sekadar ‘representasi’ apa yang berlangsung dalam masyarakat, sehingga klaim-klaim obyektif untuk memahami bahasa hasil produk media massa tidak layak lagi diterapkan.

Pikiran manusia membawa konstruksi nilai tertentu yang kemudian mewujudkan sebagai produk media massa. Dalam perspektif konstruktivisme, produk media adalah merupakan produk *man made*; sehingga subyektivitas manusia pembuatnya adalah hal yang wajar terjadi, sehingga untuk disebut sebagai realitas obyektif adalah tidak mungkin.

Dalam studi media, meski masih dalam kerangka kerja analisis wacana, paradigma kritis mencoba menggapai sejumlah kemungkinan lain yang mempengaruhi proses produksi dan reproduksi makna. Pada saat seluruh realitas budaya termasuk sosial dan ekonomi berperan membentuk jalinan makna teks dalam media, maka secara terang-terangan sisi budaya dan sosial ekonomi yang diarahkan media sangat tampak di balik sajian produk media. Tidak hanya produk media, media pun sebagai sebuah lembaga ekonomi tidaklah hadir dalam ruang kosong. Media acapkali menjadi ajang pertarungan bagi kepentingan budaya dan sosial ekonomi tertentu.

Analisis ini memampukan khalayak/rakyat melakukan rekonstruksi, bukan hanya peristiwa atau informasi yang disajikan oleh produk media, melainkan juga aspek politis bahasa. Khalayak/rakyat beranjak dari perspektif mikro menuju makro, dari wilayah struktur bahasa ke struktur kognitif pelaku representasi (media). Model analisis kritis yang memperkaya pandangan khalayak bahwa ada keterkaitan antara produk media,

budaya dan sosial ekonomi.

E. Kekuatan Media Massa

Siapa yang menguasai *dunia informasi*, maka dialah sesungguhnya yang akan menguasai dunia, demikian pepatah ini begitu mashyur kita dengar, pepatah yang melukiskan betapa besarnya kekuasaan media informasi.

Memang agak dramatis kedengarannya, namun disadari atau tidak, kian hari pepatah itu kian terbukti kebenarannya. Lebih-lebih ketika media informasi telah menjadi sedemikian canggih seperti yang kita rasakan hari ini. Informasi terbukti menjadi alat ampuh untuk menjajah pikiran manusia, mengendalikannya sesuai dengan apa yang kita inginkan. Bila penjajahan secara fisik seperti militer akan mudah menyadarkan korbannya, karena di dalam diri manusia terdapat naluri mempertahankan diri. Maka sesungguhnya penjajahan *ide*, menyusup dengan halus, menertibkan laku seseorang, tanpa sedikit pun orang itu menyadarinya. Bukan mustahil, sang korban menganggap penjajahnya sebagai mitra, teman penyelamat dan pemberi harapan.

Informasi mampu mendesain pikiran, membolak balik logika, lalu, mempengaruhi massa dengan jumlah yang tak terbatas, untuk mengikuti wacana yang diinginkan. Informasi menjadi penentu, akankah seseorang akan mendapat empati dan pembelaan atau justru dimusuhi, ditakuti dan dilawan. Informasi juga menjadi penentu akankah sebuah kebenaran bisa dilihat sebagai kebenaran atau justru sebaliknya, kebenaran tampak sebagai keburukan.

Percaya atau tidak, semua itu bisa terjadi lantaran efek dari sebuah informasi. Maka betul pepatah yang mengatakan, “*kebohongan* yang disampaikan berulang-ulang akan menjadi sebuah *kebenaran*”. Inilah yang disebut dalam teori media dengan agenda setting. Artinya, berita yang ingin disampaikan dipersiapkan terlebih dahulu kemudian disampaikan untuk menimbulkan ketertarikan dari pembaca. Karena itu, kekuatan suatu berita sangat dahsyat untuk membentuk opini masyarakat. Oleh karena dahsyatnya informasi dimaksud, Allah Swt. dalam firmanNya sudah memerintahkan kita untuk tidak lekas percaya pada informasi yang disampaikan. Langkah pertama ketika datang informasi adalah melakukan cek dan ricek terhadap

informasi yang diterima. Seperti firman Allah Swt. QS. Al-Hujuraat: 6, yang artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa berita, maka periksalah berita itu, agar kamu tidak menimpakan suatu malapetaka kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya, sehingga kamu menyesal atas perbuatan itu*”.

Begitu dahsyatnya informasi menyebabkan agama Islam menetapkan rambu-rambu yang harus ditempuh. Informasi yang disampaikan melalui media akan menjadi senjata mematikan bagi orang yang ingin dijadikan sasaran media. Sebaliknya, melalui informasi bisa juga mempopulerkan orang untuk mencapai suatu jabatan. Karena itulah, dalam komunikasi Islam informasi yang disampaikan hanya yang benar-benar saja tanpa distorsi atau apriori terhadap suatu hal. Komunikasi Islam ingin membangun umat secara baik yang diridhai oleh Allah Swt. dan itu dinamakan dengan dakwah. Umat Islam diharuskan berdakwah yaitu mengajak manusia kepada jalan kebaikan dan melarang hal-hal yang mungkar. Dewasa ini banyak informasi yang secara bebas masuk ke kita. Kalau tidak ada saringan, maka informasi yang diterima seolah-olah sudah benar, padahal perlu dikaji secara mendalam terhadap kebenaran dari informasi tersebut.

Oleh karena itu, kekuatan dari sebuah media melalui berita yang disampaikan ke publik sangat luar biasa. Melalui berita yang disampaikan bisa membuat kelompok masyarakat untuk melakukan tindakan anarkhis pada waktu itu juga atau melakukan aksi solidaritas lainnya untuk masyarakat. Sebuah contoh, ketika terjadi tsunami Aceh pada akhir tahun 2004 silam, suatu bukti bahwa kekuatan media mampu membuat masyarakat dunia berempati pada derita Aceh. *Tag Line* media elektronik, media cetak, dan media *online* dengan label “Aceh Menangis” yang menimbulkan suatu gerakan dunia untuk membantu Aceh. Aceh didukung (*support*) untuk bangkit dari ketepurukannya dan upaya tersebut sukses sehingga Aceh bisa bangkit dan membangun kembali seperti sekarang ini.

Kekuatan lain yang begitu kentara dimiliki media massa adalah dalam mengikat publik dalam proses pemilihan presiden RI beberapa waktu lalu. Kekuatan berita yang disampaikan oleh media terlihat usai pelantikan Presiden RI Joko Widodo, Senin 20 Oktober 2014. Kekuatan informasi yang disajikan oleh media telah menjadikan Jokowi sebagai orang yang dicintai rakyat. Bundaran Hotel Indonesia di Jakarta terlihat jutaan masya-

rakat yang menyambut Jokowi usai diambil sumpah di gedung MPRRI. Ia diarak sampai ke istana negara oleh ratusan ribu massa dengan menggunakan kereta kuda. *Media darling* sangat terlihat pada Jokowi dan Jusuf Kalla. Kekuatan rakyat akibat pemberitaan media bukan hanya terlihat di Jakarta saja, tetapi berlaku juga di 33 provinsi seluruh Indonesia yang melakukan pesta penyambutan Jokowi dan Yusuf Kalla.

Kemasan berita yang dibangun oleh media massa dalam penyambutan Jokowi begitu masif sehingga membuat publik terpengaruh. Espektasi yang luar biasa pada Jokowi menyebabkan rakyat ikut sesuai dengan agenda setting berita yang disajikan oleh media massa. Media melalui informasi yang disajikan telah membuat atmosfer demokrasi di Indonesia begitu damai dan sejuk. Rasanya tidak mungkin manusia menghindar dari media, meski berusaha mengisolasi diri dari kehidupan sosial. Media termasuk televisi, film, musik populer, dan media personal seperti peralatan komunikasi yang bisa dibawa kemana-mana telah menjadi pusat budaya kaum muda saat ini. Pengaruhnya tampak semakin melintasi rentang ranah sosial mulai dari kemampuannya dalam menstrukturkan waktu, hingga pemilikan idiom-idiom budaya bersama, dan topik perbincangan yang menjadi tempat berlangsungnya wacana sosial yang lebih luas.⁶

F. Pengaruh Media terhadap Budaya, Sosial dan Ekonomi

Evolusi media telah menyebabkan perubahan-perubahan besar dalam kehidupan sosial dan budaya. Terdapat bukti historis yang bagus bahwa media dan agama telah berkembang bersama-sama. Dalam konteks pengalaman sehari-hari, kita terus berjuang untuk mengintegrasikan media kedalam kehidupan pribadi kita dengan cara-cara yang meyakinkan nilai-nilai kita dan pengertian kita tentang diri kita.

Kehadiran media massa telah mampu mengubah struktur masyarakat. Misalnya kehadiran televisi dikampung-kampung di era tahun 90-an sudah menjadi sarana untuk menghimpun masyarakat dalam satu kelompok. Pemilik televisi sudah menjadi pemain utama untuk membentuk jaringan interaksi sosial yang baru. Pemilik televisi sudah menjadi pusat jaringan sosial yang menghimpun tetangga disekitarnya dan penduduk desa se-idiologi. Media melalui informasi yang disampaikan mampu meng-

⁶Idi Suandy Ibrahim, *Wajah Agama di Media*, (Jakarta: LSPP, 2010), h. 23.

dalikan khalayak ke arah yang lebih baik dan sebaliknya bisa menjadi media yang provokatif. Dalam hal ini, khusus untuk Agama Islam ada aturan-aturan yang semestinya dijalankan untuk menjadikan media sebagai sarana ajakan manusia ke jalan kebaikan. Mengajak kepada mengerjakan amar ma'ruf dan nahi mungkar suatu keharusan yang mesti dilakukan oleh ummat Islam.

Media memberikan pengaruh cukup besar dalam pergeseran nilai budaya. Karena sifat pemberitaan cenderung dari hulu ke hilir yaitu lebih banyak bersumber dari negara maju ke negara berkembang atau dari daerah maju ke daerah kurang maju. Arus pemberitaan media lebih dominan dimonopoli oleh negara atau daerah maju. Begitu pula halnya dengan duplikasi program maupun acara dalam media massa pada umumnya berasal dari negara maju. Bentuk siaran maupun program yang ditayangkan dari hasil adopsi dan duplikasi luar tentu ikut terserap (membawa) budaya luar (budaya asing) sehingga dengan sendirinya akan mempengaruhi budaya lokal.

Pengaruh yang ditimbulkan media massa bisa beraneka ragam diantaranya terjadinya perilaku yang menyimpang dari norma-norma sosial atau nilai-nilai budaya. Di zaman modern ini umumnya masyarakat menganggap hal tersebut bukanlah hal yang melanggar norma, tetapi menganggap bagian dari trend massa kini. Selain itu juga, perkembangan media massa yang teramat pesat dan dapat dinikmati dengan mudah mengakibatkan masyarakat cenderung berpikir praktis.

Keberadaan media massa dalam menyajikan informasi cenderung memicu perubahan serta banyak membawa pengaruh pada penetapan pola hidup masyarakat. Beragam informasi yang disajikan dinilai dapat memberi pengaruh yang berwujud positif dan negatif. Secara perlahan-lahan namun efektif, media membentuk pandangan masyarakat terhadap bagaimana seseorang melihat pribadinya dan bagaimana seseorang seharusnya berhubungan dengan dunia sehari-hari.

Pergeseran pola tingkah laku yang diakibatkan oleh media massa dapat terjadi di lingkungan keluarga, sekolah, dan dalam kehidupan bermasyarakat. Wujud perubahan pola tingkah laku lainnya yaitu gaya hidup. Perubahan gaya hidup dalam hal peniruan atau imitasi secara berlebihan terhadap diri seorang figur yang sedang diidolakan berdasarkan informasi

yang diperoleh dari media. Biasanya seseorang akan meniru segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya tersebut baik dalam hal berpakaian, berpenampilan, potongan rambutnya ataupun cara berbicara yang mencerminkan diri idolanya. Hal tersebut diatas cenderung lebih ber-pengaruh terhadap generasi muda.

Media memperlihatkan pada masyarakat bagaimana standar hidup layak bagi seorang manusia, sehingga secara tidak langsung menyebabkan masyarakat menilai apakah lingkungan mereka sudah layak atau apakah ia telah memenuhi standar tersebut dan gambaran ini banyak dipengaruhi dari apa yang di lihat, didengar dan dibaca dari media. Pesan/informasi yang disampaikan oleh media bisa jadi mendukung masyarakat menjadi lebih baik, membuat masyarakat merasa senang akan diri mereka, merasa cukup atau sebaliknya mengempiskan kepercayaan dirinya atau merasa rendah dari yang lain.

Rubrik dari layar TV dan media lainnya yang menyajikan begitu banyak unsur-unsur kenikmatan dari pagi hingga pagi lagi membuat menurunnya minat belajar dikalangan generasi muda. Dari hal tersebut terlihat bahwa budaya dan pola tingkah laku yang sudah lama tertanam dalam kehidupan masyarakat mulai pudar dan sedikit demi sedikit mulai diambil perannya oleh media massa dalam menyajikan informasi-informasi yang berasal dari jaringan nasional maupun jaringan dari luar negeri yang terkadang tidak sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia sebagai bangsa timur.

Suatu komunikasi dakwah yang baik harus dipersiapkan secara baik dan sematang mungkin. Upaya ini penting untuk mengubah perilaku masyarakat perorangan, kelompok, atau masyarakat secara keseluruhan. Sistem komunikasi interpersonal adalah salah satu cara yang bisa dilakukan. Kemudian pemanfaatan media sosial merupakan sarana yang paling tepat untuk kondisi saat ini. Begitupun pemanfaatan media eletronik semacam televisi adalah solusi cerdas untuk penanaman nilai-nilai agama pada generasi muda. Film Upin dan Ipin dari negara tetangga Malaysia dan sering ditayangkan di MNCTv adalah salah satu contoh dakwah melalui film animiasi untuk anak-anak.

Kemudian sinetron Kisah Mencari Tuhan yang ditayangkan pada setiap bulan Ramadhan adalah bentuk media yang pesannya mengajak

masyarakat untuk kembali pada jalan Allah. Kemudian sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* adalah drama religius yang menggugah kita untuk cepat-cepat bertobat kepada Allah Swt. Oleh karena itu agenda seting untuk penyajian pesan-pesan dakwah sangat diperlukan agar komunikasi Islam bisa berjalan sesuai rencana dan bisa mengajak audien untuk menuju jalan kebaikan yang direstui Allah Swt.

Media massa sedikit demi sedikit membawa masuk masyarakat ke suatu pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir serta budaya perilaku komunitas masyarakat. Namun itu, tanpa disadari media massa telah ikut mengatur jadwal hidup kita, sehingga menyita waktu kita serta menciptakan sejumlah kebutuhan dan keinginan yang sebelumnya tidak direncanakan.

Pengaruh lainnya dari perspektif ekonomi yaitu dengan adanya media massa maka akan sangat membantu sektor ekonomi, beragam informasi yang ingin disampaikan maupun yang dibutuhkan dengan mudahnya diperoleh oleh masyarakat. Masyarakat tinggal memilih media yang tepat untuk mempromosikan segala sesuatu menyangkut usaha dan kegiatan untuk peningkatan produktifitasnya. Masyarakat dengan mudah dapat mengetahui perubahan dan pergerakan berkaitan bidang usaha atau jasa yang digeluti oleh masyarakat. Namun demikian tidak dipungkiri juga bahwa media massa juga dapat mengarahkan dan mengantarkan masyarakat ke arah pola hidup konsumerisme, akibat iklan yang disiarkannya. Adapun peran media massa ialah:

Pertama, media dapat memperluas cakrawala pemikiran. Kebanyakan orang yang hidup dalam masyarakat tradisional menganggap media massa memiliki kekuatan gaib sewaktu pertama kali mengenalnya sebab media massa merupakan jendela dunia yang membuat seseorang dapat melihat dan mengetahui tempat-tempat yang belum pernah dikunjunginya serta mengenal orang-orang yang belum pernah ditemuinya. Media massa telah membantu masyarakat Negara sedang berkembang mengenal kehidupan masyarakat lain sehingga mereka memperoleh pandangan baru dalam hidupnya. Media massa dapat menjadi jembatan peralihan antara masyarakat tradisional kearah masyarakat modern.

Kedua, media massa dapat memusatkan perhatian. Masyarakat tradisional yang bergerak ke arah modern sedikit demi sedikit mulai meng-

gantungkan pengetahuannya pada media massa sehingga hal-hal mengenai apa yang penting, yang berbahaya, apa yang menarik dan sebagainya berasal dari media. Akibatnya lama kelamaan masyarakat mulai meninggalkan kebiasaan atau budayanya dan menganggap budaya tersebut sebagai sesuatu yang kuno dan tidak modern. Oleh karena itu, media massa harus bisa memutuskan dengan tepat informasi atau rubrik apa yang akan disampaikan sebab media dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dan membangkitkan aspirasi masyarakat.

Ketiga, media massa mampu menumbuhkan aspirasi. Secara tidak langsung aspirasi masyarakat tumbuh melalui siaran-siaran atau informasi yang disampaikan media massa. Banyak hal-hal baru yang disampaikan oleh media, yang membuat masyarakat terdorong untuk melakukan hal yang sama seperti yang dilihat mereka di media.

Sedangkan kemunduran media massa yang ingin penulis singgung sedikit disini adalah bukan kemunduran dari segi teknologinya, namun kemunduran dari segi *content* yang disediakan oleh kebanyakan media massa. Baik media cetak maupun media elektronik umumnya mengalami degradasi dalam hal perimbangan porsi dari empat fungsi yang sudah dibebankan kepada media, yaitu fungsi (1) penyampai informasi, (2) sebagai sarana pendidikan (edukasi), (3) sebagai sarana sosial kontrol kemudian (4) sebagai sarana hiburan kepada masyarakat. Dari empat fungsi yang harus diemban oleh media, pada umumnya fungsi hiburan sangat menonjol sekali, sementara fungsi edukasi jauh tertinggal dan semakin mundur. Padahal maju atau mundurnya sebuah daerah atau komunitas masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri.

G. Penutup

Netralitas, independensi dan obyektivitas media bisa dimaknai sebagai sikap untuk tidak mengikutsertakan kecenderungan unsur subyektivitas jurnalis atau pengelola media dalam proses memotret serta mengekspose realitas kehidupan. Netralitas media diterjemahkan sebagai sebuah kerja yang bebas kepentingan, netral sepenuhnya, obyektif serta melihat peristiwa secara makro. Media massa yang bisa meraih kepercayaan rakyat adalah mereka yang mendedikasikan kerja profesionalismenya pada kepentingan

rakyat. Faktor internal dalam organisasi media, seringkali bersifat birokratis dan hierarkis. Keterikatan media massa pada dimensi budaya dan sosial ekonomi menjadikan produk media massa menjadi ajang yang rentan terhadap pengaruh keduanya. Produk media massa tidak layak lagi disebut sebagai refleksi realitas rill, melainkan media sekadar '*representasi*' apa yang berlangsung dalam masyarakat, sehingga klaim-klaim obyektif untuk memahami dari bahasa hasil produk media massa tidak layak lagi diterapkan.

Pikiran manusia membawa konstruksi nilai tertentu yang kemudian mewujudkan sebagai produk media massa. Dalam perspektif konstruktivisme, produk media adalah merupakan produk *man made*; sehingga subyektivitas manusia pembuatnya adalah hal yang wajar terjadi sehingga untuk disebut sebagai realitas obyektif adalah tidak mungkin. Pengaruh yang ditimbulkan media massa bisa beraneka ragam diantaranya terjadinya perilaku yang menyimpang dari norma-norma sosial atau nilai-nilai budaya. Di zaman modern ini umumnya masyarakat menganggap hal tersebut bukanlah hal yang melanggar norma, tetapi menganggap bagian dari trend masa kini. Selain itu juga, perkembangan media massa yang teramat pesat dan dapat dinikmati dengan mudah mengakibatkan masyarakat cenderung berpikir praktis.

Fungsi media massa sebagai penunjang perubahan social, yaitu: *Pertama*, sebagai pemberi informasi. Tanpa media, sangat mustahil informasi dapat disampaikan secara tepat dan cepat. Media massa berperan dalam menghantarkan informasi sebagai bahan diskusi, menyampaikan pesan para pemuka masyarakat serta memperjelas masalah-masalah yang disampaikannya. *Kedua*, media berfungsi sebagai pendidikan (edukasi), dalam hal ini, media dapat meningkatkan tingkat pengetahuan masyarakat. *Ketiga*, media berfungsi sebagai sosial kontrol (penyeimbang kinerja pemerintah) kemudian ke *Empat*, media berfungsi sebagai sarana hiburan kepada masyarakat.

Peran media massa sebagai perekat atau menghipnotis warga tidak bisa terbantahkan. Oleh karena itu, penggunaan media sebagai sarana komunikasi dalam perspektif Islam sesuatu yang harus disikapi secara positif. Media massa melalui kemasan informasi yang disampaikan harus bermuara pada penguatan ummat agar semakin mendekatkan diri kepada

Allah Swt. (*habl min Allah*), dengan cara menyampaikan informasi secara jujur dan amanah.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamed, Mohd Adnan, *Media di Malaysia Mendukung Citra Bangsa*, Kuala Lumpur: Universiti Malaya, 2006.
- Ibrahim, Idi Suandy, *Wajah Agama di Media*, cet. I. Jakarta: LSPP Oktober, 2010.
- Littlejohn, Stepehn W., Karen A Foss, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Nuruddin. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Santoso, Bibit, *Konsumerisme dalam Masyarakat Urban, Disertasi*, Yogyakarta: UGM, 2012.
- Taufik, M. Tata, *Etika Komunikasi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2012.

Pengaruh Media terhadap Budaya Tradisionil, Lokal, Kontemporer dan Budaya Populer

Riski Amal

Dosen Unimus Matang Glumpang Dua Bireuen
riki.riski53@yahoo.co.id

Abstract: *Culture is derived from the word buddhayah (Sanskrit), meaning the mind or intellect. In Latin, the word culture comes from Colere, which berartti tilling the soil. So culture in general can be interpreted as "everything that is produced by the intellect (mind) of man with the aim to meet the needs of life and the environment". Culture theory that includes the theory of Selective Process and Cultivation theory role of the media see the mass media as a window on events and experiece. The media is seen as a window that allows the audience to see what is happening there. Or media is a means to learn to know the different events. How does the media influence of traditional culture and local culture of Indonesia and created a new culture of contemporary or contemporary and more violent or global pop culture that began infecting every culture in the world, in particular Indonesian Aceh alone. How can we be wise and positive in dealing with any new culture and preserve the old culture.*

Keyword: *Media, Influence, Culture*

A. Pendahuluan

Kebudayaan berasal dari kata *budhayah* (bahasa Sangsekerta) yang berarti budi atau akal. Dalam bahasa latin, kebudayaan berasal dari kata *Colere*, yang berartti mengolah tanah. Jadi kebudayaan secara umum dapat diartikan sebagai “segala sesuatu yang dihasilkan oleh akal budi (pikiran) manusia dengan tujuan untuk mengolah tanah atau tempat tinggalnya, atau dapat pula diartikan segala usaha manusia untuk dapat melangsungkan & mempertahankan hidupnya didalam lingkungannya”. Budaya dapat pula diartikan sebagai himpunan pengalaman yang dipelajari, mengacu pada pola-pola perilaku yang ditularkan secara sosial tertentu.¹

Antropolog EB. Taylor mengatakan, kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan lain serta kebiasaan yang didapatkan oleh manusia

¹Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 22:45

sebagai anggota masyarakat sedangkan. Selo Sumarjan & Soelaeman Soemardi, menjelaskan kebudayaan sebagai semua hasil karya, rasa, dan cipta karya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan, Koentjaraningrat memahami kebudayaan adalah keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakannya dengan belajar beserta keseluruhan dari hasil budi pekertinya.

Melville J. Herkovits & Bronislaw Malinowski, mengemukakan bahwa *Cultural Determinism* berarti segala sesuatu yang terdapat di dalam masyarakat ditentukan adanya oleh kebudayaan yang dimiliki masyarakat itu. Walaupun orang-orang yang menjadi anggota masyarakat senantiasa silih berganti disebabkan kematian dan kelahiran.

Hidup –kebatinan manusia, yaitu yang menimbulkan tertib damainya hidup masyarakat dengan adat istiadatnya yang halus dan indah; tertib damainya pemerintahan negeri; tertib damainya agama atau ilmu kebatinan dan kesusilaan. Angan –angan manusia, yaitu yang dapat menimbulkan keluhuran bahasa, kesusasteraan dan kesusilaan. Kepandaian manusia, yaitu yang menimbulkan macam-macam kepandaian tentang perusahaan tanah, perniagaan, kerajinan, pelayaran, hubungan lalu-lintas, kesenian yang berjenis-jenis; semuanya bersifat indah.

Dalam beragam pemikiran tersebut maka lahirlah budaya-budaya yang beraneka ragam pula, ada budaya tradisional, budaya kontemporer, budaya lokal, dan budaya populer (global). Dari kesemuanya itu ada masa dan cara kelahiran dan perkembangannya masing-masing. Karena setiap budaya selalu mencerminkan bagaimana interaksi yang terjadi terhadap orang atau kelompok tertentu.

Perubahan budaya yang terjadi di dalam masyarakat tradisional, yakni perubahan dari masyarakat tertutup menjadi masyarakat yang lebih terbuka, dari nilai-nilai yang bersifat homogen menuju pluralisme nilai dan norma sosial merupakan salah satu dampak dari adanya globalisasi. Ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah dunia secara mendasar. Komunikasi dan sarana transportasi internasional telah menghilangkan batas-batas budaya setiap bangsa. Sekarang ini setiap hari kita bisa menyimak tayangan film di tv yang bermuara dari negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea, dll melalui stasiun televisi di tanah

air. Belum lagi siaran televisi internasional yang bisa ditangkap melalui parabola yang kini makin banyak dimiliki masyarakat Indonesia.

Sementara itu, kesenian-kesenian populer lain yang tersaji melalui kaset, VCD, dan DVD yang berasal dari manca negarapun makin marak kehadirannya di tengah-tengah kita. Fakta yang demikian memberikan bukti tentang betapa negara-negara penguasa teknologi mutakhir telah berhasil memegang kendali dalam globalisasi budaya khususnya di negara ke tiga. Peristiwa transkultural seperti itu mau tidak mau akan berpengaruh terhadap keberadaan kesenian kita. Padahal kesenian tradisional kita merupakan bagian dari khasanah kebudayaan nasional yang perlu dijaga kelestariannya. Di saat yang lain dengan teknologi informasi yang semakin canggih seperti saat ini, kita disuguhi oleh banyak alternatif tawaran hiburan dan informasi yang lebih beragam, yang mungkin lebih menarik jika dibandingkan dengan kesenian tradisional kita. Dengan parabola masyarakat bisa menyaksikan berbagai tayangan hiburan yang bersifat mendunia yang berasal dari berbagai negara.

Kondisi yang demikian mau tidak mau membuat semakin tersisihnya kesenian tradisional Indonesia dari kehidupan masyarakat yang sarat akan pemaknaan. Misalnya saja bentuk-bentuk ekspresi kesenian etnis dan sub etnis Indonesia, baik yang rakyat maupun istana, selalu berkaitan erat dengan perilaku ritual masyarakat pertanian. Dengan datangnya perubahan sosial yang hadir sebagai akibat proses industrialisasi dan sistem ekonomi pasar, dan globalisasi informasi, maka kesenian kita pun mulai bergeser ke arah yang berdimensi komersial. Kesenian-kesenian yang bersifat ritual mulai tersingkir dan kehilangan fungsinya. Sekalipun demikian, bukan berarti semua kesenian tradisional kita lenyap begitu saja. Ada berbagai kesenian yang masih menunjukkan eksistensinya, bahkan secara kreatif terus berkembang tanpa harus tertindas proses modernisasi.

B. Teori Tentang Budaya

1. Teori Proses Selektif

Teori ini menjelaskan bahwa masyarakat melakukan suatu proses seleksi sehingga masyarakatlah yang secara selektif menentukan, efek apa yang mereka ingin dapatkan dari informasi yang diberikan oleh media. Masyarakat, pada umumnya akan menghindari informasi yang datang dari

media, yang secara fundamental kontradiktif dengan nilai-nilai atau ideologi yang selama ini mereka miliki dan yakin akan kebenarannya. Sebagai contoh, kelompok masyarakat yang mendukung invasi Amerika Serikat ke Irak, tidak akan membaca artikel mengenai pembentukan kedamaian di Irak, dan penghapusan perang.

Pada tahun 1960, Joseph Klapper berpendapat melalui penelitiannya mengenai efek media pasca perang. Klapper menyimpulkan bahwa media merupakan organisasi yang lemah, media gagal dalam menambah partisipasi politik masyarakat (ataupun partisipasi dalam pemilu).

2. Teori Kultivasi

Teori kultivasi (*Cultivation Theory*) pertama kali dikenalkan oleh Profesor George Gerbner ketika ia menjadi dekan Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat (AS). Tulisan pertama yang memperkenalkan teori ini adalah "*Living with Television: The Violence profile*", *Journal of Communication*. Awalnya, ia melakukan penelitian tentang "Indikator Budaya" dipertengahan tahun 60-an untuk mempelajari pengaruh menonton televisi.

Teori ini mendeskripsikan bahwa media menghasilkan sebuah dampak dimana ada sebagian masyarakat yang menganggap dunia nyata (kehidupannya sehari-hari) berjalan sesuai dengan dunia yang digambarkan oleh media. Atau sebaliknya, menganggap bahwa dunia dalam media itu adalah "realita". Sebagai contoh, anak-anak yang secara konsisten menyaksikan liputan mengenai penculikan anak, akan menganggap bahwa dimana pun Ia berada penculikan tersebut bisa terjadi, sehingga memiliki rasa ketakutan yang berlebihan, dibandingkan anak-anak yang tidak menonton liputan tersebut.

3. Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial (*social construction theory*) adalah salah satu teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, melalui buku *The Social Construction of Reality* (1990). Mulai dirintis sejak 1962 -1963 oleh beberapa sosiolog dan filsuf, namun karena alasan tertentu mereka tidak bisa meneruskan, sehingga hanya Berger dan Luckmann saja yang melanjutkan penulisan buku tersebut hingga dikenal pencetus teori konstruksi sosial. Teori ini lebih menekankan pada tindakan

manusia sebagai aktor yang kreatif dalam menciptakan realitas sosialnya.² Menurut teori Berger, realitas sosial merupakan hasil konstruksi yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan hubungan antara manusia dengan manusia lainnya. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya.

Menurut Berger dan Luckmann dalam teorinya, realitas sosial terdiri dari tiga macam; yaitu realitas objektif, simbolik dan subjektif. Realitas objektif terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu dan dianggap sebagai suatu kenyataan. Sedangkan, realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif, dan realitas subjektif adalah yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik melalui proses internalisasi.³

Berger menemukan konsep yang menghubungkan antara subjektif dan objektif melalui konsep dialektika yang disebut eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia, objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang di lembagakan melalui proses institusionalisasi. Internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga atau organisasi sosial di mana ia menjadi anggotanya.

C. Peran Media Masa

Peran media masa dalam kehidupan sosial, terutama dalam kehidupan modern tidak ada yang menyangkal. Menurut Mc. Quail dalam bukunya *Mass Communication Theories*, ada enam perspektif dalam hal melihat peran media, yaitu:

Pertama, melihat media masa sebagai *window on event and experiece*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi disana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

²Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, terj. Hasan Basari, (Jakarta: LP3ES, 1990), h. 40 – 41.

³Ani Yuningsih, “Implementasi Teori Konstruksi Sosial dalam penelitian Public Relation”, *Jurnal Mediator* Vol. 7 No. 1, 2006 h. 61. Baca juga Morisan, dkk, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghia Indonesia, 2010), h. 134 -138.

Kedua, media juga sering dianggap *a mirror of event in society and the word implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi, dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, *angle*, arah *framing* dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para professional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.

Ketiga, memandang media masa sebagai filter, sebagai *guide* atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk *content* yang lain berdasar standar para pengelolanya. Di sini khalayak “dipilihkan“ oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian.

Keempat, media masa acapkali juga dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau *interpreter*, yang menerjemahkan atau menunjukkan arah atas berbagai ketidak pastian atau alternatif yang beragam.

Kelima, melihat media sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik, dan

Keenam, media masa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga *parthner* komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Pendeknya semua ini ingin menunjukkan, peran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam kehidupan sosial. Isi media masa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media masa akan mempengaruhi realitas subyektif pelaku interaksi sosial. Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media masa inilah yang nantinya mendasari respond dan sikap terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah dari media masa akan memunculkan gambaran yang salah pula terhadap obyek sosial itu. Karenanya media massa dituntut menyampaikan informasi secara

akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian media masa.

D. Dampak Globalisasi Media terhadap Budaya dan Prilaku Masyarakat

Bertolak dari besarnya peran media massa dalam mempengaruhi pemikiran khayalaknya, tentulah perkembangan media massa di Indonesia pada masa yang akan datang harus dipikirkan lagi. Apalagi menghadapi globalisasi media massa yang tak terelakan lagi. Globalisasi media massa merupakan proses yang secara natur terjadi, sebagaimana jatuhnya sinar matahari, sebagaimana jatuhnya hujan atau meteor. Pendekatan profesional menjadi kata kunci, masalah dasarnya mudah diterka. Pada titik-titik tertentu, terjadi benturan antar budaya dari luar negeri yang tak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Jadi kekhawatiran besar terasakan benar adanya ancaman, serbuan, penaklukan, pelunturan karena nilai-nilai luhur dalam paham kebangsaan.

Imbasnya adalah munculnya majalah-majalah Amerika dan Eropa versi Indonesia, seperti: *Bazaar*, *Cosmopolitan*, *Spice*, *FHM*, (*for Him Magazine*), *Good Housekeeping*, *Trax*, *Playboy* dan sebagainya. Begitu juga membanjirnya program tayangan dan produk tanpa dapat dibendung. Sehingga bagaimana bagi negara berkembang seperti Indonesia menyikapi fenomena transformasi media terhadap prilaku masyarakat dan budaya lokal, karena globalisasi media dengan segala yang dibawanya seperti lewat televisi, radio, majalah, koran, buku, film, VCD, HP, dan kini lewat internet sedikit banyak akan berdampak pada kehidupan masyarakat.

Saat ini masyarakat sedang mengalami serbuan yang hebat dari berbagai produk pornografi berupa tabloid, majalah, buku bacaan di media cetak, televisi, rasio, dan terutama adalah peredaran bebas VCD. Baik yang datang dari luar negeri maupun yang diproduksi sendiri. Walaupun media pornografi bukan barang baru bagi Indonesia, namun tidak pernah dalam skala seluas sekarang. Bahkan, beberapa orang asing menganggap Indonesia sebagai "surga pornografi" karena sangat mudahnya mendapat produk-produk pornografi dan harganya pun murah.

Kebebasan pers yang muncul pada awal reformasi ternyata dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat yang tidak bertanggung jawab, untuk

menerbitkan produk-produk pornografi. Mereka menganggap pers mempunyai kemerdekaan yang dijamin sebagai hak asasi warga negara dan tidak dikenakan penyensoran dan pembredelan. Padahal dalam pasal 5 ayat 1 Undang-undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers itu sendiri, mencantumkan bahwa: "pers berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat".

Dalam media audio visualpun ada Undang-Undang yang secara spesifik mengatur pornografi yaitu Undang-undang perfilman dan Undang-undang Penyiaran. Dalam Undang-undang perfilman 1992 pasal 33 dinyatakan bahwa: "setiap film dan reklame film yang akan diedarkan atau dipertunjukkan di Indonesia, wajib sensor terlebih dahulu". Pasal 19 dari UU ini menyatakan bahwa: "LSF (Lembaga Sensor Film) harus menolak sebuah film yang menonjolkan adegan seks lebih dari 50 % jam tayang (durasi)". Dalam UU Penyiaran pasal 36 ayat 6 dinyatakan bahwa: "isi siaran televisi dan radio dilarang menonjolkan unsur cabul (ayat 5) dan dilarang merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama dan martabat manusia Indonesia".

Menurut Afdjani bahwa: globalisasi pada hakikatnya ternyata telah membawa nuansa budaya dan nilai yang mempengaruhi selera dan gaya hidup masyarakat. Melalui media yang kian terbuka dan kian terjangkau, masyarakat menerima berbagai informasi tentang peradaban baru yang datang dari seluruh penjuru dunia. Padahal, kita menyadari belum semua warga negara mampu menilai sampai dimana kita sebagai bangsa berada. Begitulah, misalnya banjir informasi dan budaya baru yang dibawa media tak jarang teramat asing dari sikap hidup dan norma yang berlaku. Terutama masalah pornografi dimana sekarang wanita-wanita Indonesia sangat terpengaruh oleh *trend* mode dari Amerika dan Eropa yang dalam berbusana cenderung minim, yang kemudian ditiru habis-habisan. Sehingga kalau kita berjalan-jalan di *mal* atau di tempat publik sangat mudah menemui wanita Indonesia yang berpakaian serba minim dan mengumbar aurat. Dimana budaya itu sangat bertentangan dengan norma yang ada di Indonesia. Belum lagi maraknya kehidupan *free sex* di kalangan remaja masa kini. Terbukti dengan adanya video porno yang pemerannya adalah orang-orang Indonesia.

Di sini pemerintah dituntut untuk bersikap aktif tidak masa bodoh melihat perkembangan kehidupan masyarakat Indonesia. Menghimbau dan kalau perlu melarang berbagai sepak terjang masyarakat yang berperilaku tidak semestinya. Misalnya ketika Presiden Susilo Bambang Yudoyono menyarankan agar televisi tidak merayakan goyang erotis dengan puser atau perut kelihatan. Ternyata dampaknya cukup terasa, banyak televisi yang tidak menayangkan artis yang berpakaian minim.

E. Pengaruh Media Terhadap Budaya

1. Budaya Tradisional dan Lokal

Pengaruhnya yang terjadi di level nasional maupun daerah, kita dapat melihat dengan kasat mata apa yang terjadi di masyarakat kita, bagaimana media massa sangat berpengaruh terhadap kehidupan kita sehari-hari, kita meniru, mencontek entah itu suka atau tidak terhadap proses penyaluran informasi yang media massa berikan terhadap budaya kita.

Dahulu kita sangat bisa membedakan pakaian orang di desa atau dengan pakaian yang di gunakan oleh orang kota, tetapi semenjak informasi dan teknologi merambat kemana-mana kita tidak dapat membedakan yang mana orang yang betul-betul yang di desa dengan yang di kota. Kita tentu merasakan dampak positif maupun negatif dari pengaruh media terhadap kebudayaan tradisional dan budaya lokal kita, tetapi apapun yang telah terjadi entah pembauran antara kebudayaan baik yang di terima ataupun tidak kita harus menyikapinya dengan bijaksana.

2. Budaya Global dan Budaya Pop

Budaya kontemporer, secara singkat dapat dipahami sebagai budaya kekinian, atau apa yang terjadi pada pemikiran dan apa yang diwujudkan oleh manusia (kebendaan) saat ini. Untuk lebih memahaminya, maka kita harus melihat perjalanan budaya itu sendiri yang tidak terlepas dari konsep jaman, yaitu tradisional, modern dan post modern. Tiap manusia yang hidup pada masa tersebut memiliki cara pandang, pemikiran, nilai, maupun hasil ciptaannya berupa benda yang berbeda-beda. Budaya kontemporer sendiri memiliki kedekatan dengan konsep posmodern, namun bukan berarti konsep-konsep yang terbentuk pada era tradisional dan modern telah hilang. Di banyak tempat, kedua konsep jaman tersebut pun juga masih hidup dan

bertahan. Ada pula yang hilang, ada juga yang bersinergi dengan konsep jaman yang lain.

Di samping hal-hal mengenai kemajuan sains dan teknologi, budaya kontemporer, seperti saya katakan di atas, dekat dengan konsep *post modern*, yang ciri-cirinya: (1) Semakin lentur dan kaburnya eksistensi suatu makna, konsep, nilai yang dianut sebelumnya; (2) *Pluralitas*, hal ini dekat dengan ciri pertama. Pluralitas dapat dipahami sebagai reaksi atas konsep dikotomi yang dibawa oleh modernisme. Pluralitas merupakan penghargaan akan keberagaman, serta upaya aktif di dalamnya untuk mengembangkan dialog serta sikap toleransi. Di sini, beberapa hal baru, yang sebelumnya mungkin dianggap sebagai sesuatu yang tabu, menjadi diterima, dan; (3) Perayaan gaya hidup. Hal ini dekat dengan konsep pluralitas dan eklektik.

Berbeda dengan konsep modern yang cenderung dikotomis dan kaku, kontemporer lebih 'cair', terbuka, dan eklektis, dalam pengertian, pada konsep modern, apabila kita ingin menjadi orang modern, maka kita harus tampil beda dengan orang yang 'tidak modern'. Di era kontemporer, hal tersebut menjadi kabur. Seseorang bisa bergaya seperti orang yang tidak modern misalnya meminjam *style* retro, 80-an, sebagai ekspresi dirinya, dan hal tersebut diterima oleh masyarakat sebagai sesuatu yang berbeda, dan seringkali pula diikuti oleh orang lain (akhirnya menjadi populer). Begitu juga dengan berbagai gaya hidup yang lain, yang meskipun penampakkannya dapat dikatakan berada pada titik ekstrim dan tabu menurut budaya tertentu.

Kata "budaya populer" merupakan penggabungan dari dua kata, yaitu kata "Budaya", dan "Populer". Sementara kata budaya dapat diartikan segala sesuatu untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis. Rumusan ini merupakan rumusan budaya yang paling mudah dipahami, dengan mengaitkan tentang perkembangan budaya Eropa Barat dengan merujuk pada faktor-faktor intelektual, spiritual, estetis, seperti pernyataan para filsuf besar, seniman, dan budayawan terutama pada masa pasca era industrialisasi. Kata lain juga bisa berfungsi sebagai pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu.

Pernyataan ini menegaskan bahwa kebudayaan adalah pandangan hidup seseorang dalam melaksanakan kehidupan bermasyarakat, dimana pegangan hidup sebagai faktor pengendalian, bisa berwujud pada aturan-aturan tertentu yang diyakini dan disepakati bersama pada suatu masyarakat

sebagai pedoman hidup yang terikat oleh aturan-aturan ritual tertentu. Sedangkan kata "populer", Williams memberikan "empat makna yang mengandung; (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendah; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri". Dari dua pengertian kata di atas, maka terdapat suatu pengertian hasil penggabungan kata keduanya, hingga melahirkan definisi baru dan makna baru bernama "Budaya Populer".

Istilah Budaya Populer dapat juga diterjemahkan dengan pengertian suatu aktifitas atau praktik-praktik sosial yang bisa menyenangkan orang dan disukai oleh banyak orang. Dalam perspektif kaca mata industri budaya, budaya populer juga dinilai sebagai produk kapitalisme yang bersifat massal dan dikelola terus menerus oleh jejaring media di mana jarak jangkauannya hampir tak terbatas dan bahkan bisa menembus batas wilayah suatu negara. Dalam menjalankan fungsi industrinya, institusi industri media perlu melakukan penerapan strategi khusus untuk menjaring massa, guna menjalankan ideologinya" dalam upayanya bertahan hidup, seperti halnya, bisnis lain, media menciptakan beberapa kegiatan yang diperkirakan disukai, dan sekaligus dibutuhkan, masyarakat sebanyak-banyaknya".

Dalam kenyataannya media telah memfasilitasi atas tumbuh subur dan berkembangnya budaya populer di tengah masyarakat. Beredarnya majalah-majalah yang ada di masyarakat kita, telah memuat keaneka-ragaman artikel tentang pola hidup dari bangsa-bangsa barat termasuk memuat foto-foto model pakain dan pernik-pernik penunjang gaya hidup ala kebarat-baratan mulai dari tas, kalung, sepatu, jam tangan, serta benda lainnya yang dapat mengundang perilaku para remaja kita cenderung untuk mengikutinya.

Para produsen produkpun menyebarkan perangkap melalui iklan media; cetak maupun elektronik dengan gambar dan teks yang telah direkonstruksi, sehingga membuat target sasaran yang diincar semakin ketagihan dibuatnya. Pada saat yang bersamaan, produsen dan industri media menciptakan ajang pentas kaum remaja putri untuk memperebutkan penobatan "Putri Indonesia", hingga para remaja putri dari seluruh tanah air, berlomba-lomba mengikutinya. Kesuksesan ini membuat produsen-produsen lain ikut latah, mereka dengan ideologi dan kekuasaannya telah menciptakan putri yang mengangkat produknya sebagai upaya dalam menciptakan pencitraan brandnya, hingga muncul "Putri Sabun Lux", "Putri Sabun GIV",

“Putri Martha Tilar”, “Putri Sunslit” dan tidak menutup kemungkinan lahir lagi “Putri-Putri” Remason, Kecap, sambal dan alat penggorengan.

Di sisi kaum priaupun tak mau ketinggalan, diciptakanlah ajang untuk mereka misalnya “Pria Idaman”, “Pria Kekar”, “Pria Langsing”, “Pria Kribo” dimasa datang mungkin ada “Pria-Pria” Jangkung, cebol, nyentrik, kusam dan dekil. Produk apapun yang dilahirkan oleh industri media, merupakan suatu penciptaan yang bertujuan untuk menyenangkan masyarakat, meskipun produk tersebut tidak memerlukan daya nalar tinggi, hanya semata-mata pencarian popularitas yang mudah dipahami dan ditiru secara instan oleh berbagai kalangan serta hanya pencarian sensasi belaka. Bukan tidak mungkin di balik kedok-kedok semua itu, terselip propaganda atau penyusupan ideologinya pada setiap produk yang di sebarluaskan kepada masyarakat luas, hingga masyarakat yang menjadi targetnya terbius dalam bujukan dan rayuan hingga terjat dalam jebakan ideologinya.

F. Penutup

Dunia sekarang ini sedang menuju ke sebuah dunia yang sangat modern dengan segala ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih dan pada akhirnya manusia akan hidup dengan lebih simpel karena semua peralatan manusia yang canggih tersebut. Manusia akan hidup tanpa bersusah payah seperti jaman dahulu. Kehidupan modern yang berawal dari Barat akan terus mengakar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Sehingga terjadi kebudayaan baru, seperti asimilasi dan akulturasi. Kemudian kebudayaan yang telah ada seperti kebudayaan tradisional akan tergeser bahkan akan hilang terganti oleh kebudayaan baru modern. Orang-orang akan lebih mengandalkan kebudayaan baru dan meninggalkan kebudayaan tradisional karena dianggap kebudayaan itu adalah kebudayaan yang kuno dan pantas di tinggalkan.

Kebudayaan yang terus berkembang dari masa tradisional hingga masa Pop (Global) menjadi cerminan bagi kita ada banyak hal yang berubah kalau kita tidak melestarikan setiap budaya kita sendiri, sehingga dia tidak tergerus zaman dan dapat di pahami dengan benar pada generasi kita yang akan datang. Tugas ini adalah tugas kita bersama dalam menjaga dan melestarikan setiap budaya yang telah menjadi bagian dari hidup kita sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Said Aqil Siroj, *Islam Sumber Inspirasi Budaya Nusantara*, Jakarta: LTN NU, 2014
- John W. Berry, *Acculturation: Living Succesfully in Two Culture dalam International Journal of Intercultural Relation*, Ontorio, Canada: Queens University, 2005.
- Zainul Fuad, *Diskursus Pluralisme Agama*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2007.
- Andreas Halim, *Kamus Lengkap Praktis Inggris–Indonesia*, Surabaya: Fajar Mulia, 1993.
- Hartono. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- Muhammad Arifin Ismail, Sikap Pesantren dalam Menghadapi Paham Pluralisme Agama, *Makalah*, pada Seminar Internasional “Islamic Education And Leadership, di Lhokseumawe, 2011.
- Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2006.
- YY Kim, Mass Media And Acculturation: Development of an Interactive Theory, *Makalah*, pada konferensi tahunan the Eastern Communication Association, Philadelphia, Pennsylvania, 1979.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- , *Gatra-gatra Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- , *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: LkiS, 2002.
- Morisan, dkk. *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010
- Rulliyanti Puspowardhani, *Komunikasi Antar Budaya dalam Perkawinan Campur Jawa – Cina di Surakarta*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2008.

- Thomas Santoso, *Teori-teori Kekerasan*, Jakarta: Ghalia Indonesia-Universitas Kristen Petra, 2002.
- Riyadi Suprpto, *Interaksionisme Simbolik*, Jogjakarta: Aveeroes – Pustaka Pelajar, 2002.
- Tarmizi Taher, *Menjadi Muslim Moderat*, Jakarta: Hikmah/Publika, 2004.
- Robert B. Taylor, *Cultural Ways, A Consice Introduction to Cultural Anthropology*, Illnoi: Waveland Press, Inc, 1988.

Media Tradisional Aceh Dalam Perspektif Komunikasi Islam

Rahmadianawati

Staf KUA Kec. Seuneuddon Aceh Utara
rahmadianawati@yahoo.com

Abstract: *Acehnese people is known as a religious community. Islamic religion plays an important role in directing the behavior of everyday society. This is reflected in the traditional art that developed in the life of the people of Aceh. This paper seeks to examine the elements of Islamic found in traditional media Aceh. In this case a form of dance or art speech because this art is a broadcast media propaganda in Islam of Kesulthanan Ocean Pasai to various regions in the archipelago even to Southeast Asia. This exploratory study used a qualitative approach. The study found that the traditional art of Aceh in line with the rules and guidelines laid down by Islam. Other Islamic spirit reflected in the art of Aceh in the form of the art of motion and sound art is all art is always accompanied with a poem that contains the elements and values of propaganda.*

Keyword: *Traditional Media, Communication Islam.*

A. Pendahuluan

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dan setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya.¹

Dalam perspektif komunikasi, setiap media memiliki daya kedekatan (*intimacy*) yang berbeda. Dalam sebuah penelitian komunikasi, ditemukan bahwa koran (salah satu media baca) ternyata memiliki daya kedekatan melebihi radio. Komunikasi interpersonal (ngobrol misalnya) dalam banyak hal juga memiliki daya kedekatan yang lebih besar bila dibanding dengan proses penyampaian pesan melalui surat. Kenyataan seperti ini lebih tampak lagi pada masyarakat tradisional yang masih mengandalkan kepuasan komunikasinya pada media tatap muka. Kejadian-kejadian atau peristiwa-peristiwa kehidupan yang disampaikan melalui radio ataupun televisi juga tidak akan memperoleh efek yang lebih besar bila dibanding dengan komunikasi tatap muka melalui obrolan-obrolan ringan di antara sesama anggota

¹Asep Saeful Muhtadi, *Filsafat Komunikasi*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 200

suatu komunitas.² Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang lebih baik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti, sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.³ Setiap media, baik media tradisional, media modern, media massa maupun media nir massa memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula. Oleh karena itu posisi media sangat penting, baik dilihat dari aspek subjek (pelaku/komunikator) maupun proses penyebaran informasi serta efek yang diharapkan.

Mengingat luasnya pembahasan media, maka penulis hanya membahas tentang media tradisional yang berkembang di Aceh. Dalam hal ini adalah seni tradisional yang dijadikan sebagai media dakwah dalam penyiaran Islam di Aceh.

B. Pengertian Operasional

1. Media Tradisional Aceh

Kata media tradisional berasal dari medium dan tradisional, kata "medium" berasal dari bahasa latin yang menunjukkan adanya berbagai sarana atau saluran yang diterapkan untuk mengkomunikasikan ide, gambaran, perasaan dan yang pada pokoknya semua sarana aktivitas mental manusia, kata "tradisional" berarti sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun.⁴ Sedangkan kata Aceh adalah: suku bangsa di Provinsi Aceh; bahasa yang dituturkan oleh suku bangsa Aceh.⁵ Ber-

²Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), h. 37

³Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 17

⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1483

⁵*Ibid.*, h. 6

dasarkan pengertian tersebut, maka media tradisional Aceh adalah sarana atau saluran yang diterapkan masyarakat Aceh untuk mengkomunikasikan ide, gambaran, perasaan dan aktivitas mental manusia yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan di Aceh.

2. Komunikasi Islam

Kata komunikasi, secara etimologis atau menurut asal katanya berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* yang berarti sama. Sedangkan secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.⁶ Jadi komunikasi adalah sebuah proses memberi dan menerima informasi sampai pada pemahaman makna, sehingga komunikasi sebagai arus informasi dan penyampaian emosi yang berada dalam lapisan masyarakat baik secara vertikal maupun horizontal yang berarti pula merupakan perhubungan atau persambungan wahana atau sarana-sarana, sehingga melalui komunikasi individu atau kelompok dapat menyampaikan perasaan, pikiran dan kehendak kepada individu dan kelompok lainnya.⁷

Kata Islam berasal dari bahasa Arab, berarti berserah diri kepada Allah. Akar kata Islam adalah S-L-M, yang diucapkan *silm*, berarti damai: terbuhul dari kata *aslama* mengandung arti telah menyerah, yakni berserah diri Allah. Islam adalah agama yang membawa kedamaian bagi umat manusia, selama mereka berserah diri kepada Tuhan, dan pasrah atas kehendak-Nya.⁸ Berdasarkan pengertian di atas, maka komunikasi Islam yang dimaksudkan disini adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu dan sesuai dengan kaedah dan tuntunan al-Qur'ān dan Ḥadīth.

C. Kajian *Cultural Norms Theory*

Sebagai teori keempat yang diketengahkan oleh Melvin L. DeFleur, pada hakikatnya merupakan anggapan yang mendasar bahwa melalui penyajian yang selektif dan penekanan pada tema tertentu, media massa

⁶Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 3-4

⁷Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Leadership: Membangun Superleadership Melalui Kecerdasan Spiritual*, Ed. I, Cet. I, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), h. 424

⁸Khurshid Ahmad dkk, *Islam: Sifat, Prinsip Dasar Dan Jalan Menuju Kebenaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), h. 3

menciptakan kesan-kesan pada khalayak bahwa norma-norma budaya yang sama mengenai topik-topik tertentu dibentuk dengan cara-cara yang khusus. Sehubungan dengan itu, ada tiga cara dimana media massa secara potensial mempengaruhi norma-norma dan batas-batas situasi perorangan:

1. Pesan komunikasi bisa memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce existing patterns*) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.
2. Media massa bisa menciptakan keyakinan baru (*create new shared convictions*) mengenai topik, dengan topik mana khalayak kurang berpengalaman sebelumnya.
3. Media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada (*change existing norms*) dan karenanya mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang satu menjadi tingkah laku yang lain.⁹

D. Media Tradisional dalam Masyarakat Aceh

Media tradisional dikenal juga sebagai media rakyat. Dalam pengertian yang lebih sempit, media ini sering juga disebut sebagai kesenian rakyat. Dalam hubungan ini Coseteng dan Nemenzo mendefinisikan media tradisional sebagai bentuk-bentuk verbal, gerakan, lisan dan visual yang dikenal atau diakrabi rakyat, diterima oleh mereka, dan diperdengarkan atau dipertunjukkan oleh dan/atau untuk mereka dengan maksud menghibur, memaklumkan, menjelaskan, mengajar, dan mendidik.

Nurudin mengatakan bahwa membicarakan media tradisional tidak bisa dipisahkan dari seni tradisional, yakni suatu bentuk kesenian yang digali dari cerita-cerita rakyat dengan memakai media tradisional. Media tradisional sering disebut sebagai bentuk folklor. Bentuk-bentuk folklor tersebut antara lain: cerita prosa rakyat (mite, legenda, dongeng), ungkapan rakyat (peribahasa, pemeo, pepatah), puisi rakyat, nyanyian rakyat, teater rakyat, gerak isyarat, alat pengingat (mengirim sirih berarti meminang), dan alat bunyi-bunyian (kentongan, gong, bedug dan lain-lain).

Aceh merupakan wilayah yang menyimpan berbagai khazanah keislaman tua di nusantara. Eksistensi Islam dan perkembangannya bukan hanya sebagai sebuah ajaran keagamaan yang dianut oleh masyarakatnya, tetapi Islam telah menjadi bagian terpenting dalam sistem kenegaraan dalam bentuk kerajaan Islam di Aceh. Ini menandakan bahwa Islamisasi yang berkem-

⁹Onong Uchjana Effendy, *Dinamika ...*, h. 31

bang di Aceh telah melintasi aspek sosial, budaya, politik dan sebagainya.

Salah satu wujud perkembangan Islamisasi nilai dalam aspek sosial budaya di Aceh adalah kesenian. Munculnya keragaman seni di Aceh juga didasari oleh praktek-praktek ajaran agama Islam yang dibawa para ulama Aceh dalam bentuk amalan sufi. Praktek amalan-amalan sufistik dalam bentuk tarekat inilah yang berkembang menjadi olah gerak anggota tubuh yang dibarengi dengan syair-syair yang mengandung pujian kepada Allah. Dari sekian banyak kesenian tersebut, seni tari merupakan seni yang paling menonjol dalam menampilkan unsur-unsur keislaman dalam gerak dan syair-syair yang mengiringinya.

Dalam perkembangannya, seni tari di Aceh bukan hanya diilhami oleh praktek ajaran-ajaran tarekat dalam tradisi sufistik di Aceh saja, tetapi juga berasal dari inspirasi cerita-cerita rakyat, modernisasi gerak tari dan pembangunan Aceh.

Adapun seni tradisional yang dijadikan sebagai media dakwah di Aceh, di antaranya:

1. Seudati

Tari seudati merupakan salah satu tarian populer dalam masyarakat Aceh dan kini juga sudah mulai dikenal oleh masyarakat dunia. Dari namanya, terlihat jelas pengaruh agama Islam di dalam tarian ini. Dalam bahasa Aceh, *Seudati* berarti tarian yang ditarikan oleh delapan orang dan setiap penari dalam tari *Seudati* mempunyai jabatan dengan istilah sendiri.¹⁰ *Seudati* berasal dari komunitas tarekat yang dibangkitkan oleh Syekh tarekat Saman. Karena itu, tari *Seudati* dalam bahasa Aceh juga dinamakan dengan “*meusamman*”. Perkataan *seudati* sendiri berasal dari bahasa tarekat *yā sādātī*, yang artinya “wahai tuan guru”.¹¹

Pendapat yang lain menuliskan bahwa *seudati* berasal dari bahasa Arab *shahādatāyn* yang bermakna dua kalimat syahadat dalam Islam, karena tarian ini memang mengajak orang-orang yang menyaksikan seni tari tersebut untuk masuk ke dalam Islam dengan terlebih dahulu mengucapkan dua kalimat syahadat atau *shahādatāyn* yang kemudian dengan logat Aceh

¹⁰Syeikh (pimpinan), 2. *Apet* (wakil), 3. *Apet bak* (anggota ahli), 4. *Apet sak* (anggota ahli), 5. *Apet uneun* (anggota biasa), 6. *Apet wie* (anggota biasa), 7. *Apet wie abeh* (anggota biasa) dan 8. *Apet unuen abeh* (anggota biasa).

¹¹Aboe Bakar Atjeh, *Aceh dan Sejarah Kebudayaan Sastra*, (Semarang: Ramadan, 1970), h. 11

diucapkan *Seudati*.¹² Makna dalam tarian *Seudati* tidak terlepas dari pengaruh nilai-nilai ajaran Islam dari proses pembentukannya hingga tampil di depan publik, karena memang *Seudati* dihadirkan sebagai instrumen atau media dakwah oleh penciptanya. Tarian ini juga dipengaruhi oleh keadaan politik dan sosial yang sedang berlangsung di masyarakat Aceh. Pengaruh politik dalam tarian tersebut dapat ditemukan dalam strategi perang yang dinamis dan strategis, seperti perubahan formasi gerakan tarian dan sistim komando dalam memberikan perintah kepada anggota tari sehingga memberikan pesan-pesan tersendiri.¹³

Pada mulanya tarian *seudati* diketahui sebagai tarian pesisir yang disebut *rato*h atau *rato*ih, yang artinya menceritakan, diperagakan untuk mengawali permainan sabung ayam, atau diperagakan untuk bersuka ria ketika musim panen tiba pada malam bulan purnama. Dalam *rato*h, dapat diceritakan berbagai hal, dari kisah sedih, gembira, nasehat, sampai pada kisah-kisah yang membangkitkan semangat. Ulama yang mengembangkan agama Islam di Aceh umumnya berasal dari negeri Arab. Karena itu, istilah-istilah yang dipakai dalam *seudati* umumnya berasal dari bahasa Arab, di antaranya istilah *Syeh* yang berarti pemimpin, *Saman* yang berarti delapan, dan *Syair* yang berarti nyayian. Salah satu ciri tarian *Seudati* adalah dapat dipertandingkan antara dua kelompok yang dimainkan berganti-ganti untuk dinilai pihak mana yang lebih unggul. Ini merupakan faktor pendorong bagi kampung-kampung untuk menghidupkan kesenian ini ditempatnya.

Organisasinya sangat sederhana, yaitu diketahui oleh seorang “*ABU SAMAN*” atau *Peutua*. Sedangkan pimpinan permainan dipimpin oleh seorang *Syeh*. Seni tari *Seudati* tidak hanya dipahami sebagai media untuk ekspresi rasa keindahan suatu masyarakat, namun seni tari *Seudati* ini mampu menjadi media edukasi sufistik untuk mengembangkan nilai socio-religius dalam membangun simbol dan identitas dari masyarakat Aceh. Seni tari *Seudati* telah berkontribusi dalam membantu gerakan dakwah dalam mentransformasi nilai *socio-religious* kepada masyarakat di Aceh. Pada tari *seudati* tidak ditemukan alat musik pengiring gerak tarian tetapi hanya mengikuti bantuan *syair* yang dibacakan oleh *Syeikh*, pembantu *syekh*,

¹²Tim Peneliti, *Dimensi-Dimensi Dakwah dalam Seni Tarian Aceh*, (Lhokseumawe: STAIN Malikussaleh, 2005), h. 13.

¹³*Ibid.*, h. 12.

apeetwie, apeet bak, dan aneuk syahi. Semua syair tersebut selalu diawali dengan puji-pujian kepada Allah, shalawat kepada Rasulullah serta di atas semua itu dimulai dengan ucapan assalamualaikum dalam bentuk syair. Tari seudati dibagi ke dalam beberapa babak dan setiap babak diulangi lagi dengan syair-syair pujian. Babak pertama, diawali dengan saleum (salam) perkenalan yang diucapkan oleh aneuk syahi saja, yaitu:

*Assalamu 'alaikum Lon tamong lam seung,
Lon jak bri saleum keu bang syekh teuku...*

Salam pertama ini dibalas oleh Syeikh dengan langgam (nada) yang berbeda:

*Kru seumangat lon tamong lam seung,
Lon jak bri saleum ke jamee teuku...*

Syair di atas diulangi oleh kedua apeet wie dan apeet bak. Kemudian dilanjutkan dengan syair yang berisi pujian kepada Allah:

*Salu'ala Muhammadin
Salu'ala mufarsalin
Sahar nabi sahar Nabi
Sahar nabi wamursalin
Allah ya Allah.*

Secara umum syair kesenian tradisional Aceh mengandung beberapa pesan yang akan diwakilkan untuk penikmat dan pembacanya. Intisari dari pesan-pesan dimaksud bersumber kepada al-Qur'ān dan Ḥadīth Nabi Saw. yang dimaknakan dengan bahasa sederhana, sehingga masyarakat awam sekalipun mengerti. Beberapa lirik yang mengandung pesan-pesan agama dan budaya masyarakat Aceh yang sering dijumpai dalam seudati adalah:

*Beudeuh rakan rayeuk ubeut
Tajak beut tajak sikula
Bedeuh rakan rayeuk ubeut
Tajak beut tajak sikula
Manyang sikula caroeng bak tabeut
Meubaroe ek jeut ta bangun bangsa
Manyang sikula caroeng bak tabeut
Meubaroe ek jeut ta bangun bangsa.*

Syair di atas adalah pesan yang diambil dari al-Qur'ān yaitu perintah agar umat manusia menuntut ilmu. Selain itu juga disebutkan dalam hadist-

hadist Nabi Muhammad Saw. hanya saja bahasa yang dipergunakan yang berbeda, lebih sederhana, mudah dipahami dan memiliki syarat-syarat pengungkapan dan penulisan lirik dalam ilmu seni. Dalam pendekatan budaya, ini adalah tamsil orang Aceh yang menginginkan agar mereka gemar dalam menuntut ilmu. Maka segala cara dilakukan agar anak cucunya dapat menuntut ilmu agama sebagai bekal dalam menjalani kehidupan kelak. Selain lirik ini juga banyak kita jumpai lirik-lirik yang menyangkut shalat, puasa, haji, zakat, nikah dan sebagainya. Kekuatan lirik tersebut diharapkan dapat menggugah budaya orang Aceh agar memahami pesan-pesan agama dalam kehidupan.

2. *Rapa'i Geleng*

Rapa'i adalah salah satu alat tabuh seni yang berkembang di seluruh Aceh, khususnya di pesisir. *Rapa'i* (alat musik pukul) terbagi beberapa jenis permainan, seperti; *Rapa'i Daboh*, *Rapa'i Pasee*, *Rapa'i Pulot*, *Rapa'i Lagee/Macam*, *Rapa'i Geurimpeng*, dan *Rapa'i Geleng*. Menurut penuturan orang dari masa ke masa, nama *Rapa'i* diadopsi dari nama orang pertama yang mengembangkan alat musik pukul ini Syeikh Rifa'i. Syair yang dibawakan tergantung pada Syahi (pembawa syair). Syair-syair itu banyak dan terus berkembang mengikuti dinamika perkembangan zaman, namun tetap pada fungsinya, yaitu sosialisasi dakwah dan sudah berkembang ke politik juga. *Rapa'i Geleng* ini sudah berkembang di Aceh Selatan dan Aceh Barat Daya, namun tidak diketahui siapa pengembangnya. Seni *Rapa'i Geleng* juga menyertakan gerakan tarian yang melambangkan sikap keseragaman dalam kerjasama, kebersamaan, dan kekompakan dalam lingkungan kehidupan masyarakat.

Tarian ini mengekspresikan dinamisasi masyarakat dalam syair (lagu-lagu) yang dinyanyikan, kostum dan gerak dasar dari unsur (tari *meuseukat*). Fungsi dari tarian ini adalah sosialisasi keagamaan, menanamkan nilai moral dan menumbuhkan karakter masyarakat, serta menginterpretasikan kehidupan sosial masyarakat. *Rapa'i Geleng* pertama kali dikembangkan tahun 1965 di Pesisir Barat Selatan. Saat itu, tari *Rapa'i Geleng* dipertunjukkan ketika mengisi jeda waktu *murid* atau santri yang jenuh usai belajar ilmu pengetahuan baik dunia maupun akhirat. Lalu, tarian ini dijadikan media sosialisasi dakwah karena dapat membuat daya tarik dari penikmat seni. Penari dalam pertunjukan ini biasanya berjumlah 12 orang laki-laki

yang sudah terlatih. Syair yang dibawakan adalah sosialisasi bagaimana kehidupan bermasyarakat yang beragama, memiliki solidaritas dan kreativitas yang dijunjung tinggi.

Pertunjukan seni tari *Rapa'i Geleng* ada 3 (tiga) bagian, yaitu:

- 1) *Saleum* (Salam)
- 2) *Kisah* (kisah rasul/nabi, raja, dan ritual keagamaan)
- 3) *Lanie* (penutup)

Dalam *Rapai'i Geleng*, pesan perlawanan dalam Tari Aceh seperti: “*Alhamdulillah pujo keu tuhan nyang peujeut alam langet ngon donya teuma seulaweut ateuh janjongan panghulee alam rasul ambiya* (Segala Puji kepada Tuhan yang telah menciptakan langit dan dunia selawat dan salam kepada junjungan penghulu alam Rasūl Ambiya). Selanjutnya “*Nanggroe Aceh nyo Tempat Loun lahee bak ujong pantee pulo Sumatera, dilee barokon lam jaro kaphe...jino hana lee aman sentosa...* (Daerah Aceh ini tempat kelahiranku, di ujung pantai pulau Sumatera, dulu berada di tangan penjajah; kini telah aman dan sentosa).

Pada dasarnya, ritme gerak pada tarian *Rapa'i Geleng* hanya terdiri dalam empat tingkatan, yaitu; lambat, cepat, sangat cepat dan diam. Keempat tingkatan gerak tersebut merupakan miniatur karakteristik masyarakat yang mendiami posisi paling ujung pulau Sumatera, berisikan pesan-pesan pola perlawanan terhadap segala bentuk penyerangan pada eksistensi kehidupan Agama, politik, sosial dan budaya mereka. Pada gerakan lambat, ritme gerakan tarian *Rapa'i Geleng* tersebut coba memberi pesan semua tindakan yang diambil mesti diawali dengan proses pemikiran yang matang, penyamaan persepsi dan kesadaran terhadap persoalan yang akan timbul di depan sebagai akibat dari keputusan yang diambil merupakan sesuatu yang harus dipertimbangkan dengan seksama.

Permintaan maaf dan permak-luman terhadap sebuah kesalahan adalah sesuatu yang mesti di berikan bagi siapa saja yang melakukan kesalahan. Pesan dari gerak beritme lambat itu juga biasanya diiringi dengan syair-syair tertentu yang dianalogikan dalam bentuk-bentuk tertentu. Sebagai contoh bisa tergambar dari nukilan syair dari salah satu bagian tarian: *Meunyo kahana raseuki, nyang bak bibi roh u lua. Bek susah sare bek seudeh hatee, tapikee laen ta mita* (Kalau sudah tak ada rezeki, yang sudah di bibir pun jatuh ke luar...janganlah susah, janganlah bersedih hati,

mari kita pikirkan yang lain untuk dicari).

Kata “*raseuki*” yang bermakna “*rezeki*” dalam syair di atas, merupakan simbol dari peruntungan. Bagi masyarakat Aceh, orang yang melakukan perbuatan baik kepada mereka disimbolkan sebagai suatu keberuntungan. Simbol sebaliknya, ketika orang melakukan perbuatan jahat, maka diartikann ketidakberuntungan nasib, dan ketidakberuntungan itu harus diterima dan dimaafkan. Gerakan beritme “cepat” adalah gerak kedua, sesaat pesan yang terkandung dalam gerakan beritme lambat namun sarat makna usai dituturkan. Pada gerakan ini, pesan yang disampaikan adalah pesan “sikap” ketika perbuatan jahat, yang disimbolkan sebagai ketakberuntungan nasib, kembali dilakukan oleh orang atau institusi yang sama. Penyikapan tersebut bisa dilakukan dalam bentuk apapun, tapi masih sebatas protes keras belaka. Seperti bunyi syair berikut: *Hai laot sa, ie laot umbak meualoun kapai dieik-troun meulumba-lumba. Hai bacut teuek, salah bukon salah loun, salah mulapoun awai bak gata* (Hai laut yang berombak yang mengayunkan kapal naik dan turun berlomba-lomba. Hai sedikit lagi, kesalahan bukan salahku, engkaulah yang mengawalinya).

Gerakan beritme “cepat” ini tak lama, kemudian disusul dengan gerakan dengan ritme “sangat cepat” yang mengisyaratkan *chaos* menjadi pilihan dalam pola perlawanan tingkat ketiga. Sebuah perlawanan di saat protes keras tak dipedulikan. Tetabuhan *rapa’i* pada gerakan ritme “sangat cepat” ini pun seakan menjadi tetabuhan yang menghentak keras, menghantam seluruh jiwa, membalut kekuatan syair menjadi pesan yang mewajibkan perlawanan dalam bentuk apapun ketika harkat dan martabat bangsa telah diinjak-injak.

Gerakan dengan ritme “cepat” pada tarian *Rapa’i Geleng* ini bisa menjadi contoh sederetan syair, seperti; “*doda idi hai doda idang geulayang blang ka putoh talo beureujang rayeuk banta sidang jak tulong prang musoh nanggro*” (*doda idi hai doda idang...layangan sawah telah putus talinya cepatlah besar wahai ananda pergilah, perangi musuh negeri*). Pada titiknya, semua gerakan tadi berhenti, termasuk seluruh nyanyian syair. Ini merupakan gerakan akhir dari tarian. Gerakan diam merupakan gerakan yang melambangkan ketegasan, habisnya semua proses interaksi.

3. Saman

Tari saman merupakan tarian yang diciptakan oleh seorang ulama

yang berdomisili di wilayah dataran tinggi Aceh, di tanah Gayo, pada abad ke XIV Masehi. Nama Saman yang dilekatkan pada tarian ini merupakan nama ulama yang menciptakan gerak tari ini, yaitu seorang ulama yang berasal dari Gayo Kabupaten Aceh Tenggara.¹⁴ Awalnya, tarian ini hanyalah berupa permainan rakyat yang dinamakan Pok Ane. Namun, kemudian ditambahkan iringan syair-syair yang berisi puji-pujian kepada Allah Swt., serta diiringi pula oleh kombinasi tepukan-tepukan para penari. Saat itu, tari saman menjadi salah satu media dakwah. Tari saman hanya ditampilkan untuk even-even tertentu, khususnya pada saat merayakan Hari Ulang Tahun Nabi Besar Muhammad Saw. atau disebut peringatan Maulid Nabi Swt. Biasanya, tari saman ditampilkan di bawah kolong Meunasah (sejenis surau panggung). Namun seiring perkembangan zaman, tari Saman pun ikut berkembang hingga penggunaannya menjadi semakin sering dilakukan.

Kini, tari saman dapat digolongkan sebagai tari hiburan/pertunjukan, karena penampilan tari tidak terikat dengan waktu, peristiwa atau upacara tertentu. Tari Saman dapat ditampilkan pada setiap kesempatan yang bersifat keramaian dan kegembiraan, seperti pesta ulang tahun, pesta pernikahan, atau perayaan-perayaan lainnya. Untuk tempatnya, tari Saman biasa dilakukan di rumah, lapangan, dan ada juga yang menggunakan panggung.

Tari Saman biasanya ditampilkan dipandu oleh seorang pemimpin yang lazimnya disebut Syekh. Penari Saman dan Syekh harus bisa bekerja sama dengan baik agar tercipta gerakan yang kompak dan harmonis. Tari Saman dijadikan sebagai media dakwah. Sebelum Saman dimulai, tampil pemuka adat untuk mewakili masyarakat setempat. Pemuka adat memberikan nasehat-nasehat yang berguna kepada para pemain dan penonton. Syair-syair yang dilantunkan dalam tari Saman juga berisi petuah-petuah dan dakwah. Syair dalam tarian saman mempergunakan bahasa Gayo. Berikut contoh sepenggal syair dalam tari Saman: "*Reno tewa ni beras padi, manuk kedidi mulu menjadi rempulis bunge*". Artinya: "*Betapa indahnya padi di sawah dihembus angin yang lemah gemulai. Namun begitu, burung kedidi yang lebih dulu sebagai calon pengantin serta membawa nama yang harum.*"

Tari saman merupakan salah satu media untuk penyampaian pesan (dakwah). Tarian ini mencerminkan pendidikan, keagamaan, sopan santun,

¹⁴*Ibid.*, h. 40

kepahlawanan, kekompakan dan kebersamaan. Sebelum saman dimulai yaitu sebagai mukaddimah atau pembukaan, tampil seorang tua cerdik pandai atau pemuka adat untuk mewakili masyarakat setempat (keketar) atau nasihat-nasihat yang berguna kepada para pemain dan penonton. Lagu dan syair pengungkapannya secara bersama dan kontinu, pemainnya terdiri dari pria-pria yang masih muda-muda dengan memakai pakaian adat. Penyajian tarian tersebut dapat juga dipentaskan, dipertandingkan antara grup tamu dengan grup sepankalan (dua grup). Penilaian dititikberatkan pada kemampuan masing-masing grup dalam mengikuti gerak, tari dan lagu (syair) yang disajikan oleh pihak lawan.

Nyanyian para penari menambah kedinamisan dari tarian saman. Cara menyanyikan lagu-lagu dalam tari saman dibagi dalam lima macam:

- a. *Rengum*, yaitu auman yang diawali oleh pengangkat.
- b. *Dering*, yaitu regnum yang segera diikuti oleh semua penari.
- c. *Redet*, yaitu lagu singkat dengan suara pendek yang dinyanyikan oleh seorang penari pada bagian tengah tari.
- d. *Syek*, yaitu lagu yang dinyanyikan oleh seorang penari dengan suara panjang tinggi melengking, biasanya sebagai tanda perubahan gerak.
- e. *Saur*, yaitu lagu yang diulang bersama oleh seluruh penari setelah dinyanyikan oleh penari solo.

4. Dalail Khairat

Dalail khairat merupakan salah satu budaya Islami Aceh termasuk dalam seni tutur. Dalail Khairat adalah sebuah kitab yang berisi shalawat kepada Nabi Muhammad Saw., karena itu dengan membaca Dalail Khairat berarti telah membaca shalawat kepada Nabi kita Saw. Berikut teks yang diucapkan di akhir kegiatan:

*Subohlah nyata lahernya Nabi
sepotlah malam sempurna Nabi
tinggilah Rasul leubeh that manyang
peutunyok jalan dalilnya Nabi
geudong mulia pang ulhee nikmat
peutunyok ummat syariat Nabi
tinggilah bangsa leubeh martabat
dum Arab jak khadam Nabi
tundoklah kayee tutohlah batee
beukalah bulen isyarat Nabi
Jibril datang malam isra'*

*Tuhan hadharat yu hadir Nabi
capai mulia allah neu ampon
nibak awak phon keu ummat Nabi
Nabi Muhammad pang ulhee tanyo
mulia tanyo ijabah Nabi
(shallah hu 'ala Muhammad shallah hu 'alahi wa sallam)
ya Allah, di ateuh Nabi Muhammad
neutamah rahmat dan salam
di ateuh wareh mandum sahabat
seureta bandum ummat islam
neubi keh kamoe iman beu tetap dlm ibadat allah ya tuhan
neubi keh kamoe beuroh lam taat
neubi selamat iman lam badan
neubi beu matee kamoe lam rahmat
malam jumat bulen ramadhan
neubi jet ratep oh watee sekret
lam kubur beujet neubi jawaban
dengan beurekat nadham seulawet
beujroh i'tiket lam dinul islam
neubi beu lepah ka bak titi
beu sajan Nabi janjongan alam
neubi kamoe jep ie kulam Nabi
neubuka kunci pinto syuruga
syuruga lapan neubuka kunci
ke ummat Nabi yang tem sembahyang
dalam dalam syuruga na mon hayati
budiadari mano mano di dalam
ban di hayak ök sampo öh gaki
ban di kasyuk ie syam syum bam brum dram gendram.*

5. Rabbani Wahid

Tari Rabbani Wahid merupakan tari yang berasal dari pesisir Aceh yang dikembangkan pada tahun 1989 oleh T. M. Daud Gade di desa Sangso, Samalanga, Kabupaten Bireuen. Rabbani Wahid diartikan sebagai Allah sang rabbi yang satu dan menggambarkan identitas dari tari ini yang syair-syairnya berisikan puji-pujian kepada Allah dan Rasulullah, nasehat-nasehat dan cerita-cerita yang semuanya bertujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Syair yang dibacakan dalam tari Rabbani Wahid kebanyakan berasal dari Syeikh Muhammad Saman.¹⁵

¹⁵ Aslam Nur dkk, *Rabbani Wahid: Bentuk Seni Islam Di Aceh*, (Banda Aceh: Balai Pelestarian Nilai Budaya, 2012), h. 50

Meugrob secara bahasa berarti melompat adalah gerak zikir yang dilakukan oleh para laki-laki remaja dan dewasa yang gerakannya melompat-lompat secara bergandengan tangan sambil membaca *Allahu* dan *La Ilaaha Illallah*. Setiap grup Rabbani Wahid terdiri dari 10 orang penari dan dua orang Syeikh Radat yang membaca syair dalam setiap babak tari yang diperagakan. Para Syeikh Radat membaca syair salam yang berbunyi:

Assalamu 'alaikum Warahmatullah
Jaroe Dua Blah Ateuh Jeumala
Karena Saleum Nabi Kheun Sunat
Jaroe Tamumat Tanda Mulia
Mulia Wareh Ranup Lampuan
Mulia Rakan Mameh Suara
Alhamdulillah Allah Lon Pujo
Yang Po Alam Nyo Langet Ngon Donya
Ooh Lheuh Lon Pujo Sidroe Ilahi
Lheuh Nyan Ke Nabi Rasul Mustafa
U Wateuh Wareh Rakan Dan Sahabat
Seureta Umat Iseulam Dumna
Dengan Beureukat Mukjizat Nabi
Neubi Ya Rabbi Kamoe Seujahtera Beu Mangat Asoe Jaroe Ngen Gaki
Utak Bek Sangsi Hate Bek Ria

Puncak dari gerak *meugrob* dan Rabbani Wahid adalah jatuhnya para penari satu persatu ke lantai sebagai simbolisasi *muraqabah* kepada Allah yang dikenal dalam ajaran tarekat. Syair-syair Rabbani Wahid mengandung nilai pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi Muhammad Saw. Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa kesenian ini mengemban misi agama dalam mensosialisasikan dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat.

6. Tari *Rateeb Meuseukat*

Rateeb Meuseukat artinya adalah tarian berdoa atau memuji kepada Allah Yang Maha Esa. Tarian ini dilafalkan dalam bentuk *dikee* (zikir). "*Rateeb*" juga berarti sebagai doa dan pujian kepada Nabi Muhammad Saw. yang disebut juga selawat (*seulaweuet*). Sedangkan "*Meuseukat*" menurut sumber diambil dari kata "*Maskawaihi*" atau sebutan orang Aceh untuk Ibnu Maskawaihi seorang filsuf yang hidup di Baghdad, Irak yang digolongkan sebagai ulama besar oleh orang Aceh. Ibnu Maskawaihi hidup

pada masa kesenian sedang berkembang pesat di Jazirah Arab (Asia Barat). Pada saat itu, kesenian digunakan sebagai sosialisasi Islam sebagai media dakwah dalam mengajarkan ilmu tauhid, dan kerasulan Muhammad Saw.

Setelah Islam menyebar di Aceh, Teuku Muhammad Taib seorang ulama sekaligus penyiar agama Islam di kerajaan Kuta Batee, dan bangsawan di *gampong* Rumoh Baro (Meudang Ara Kecamatan Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya). Teuku Muhammad Taib sebelum memimpin pusat pendidikan di Rumoh Baro pernah belajar di Samudera Pasai dan tidak lama belajar di sana beliau meneruskan pendidikannya ke Baghdad Irak. Beliau berguru kepada Ibnu Maskawaih ilmu agama dan pendidikan seni Islam. Setelah beberapa lama di sana dan telah memahami seluk-beluk ilmu pengetahuan, beliau kembali ke kerajaan Kuta Batee (Blang Pidie), dan mulai mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperolehnya dan kemudian beliau ditugasi sebagai pimpinan pusat pendidikan di sana.

Ketika pusat pendidikannya bertambah maju dan semakin banyak *murid* atau santri yang datang ke sana untuk belajar kepada beliau yang dibantu oleh menantunya Teungku Idris, dan juga Teuku Ben Mahmud. *Murid* dari sekolah ini dikhususkan untuk anak-anak perempuan, remaja, dan dewasa serta para ibu-ibu. Mereka selain menerima pelajaran agama, bahasa Arab, juga pengetahuan mengenai kesenian yang selaras dengan tradisi yang Islami karena seni dianggap sebagai unsur sosialisasi dakwah agama untuk memperkokoh iman dan takwa kepada Sang Penciptanya.

Tari *Rateeb Meuseukat* pada awalnya dikhususkan dalam menyongsong hari kelahiran nabi (*haul* Nabi Muhammad Saw.) yang disebut “*Molod Pang Ulee*” atau “Maulid Nabi” sejak dari hari pertama bulan Rabiul Awal. Selawat dan pujian kepada Rasulullah Saw. yang dikumandangkan oleh para murid-murid yang dipimpin oleh seorang pemimpin yang melakukan gerakan-gerakan tangan ke dada, kepala yang digelengkan ke kanan dan ke kiri serta cara duduknya bersamaan dengan gerak dan laku dalam shalat. Selanjutnya dengan menyilangkan jari-jemari antarpeneri dengan gerakan sangat cepat. Selawat dengan cara seperti ini, lama-kelamaan mendapat sambutan dari masyarakat dan selanjutnya mendapat pengayaan dalam bentuk digerakan-gerakannya sehingga menjadi keterpaduan dalam seni tari saat itu.

Pada masa itu, kesenian *Rateeb Meuseukat* hanya dapat ditonton dan dipertontonkan oleh kaum perempuan saja, dan tidak diperbolehkan untuk dipertontonkan kepada kaum laki-laki. Apabila ada penyambutan bulan “Maulid Nabi” ini selesai diadakan di pusat pendidikan ini, baru selanjutnya boleh dilakukan di tempat lain di sekitar daerah tersebut. Namun, setelah akhirnya kolonial Belanda membuang pencetus *Rateeb Meuseukat*, yaitu; Teuku Muhammad Taib ke Demak, Jawa Tengah karena dianggap telah membangkitkan dan mengobarkan semangat perlawanan kepada Belanda. Baru setelah mengalami kebutaan di pengasingan, beliau dikembalikan lagi ke Rumoh Baro, Meudang Ara, Blangpidie hingga meninggal dunia di sini. Sedangkan Teuku Ben Mahmud pada awalnya dibuang ke Makassar, dan kemudian dikembalikan ke Blangpidie. Seterusnya beliau masih bergerak di bawah tanah melakukan perlawanan terhadap Belanda sehingga dibuang lagi ke Maluku. Sedangkan Teuku Idris yang sejak dibuang ke Maluku Utara di Ternate, beliau tidak mau kembali lagi ke Aceh Barat Daya hingga akhirnya wafat di tanah pengasingan.

Fungsi pertunjukkan seni ini adalah sebagai upacara/ritual menyambut kelahiran Nabi Muhammad Saw., media sosialisasi, pendidikan karakter, juga memperkuat semangat untuk mempertebal perjuangan membela agama, nusa, dan bangsa.

E. Penutup

Dari uraian di atas terlihat jelas bahwa agama Islam telah menjadi sumber inspirasi sistem kultural orang Aceh. Kesenian sebagai salah satu bagian penting dari sistem kebudayaan diartikulasikan oleh orang Aceh dalam bingkai ajaran Islam. Eksistensi kesenian tradisional Aceh sangat tergantung kepada bagaimana generasi tua dalam menyiapkan generasi penerus yang akan mengelola kesenian tradisional tersebut di kemudian hari. Dalam hal ini perlu diupayakan adaptasi dengan perubahan zaman, biasanya dengan melakukan modifikasi agar sesuai dengan tuntutan zaman. Inti terpenting dalam konteks perbincangan sistem kesenian Aceh adalah bahwa dalam semua tarian tradisional Aceh tidak ada pencampuran pemain antara laki-laki dengan perempuan.

Laki-laki mempunyai tarian sendiri dan perempuan mempunyai tariannya sendiri pula. Hal ini merupakan salah satu bukti bahwa sistem

kesenian Aceh sejalan dengan aturan yang digariskan oleh agama Islam. Semangat Islam lainnya yang terpantul dalam kesenian Aceh dalam wujud seni gerak dan seni suara adalah semua seni tersebut selalu diiringi dengan syair.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboe Bakar Atjeh, *Aceh dan Sejarah Kebudayaan Sastra*, Semarang: Ramadan, 1970.
- Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- , *Filsafat Komunikasi*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Aslam Nur, dkk., *Rabbani Wahid: Bentuk Seni Islam Di Aceh*, Banda Aceh: Balai Pelestarian Nilai Budaya, 2012.
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Khurshid Ahmad, dkk, *Islam: Sifat, Prinsip Dasar Dan Jalan Menuju Kebenaran*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Tim Peneliti, *Dimensi-Dimensi Dakwah dalam Seni Tarian Aceh*, Lhokseumawe: STAIN Malikussaleh, 2005.
- Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Leadership: Membangun Superleadership Melalui Kecerdasan Spiritual*, Ed. I, Cet. I. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Peran Media Sebagai Pembujuk, Membangun Popularitas, Investigator dan Hiburan

Junaidi

Dosen STAIN Tgk. Dirundeng Meulaboh
junaidimulieng.sipil@gmail.com

Abstract: *The complexity of the effects of mass media influence penetrated almost all aspects of life, not only in the world of politics, economics, law and education, mass media also able to regulate human life, from waking to sleep again. How not, the media set to be used Sampho brands, car brands should be purchased, and even how we should be acting as a political figure, investigate the perpetrators of crimes and presenting entertainments desired audiences. That is why, not only members of the media are itching will determine what information is delivered to their audience, but also the public relations officer (public relations) also chimed offer what ads would be submitted to the public media.*

Keyword: *The Role of the Media, Persuader, Popularity and Investigator*

A. Pendahuluan

Dalam perkembangannya, media massa bagi manusia sempat menumbuhkan perdebatan panjang tentang makna dan dampak media massa pada perkembangan masyarakat. Dalam perkembangan teori komunikasi massa, konsep masyarakat massa mendapat relasi kuat dengan produk budaya massa yang pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana proses komunikasi dalam konteks masyarakat massa membentuk dan dibentuk oleh budaya massa yang ada. Media massa berperan untuk membentuk keragaman budaya yang dihasilkan sebagai salah satu akibat pengaruh media terhadap sistem nilai, pikir dan tindakan manusia.

Sejak reformasi bergulir di Indonesia tahun 1998, kran demokratisasi di segala lini terbuka lebar. Tak terkecuali nafas kehidupan media massa mendapatkan angin segar setelah mengalami pergumulan panjang pada era sebelumnya. Media massa melalui tenda besar jurnalisme mendapatkan momentumnya untuk mengeksplorasi dirinya termasuk menjadi salah satu penyambung lidah rakyat dalam memperjuangkan tegaknya kebenaran. Melalui ketajaman penanya, media massa diharapkan menjadi anjing penjaga (*watchdog*) terhadap berbagai praksis sosial termasuk upaya pemberantasan korupsi. Sebagai pilar keempat demokrasi kontemporer,

media massa diharapkan terus dan makin bertaring dalam pemberantasan tindak pidana korupsi di negeri ini.

Kewajiban pertama jurnalisisme adalah kebenaran. Demikian tegas Bill Kovach dan Tom Rosentiel dalam bukunya yang terkenal “Sembilan Elemen Jurnalisme.” Kebenaran di sini tidak sekadar tidak berat sebelah (*fairness*), keseimbangan (*balance*), akurasi (*accurate*) dan verifikasi (*verification*) dalam pemberitaan atas fakta informasi di lapangan. Kebenaran juga mencakup komitmen terhadap warga (*citizen*). Derajatnya lebih tinggi dari sekadar egoisme profesionalitas. Loyalitas pertama jurnalisisme adalah kepada publik secara independensi. Bebas dari semua kewajiban kecuali kesetiaan terhadap kepentingan publik adalah vital.¹

B. Teori Fungsional

Pendekatan analisis fungsional ini menfokuskan perhatiannya pada fungsi dan disfungsi komunikasi massa bagi kehidupan anggota masyarakat. Baik secara individu, berkelompok, maupun masyarakat secara keseluruhan. Analisis fungsional artinya kajian mengenai fungsi sesuatu dalam hal ini adalah komunikasi massa.

Teori fungsional sudah berkembang sejak akhir abad ke-19. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Harold D. Laswell. Pandangan Lasswell (yang ia sebut dengan *functions*) mencakup pengawasan lingkungan, korelasi bagian-bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungan dan transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya.² Kemudian teori ini dikembangkan oleh Charles R. Wright sekitar 15 tahun kemudian, se-orang sosiolog yang konsen terhadap komunikasi massa. Analisis itu dikemukakannya dalam tulisannya berjudul *Functional Analysis and Mass Communication* pada tahun 1960. Dengan analisis tersebut Wright mengkaji fungsi-fungsi komunikasi massa dalam kehidupan perorangan anggota masyarakat (individual), kelompok (group), dan masyarakat secara keseluruhan (*society*), baik yang terlihat nyata (*manifest*) maupun yang tidak

¹Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya diketahui Wartawan dan Diharapkan Publik*, Edisi III, (Jakarta: Yayasan Pantau bekerja sama dengan Institut Studi Arus Informasi (ISAI) dan Kedutaan Besar Amerika Serikat, 2001), h. 15

²Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa – Analisis Interaktif Budaya Massa*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h. 40

kelihatan nyata namun berlangsung (*latent*).³

Fungsi-fungsi tersebut dikelompokkan menjadi: yang berfungsi sebagaimana seharusnya dan yang disfungsi yakni berfungsi tidak seperti semestinya. Harold Lasswell dan Charles Wright merupakan sebagian pakar yang dengan serius mempertimbangkan fungsi dan peran media massa dalam masyarakat. Para ahli berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian media massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

Bagaimana peliknya komunikasi massa, Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam bukunya *communication Theories, Origins, Methods, Uses*, mengatakan sebagai berikut: “Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoprasikan *tape recorder*, atau mencatat ketika wawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip pada program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik”⁴

Sedangkan menurut Joseph A. Defito dalam Onong Uchyana Effendy dalam bukunya, *Communicologi an Introduction to the study of communication*, mengatakan bahwa: “*Pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya sukar

³*Ibid*, h.42

⁴Werner J, Severin Tankard dan James W, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, Edisi Kelima, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 55

untuk didefinisikan; *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya; televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita”.

C. Pembahasan

1. Peran Media Sebagai Pembujuk

Dewasa ini, disetiap sudut kehidupan selalu ada bujukan membeli, yang halus maupun yang terang-terangan. Bahkan kolom tajuk rencana di koran-koran pun kadang disisipi dengan promosi atau iklan terselubung. Pononton sudah tidak lagi kaget jika ditengah-tengah acara nyanyian yang indah muncul iklan shampoo. Sekitar 50 persen halaman majalah juga bertabur iklan mulai dari iklan mobil, kulkas, sampho, deterjen, biskuit, obat-obatan, sebagainya. Bujukan-bujukan itu bersumber dari para pengiklan, spesialis humas, dan berbagai profesi lain yang semuanya menggunakan media massa untuk mencetak omset. Bujukan juga datang dari media sendiri, baik mengenai mutu medianya sendiri maupun produk sampingannya.⁵ Selain bidang pemasaran, bujukan lewat media massa juga sering dimanfaatkan orang-orang yang berkerja di bidang kehumasan atau *public relation*. Mereka memanfaatkan media untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat (khalayak) yang menjadi target lembaga tertentu.

Humas (PR) merupakan segala bentuk komunikasi berencana keluar dan ke dalam antara sebuah organisasi dengan masyarakat untuk tujuan memperoleh sasaran-sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian (*mutual understanding*).⁶ Pesan komunikasi humas ini biasanya disampaikan melalui berbagai media yang ada, massa maupun nirmassa. Bahkan lembaga-lembaga tertentu mengeluarkan media internal sendiri yang dikelola langsung oleh bagian humasnya.

Media humas adalah segala bentuk media masyarakat yang digunakan humas dalam pekerjaannya dengan tujuan publikasi yang luas agar produk atau jasa yang dihasilkan lembaga tertentu dikenal oleh masyarakat. Media humas bersifat lebih kepada publikasi dan komunikasi. Media komunikasi

⁵William L. Rivers, *Media Massa & Masyarakat Modern*, Pejn. Haris Munandar & Duby Priatna, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), h. 257

⁶Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 9

penting digunakan humas dalam kemitraannya dengan media pers (cetak atau elektronik). Dalam membangun hubungan dengan media, humas biasanya menyampaikan pesan-pesan komunikasinya melalui *press release* yang dikirim kepada media tertentu untuk dijadikan berita. News release ini biasanya mengandung nilai kelayakan berita. Bisa dalam bentuk artikel, foto, video dan rekaman suara.

Sebagai contoh, baru-baru ini raksasa teknologi Korea Selatan, Samsung merilis aplikasi Android yang ditujukan bagi anak-anak dengan autisme (gangguan perkembangan pada anak sehingga perilaku hubungan sosialnya terganggu). Aplikasi tersebut diberi nama *Look At Me*. Ketika aplikasi ini diluncurkan, Samsung menjelaskan berbagai macam kemudahan yang didapat oleh pengguna, sehingga masyarakat pecinta *smart phone* jenis Samsung akan mencobanya.

2. Peran Media Membangun Popularitas

Menguatnya peran media massa sebagai pembentuk opini publik semakin dimanfaatkan berbagai pihak untuk mengkonstruksi citra politik perorangan maupun lembaga. Persoalan pembentukan citra ini menjadi pembicaraan hangat di kalangan praktisi komunikasi politik. Entah itu sebagai pengamatan sosial budaya atau sebagai sebuah proyek untuk mendatangkan keuntungan pribadi. Penggunaan media massa sebagai saluran komunikasi, tentu merupakan pilihan utama bagi praktisi komunikasi politik untuk melanggengkan budaya “pop-mie” ini.

Jika kita melihat yang terjadi beberapa waktu lalu pada saat pemilihan presiden Indonesia tahun 2014, penggunaan media sebagai alat komunikasi politik sangat luar biasa. Iklan - iklan di televisi, radio, hingga media cetak memenuhi hari-hari masyarakat Indonesia menjelang pemilu. Variasi komunikasi politik yang muncul tahun 2014, telah berhasil membentuk opini publik tentang figur Joko Widodo sebagai sosok yang sederhana dan merakyat. Joko Widodo dengan segenap strategi komunikasi politiknya, hadir untuk menjawab kebutuhan rakyat Indonesia yang menginginkan pemimpin yang merakyat.

Subiakto mengatakan bahwa pembentukan citra politik bisa dilakukan dengan skenario sedemikian rupa, sehingga apa yang sampai di hadapan publik adalah citra olahan yang disesuaikan dengan ekspektasi publik. Hal ini menunjukkan bahwa begitu kuatnya peran komunikasi politik sebagai

pembentuk citra figur, sehingga menjadi seperti apa yang rakyat harapkan. Bahkan sebaliknya menjadi berbeda seperti dengan yang diharapkan rakyat.⁷

Meski begitu, sebaik apapun strategi komunikasi politik tidak akan bisa diimplementasikan dengan sukses tanpa pemilihan saluran yang tepat pula. Dalam hal ini, media sebagai penyedia informasi publik menjadi saluran paling dominan menjadi alat pembentuk citra. Media dengan kemampuannya untuk mengkonstruksi pesan, mampu menggiring opini masyarakat kepada suatu pemahaman yang telah diagendakan. Melalui asumsi *agenda setting* dalam buku *Communication of Innovations*, Everett M. Rogers menyebutkan bahwa media mempunyai kekuatan untuk membentuk *agenda setting* yang dipercaya mampu mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu tertentu.⁸

Konstruksi media yang begitu kuat membuat media menjadi ‘barang rebutan’ baik individu atau korporasi, khususnya di Indonesia. Inventasi di bidang media dianggap mampu memuluskan jalan menuju panggung politik. Lewat media, pesan bisa dikonstruksi dan dipaparkan kepada masyarakat secara terus-menerus. Paparan informasi yang masif dan kontinyu dipercaya akan mampu mengubah, memperkuat atau membelokkan persepsi publik, bergantung pada isu apa yang hendak diangkat.

Dalam praktiknya, pemanfaatan media massa untuk meningkatkan pencitraan atau popularitas tidak hanya terjadi diranah politik saja, tapi juga pada bidang lainnya. Seperti halnya dalam hal bisnis (barang dan jasa), pendidikan, selebritas dan lainnya. Namun dalam makalah ini, penulis hanya mengkaji bidang politik saja.

3. Peran Media Sebagai Investigator

Sejak tahun 2000-an istilah jurnalisme investigasi sebenarnya mulai populer di Indonesia. Banyak media atau wartawan menyatakan diri melakukan investigasi. Namun, istilah tersebut telah banyak digunakan secara salah kaprah untuk hal-hal yang sifatnya privat dan mestinya tidak perlu masuk ke ruang publik.

⁷Sasa D Sendjaja, *Prinsip Dasar Penyajian Informasi Media Massa* (Jakarta: PPs Universitas Indonesia Press, 2003), h. 15

⁸Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa – Analisis Interaktif Budaya Massa*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h. 124.

Tayangan infotainment di televisi sebagai salah satu contoh penempatan istilah jurnalisme investigasi yang tidak tepat, yang hanya cenderung mengendus kehidupan para selebriti dimana tidak memberikan dampak bagi perbaikan kehidupan publik. Akibat dari salah kaprah tersebut, istilah investigasi dalam dunia jurnalisme mengalami degradasi nilai. Padahal, pada tahun 1970-an istilah tersebut memiliki makna yang sangat terhormat. Saat itu, dua wartawan muda *Washington Post*, Bob Woodward & Carl Bernstein, berkat laporan investigasinya berhasil mengungkap skandal *Watergate* yang berakhir dengan mundurnya presiden Amerika Serikat (AS), Richard Nixon. Jurnalisme investigasi tidak sekadar melakukan peliputan dan membuat berita, namun lebih dari itu, juga melakukan analisis mendalam, membuat terobosan fakta progresif secara profesional atas kasus tertentu demi katarsis (pencerahan) publik.

Jurnalisme investigasi adalah metode dan produk tertinggi dari karya praktik jurnalisme sebagai tanggung jawab moral demi tegaknya kebenaran dan keadilan. Jurnalisme investigasi bukan hanya menyampaikan dugaan adanya persoalan pelanggaran, namun juga tindakan memproduksi pembuktian konklusif dan melaporkan secara jelas dan simpel. Meminjam istilah Melvin Mincer dalam *New Reporting and Writing*, ini adalah jenis pekerjaan berbahaya (*dangerous project*).⁹ Para wartawannya berhadapan dengan kesengajaan pihak-pihak yang tidak mau urusannya diselidiki, dinilai dan dilaporkan kepada masyarakat. Kehati-hatian sangat diperlukan untuk keselamatan jiwa.

Jurnalisme investigatif bukan jurnalisme omong-omong (*talking news*) sebagaimana yang terjadi pada sebagian media massa di Indonesia. News paper kemudian berubah rupa menjadi view paper, karena lebih banyak menyajikan persepsi, ketimbang memetakan realitas sosial. Seterusnya, fakta yang diberitakan adalah fakta yang telah terkonstruksikan dan bukan fakta suci sebagaimana sudah terjadi.¹⁰

Tujuan jurnalisme investigatif adalah memberi tahu kepada masyarakat adanya pihak-pihak yang berbohong dan menutup-nutupi kebenaran. Masyarakat diharapkan waspada terhadap pelanggaran-pelanggaran yang

⁹Septiawan K. Santana, *Jurnalisme Investigasi*. Cetakan Kedua (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), h. 98

¹⁰*Ibid*, h. 99

dilakukan berbagai pihak setelah mendapatkan bukti-bukti yang dilaporkan. Bukti-bukti itu ditemukan melalui pencarian dari berbagai sumber dan tipe informasi, penelaahan terhadap dokumen-dokumen signifikan dan pemahaman terhadap data-data statistik.¹¹ Praktik jurnalisme investigatif sangat cocok diterapkan di Indonesia, terutama dalam upaya pemberantasan korupsi. Laporan-laporan tentang dugaan korupsi tidak hanya dipublikasikan kepada publik, namun ditelusuri lebih mendalam berdasar fakta-fakta akurat yang digali di lapangan.

Penggalian fakta informasi dapat melalui dua sumber utama yaitu menginvestigasi dokumen-dokumen publik (*the paper trails*) dan invetsigasi terhadap subyek-subyek individu yang terkait dengan permasalahan (*people trails*). Karena termasuk kerja intelektual, jurnalisme investigasi memerlukan tim jurnalis tangguh, tajam analisis, pantang menyerah, konsisten dan tidak tergesa-gesa untuk memperoleh kebenaran demi publik atas “kabut asap” kasus yang sedang diinvestigasi.¹²

4. Peran Media Sebagai Hiburan

Fungsi hiburan adalah fungsi media untuk menghibur manusia. Manusia cenderung untuk melihat dan memahami peristiwa atau pengalaman manusia sebagai sebuah hiburan. Contohnya televisi. Media mengekspos budaya massa berupa seni dan musik pada berjuta-juta orang dan sebagian besar orang merasa senang karena bisa meningkatkan rasa dan pilihan publik dalam seni. Fungsi ini mencapai persentase 75 persen ada dalam acara televisi.

a. Daya Tarik Hiburan

Betapa besarnya daya tarik hiburan. Meskipun koran-koran kian informatif, tidak dapat disangkal bahwa koran terus mempertahankan artikel-artikel hiburannya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa kalangan pembaca pria menyukai artikel-artikel kemanusiaan, komik, ilustrasi dari pada artikel-artikel berita. Penelitian lain mengungkapkan bahwa yang membaca berita utama hanya separuh pembaca, namun yang menyimak komik mencapai dua pertiga pembaca. Sedangkan yang menikmati ilustrasi koran bahkan lebih banyak lagi. Dalam riset terhadap koran di California,

¹¹Septiawan K. Santana, *Jurnalisme Investigasi*. Cetakan Kedua (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), h. 100

¹²*Ibid*, h. 101

hanya 30 persen pembaca pria dan 18 persen pembaca wanita yang membaca berita-berita utama. Namun yang pembaca cerita ringan bersambung tentang pahlawan yang menyelamatkan para gadis dari bahasa, meliputi 60 persen pembaca pria dan 66 persen pembaca wanita. Bahkan sebelum 1895, ketika buku-buku *best sellers* mulai terbit secara sistematis, produk media yang paling digemari adalah produk hiburan seperti novel-novel khalayak Sir Walter Scott, James Fenimore Cooper, Charles Dickens, Alexander Dumas, Nathaniel Hawthorne dan para penulis terkenal lainnya. Industri film dan penyiaran sejak awal lebih dianggap sebagai media hiburan. Daya tarik hiburanlah yang membuat orang berbondong-bondong ke gedung bioskop atau menyimak acara televisi yang menghadirkan artis terkenal. Ini mereka lakukan untuk sejenak melepaskan diri dari rutinitas dan kesibukan, serta sejenak berkhayal.

Pada akhir 1960-an dan awal 1970-an, ketika film-film mulai sok serius dengan menyajikan kisah tentang masalah-masalah sosial, penonton bioskop merosot drastis. Film-film lenggendaris yang paling laris adalah film-film hiburan yang tidak memusingkan penontonnya.¹³ Televisi dan radio memang berpotensi menjadi media pendidikan, contohnya acara Dr. Harvey E. White di NBC-TV, sebuah siaran tentang pelajaran fisika yang ternyata sangat digemari. Namun secara umum, media siaran ini tetap memosisikan diri sebagai penghibur, dan memang memang untuk hiburan itulah jumlah televisi di Amerika lebih banyak daripada bak mandi.

Tentu saja hiburan tidak hanya membuahkan dampak positif, namun juga mengandung unsur negatif. Charlene Brown dari Universitas Stanford berkata:

Hiburan memang diperlukan setiap orang agar dapat rileks dan tahan menghadapi tekanan kehidupan modern. Namun banyak orang dalam berusaha santai acapkali tidak sadar bahwa dalam acara-acara hiburan bisa terkandung pesan atau pelajaran yang membahayakan. Misalnya saja, adegan-adegan konyol yang memperlihatkan kemalangan seseorang malah disuguhkan sebagai bahan tertawaan. Saya sendiri selalu merasa mencari hiburan setiap kali ke bioskop. Saya tidak ingin menyaksikan film-film yang hanya membuat saya sedih atau berlarut-larut memprihatinkan nasib dunia. Namun kenyataannya bioskop dan televisi

¹³William L. Rivers, *Media Massa & Masyarakat Modern: Pejn. Haris Munandar & Duby Priatna* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), h, 281

acapkali gagal menghibur saya. Apa yang mereka sajikan sebagai hiburan sering kali berupa tontonan yang tidak pantas. Jangan kita biarkan mereka memberi kesan jelek terhadap kata “hiburan”.¹⁴

b. Sulitnya Menyajikan Hiburan Bermutu

Fungsi hiburan dari media harus berkembang, karena tuntutan pasar, media berusaha menyajikan hiburan yang bisa memenuhi selera umum. Karenannya, mutu acara hiburan itu, bila diukur dari selera individual, hampir selalu terbatas. Namun media sendiri lebih menghendaki demikian, karena khalayak yang sekedar suka namun jumlahnya banyak jauh lebih menguntungkan daripada penggemar fanatik dalam jumlah kecil. Unsur-unsur seni dan pendidikan juga disesuaikan dengan selera massal tersebut.

Media pun terfokus pada selera massa untuk menjangkau konsumsi massa. Dalam sistem ekonomi massal, memang nyaris mustahil memuaskan selera individual. Dalam usahanya merangkul sebanyak mungkin pihak, nilai-nilai yang terkemas dalam produk hiburan cenderung dangkal. Media memang berusaha untuk tidak menonjolkan atau meremehkan nilai-nilai tertentu. Karena maunya serba netral, maka sangat sulit bagi kita untuk menemukan kedalaman nilai-nilai atau kejelasan pesan dalam setiap produk hiburan yang disajikan media.¹⁵ Karena, ukuran mutu hiburan bagi mereka adalah yang menyenangkan jutaan orang, bukan yang diacungi jempol oleh sedikit orang, meskipun mereka itu cendekiawan atau seniman.

D. Penutup

Dalam perkembangannya, media massa mempunyai pembaharuan fungsi-fungsinya. Karena teknologi sebagai sarana komunikasi massa terus mengalami penyempurnaan yang diimbangi dengan perkembangan otak manusia tentang suatu hal baru. Sehingga memicu kreativitas dalam penyebaran isi pesan kepada khalayak sesuai kebutuhan. Contohnya ketika koran bukan lagi diterbitkan dalam bentuk cetakan tapi juga koran online atau membentuk komunitas dan komunikasi virtual, seperti halnya kelompok internet di dunia maya. Internet dapat dipahami sebagai alat atau media umum yang bisa secara komplet memenuhi fungsi media massa “tua”.

¹⁴Ibid, h 282

¹⁵William L. Rivers, *Media Massa & Masyarakat Modern: pejn Haris Munandar & Doby Priatna* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), h, 283

Internet bisa menyempurnakan transaksi komersial, menyediakan dukungan sosial dan mengirim jasa pemerintahan.

Di tengah sengitnya persaingan memperebutkan uang pengiklan dan perhatian publik, media telah mengembangkan dan membagi sejumlah peran. Sebagai media informasi, radio dan televisi unggul dalam menyampaikan berita secara dini dan dilengkapi dengan ulasan penjelas. Kalau media siaran memberi perhatian pada suatu peristiwa, biasanya waktu dan perhatian untuk peristiwa lain berkurang. Celah inilah yang kemudian diisi oleh koran. Sering kali koran memberitakan banyak hal, sehingga kedalamannya pun terbatas. Celah ini kemudian diisi oleh majalah. Majalah acap kali sengaja meliput sesuatu yang diberikan media siaran secara lebih panjang lebar. Seseorang yang tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang sesuatu yang diberitakan di televisi akan mencarinya di majalah. Jika ia ingin lebih mendalaminya, ia akan mencari bukunya atau film dokumenternya. Hal ini juga menandakan bahwa peran media sebagai penafsir informasi sama pentingnya dengan perannya sebagai penyampai informasi.

Media tidak selamanya berbagi peran secara jelas dan adakalanya mereka tidak cuma melakukan sesuatu yang menjadi bidang keunggulannya. Media siaran maupun menyampaikan sesuatu informasi dengan cepat, namun ia tidak dapat menguraikan segala aspeknya secara lengkap dan mendalam. Koran cukup mendalam dalam mengulas suatu berita, namun ada kalanya ia mengabaikan berita atau aspek tertentu yang bagi sebagian orang lebih penting. Majalah, buku, film dokumenter dapat mengisi kekurangan ini. Namun faktanya, tiap media acapkali mencoba melakukan sesuatu yang sebenarnya tidak ia kuasai, bahkan terkadang dengan mengorbankan kelebihannya. Padahal tiap jenis media punya kelebihan sendiri dalam menyampaikan dan menafsirkan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Idi Subandy Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Bill dan Tom Rosenstiel Kovach, *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya diketahui Wartawan dan diharapkan Publik*, Ed. III. Jakarta: Yayasan Pantau - ISAI dan Kedubes AS, 2001.
- Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa – Analisis Interaktif Budaya Massa*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- William L. River, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2003.
- Jalaludin Rakhmat Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Septiawan Santana K, *Jurnalisme Investigasi*, Cet. II. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.
- Sasa. D Sendjaja, *Prinsip Dasar Penyajian Informasi Media Massa*, Jakarta: PPs Universitas Indonesia, 2003.
- James W dan Severin J. Werner Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Ed. V. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005.