

PENGARUH MEDIA TERHADAP BUDAYA YANG BERKEMBANG DI MASYARAKAT

Oleh Anggriani Alamsyah

Abstrak: *One of the earliest and best-known mass communication theorists is Harold Lasswell. This model outlines the basic elements of communication, the last element of which direct us to the entire outcome-research literature.*

Kata kunci: Budaya, media, komunikasi massa

Pendahuluan

Dari semua area riset komunikasi, studi-studi hasil adalah yang paling khusus, khususnya di Amerika Serikat. Sebuah pertanyaan yang penting menyangkut sejarah teori media adalah efek media pada masyarakat dan individu.

Fungsi Komunikasi Massa

Salah satu pakar teori komunikasi massa yang paling awal dan paling dikenal, adalah Harold Lasswell. Dalam artikel klasiknya ditahun 1948, dia menyajikan model komunikasi yang paling sering dikutip dan sederhana, yakni:

- Siapa
- Mengatakan apa
- Dalam saluran apa
- Kepada siapa
- Dengan efek apa

Model tersebut menyajikan elemen dasar dari komunikasi, terakhir yang mengarahkan kita kepada keseluruhan literature hasil riset.

Lasswell ,mengidentifikasi 3 fungsi dari komunikasi media. Ini menyediakan informasi tentang lingkungan, yang diistilahkannya pengawasan; menyajikan pilihan untuk menyelesaikan menaikan masalah, atau korelasi; dan pendidikan, atau transmisi. Charles Wright telah memperluas model Lasswell dengan mengembangkan 12 model kategori dan sebuah model Inventory Fungsional. Perhatikan bahwa Wright menambahkan fungsi ke-empat, hiburan, terhadap daftar Lasswell. Wright juga membedakan antara fungsi, atau hasil positif, dan disfungsi atau yang negatif.

Pandangan masyarakat tentang audiens yang dibicarakan di atas, dipengaruhi oleh voting studi pada tahun 1940 yang dilaksanakan oleh Lazarfeld dan koleganya di Elmira, New York. Peneliti secara tidak sengaja menemukan bahwa efek media dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal. Efek ini, yang pada akhirnya dikenal sebagai hipotesis arus dua langkah, mengejutkan, dan mempunyai dampak yang besar pada pemahaman kita tentang peran media massa. Studi ini adalah awal serangkaian riset tentang bagaimana informasi dan pengaruh didistribusikan dalam masyarakat. Lazarfeld berhipotesis bahwa arus informasi dari media massa kepada pemimpin opini tertentu dalam masyarakat, yang melewati informasi dengan berbicara dengan teman sepermainan. Dia menemukan bahwa pemilih nampaknya lebih dipengaruhi oleh teman mereka masuk, dan hipotesis ini telah menerima dukungan substansial.

Teori arus dua langkah disimpulkan oleh studi klasik Elihu Katz dan Paul Lazarfeld Pengaruh Personal. Peneliti ini menekankan bahwa individu dikenal sebagai pemimpin opini, menerima informasi dari media dan menyampaikannya pada teman sepermainan. Pemimpin opini ada dalam semua kelompok: pekerjaan, sosial, masyarakat, dan lain-lain. Individu-individu ini sulit dibedakan dari anggota lain dalam kelompok karena pemimpin opini bukanlah kebiasaan, tapi peran peran yang diambil beberapa individu dalam keadaan tertentu. Pemimpin opini berubah dari waktu ke waktu dan dari isu ke isu.

Pemimpin opini mungkin saja dua macam yang pendapat yang mempengaruhi satu topik, atau monomorfisme, dan pengaruhnya pada berbagai topik, atau polimorfisme. Monomorfisme menjadi dominan sebagai system, menjadi lebih modern: sebagaimana basis teknologi dari system menjadi lebih kompleks, divisi pekerja dan spesialisasi hasil peran, yang pada

akhirnya membawa kepada sekelompok pemimpin opini yang berbeda bagi isu yang berbeda.

Riset terbaru dari pada studi Lazarfeld telah memperlihatkan bahwa diseminasi ide bukanlah proses dua langkah yang sederhana. Model multi langkah lebih diterima secara umum. Model ini mirip dengan hipotesis dua langkah tapi mengakui adanya lebih banyak kemungkinan. Riset telah memperlihatkan bahwa sejumlah besar pemancar antara media dan penerima akhir, bervariasi. Dalam adopsi sebuah inovasi, contohnya, beberapa individu akan mendengar tentangnya langsung dari sumber-sumber media, dimana pada hal lainnya akan banyak langkah yang dihilangkan.

Difusi informasi adalah salah satu dari hasil yang paling signifikan dari komunikasi. Biasanya informasi yang didistribusikan meningkatkan adopsi inovasi. Difusi informasi terjadi ketika sebuah ide diedarkan dari titik asalnya ke seluruh area geografis atau dari orang per orang dalam area tertentu. Beberapa warga Amerika terkemuka dan peneliti asing dalam bidang seperti pertanian dan studi pedesaan, pembangunan nasional, dan komunikasi organisasional merupakan tanggung jawab serangkaian riset ini.

Teori difusi yang paling luas dan paling berorientasi komunikasi adalah Everett Rogers dan koleganya. Rogers menghubungkan diseminasi kepada proses perubahan sosial yang terdiri atas penemuan, difusi (atau komunikasi), dan konsekuensi-konsekuensi. Perubahan seperti itu dapat terjadi secara internal dari dalam kelompok atau secara eksternal melalui kontak dengan agen perubahan dari luar. Kontak mungkin terjadi secara spontan atau tidak disengaja, atau berasal dari perencanaan dari agen dari luar.

Difusi inovasi adalah proses yang memakan waktu, sejak beberapa tahun, mungkin memerlukan sebuah ide untuk disebar. Rogers mengatakan, kenyataannya, bahwa salah satu tujuan riset difusi adalah untuk menemukan alat untuk mempersingkat kelambatan ini. Sekali dibuat, sebuah inovasi akan mempunyai konsekuensi, fungsional atau disfungsional, langsung atau tidak langsung, Nampak atau laten. Agen perubahan, normalnya, mengharapkan dampak mereka fungsional, langsung, dan nampak, walaupun hasil positif ini tidak selalu terjadi. Walaupun saluran komunikasi massa mungkin memainkan peran dalam difusi, jaringan interpersonal adalah yang paling penting. Jaringan lebih dari sekedar ikatan informasi sederhana antara pemimpin opini dan pengikut, yang dinyatakan dalam model arus yang digambarkan di atas. Bagaimana individu memahami ide dan tingkat dimana

ide diterima dan dimodifikasi seberapa besar bergantung pada interaksi antar hubungan dalam jaringan. Interaksi itu penting, bagi difusi, Nampak sebagai produk beri dan terima, daripada sebuah transmisi informasi sederhana dari satu orang ke orang lainnya. Komunikasi dapat membawa kepada peningkatan makna yang dibagi, atau convergence. Adopsi, penolakan, modifikasi, atau kreasi inovasi, lalu, adalah produk dari proses convergen ini.

Difusi inovasi diilustrasikan oleh sebuah lembaga program keluarga berencana di Korea Selatan tahun 1968. Kelompok ibu dibuat dalam sekitar 12.000 desa sepanjang Korea yang bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang keluarga berencana. Secara keseluruhan, program tersebut berhasil, dan Korea mengalami penurunan angka kelahiran yang besar selama periode ini. Program ini dibuat atas ide bahwa saluran komunikasi interpersonal sangat penting untuk adopsi metode pengendalian kelahiran. Rogers dan koleganya dalam penelitian di tahun 1973 tentang kasus Korea dengan mewawancarai 1000 perempuan di 24 desa untuk mengumpulkan informasi tentang yang menjalankan perencanaan kelahiran.

Mereka menemukan bahwa kepala desa pada awalnya menerima informasi mereka tentang keluarga berencana dari media massa dan kunjungan pekerja KB, tapi jaring interpersonal menjadi paling penting dalam proses diseminasi-adopsi. Dua jaringan variable yang penting. Pertama adalah tingkat dimana pimpinan kelompok ibu-ibu dihubungkan dengan yang lainnya dalam jaringan desa. Variable kedua adalah sejumlah jaringan keluarga berencana dan jaringan desa umum yang saling melengkapi.

Adopsi pengendalian kelahiran terbesar terdapat pada desa dimana pemimpinnya berbicara kepada banyak orang secara personal dan wanita desanya membicarakan hal tersebut diantara mereka sendiri. Rogers menemukan bahwa orang-orang membeicarakan ide-ide dan demikianlah ccara perubahan terjadi. Dalam beberapa keadaan, kadang, orang tidak berbicara, dan sekarang kita melihat beberapa teori yang menjelaskannya.

Opini Publik dan Spiral Keheningan

Sebagaimana riset tentang keluarga berencana di Korea yang dibicarakan pada ilustrasi di atas, komunikasi sangat berhubungan dengan opini publik. Topik opini publik merupakan perhatian besar dalam ilmu politik, dimana konsep yang menyajikan opini, diekspresikan secara luas,

opini tentang hubungan publik, dan opini tentang publik umum sebagai kelompok daripada kelompok individu yang lebih kecil. Teori “Spiral Keheningan” dari Elisabeth Noelle-Neumann melanjutkan analisis ini dengan mendemonstrasikan bagaimana komunikasi interpersonal dan media, berjalan bersama dalam membangun opini publik.

Sebagai peneliti politik di Jerman Noelle-Neumann meneliti bahwa pandangan pemilihan tertentu nampaknya memperoleh lebih banyak pemain dari lainnya. Kadang orang tidak menyatakan opininya dari pada mengungkapkannya. Noelle-Neumann menamakannya spiral keheningan. Spiral keheningan terjadi ketika individu yang menganggap opininya populer, mereka akan mengekspresikannya, yang merasa bahwa opininya tidak populer, akan diam. Proses ini terjadi dalam spiral, sehingga satu sisi isu akan berakhir dengan banyak publikasi dan lainnya dengan sedikit publikasi.

Dalam kehidupan sehari-hari kita mengekspresikan opini kita dalam berbagai cara: kita membicarakannya, kita memakai tombol, kita menempelkan stiker pada bumper mobil kita. Menurut teori ini, orang-orang lebih cocok menggunakan hal ini ketika mereka merasa bahwa orang lain membagi opini mereka dan kurang cocok menggunakannya ketika merasa orang lain kurang memnyatakan opini mereka.

Tesis ini berbasis pada 2 premis. Pertama adalah orang tahu opini mana yang lazim, mana yang tidak. Ini dinamakan rasa pura-pura statistik, karena orang tidak segan untuk membuat tebakan ilmiah tentang opini publik dan membuat persentase populasi untuk mendukung atau menentang posisi tertentu. Asumsi kedua adalah orang menyesuaikan ekspresi opini mereka dengan persepsi ini.

Noelle-Neumann menyajikan banyak bukti riset untuk mendukung asumsi ini. Dalam pemilihan politik, misalnya, orang biasanya merasa cukup akurat akan opini umum tentang kandidat dan isu, dan mereka biasanya mengekspresikan pilihan mereka ketika orang lain mengungkapkannya.

Sebuah uji yang menarik tentang kecendrungan untuk tetap diam tentang posisi yang tidak populer adalah “uji kereta”. Disini, responden diminta mengimajinasikan bahwa mereka di atas gerbong kereta api dengan orang asing selama 5 jam dan memutuskan apakah mereka akan berdiskusi topik-topik tertentu dengan orang ini. Responden diberitahu untuk membayangkan bahwa orang lain orang lain mengutarakan opini mereka tentang sebuah subyek, dan ditanyakan apakah mereka akan membicarakannya

dengan orang ini untuk lebih mengetahui sudut pandangnya, atau lebih ingin diam. Topik mulai dari tentang anak-anak hingga konselor Jerman. Pewawancara menyajikan masalah ini kepada 3500 responden meliputi berbagai topik selama beberapa tahun. Kecendrungan yang berlebih-lebihan didiskusikan dengan bebas ketika sebuah topik disetujui secara mayoritas, tapi biarkan berlalu ketika orang tidak menyetujuinya secara mayoritas. Orang-orang nampaknya tidak mau “membuat gelombang.”

Tentu saja, faktor lain masuk sebagai bahan pertimbangan untuk membuat keputusan. Anak muda lebih ekspresif daripada orang yang lebih tua, individu yang terdidik akan lebih banyak berbicara daripada yang tidak berpendidikan; laki-laki biasanya lebih berkeinginan untuk mengungkapkan opini mereka daripada perempuan. Namun, spiral keheningan juga sebuah faktor, menurut riset ini, juga mempunyai kekuatan.

Spiral keheningan nampaknya disebabkan oleh ketakutan akan isolasi. Sebagaimana Noelle-Neumann mengungkapkannya “ untuk setuju dengan kumpulan adalah hal yang relative menyenangkan; tapi jika anda tidak dapat melakukannya, karena anda tidak ingin mengungkapkan secara publik pada apa yang dianggap keyakinan yang dinyatakan secara universal, anda setidaknya diam saja, sebagai pilihan kedua, sehingga orang lain dapat betah dengan anda.

Spiral keheningan bukanlah sekedar menginginkan berada sisi pemenang tapi sebuah usaha untuk menghindari isolasi dari salah satu kelompok sosial. Kritikan dari orang lain diketahui adalah kekuatan yang besar dalam mendiamkan seorang individu. Misalnya, perokok yang berulang kali mengadvokasi hak perokok memilih untuk diam dari pada menegemukakan pandangannya tentang subyek ini apabila hadir kelompok bukan perokok yang vokal.

Dalam beberapa kasus, ekspresi opini Nampak berada pada titik yang ekstrim: ban yang robek, dikotori atau poster yang dirobek, penolakan untuk membantu orang asing yang tersesat – pertanyaan dari pertanyaan ini adalah orang bisa tidak nyaman atau bahkan sangat berbahaya ketika iklim opini berjalan bertentangan dengan pandangan mereka. Ketika orang berusaha menghindari isolasi, mereka tidak merespon dengan hipersensitif terhadap hal-hal yang sepele; ini adalah isu yang eksistensial yang dapat melibatkan bahaya yang nyata.

Seseorang dengan mudah dapat melihat bagaimana spiral keheningan mempengaruhi opini publik. Opini publik telah didefinisikan dalam berbagai cara. Bagi Noelle-Neumann definisi operasional terbaik adalah: opini publik adalah sikap atau perilaku yang harus diungkapkan di depan publik jika seseorang tidak mengisolasi orang lain; dalam area kontroversi atau perubahan, opini publik adalah sikap-sikap yang dapat diungkapkan tanpa bahaya untuk diisolasi. Pernyataan yang berbeda, opini publik adalah pemahaman sebagai bagian dari masyarakat menyangkut beberapa pengaruh – atau pertanyaan bermuatan nilai yang harus dihormati oleh individu juga pemerintah, setidaknya dengan mengkompromikan dalam perilaku nyata mereka di bawah ancaman akan dikeluarkan atau kehilangan suara di masyarakat.

Tentu saja ada, pengecualian terhadap spiral keheningan. Ada orang yang tidak takut isolasi dan akan mengungkapkan opininya apapun konsekuensi, karakteristik inovator, agen-agen perubahan, dan perlopornya.

Ketika dipolring, individu biasanya menyatakan bahwa mereka merasa tidak berdaya menghadapi media. Dua macam pengalaman menonjolkan perasaan tak berdaya ini. Pertama adalah kesulitan mendapat publikasi karena suatu sebab atau sudut pandang. Kedua, dikambinghitamkan oleh media karena apa yang disebut oleh Noelle-Neumann fungsi menghukum ditiang gantungan oleh media. Dalam tiap kasus, individu merasa tak berdaya melawan media, membuat media sebagai bagian penting spiral keheningan. Media mempublikasikan opini mana yang lazim yang mana tidak.

Walaupun opini publik dibentuk baik oleh observasi personal dan media, individu menggabungkan keduanya dan mengkelirukannya tentang apa yang dipelajari melalui media, dengan apa yang dipelajari melalui saluran interpersonal. Kecendrungan ini benar, khususnya pada televisi, dimana banyak orang yang mempunyai hubungan personal:

Semakin lama seseorang mempelajari pertanyaan, semakin jelas bahwa mengukur efek media massa adalah sangat sulit. Efek ini tidak langsung menjadi hasil dari sebuah stimulus; efek-efek tersebut adalah sebagai batasan kumulatif, mengikuti prinsip bahwa air menetes secara konstan akan menipiskan bebatuan. Diskusi yang lebih jauh diantara orang-orang menyebarkan pesan media lebih jauh lagi, dan sebelum jauh, tidak ada perbedaan yang dapat dirasakan antara sudut penerimaan media dan poin yang jauh dari itu. Efek-efek media biasanya tidak disadari; orang tidak dapat menyediakan dan menghitung apa yang telah terjadi. Namun, mereka

menggabungkan persepsi langsung mereka dan persepsi yang tersaring melalui mata media menuju keseluruhan yang tak terbagi yang Nampak berasal dari pemikiran dan pengalaman mereka sendiri.

Kadang terjadi bahwa opini jurnalis berbeda dari publik umum, sehingga gambaran media bertentangan dengan ekspresi individu yang umum. Ketika ini terjadi, dua iklim opini muncul. Disini, dua versi realiti bekerja, yakni media dan publik. Noelle-Neumann menghubungkan kejadian ini dengan situasi yang tak biasa – menarik dan nampaknya aneh.

Spiral keheningan, kemudian, adalah fenomena yang melibatkan saluran komunikasi personal dan media. Media mempublikasikan opini publik, membuat bukti opini mana yang dominan. Individu-individu mengekspresikan opini mereka atau tidak, bergantung pada sudut pandang yang lebih dominan, media, pada akhirnya, cenderung untuk mengekspresikan opini dan spiral terus berlangsung.

Program teori lainnya yang berhubungan dengan hasil sosiokultural dari komunikasi massa adalah oleh George Gerbner dan koleganya. Peneliti ini percaya bahwa karena televisi adalah pengalaman umum terbesar yang dipunyai oleh hampir semua orang, televisi mempunyai efek cara bersama dalam melihat dunia: televisi adalah system penyampaian cerita yang terpusat. Dia merupakan bagian dan bingkisan kehidupan kita sehari-hari. Dramanya, iklan, berita, dan program lainnya membawa dunia yang relative koheren tentang gambaran maupun pesan kedalam setiap rumah. Televisi diolah dari masa pertumbuhan kecendrungan dan pilihan-pilihan yang biasanya diperoleh dari sumber utama lainnya. Melintasi rintangan sejarah literature dan mobilitas, televisi telah menjadi sumber sosialisasi umum yang utama dan informasi sehari-hari (kebanyakan dalam bentuk hiburan) dari populasi yang heterogen. Pola pengulangan produksi pesan dan gambar yang massal dari televisi, membentuk aliran lingkungan simbolik yang umum.

Gerbner menamakan efek ini *cultivasi* (pengolahan), sejak televisi dipercaya menjadi agen penyeragaman budaya.

Analisa *cultivasi* berhubungan dengan totalitas pola kumulatif yang dikomunikasikan oleh televisi selama periode *eksposure* daripada oleh isi tertentu atau efek spesifik. Dengan kata lain, ini bukanlah teori efek individual media, tapi lebih kepada membuat pernyataan tentang budaya sebagai keseluruhan. Hal tersebut tidaklah berhubungan dengan apa yang bisa dilakukan oleh sebuah strategi atau kampanye, tapi dengan dampak total

sejumlah strategi dan kampanye sepanjang waktu. Pembenaan total pada televisi, bukan tontonan yang selektif, adalah penting dalam kultivasi tentang cara mengetahui dan menggambarkan realita. Tentu saja, subkultur mungkin menahan nilai-nilai mereka yang tersebar, tapi pengesampingan umum dari penggambaran di televisi akan mengabaikan kelompok sosial individu dan subkultur, mempengaruhi seluruhnya.

Sebagaimana yang mungkin anda bayangkan, teori memprediksi perbedaan dalam realitas sosial dari pemirsa televisi berat sebagai kebalikan dari pemirsa ringan. Pemirsa berat akan percaya pada sebuah realitas yang konsisten diperlihatkan televisi, walaupun televisi sebenarnya tidak merefleksikan dunia yang sebenarnya. Riset Gerbner tentang waktu-waktu utama televisi, misalnya, memperlihatkan bahwa ada 3 pria pada setiap 1 perempuan pada televisi, ada sedikit bangsa Hispanik dan mereka yang berada pada tipe minoritas, hampir keseluruhannya karakter kelas menengah, dan sebanyak 3 kali penegak hukum dan pekerja kerah biru.

Salah satu aspek kultivasi yang paling menarik adalah “sindrom dunia kejahatan”. Walaupun kurang dari 1 persen dari populasi adalah korban kejahatan disetiap tahunnya, satu pelajaran yang diperoleh dari eksposure yang berat terhadap dunia televisi yang penuh dengan kekerasan adalah dalam dunia yang demikian kejam dan berbahaya, kebanyakan orang tidak bisa dipercaya dan kebanyakan orang berhati-hati bagi dirinya sendiri.

Nancy Signorielli melaporkan sebuah studi tentang sindrom dunia yang kejam, dimana kekerasan nampak dalam program televisi anak, dianalisa. Lebih dari 2000 program, termasuk 6000 karakter utama, selama waktu-waktu utama dan akhir pekan dari 1967 hingga 1985 dianalisa dengan hasil-hasil yang menarik. 71 persen program tayangan diwaktu utama dan 94 persen diakhir pekan termasuk mempertontonkan kekerasan. Program-program waktu utama rata-rata 5 tindakan kekerasan tiap-tiapnya, program akhir pekan rata-rata 6. Itu termasuk lebih dari 5 tindakan per jam selama waktu-waktu utama dan sekitar 20 per jam setiap minggu.

Sebagai bagian dari studi ini, orang disurvei pada 5 keadaan antara 1980 dan 1986 memandang pandangan mereka tentang pernyataan tentang mereka tentang dunia. Untuk mengukur perasaan ditinggalkan dan kesuraman, mereka ditanyai apakah mereka setuju dengan 3 pernyataan; (1) walaupun apa yang dikatakan orang; rata-rata laki-laki semakin buruk, bukan semakin baik, (2) agak sulit untuk membawa anak-anak kedalam dunia dengan cara pandang

yang melihat ke masa depan, (3) kebanyakan pekerja publik tidak tertarik pada masalah rata-rata orang.

Tambahan, mereka ditanyai 3 pertanyaan untuk mengukur perasaan tentang dunia yang kejam: (1) apakah anda akan mengatakan bahwa kebanyakan orang mencoba untuk menolong, atau mereka hanya menjaga diri mereka sendiri? (2) apakah anda pikir bahwa kebanyakan orang mencoba mengambil keuntungan dari anda jika mereka mempunyai kesempatan atau mereka mencoba untuk jujur (3) umumnya, apakah anda akan mengatakan bahwa kebanyakan orang dapat dipercaya, atau anda tidak dapat terlalu berhati-hati dalam berhubungan dengan orang? Penemuan mengindikasikan bahwa pemirsa berat cenderung melihat dunia sebagai dunia yang lebih suram dan lebih kejam dari pada yang dilihat pemirsa ringan, dan pemirsa berat cenderung untuk tidak mempercayai orang daripada pemirsa ringan.

Analisa kultivasi juga menemukan ada efek jatuhnya dari televisi terhadap keseluruhan budaya sehingga budaya menjadi seragam, atau diarahkan, melalui televisi. Televisi bukanlah kekuatan perubahan sebesar kekuatannya untuk stabilitas. 🍏

Daftar Rujukan

- Bittner, John R. *Mass Communication, An Introduction*, New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1986
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication*, California: Wadsworth Publishing Company, 1996.
- Longman: *Dictionary Of Contemporary English*, Edinburgh: Pearson Education Limited, 2001.
- Nuruddin. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Rachmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.