

Plus Minus Jurnalisme Multiplatform
Masriadi

Perilaku Komunikasi Etnis India Dalam Komunikasi Antar Budaya
Cut Alma Nurafiah

Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Model Komunikasi Pembelajaran
Pada Homeschooling Komunitas Kak Seto Wilayah Kota Medan
Natasia Simangunsong

Konstruksi Realitas Dalam Media Massa
Kamaruddin

Internalisasi Nilai-nilai Normatif Umat Islam Terhadap Praktik Korupsi
Pada Sektor Pelayanan Publik
Awaluddin Arifin

Industri Media Di Pakistan Dan India
Cindenia Puspasari Dan Nur Hidayah

Sistem Komunikasi Indonesia: analisis Peran Opinion Leader Di
Pedesaan
Ainol Mardhiah

A Nation Images Of China In The Media During Olympic Games In 2008
Dwi Fitri

Aplikasi Peran Public Relations Pt.pupuk Iskandar Muda Melalui Two
Ways Symmetric Communications
Putri Mauliza

KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA

Kamaruddin

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan memperoleh suatu pemahaman secara umum tentang proses konstruksi realitas dalam media massa baik media konvensional maupun new media. Pendekatan yang digunakan dan dianggap relevan adalah paradigma kritis dalam menganalisis media massa kekinian. Termasuk bagaimana realitas kehadiran Media dalam tataran praksis dan prakteknya yang senantiasa menyentuh aspek kemanusiaan. Meliputi aspek sosial, ekonomi, politik, ideologi, psikologi dan kebudayaan. Sehingga, media tidak bisa dipisahkan begitu saja dengan dimensi manusia. Termasuk dalam proses perkembangan kebudayaan manusia, media massa menjadi proses dan bidang ilmu komunikasi yang mempunyai tingkat pengaruh yang cukup signifikan bagi kehidupan manusia. Media Massa memainkan peranan penting bagi perubahan dan dinamika manusia. Seperti halnya komunikasi media massa juga berperan sebagai aliran darah yang mengalirkan pesan-pesan sosial, budaya, politik, ekonomi, pembangunan dan sebagainya. Metode kualitatif menjadi alat membedah kajian ini. Data kajian diperoleh dari kajian kepustakaan, observasi berperan serta, analisis realitas dan postrealitas media massa. Juga dilakukan wawancara mendalam dengan beberapa praktisi media, akademisi dan pengamat di Aceh. Temuan kajian ini diharapkan bermanfaat dalam melahirkan pemikiran kritis dan atau literacy media bagi siapa saja dalam mengkonsumsi media, sekaligus dapat memperkaya temuan praktis dan teoritis. Hasil kajian menunjukkan masih kuatnya peran media dalam mengkonstruksi realitas, sedangkan publik masih lemah dalam mewarnai realitas media.

Kata Kunci: Konstruksi Realitas, Media Massa, Paradigma kritis

Pendahuluan

Realitas kehadiran Media dalam tataran praksis dan prakteknya senantiasa menyentuh aspek kemanusiaan. Dapat meliputi aspek sosial, ekonomi, politik, ideologi, psikologi dan kebudayaan. Itulah sebabnya, media tidak bisa dipisahkan begitu saja dengan dimensi manusia. Dalam proses perkembangan kebudayaan manusia, media massa menjadi proses dan bidang ilmu komunikasi yang mempunyai tingkat pengaruh yang cukup signifikan bagi kehidupan manusia. Media Massa memainkan peranan penting bagi perubahan dan dinamika manusia. Seperti diketahui bahwa salah satu aktor penting dalam demokrasi modern adalah media massa. Dalam masyarakat yang mayoritas menggunakan media sebagai alat untuk mendapatkan informasi, *agenda setting* media berpengaruh kuat.

Masyarakat menentukan pilihan maupun keputusan politiknya berdasarkan informasi yang diperolehnya melalui media. Disadari atau tidak oleh para pengguna media, *agenda setting* media untuk bidang politik mengarahkan pemikiran dan sikap politik si-pengguna media tersebut (McCombs dan Shaw; 1991:17-26). Kondisi ini mengantar media massa sebagai sumber yang dominan tidak saja bagi individu tetapi juga bagi masyarakat dalam memperoleh gambaran dan citra realitas sosial. Asumsi ini didukung oleh berbagai teori tentang hubungan media dan khalayak diantaranya, *Stimulus-Respon*, *Agenda Setting*, *The Spiral of Silence*, *Cultivation* dan lain-lain. Teori-teori ini secara umum menjelaskan bahwa, apabila media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka ia akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Pada perspektif ini, media tidak menentukan *what to think*, tetapi *what to think about*.

Selain itu, banyak teori yang mencoba menjelaskan relasi antara realitas global termasuk kapitalisme dengan Media media, yang mempengaruhi isi media massa, baik dari perspektif Marxis ataupun non Marxist. Media cenderung dimonopoli oleh kapitalis, yang penanganannya dilaksanakan baik secara nasional maupun internasional untuk memenuhi kelas

tersebut. Para kapitalis melakukan hal tersebut untuk mengeksploitasi pekerja budaya dan konsumen secara material demi memperoleh keuntungan yang berlebihan. Pemikiran dasar teori inilah yang kemudian mendorong lahirnya teori-teori lain seperti Teori Ekonomi Politik, Teori Kritis, Teori Hegemoni Budaya, Pendekatan Sosial Budaya dan Pendekatan Fungsional Struktural.

Produk dari komunikasi massa salah satunya adalah berita. Berita hasil konstruksi media, yang disusun dalam benak manusia bukan merupakan peristiwa manusia. Berita bukan adalah peristiwa itu sendiri. Berita merupakan usaha rekonstruksi kerangka peristiwa yang terjadi. Berita dalam konteks komunikasi massa, lebih merupakan inti yang disesuaikan dengan kerangka acuan yang dipertimbangkan agar peristiwa itu memiliki makna bagi para pembacanya.

Berita dalam kapasitasnya sebagai pembentuk dan dinamisor pengolahan interpretasi atas peristiwa manusia, menjadi hal yang sangat penting dalam proses pembentukan konstruk sosial. Berita, tahap tertentu, sangat mempengaruhi manusia dalam menyusun pandangannya tentang dunia. Pandangan terhadap dunia adalah bingkai yang dibuat oleh manusia untuk menggambarkan tentang apa dan bagaimana dunia dipahami. Berbagai pengalaman hidup manusia dimaknai dalam frame tersebut. Tanpa adanya frame atau bingkai yang jelas, kejadian, peristiwa dan pengalaman manusia akan terlihat tidak teratur.

Konstruksi Realitas Konflik: Mencerminkan Netralitas Media

Diakui 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 dan obyektifitas media. Ketika media tidak mampu mengemas sebuah realitas secara obyektif, maka dianggap tidak independen. Barangkali independensi media massa bisa dimaknai sebagai sikap untuk tidak mengikutsertakan kecenderungan pribadi wartawan atau pengelola media dalam proses

memotret serta mengekspose sebuah pemberitaan. Sikap ini sebenarnya amat pribadi dan pasti hadir pada setiap benak manusia termasuk wartawan atau pengelola media. Netralitas media diterjemahkan sebagai sebuah kerja yang bebas kepentingan, netral sepenuhnya, obyektif serta melihat peristiwa secara makro. Sejatinya media yang bisa meraih kepercayaan publik adalah mereka yang mendedikasikan kerja profesionalismenya pada kepentingan publik. Itulah yang disebut independensi media. Secara teoritis sistem siaran publik tidaklah bebas, tetapi biasanya terdapat aturan pelindung penjamin adanya independensi kebijakan dan profesionalisme tertentu.

Pada jenjang organisasi media, kebebasan dinilai biasanya dinilai berdasarkan kadar kontrol yang dijalankan oleh para pemilik dan manager terhadap para komunikator, serta kontrol yang dikenakan oleh para komunikator itu sendiri terhadap para bawahannya (jurnalis, pengarang, seniman dll) dalam wadah organisasi yang seringkali bersifat birokratis dan hierarkis. Semua masalah utama berkaitan dengan kebebasan editorial dari para pemilik dan pelaksana kontrol, kebebasan jurnalistik internal, serta kebebasan kreatif. Semua pandangan menyangkut kebebasan media itu tidak memberi jaminan akan adanya iklim ideal yang tanpa tekanan apa-apa, tetapi dapat memberi harapan bahwa media akan mampu melakukan berbagai upaya aktif untuk menciptakan dan memelihara suasana independensi serta menolak kontrol eksternal yang dipaksakan atau konformitas dengan kelompok yang mementingkan diri sendiri.

Kebebasan dan independensi media harus diarahkan agar dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan khalayak media, bukannya sekedar untuk membebaskan media dan para pemiliknya dari kewajiban memenuhi harapan dan tuntutan masyarakat. Selain faktor internal media yang menentukan obyektifitas media juga faktor eksternal seperti pengaruh kekuasaan, ekonomi. Media cenderung tidak memanfaatkan kenetralannya untuk menentang hubungan kekuasaan 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.

Dalam kaitan ini Mc.Quil mengemukakan tiga hal; *pertama*, media melindungi atau memperbesar lingkup otonominya dalam kaitanya dengan sumber akhir kekuasaan politik dan ekonomi dengan mengembangkan sikap obyektif, terbuka, netral dan menyeimbangkan sehingga media menciptakan jarak dari kekuasaan tanpa menimbulkan konflik. *Kedua*, upaya, mengendalikan lingkungan pekerjaan dalam organisasi media dalam kadar tertentu menimbulkan kerutinan, standarisasi dan kehilangan kreatifitas. *Ketiga*, upaya membatasi atau mengelola tuntutan audiens menimbulkan upaya melepaskan diri dari publik. Padahal media tidak dapat terlepas dari publik.

Dedy N Hidayat, 2001 berpendapat, "media massa berfungsi memasok dan menyebarkan informasi yang diperlukan untuk penentuan sikap, dan memfasilitasi pembentukan opini publik dengan menempatkan dirinya sebagai wadah independen dimana isu-isu permasalahan umum bisa diperdebatkan". Sekali lagi, posisi media sebagai ruang dialog membutuhkan landasan filosofis independen dan landasan praktis netralitas yang perlu dijaganya.

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 sekadar "pemanis bibir" dari pembicaraan publik tentang media. Kemauan baik tersebut bisa diwujudkan dalam upaya memperbaiki kesejahteraan jurnalis, ketegasan lembaga terkait media dalam menegakkan aturan, disiplin dan kejujuran wartawan terjaga serta betul-betul teguh untuk tidak mengintervensi setiap pemberitaan, dengan memasukkan kecenderungan pribadi secara berlebihan.

Memang mengidealkan posisi media yang netral dan independen kadang terasa amat berat bahkan utopis, ketika kepentingan bisnis yang

berorientasi profit telah menjadi kekuatan yang sulit dielakkan. Namun begitu bisa dicari jalan kompromistik dengan tetap menjaga isi pemberitaan yang mendekati netral dan independen, namun tetap mampu mengemas ke dalam berita yang bernilai ekonomis tinggi. Mengenai kondisi dilematis sejumlah media di Indonesia yang di satu-sisi kepemilikannya dikuasai oleh para pemegang saham yang dekat dengan lingkaran partai politik, sedangkan di sisi lain mereka harus independensi hal ini juga dialami oleh sejumlah media di Amerika Serikat yang mempunyai banyak latar belakang. Sehingga antara independensi dan dependensi hanya dibatasi oleh garis yang sangat tipis.

Di satu sisi netralitas menjadi harga mati oleh pengelola media dan wartawannya, namun disisi lain ada dependensi atau mempertahankan kepentingan mereka. Jadi memang memerlukan kearifan dan kecerdasan dalam mengelola media jika berhadapan dengan situasi seperti itu. Dan disitulah seni mengelola media massa secara profesional, media tetap harus netral dan independen.

Dalam perkembangan muthakhirnya minimal media memiliki tiga kepentingan utama; kepentingan ekonomi (*economic interest*), kepentingan kekuasaan (*power interest*) dan kepentingan public. Kepentingan public inilah sebenarnya yang mendasar, dan media menjadi ruang public/*public sphere* yang obyektif. Ironinya *public sphere* malah sering terabaikan yang diakibatkan oleh kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan. Kuatnya kepentingan inilah sesungguhnya membuat media tidak obyektif/netral, jujur, adil dan terbuka. Yang pada akhirnya menimbulkan persoalan obyektivitas pengetahuan dan independensi media.

Yasraf Amir Pilliang dalam *post realitas* 2004, menyebutkan, kepentingan ekonomi dan kekuasaan akan menentukan apakah informasi yang disampaikan mengandung kebenaran (*truth*), atau kebenaran palsu (*psedo-truth*); menyampaikan obyektivitas atau subyektivitas; bersifat netral atau berpihak; merefresentasikan fakta atau memelintir fakta; menggambarkan realitas atau menyimulasi realitas. Masyarakat

umumnya berada diantara dua kepentingan utama media, yang menjadikan masyarakat mayoritas diam, tidak memiliki kekuatan/kekuasaan dalam membangun dan menentukan informasi milik mereka sendiri. Hegemoni dan politik media inilah yang mesti diseimbangkan dengan kepentingan publik, yang pada dasarnya pemilik informasi. Media berkewajiban untuk menyajikan liputan secara berimbang (*cover both side*), *check and recheck* serta *balancing reporting*. Harus diakui bahwa media memiliki kekuatan mulai dari proses pembedaan (*framing*), teknik pengemasan fakta, penggambaran fakta, pemilihan angle, penambahan atau pengurangan foto dan gambar serta lainnya.

Sebenarnya media massa punya potensi untuk jadi peredam, pencerahan atau pun pendorong dan memperdalam munculnya konflik. Media bisa memperjelas sekaligus mempertajam konflik atau sebaliknya. Mengaburkan dan mengeleminirnya. Media bisa merekonstruksi realitas, tapi juga bisa menghadirkan hiperrealitas atau realitas semu yang dapat membingungkan masyarakat. Sebagai contoh kaidah media "*big name big news, no name no news*", dalam paradigma wacana media. Karena diakui bahwa media dalam memberitakan sebuah realitas atau isu yang dapat mendatangkan konflik dalam masyarakat, yaitu sebagai *issue intensifier* dimana media berposisi memunculkan isu atau konflik dan mempertajamnya.

Dengan posisi sebagai intensifier, media mem-blow up realitas yang jadi isu sehingga seluruh dimensi isu menjadi transparan. Sebagai *conflict diminisher*, yakni media menenggelamkan suatu isu atau konflik. Secara sengaja media meniadakan isu tersebut, terutama bila menyangkut kepentingan media bersangkutan, bisa kepentingan ideologis atau pragmatis. Selain itu juga media dapat memposisikan diri sebagai *conflict resolution*, yaitu media menjadi mediator dan fasilitator dengan menampilkan isu dari berbagai perspektif serta mengarahkan para pihak pada penyelesaian dan berita yang seimbang. Yang sering terjadi adalah posisi media sebagai memunculkan isu/konflik dan

mempertajamnya sebagai *community* kepentingan. Pencampuradukan perekayaan antara kepalsuan dan realitas ini (*simulacra*) atau hiper-realitas mengakibatkan konflik tidak akan pernah selesai, tentu dalam wajah dan bentuk baru.

Memang media sulit menposisikan diri secara netral dan independen ketika mereka dihadapkan pada kondisi; kuatnya tarikan kepentingan ekonomi/bisnis, intervensi politik penguasa. Adanya hubungan yang tidak dapat dipisahkan antara praktisi media, pemilik modal/pelaku bisnis, pemerintah, dan masyarakat. Sehingga untuk menciptakan media yang netral-independen dan obyektif secara normatif tidak mungkin. Adanya situasi liputan di daerah konflik seperti Aceh, Ambon, Papua, Jakarta dan lain-lain posisi media sering tidak bisa obyektif/independen pasti ada kekuatan lain yang memaksa media untuk memihak. Demi 'nasionalisme' netralitas-independensi dan obyektifitas dapat diabaikan oleh media.

Mesti diakui juga bahwa konflik-konflik tersebut, tanpa media massa, akan hambar rasanya. Ia tidak akan memiliki legitimasi, bahkan hanya menjadi sebuah berita kecil tanpa arti, yang amat terbatas *skop* pendengarnya. Jangkauan liputan dan penyebaran yang melintas batas negara serta didukung kecanggihan teknologi dengan sumber daya yang profesional sebuah berita mampu menembus berbagai dimensi manusia dan dunia. Media juga mempertajam efek psikologisnya, jauh melebihi apa yang bisa dicapai oleh konflik itu sendiri. Disinilah media massa memainkan peran terbesarnya dalam *acceleration* sebuah topik menuju kesadaran, kepentingan dan intensitas masyarakat yang lebih tinggi dan lebih luas lagi. Konflik Aceh misalnya, yang sudah berlangsung lama juga dipengaruhi oleh pemberitaan media massa. Sehingga mendapat atensi dari luar negeri. Peran media dalam konflik makin terasa eksistensinya. Artinya jauh sebelum perang terjadi, perang itu secara simbolik telah hadir ditengah-tengah masyarakat. Di layar kaca, di koran-koran dan berbagai media lainnya.

Konstruksi media tentang konflik didominasi gambaran kekerasan, darah, kematian dan sebagainya. Sehingga dimensi-dimensi riil kehidupan masyarakat pun luput dari perhatian pemberitaan. Disinilah media kerap dituduh sebagai *conflict intensifier*. Dengan gaya penyajian yang hiperbolis, memprovokasi pihak yang bertikai untuk segera memulai peperangan. Media juga dituduh mengondisikan publik untuk menerima perang sebagai satu-satunya opsi yang realitas. Namun demikian, banyak aspek yang harus dikaji dari pemberitaan media tentang konflik. Media bagaimanapun adalah variabel determinan dalam sebuah realitas konflik. Pihak-pihak yang bertikai sangat berambisi untuk menggunakan media sebagai alat propaganda. Di sisi lain, publik sangat tergantung pada *eksposure* media untuk mengetahui perkembangan realitas konflik tersebut.

Dualisme peran media seperti ini, sering tidak bisa berjalan beriringan atau ada salah satu yang ditinggalkan. Kemudian adanya kenyataan seperti ini memaksa pihak-pihak yang punya power dan akses ke kekuasaan untuk memanfaatkan media bagi kepentingannya. Sehingga peran media selalu berkuat tentang mencoba memolopori penyelesaian sebuah konflik atau benturan kepentingan dan merangsang pihak-pihak yang memiliki basis permusuhan kultural untuk mengencangkan konflik mereka. Praktis akibat dua peran antagonik ini membuat media menerima tudingan-tudingan dan kritikan.

Disamping peran diatas, ada beberapa peran alternatif yang bisa dimainkan oleh media dalam meliput atas memediasi sebuah konflik. Antara lain, sebuah media hendaknya tidak memprovokasi peperangan, tetapi membawa angin perdamaian perdamaian. Kenyataan empiris dilapangan sangat berbenturan dan cenderung antagonik. Dalam konflik, media terjebak dalam alur berfikir pemerintah dan elite penguasa. Media cenderung mengkondisikan publik bahwa opsi militer adalah satu-satunya jalan untuk penyelesaian konflik saat itu. Yang terjadi kemudian, berita-berita dimedia diwarnai dengan adu kekuatan dari kedua belah

pihak untuk menaklukkan lawan-lawan mereka. Tergambar kemudian bahwa perang sudah duluan terjadi di media ketimbang fakta dilapangan.

Media menjadi saluran alternatif komunikasi yang menyejukkan dari kedua belah pihak, khususnya tentang adanya keinginan dan peluang untuk berdamai. Media bisa menjadi saluran alternatif untuk menyiarkan keinginan dari pihak-pihak yang bertikai apa yang menjadi keinginan mereka. Pihak media kemudian memberitakannya. Berita-berita yang dimuat dimedia harus menjadi sarana penyeru perdamaian. Berita-berita sebisa mungkin menghindari adanya pesan atau menjadi corong propaganda. Media perlu memposisikan diri sebagai mediator yang memediasi dua kelompok yang saling konfrontatif menjadi kompromis. Berita-berita yang dimuat dimedia tidak provokatif dan memancing kemarahan salah satu pihak bertikai. Tugas ini agaknya kurang dijalankan oleh media yang bertugas di daerah konflik. Umumnya mereka terjebak pada skenario pemerintah. Apalagi ada kebijakan khusus dari pemerintah yang meminta supaya media harus memiliki jiwa nasionalis dan patriotik. Yang terjadi kemudian, berita-berita dimedia lebih didominasi oleh talking news, minim hasil investigasi dan liputan langsung serta hanya cukup mengutip keterangan di media center. Mestinya hasil liputan media bisa menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang bertikai untuk menggunakan nurani kemanusiaan serta masukan untuk pemerintah agar menilai kembali kebijakan yang dikeluarkan.

Otokritik media terhadap pemerintah perlu terus diperbanyak sehingga pemerintah dapat berfikir rasional atas kebijakan yang dikeluarkannya. Persoalan mendasar yang kita temukan pada titik ini adalah sulitnya menemukan kedalaman dan keberagaman isi. Pemberitaan media tentang konflik begitu didominasi format *hardnews* atau *straightnews*. Sulit menemukan liputan yang komprehensif dan mendalam tentang konflik. Kompleksitas permasalahan kurang tergambarkan karena tidak dipotret dengan konsep investigatif atau indept reporting.

Disisi lain, media juga begitu tergantung pada pendapat kaum elit intelektual. Setiap konflik politik di negeri ini memang menjadi panggung bagi para intelektual untuk menjadi komentator politik. Demikian pula pada konflik daerah, setiap hari begitu banyak pakar atau intelektual dikutip media, tanpa dipertimbangkan benar sejauhmana kompetensi dan signifikansinya. Secara keseluruhan realitas media tentang konflik juga tereduksi menjadi realitas psikologis kaum elit. Kurang ada penghargaan terhadap suara-suara publik kebanyakan. Media tidak menunjukkan agenda untuk menerapkan *public journalism*. Padahal public journalism sesungguhnya menjadi jalan masuk untuk melakukan hal yang sangat esensial.

Kekuasaan media massa ternyata cukup besar. Ia mengkonstruksi realitas dalam teks berita berdasarkan pemahaman yang tidak pernah vakum dari kepentingan, keberpihakan, dan nilai-nilai. Khalayak pembaca dan pendengar dengan setia memahaminya tanpa reserve, seolah sebagai realitas yang senyatanya. Mereka digiring ke dalam *frame* atau bingkai yang dipasang oleh media. Mereka melihat realitas seperti realitas yang dipahami media. Sadar atau tidak, mereka telah terperangkap oleh pola konstruksi media. Agaknya sudah waktunya kita semua menyadari adanya perubahan paradigma pers, terutama berkaitan dengan peranannya di era demokrasi.

Ajaran Johan Galtung, yang diteruskan oleh Annabel McGoldryck dan Jake Lynch, ini menengarai bahwa pers tidak semata-mata Independent, melainkan interdependent (saling tergantung). Media tidak lagi hanya berperan sebagai pengamat (observer), tetapi juga peserta (participant) dalam proses perang atau perdamaian, dan media dapat memilih perannya. Pers juga tak lagi hanya sebagai anjing penggonggong (watch dog), tetapi agen yang memungkinkan (enabler). Namun, para pengelola media senantiasa berkilah bahwa media massa hanya memotret, melaporkan apa adanya, menyampaikan fakta. Padahal, ada begitu banyak fakta, begitu banyak angle atau sudut pandang, maka media pasti memilih. Bahwa media memiliki peran dalam memicu konflik, kekerasan,

dan diskriminasi; atau sebaliknya, menjadi embun penyejuk perdamaian, menyuarakan keadilan, mendorong demokrasi, menghapuskan kekerasan dan diskriminasi.

Berkaitan dengan realitas, Poloma, 1984, setidaknya ada tiga teori yang mempunyai pandangan yang berbeda, yaitu *teori fakta sosial*, *teori definisi sosial*, dan *teori konstruksi sosial*. Teori fakta sosial beranggapan bahwa tindakan dan persepsi manusia ditentukan oleh masyarakat dan lingkungan sosialnya. Norma, struktur, dan institusi sosial menentukan individu manusia dalam arti luas. Segala tindakan, pemikiran, penilaian, dan cara pandang terhadap apa saja (termasuk peristiwa yang dihadapi) tidak lepas dari struktur sosial. Ia adalah penyambung lidah atau corong stuktur sosialnya. Jadi, realitas dipandang sebagai sesuatu yang eksternal, objektif, dan ada. Ia merupakan kenyataan yang dapat diperlakukan secara objektif, karena realtif bersifat tetap dan membentuk kehidupan individu dan masyarakat.

Sementara itu, teori definisi sosial beranggapan sebaliknya. Manusia lah yang membentuk perilaku masyarakat. Norma, struktur, dan institusi sosial dibentuk oleh individu-individu yang ada di dalamnya. Manusia benar-benar otonom. Ia bebas membentuk dan memaknakan realitas, bahkan menciptakannya. Wacana-wacana (*discourses*) ia cipatakan sesuai dengan kehendaknya. Jadi, realitas dipandang sebagai sesuatu yang internal, subjektif, dan nisbi. Ia merupakan kenyataan subjektif yang bergerak mengikuti dinamika makna subjektif individu. Kedua teori itu dipandang sangat ekstrem dan masing-masing sangatlah kasual. Teori fakta sosial menafikan eksistensi individu yang mempunyai pikiran, rencana, cita-cita, dan kehendak. Ia seolah sebagai kapas yang geraknya tergantung pada angin sosial. Sebaliknya, teori definisi sosial sangat menonjolkan subjek individu, yang menafikan struktur sosial. Padahal, sebagai makhluk sosial, individu sangat membutuhkan perilaku sosial: penghargaan, prestise, dan kedudukan atau jabatan sosial.

Menyadari kelemahan kedua teori itu, muncullah teori konstruksi sosial. Teori yang dikembangkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann ini

berpandangan bahwa realitas memiliki dimensi subjektif dan objektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia mempengaruhinya melalui proses internalisasi yang mencerminkan realitas yang subjektif. Dengan demikian, masyarakat sebagai produk manusia, dan manusia sebagai produk masyarakat, yang keduanya berlangsung secara dialektis: tesis, antitesis, dan sintesis.

Kedialektisan ini sekaligus menandakan bahwa masyarakat tidak pernah sebagai produk akhir, tetapi tetap sebagai proses yang sedang terbentuk. Manusia sebagai individu sosial pun tidak pernah stagnan selama ia hidup di tengah masyarakatnya. Secara teknis, tesis utama Berger dan Luckmann adalah manusia dan masyarakat adalah produk yang *dialektis*, *dinamis*, dan *plural* secara terus-menerus. Ia bukan realitas tunggal yang statis dan final, melainkan merupakan realitas yang bersifat dinamis dan dialektis. Realitas bersifat plural ditandai dengan adanya relativitas seseorang ketika melihat kenyataan dan pengetahuan. Masyarakat adalah produk manusia, namun secara terus-menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Sebaliknya, manusia juga produk masyarakat. Seseorang atau individu menjadi pribadi yang beridentitas kalau ia tetap tinggal dan menjadi entitas dari masyarakatnya. Proses dialektis ini, menurut Berger dan Luckmann, mempunyai tiga momen, yaitu eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi.

Pandangan konstruksivisme memahami tugas dan fungsi media massa berbeda dengan pandangan positivisme. Dalam pandangan positivisme, media massa dipahami sebagai alat penyaluran pesan. Ia sebagai sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator (wartawan, jurnalis) ke khalayak (pendengar, pembaca). Media massa benar-benar sebagai alat yang netral, mempunyai tugas utama penyalur pesan. Tidak ada maksud lain. Kalau media tersebut menyampaikan suatu peristiwa atau kejadian, memang itulah yang terjadi. Itulah realitas yang sebenarnya. Tidak ditambah, dan tidak dikurangi.

Dalam pandangan konstruktivisme, media massa dipahami sebaliknya. Media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini media massa dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Pandangan ini menolak argumen yang menyatakan bahwa media sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca dan kita dengar dari media bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan sumber berita, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrument yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang terkemas dalam pemberitaan. Apa yang kita baca dan kita dengar setiap hari adalah produk dari pembentukan realitas oleh media. Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak.

Media juga memilih orang atau tokoh sebagai sumber berita berdasarkan kriterianya sendiri sehingga hasil pemberitaannya pun cenderung sepihak. Dengan demikian, media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga mendefinisikan peristiwa dan sumber berita. Lewat pemberitaan, media dapat membingkai peristiwa dengan frame tertentu. Peristiwa yang telah terbingkai inilah yang didengar dan dibaca khalayak. Khalayak tidak dapat melihatnya dari bingkainya sendiri. Pandangan konstruktivisme tidaklah demikian. Wartawan dipandang sebagai aktor atau agen konstruksi. Wartawan bukan hanya melaporkan fakta atau peristiwa, tetapi juga ikut terlibat dalam pendefinisian fakta atau peristiwa. Sebagai actor social, wartawan bukan pemulung yang mengambil waktu begitu saja. Karena dalam kenyataannya tidak ada realitas yang bersifat eksternal dan objektif, yang berada di luar diri wartawan. Sebaliknya, realitas itu dibentuk dan diproduksi melewati proses konstruksi yang dilakukan wartawan. Lewat pemahaman dan pemaknaan subjektif wartawanlah, realitas itu muncul. Seperti dikatakan Lichtenberg 1991, realitas hasil konstruksi itu selalu terbentuk melalui konsep dan kategori yang dibuat oleh wartawan. Kita tidak dapat melihat dunia tanpa kategori, tanpa konsep.

Konsekuensi logis dari agen konstruksi realitas adalah etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan merupakan bagian yang integral dan inheren dalam produksi berita. Walaupun pandangan positivisme menghendaki agar hal itu dihindari oleh wartawan, tetapi dalam kenyataannya tidaklah mungkin dihilangkan. Wartawan bukanlah robot yang bekerja seperti mesin elektronik.

Wartawan mempunyai pengetahuan, pengalaman, motivasi, keinginan, dan hal-hal lain yang berbau subjektif, yang tidak mungkin bisa dilepaskan ketika berhadapan dengan fakta sosial. Bahkan, lebih radikal lagi, ia mempunyai preferensi dalam proses kerjanya. Ia bukan dengan cara: melihat, menyimpulkan, dan menulis; tetapi lebih sering terjadi: menyimpulkan, lalu melihat fakta apa yang ingin dikumpulkan di lapangan. Dalam pandangan positivisme, berita adalah informasi. Ia dihadirkan kepada khalayak sebagai representasi dari kenyataan. Kenyataan itu ditulis kembali dan ditransformasikan lewat berita. Berita dipandang sebagai *mirror of reality*, karenanya ia harus mencerminkan realitas yang hendak diberitakan. Jadi, berita benar-benar linier dan lepas dari kepentingan tertentu. Tetapi, dalam pandangan konstruktivisme, berita itu ibarat sebuah drama. Ia tidak menggambarkan realitas, tetapi potret dari arena atau panggung pertarungan dari berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa.

Konstruksi Realitas Politik Media Massa

Pandangan McLuhan tersebut dikenal sebagai teori perpanjangan alat indra (*sense extension theory*). Media massa datang menyampaikan pesan yang aneka ragam dan aktual tentang lingkungan sosial dan politik. Media massa menjadi medium untuk mengetahui berbagai peristiwa politik yang aktual yang terjadi di seluruh penjuru dunia. Malah McLuhan menyebut bahwa berkat media massa, terutama televisi, dunia menjadi desa jagat dari pengalaman pengalaman yang disampaikan seketika dan dirasakan secara bersama-sama. Dukungan dari media atas suatu aktivitas politik tidak hanya didasarkan pada asumsi besarnya suatu peristiwa politik, namun juga nilai politik dari peristiwa tersebut. Nilai

politik ini terutama berkaitan dengan kepentingan media sendiri, dan kepentingan masyarakat, sebagai konsumen atau publik dari media tersebut. Suatu peristiwa politik akan sangat mungkin ditanggapi dengan cara yang berbeda oleh berbagai media, antara lain pada peletakan berita, volume berita dan teknik-kecenderungan pemberitaan, di mana isi media mengenai peristiwa tersebut sangat mungkin mendapat tanggapan yang berbeda oleh khalayak media yang berbeda. Aspek penting dari media massa selain faktor pesan adalah kemampuan media dalam membentuk opini publik. Adanya opini publik dengan *snowball effect* sangat mungkin mendorong sikap dan priiaku atas suatu isu politik tertentu.

Nilai penting media massa yang paling nyata adalah, kemampuannya dalam menjangkau jumlah audiens yang tidak terbatas. Perkembangan media massa, menurut J. Keane, dalam bukunya, *The Media and Democracy* (1991), selalu beriringan dengan aspirasi demokrasi dan perjuangan untuk meraih kekuasaan politik. Media massa telah menjadi fokus dari kompleksitas aktivitas politik yang terbaru. Demokrasi tradisional yang sebelumnya terfokus pada masifikasi, berganti pada fragmentasi. Dengan situasi yang tak kalah rumit dan dinamisnya ini, media dan politik akan terus berkembang menuju situasi yang saling terikat satu sama lain. Meskipun penggunaan media dalam proses komunikasi dan bentuk-bentuk komunikasi seperti agitasi, propaganda, *public relations* dan kampanye, tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, namun cenderung mempengaruhi cara manusia mengorganisasikan citra politiknya dan membangun opini bagi publik. Hal itulah yang akan mempengaruhi cara manusia berpendapat (beropini) dan berperilaku. McLuhan (1964) menyebut bahwa media adalah perluasan alat indra manusia.

Menurut Chaffe, media massa merupakan sumber informasi politik yang penting, bukan sekedar pelengkap komunikasi interpersonal, tetapi mendukung pertumbuhan politik seseorang atau sebuah intitusi, walaupun pada akhirnya yang menentukan apakah media berpengaruh

atau tidak adalah pengguna media itu sendiri¹. Sementara menurut Keller (dalam Czudnowski, 1983), setiap orang bisa menjadi terkenal dalam waktu singkat, khususnya di televisi. Selain mendongkrak popularitas, media massa juga menjadi sumber utama informasi dan stimulasi makna politik.

Sementara menurut Harsono², sejumlah aspek yang membuat media massa penting dalam kehidupan politik adalah:

1. Daya jangkauannya yang sangat luas dalam menyebarkan informasi politik; yang mampu melewati batas wilayah (geografis), dan kelompok umur, jenis kelamin, status sosial-ekonomi (demografis), serta perbedaan paham dan orientasi (psikografis). Sehingga suatu masalah politik yang dimediasikan menjadi perhatian bersama di berbagai tempat dan kalangan.
2. Kemampuannya melipatgandakan pesan yang luar biasa. Suatu peristiwa politik bisa dilipatgandakan pemberitaannya sesuai dengan jumlah ekslembar koran, tabloid, majalah yang tercetak; juga bisa diulang-ulang penyiarannya sesuai dengan kebutuhan.
3. Setiap media bisa mewacanakan sebuah peristiwa politik sesuai pandangannya masing-masing. Kebijakan redaksional yang dimilikinya menentukan penampilan isi peristiwa politik yang diberitakan.
4. Dengan fungsi agenda setting yang dimilikinya, media memiliki kesempatan yang sangat luas (bahkan hampir tanpa batas) untuk memberitakan sebuah peristiwa politik, sesuai dengan kebijakannya masing-masing. Setiap peristiwa politik dapat disiarkan atau tidak disiarkan. Yang jelas, belum tentu berita politik yang menjadi agenda media merupakan agenda publik.

¹ Chaffee, Steven. H, *Political Communication: Issues and Strategies For Research*, 1975.

² Suwardi, Harsono, dalam kata pengantar, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, Hamad, Ibnu, 2004.

5. Pemberitaan peristiwa politik oleh suatu media lasimnya berkaitan dengan media lainnya hingga membentuk rantai informasi. Hal ini menambah kekuatan tersendiri pada penyebaran informasi politik dan dampaknya terhadap publik.

Dalam fenomena politik mutakhir, Deddy N Hidayat menganggap bahwa, pers telah menjelma menjadi media *driven politics*. Dalam arti, setiap momentum politik mustahil menafikan kehadiran pers. Dalam fungsinya sebagai media *politicsdriven*, pers menjalankan fungsi penghubung antara elit politik dengan warga. Sebuah fungsi yang dulunya dominan dilakukan oleh partai ataupun kelompok-kelompok politik tertentu. Dalam banyak hal, fungsi penghubung tersebut semakin banyak yang diambil alih pers. Proses memproduksi dan mereproduksi berbagai sumber daya politik, seperti menghimpun dan mempertahankan dukungan masyarakat dalam pemilu, memobilisasi dukungan publik terhadap suatu kebijakan, merekayasa citra kinerja sang kandidat, dan sebagainya, banyak dijabatani, atau bahkan dikemudikan oleh kepentingan dan kaidah-kaidah yang berlaku di pasar industri media (Deddy N Hidayat:2004).

Upaya elit politik membangun *positioning* lewat pers memang sah-sah saja dilakukan. Pertama karena fenomena massa mengambang belum sepenuhnya diselesaikan oleh elit politik. Akibatnya banyak elit politik yang berpaling ke media, karena media bisa mendekatkan mereka, sekaligus membangun citra tertentu seperti yang diinginkan ke tengah masyarakat. Kedua, dalam memperebutkan sumber daya politik, pers juga dipakai, dalam arti dijadikan saluran kepentingan untuk memobilisasi opini. Secara umum, komunikasi politik selalu membahas tentang posisi media dalam ranah publik.

Media menjadi sangat penting karena berada tepat di tengah pusaran kelompok-kelompok kepentingan, juga penting sebagai alat pembentuk opini publik. Dalam komunikasi politik modern, media memegang peranan penting. Namun media tidak pernah bekerja (*perform*) dalam sebuah ruang kosong. Terdapat berbagai model interaksi media dengan unsur-unsur lain dalam Komunikasi Politik. Beberapa model komunikasi

yang menghubungkan media dengan elemen-elemen komunikasi politik. Berikut ini adalah model yang dipaparkan oleh Brian McNair:³

Posisi media dalam komunikasi politik. (Sumber McNair, 1999)

Dapat dipahami bahwa McNair menganggap Media sebagai sentral dari elemen-elemen komunikasi politik—semacam *gatekeeper* bagi seluruh pesan politik. Semua komunikasi politik dianggap *mediated*. Di berbagai negara maju—dimana media menjangkau semua lapisan masyarakat. Model lain yang menggambarkan posisi media dalam komunikasi massa termasuk komunikasi politik dipaparkan oleh McQuail⁴ sebagai berikut :

³ McNair, Brian, *An Introduction to Political Communication*, Routledge, 1995.

⁴ McQuail, Denis, *Mass Communication Theory*, 2nd edition, Sage, 1987.

Media di antara kekuatan sosial di sekitarnya. (Sumber: McQuail, 1987)

Model McQuail ini menggambarkan bahwa media sangat dipengaruhi oleh tujuan utama media itu sendiri. Tujuan utama media yang telah teridentifikasi adalah; (1) memberikan profit kepada para pemodal—baik pemilik maupun pemegang saham, (2) ‘tujuan ideal’ yang bersifat kultural, sosial maupun politik, (3) memaksimalkan dan memuaskan audiens, dan (4) memaksimalkan pemasukan iklan. Tujuan-tujuan tersebut sering bertolak-belakang dan jarang sekali terjadi keselarasan penuh di antara keempatnya. Diakui pula bahwa ada empat faktor eksternal yang berarti bahwa ada *work culture* dan tujuan-tujuan lain dari media, khususnya mereka yang berorientasi manajemen atau laba, berorientasi teknis atau *skill (craft)*, atau mereka yang mengutamakan tujuan-tujuan komunikasi. Unsur Media dipengaruhi pula oleh unsur-unsur komunikasi politik lainnya, yaitu oleh institusi pemerintahan, *civil society* dan *market*. Kondisi ideal yang diharapkan oleh komunikasi politik adalah terciptanya keseimbangan antara keempat unsur tersebut. Dengan kata lain, tidak ada unsur yang dominan di antara keempatnya. Dalam model Segitiga Gazali, Media mestinya tepat berada di tengah, tidak bergeser ke sudut salah satu unsur. Ketika ada salah satu unsur mendominasi unsur yang lain, maka kualitas komunikasi politik akan berkurang—yang pada gilirannya akan merugikan semua unsur komunikasi politik itu sendiri.

Ada juga saluran komunikasi politik yang secara langsung menghubungkan *market* (pemilik modal, advertiser, klien), *government*

(pemerintahan) dan masyarakat. Meski pun demikian, Gazali tetap menempatkan Media sebagai *gatekeeper* ataupun *channel* yang penting dalam komunikasi politik karena kemampuan media dalam meng-*amplify* efek sebuah pesan politik. Menurut Habermas, pada awalnya media dibentuk untuk menjadi bagian dari *public sphere*, tetapi kemudian dikomersilkan—menjadi komoditi yang didistribusikan secara massal serta ‘menjual khalayak massa’ demi kepentingan perusahaan periklanan. Kondisi ini pada gilirannya menjauhkan media dari perannya semula sebagai *public sphere*”.⁵ Memang, konsep *public sphere ini* dinilai oleh Boyd-Barret⁶ memiliki beberapa kelemahan, di antaranya adalah perhatian Habermas yang berlebihan pada berita politik serta berlebihan Habermas dalam membesar-besarkan kecurangan yang muncul karena komersialisasi media massa di abad 19 dan abad 20-an.

Faktor Kapitalisme Media Massa

Banyak teori yang mencoba menjelaskan relasi antara Realitas kapitalisme dan Media Massa, baik dari perspektif Marxis ataupun non Marxis. Di antaranya adalah: *Marxisme Klasik*, Media merupakan alat produksi yang disesuaikan dengan tipe umum industri kapitalis beserta factor produksi dan hubungan produksinya. Media cenderung dimonopoli oleh kapitalis, yang penanganannya dilaksanakan baik secara nasional maupun internasional

⁵ Dikutip dari penjelasan Oliver Boyd-Barret dalam Boyd-Barret, Oliver and Newbold, Chris (eds), “*Approaches to Media: A Reader*”. Arnold, 1994, hal: 230.

untuk memenuhi kelas tersebut. Para kapitalis melakukan hal tersebut untuk mengeksploitasi pekerja budaya dan konsumen secara material demi memperoleh keuntungan yang berlebihan⁷. Pemikiran dasar teori inilah yang kemudian mendorong lahirnya teori-teori lain seperti Teori Ekonomi Politik, Teori Kritis dan Teori Hegemoni Budaya.

Teori Ekonomi Politik Media, Pendekatan teori ini lebih ditujukan pada pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan ideologis media. Teori ini mengungkapkan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur kepemilikan dan mekanisme kerja pada media.

Marxisme Klasik, dalam tinjauan Garnham, institusi/organisasi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik, kualitas pengetahuan tentang masyarakat, yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar beragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pasar, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan. Kepentingan-kepentingan tersebut, berkonsekuensi pada kurangnya jumlah sumber media yang independent, munculnya sikap apatis terhadap khalayak pada sektor kecil serta menciptakan konsentrasi pada pasar besar⁸.

Teori Kritis, Teori kritis yang dimaksud adalah teori yang diajarkan mazhab Frankfurt (aliran Marxis ketiga). Para ahli teori kritik menganut pendekatan yang disebut budaya. Mereka yang prihatin terhadap tanda-tanda kegagalan ramalan Marxis tentang revolusi perubahan sosial, beralih mengandalkan kemampuan superstruktur yang terutama berujud dalam media massa guna menggantikan proses perubahan sejarah ekonomi. Dalam pandangan teori ini, budaya massa yang komersil dan universal merupakan sarana utama

⁷ Smythe, Dallas, *Communication: Blindspot of Western Marxism*, Canadian Journal of Political and Social Theory, Volume 1, No.3, 1977, hlm. 63

⁸ Garnham, N., *Contribution to a Political Economy of Mass Communication*, Media, Culture and Society, London: Vintage, 1986. hlm. 123

yang menunjang tercapainya keberhasilan monopoli modal tersebut. Seluruh sistem produksi barang, jasa dan ide yang diproduksi misalnya membuka kemungkinan diterimanya sebagian atau seluruh sistem kapitalisme. Mereka yang berpandangan ini dapat dikatakan melakukan upaya mengkombinasikan pandangan serba media dengan dominasi satu kelas social.⁹

Teori Hegemoni Media, Teori ini lebih menekankan pada ideologi itu sendiri, bentuk ekspresi, cara penerapan dan mekanisme yang dijalankannya untuk mempertahankan dan mengembangkan diri melalui kepatuhan para kelas pekerja. Sehingga, upaya itu berhasil mempengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka. Pergeseran perhatian dari faktor ke faktor ideologi terkait erat dengan kelanjutan hidup kapitalisme. Pergeseran ini dinilai William telah mengangkat derajat media massa setara dengan alat ideologi negara lainnya.¹⁰

Pendekatan Sosial Budaya, Pendekatan ini lebih melihat tinjauan positif dari produk media massa dengan keinginan untuk memahai makna dan peran yang dibawakan budaya terakhir dalam kehidupan kelompok tertentu dalam masyarakat. Pendekatan ini juga berusaha menjelaskan cara budaya massa berperan mengintegrasikan golongan masyarakat yang mungkin menyimpang dan menentang. Pendekatan ini juga mengalami pesan dan publik melalui pemahaman pengalaman sosial kelompok-kelompok kecil masyarakat dengan cermat, kritis dan terarah. Tujuannya agar dapat memberikan penjelasan mengenai pola pilihan dan reaksi terhadap media.¹¹

Pendekatan Fungsional Struktural, Pendekatan ini memandang institusi/organisasi media dalam kaitannya dengan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan yang dimaksud terutama berkaitan dengan kesinambungan, ketertiban, integrasi, motivasi, pengarahan, dan adaptasi. Masyarakat dilihat sebagai sebuah sistem yang terdiri atas beberapa bagian yang saling

⁹ Smythe, Dalas. Op.cit. hlm,64-65

¹⁰ Lihat William, R. *Base and Superstructure*, New Left Review, 1973, hlm. 82.

¹¹ Lihat Hall, S. *The Rediscovery of Ideology: Return of Repressed in Media Studies*, dalam M. Gurevitch et.al., *Culture, Society and Media*, London: Methuen, 1975, hlm.56-90

berkaitan atau sub sistem, setiap sub sitem tersebut memiliki peran yang berarti. Media diharapkan dapat menjamin integrasi ke dalam, ketertiban dan memiliki kemampuan memberikan respon terhadap subsistem lainnya. Namun kenyataannya pendekatan fungsional struktural seringkali menjadi subsistem yang memiliki ketergantungan penuh pada sistem kapitalis. Sehingga kemampuan untuk melakukan fungsi media secara ideal tidak bisa terealisasi karena dikalahkan kepentingan pemodal.

Penutup

Memang media massa cenderung menonjolkan wacana dari realitas yang satu, kemudian mengabaikan dan bahkan melupakan realitas yang lainnya. Sesungguhnya, media bisa menjadi samurai pembunuh dan bom pembantai, atau di lain pihak, menjadi embun penyejuk dan menyampaikan pesan perdamaian dan penyelesaian masalah. Jika media massa di pandang sebagai sarana membuat kekacauan maka mediapun dapat di gunakan sebagai sarana membangun perdamaian dan kesejahteraan.

Uraian di atas menyadarkan kita, betapa besar kekuasaan media massa mengkonstruksi realitas. Kita setiap hari disuguhi berita hasil konstruksi media. Berita hasil pemaknaan media atas dunia. Kita mengetahui dunia hanya lewat jendela atau *frame* yang dipasang media. Padahal, jendela itu mungkin sempit, berjeruji, dan di depannya ada pohon penghalang. Anehnya, dunia yang kita lihat sering kita anggap sebagai dunia yang sebenarnya. Kita sering berdiskusi, berargumentasi, berdebat, bahkan bertengkar berdasarkan pemahaman kita terhadap dunia hasil konstruksi media.

Daftar Bacaan:

1. Azca, M. Najib, *"Hegemony Tentara"*, Yogyakarta, LKiS, 1994.
2. Alihar Fadjri, dkk, *"Konflik Aceh, Analisis Atas Sebab-sebab konflik, Aktor Konflik,*
3. Berger, Peter L. 1990. *Revolusi Kapitalis*, Mohammad Oemar (terj.), Jakarta: LP3ES.

4. Boyd-Barret. 1995. *"The Analysis of Media Occupations and Profesionals"* in Boyd Barret, Oliver, and Chris Newbold, Eds. *Approaches to Media: A reader*. New York.
5. Blake H. Read & Haroldsen O Edwin, *"Taksonomi Komunikasi"*, Surabaya, Papyrus, 2003.
6. Eriyanto, *"Analisis Wacana"*, Yogyakarta, LkiS, 2001.
7. _____, *"Analisis Framing, Konstruksi, Idiologi, dan Politik Media"*, Yogyakarta, Lkis, 2002.
8. Darsono, P. Dr. 2006. *Karl Marx: Ekonomi Politik dan Aksi-Revolusi*, Jakarta: Diadit Media.
9. Gidden, Anthony. 1985. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern*, Soeheba Kramadibrata (terj.), Jakarta: UI-Press.
10. Garnham, N. 1986. *Contribution to a Political Economy of Mass Communication*, Media, Culture and Society, London: Vintage.
11. Hall, S. 1975. *The Rediscovery of Ideology: Return of Repressed in Media Studies*, dalam M. Gurevitch et.al., *Culture, Society and Media*, London: Methuen.
12. Heilbroner, Robert L. 1991. *Hakikat dan Logika Kapitalisme*.
13. <http://id.wikipedia.org/wiki/Kapitalisme>
14. Loeffelholz, Martin, dkk, *"Media-Militer-Politik, Krisis Communication, Perspektif Indonesia dan Internasional"*, Yogyakarta, Galang Press, 2002.
15. Latif Yudi, & Subandi Idi (Ed), *"Bahasa dan Kekuasaan Politik Wacana di panggung Orde Baru"*, Bandung, Mizan, 2001
16. Lipset Martin Seymour, *" Amerika serikat Bangsa baru Yang Pertama, dalam perspektif Sejarah dan Komperatif"*, Jakarta, Pusataka Sinar Harapan, 1994.
17. Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*, London: Sage Publication Ltd
18. Nurdin, *"Komunikasi Massa"*, Yogyakarta, CESPUR, 2003.
19. Nugroho Bimo, Eriyanto dan Surdiasis Frans, *"Politik Media Mengemas Berita"*, Yogyakarta, ISAI, 1999.

20. Ramsbotham Oliver, Hugh Miall, Tom WoodHouse," *Resolusi Damai Konflik Kontemporer, Menyelesaikan Mencegah, mengelola, dan mengubah Konflik*Bersumber Politik, Sosial, Agama dan Ras" Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada,2000.
21. River L. William- Jay W. Jensen, Theodore Peterson,"*Media massa & Masyarakat Modern*",Jakarta, PERNADA MEDIA, 2003.
22. Schudson, Michael. 1991.*The Socioloy of News Production Revisited*, in Mass Media and Society by James Curran and Gurevitch,
23. Shoemaker, Pamela J. 1991. *Mediating the Message: Theorics of Influences on Mass Media Content*
24. Smythe, Dallas, 1977. *Communication: Blindspot of Western Marxism*, Canadian Journal of Political and Social Theory, Volume 1, No.3
25. Straubhar, Joseph., La Rose, Robert. 2002. *Media now, Communication in The Information Age*. 3rd eds. Wadsworth Group: Thomson Learning.
26. Suseno, Franz-Magnis, 1999. *Pemikiran Karl Marx : dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
27. Sambodjo S. Asep & Tulus Wijdanarko (editor),"*Aceh Merdeka dalam Perdebatan*",Jakarta, Citra Putera Bangsa,1999.
28. Sjamsuddin Nazaruddin,"*Revolusi Di Serambi Mekah, Perjuangan Kemerdekaan dan Pertarungan Politik di Aceh 1945-1949*", Jakarta, Universitas Indonesia Press (UI-Press), 1998.
29. Sudibyo, Agus, "*Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*" Yogyakarta, LkiS, 1999.
30. _____, "*Politik media dan Pertarungan Wacana* ", Yogyakarta, LkiS, 2001
31. Siahaan Hotman, "*Pers Yang Gamang, Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*", Surabaya, LSPS, 2001.
32. Sulistyو Hermaan (editor),"*Beyond Terrorism, Dampak dan Strategi Pada Masa Depan*", Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 2002.
33. William, R. 1973. *Base and Superstructure*, New Left Review.

