

# INSTITUSI MEDIA MASSA DAN PENGARUHNYA TERHADAP MASYARAKAT

*Oleh Abdul Pirol*

**Abstract :** *The concept of institution in media studies sometimes overlapp with "industry's" concept. The concept of institution is related to the ideas taken from sociology, psychology, and politics. Therefore, the aspects of media activity organization is more difficult to understand, because it is related to the process and the hidden relationship, rather than, the balance paper of company or work contracts. This paper purposes to show that institution aspect and industry of a media need to be analyzed and understood well. Before conducting the media analysis in more detail from all of its sides. The literature study of institution and industry theories are expected to fulfill such on expectation.*

*Media institution is related to organization aspect from one media. In this aspect it explains the things which are related to organization structure, corporation, motivation and professionalism. While, media industry is related to bussiness function, which its reference more at is profit and loss that can be gained in delivering information. Absolutely, further analysis on media closely related to ethics.*

**Kata Kunci :** institusi, industri, media, massa.

## Pendahuluan

Seluruh dunia kini sedang memasuki abad informasi dan masyarakat manusia dalam proses menjadi masyarakat informasi. Menurut Muis, abad atau masyarakat informasi dapat juga disebut sebagai abad revolusi informasi (A. Muis, 2001: 11-12). Paling tidak, konsep-konsep ini memiliki hubungan antara satu dan lainnya. Jelasnya, dalam konsep ini, semua bidang kehidupan akan semakin bergantung kepada informasi. Oleh karena, perkembangannya

yang demikian spektakuler, maka pada level tertentu abad ini dapat disebut sebagai abad revolusi informasi.

Perubahan besar tersebut sebagai akibat perubahan besar dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, yang berkembang semakin canggih. Kemajuan itu pun tidak hanya berciri vertikal, tetapi juga berdimensi horizontal. Kini tidak ada lagi pelosok dunia yang tidak terjangkau oleh komunikasi canggih (*global syndrome*). Proses globalisasi hasil-hasil teknologi komunikasi canggih merupakan kejadian atau perubahan besar yang hampir tidak memberikan kemungkinan kepada semua negara untuk menolaknya.

Revolusi informasi, sebagai tampak dewasa ini, memang sedang menggetarkan sendi-sendi masyarakat di seluruh dunia. Gemanya semakin terasa di semua negara yang sedang berkembang. Hal itu dapat dilihat pada kenyataan semakin menyebarnya hasil-hasil teknologi komunikasi canggih di semua negara. Semua bangsa semakin merasakan derasnya tiupan badai revolusi informasi dan komunikasi dan semakin besarnya kebergantungan berbagai segi kehidupan umat manusia pada informasi.

Di masa mendatang, menurut Muis, kemajuan teknologi komunikasi informasi akan mengalami loncatan-loncatan yang lebih jauh. Kecanggihan teknologi komunikasi informasi dapat diramalkan terus berlanjut. Banyak pengamat masalah komunikasi mengungkapkan, cepatnya pertumbuhan teknologi komunikasi informasi itu belum bisa diketahui kapan akan mereda. Yang jelas, urai Muis, perubahan itu akan terus menimbulkan kegoncangan-kegoncangan dan pergeseran-pergeseran pada sistem komunikasi yang ada di dunia ini (2001: 14).

Kemajuan teknologi komunikasi informasi ini, selain membawa nilai-nilai yang positif, juga membawa nilai-nilai negatif. Tidak dapat disangkal, banyak nilai negatif yang dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang. Kemajuan teknologi media, misalnya, telah menimbulkan interaksi nilai dan budaya yang sangat tinggi antar berbagai bangsa dan negara di dunia. Melalui media; orang, bangsa, dan negara bisa saling melihat dan berinteraksi dalam banyak hal sehingga akan terjadi saling pengaruh mempengaruhi. Dengan demikian, dalam hingar bingar kemajuan teknologi komunikasi informasi, media massa dan peranannya dalam mempengaruhi masyarakat, patut mendapat perhatian dan dikaji secara berkesinambungan.

## Media Massa: antara Institusi dan Industri

Tatkala pertama kali menyaksikan sebuah film atau mendengarkan sebuah CD, seseorang mungkin terkadang bingung dan bertanya mengapa seorang artis, direktur, aktor, musisi, atau satu gaya khusus, melakukan atau menampilkan sesuatu yang di luar harapan dan perkiraan. Di belakang pertanyaan itu, ada dugaan bahwa satu perusahaan media telah menentukan *ending* baru atas sebuah film atau membujuk satu kelompok musik untuk menggunakan seorang produser baru. Persoalan yang ingin dikemukakan di sini adalah bagaimana memahami fenomena ini? (Gill Branston dan Roy Stafford, 2003: 132).

Jika kajian media mengadopsi prinsip-prinsip pengarang, sebagai cara memahami teks, maka jawaban atas pertanyaan tersebut menjadi sederhana, “temui dan tanya sang artis”. Tetapi, kajian media tidak dapat melakukan dengan cara yang sederhana seperti itu, karena satu produksi media pada pokoknya merupakan proses industrial-komersil dan berada dalam konteks sosial, politik, dan budaya. Untuk menggambarkan pengaruh tipe proses produksi yang digunakan dan konteks produksinya, hal itu terkait dengan dengan apa yang disebut sebagai “kelembagaan”.

Konsep “institusi” dalam kajian media kadang-kadang tumpang tindih dengan konsep “industri” (Gill Branston dan Roy Stafford, 2003), yang pada dasarnya dapat dipisahkan. Konsep institusi berkaitan dengan ide-ide yang diambil dari sosiologi, psikologi, dan politik. Karenanya, aspek-aspek kelembagaan aktivitas media seringkali sulit dimengerti, karena berkait dengan proses dan hubungan yang kurang nyata dibanding lembaran-lembaran neraca perusahaan atau kontrak-kontrak pekerjaan. Di sinilah, letak perlunya aspek institusi dan industri dari sebuah media dikaji dan dipahami terlebih dahulu sebelum lebih jauh melakukan kajian media dari berbagai sudutnya.

O’Sullivan mengatakan, sebagaimana ditulis Gill Branston dan Roy Stafford, bahwa secara general institusi adalah pengaturan yang bersifat tetap dan struktur yang diorganisasikan dari satu masyarakat, sumber-sumber kode sosial utama, aturan dan hubungan, yang memaksa dan mengendalikan individu-individu dan kepribadiannya, berdasarkan prinsip dan nilai pokok yang ditekankan menurut praktek budaya dan sosial yang diorganisir dan dikoordinasikan (2003: 183).

Manusia, seluruhnya berkembang dalam institusi-institusi yang berbeda. Beberapa di antaranya, 'formal', seperti pendidikan, pelayanan kesehatan, dan sistem perundangan. Kita adalah bagian dari institusi-institusi ini. Dalam institusi-institusi formal seperti ini, kita tahu apa yang kita harapkan dari pelayanan yang dapat mereka berikan; tahu bagaimana bertingkah laku di dalamnya; dan membagi semacam toleransi dan kadang-kadang menjadi aktif menghadapi nilai-nilainya. Selain institusi formal tersebut, terdapat juga institusi sosial seperti keluarga, gereja, atau hanya sekadar sekelompok orang berteman yang bertemu dalam aktivitas sosial. Dalam kelompok ini juga, tingkah laku dikontrol atau diatur, meski ide dan nilai memungkinkan untuk dibagi.

Terkait dengan media massa, contoh sederhana yang dapat dikemukakan untuk memahami konsep institusi media, misalnya, adalah pembuatan sebuah film. Dalam hal ini, satu film yang dibuat memang lebih banyak didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi pertimbangan lainnya adalah berkaitan dengan institusi. Pertimbangan institusi itu sendiri terkait dengan bagaimana tim produksi bekerja bersama, bagaimana mereka dilatih untuk berpikir tentang kualitas, profesionalisme, seni, hiburan, dan audiens.

Jelasnya, mendefinisikan institusi media sama halnya dengan '*genre*'. Karena dua konsep ini berkaitan erat. Institusi adalah satu konsep yang mengalir dan dinamis. Dalam contoh pertama di atas dikemukakan, setiap orang adalah bagian dari sejumlah institusi yang berbeda, yaitu: sebagai seorang anggota keluarga, seorang pelajar, dan seorang pasien. Dengan cara yang sama, setiap orang yang bekerja dalam media atau pada teks media tertentu butuh berhubungan kepada lebih dari satu institusi, lebih dari seperangkat hubungan dan proses.

Menjelaskan media, Jeffress dalam bukunya, mengemukakan istilah institusi sama dengan organisasi (1986: 65-66). Media massa menurutnya, sangat banyak dan bervariasi. Mereka berpola bersama-sama dengan organisasi-organisasi tambahan semacam jaringan TV. Persoalannya bagi Jeffress dalam hal ini adalah bagaimana karakteristik institusi komunikasi massa dan bagaimana hubungannya dengan institusi lain seperti keluarga, pemerintah atau ekonomi? Suatu masalah yang memang selalu menyertai pembahasan media baik sebagai institusi atau organisasi, maupun sebagai industri.

Proses-proses institusional diorganisasikan, disistematiskan dan stabil. Dalam organisasi, peran-peran dikhususkan dan berhubungan di antara

sesama mereka yang dilukiskan dengan jelas; sebagai contoh, oleh para reporter dan editor yang bekerja memerankan peran dengan harapan tertentu. Tugas relevan yang ditampilkan dalam organisasi media dikhususkan dan media tetap eksis di luar kehidupan partisipan individu manapun. Betapa pun, institusi komunikasi massa adalah kompleks, terkait dengan banyak institusi lain seperti institusi politik, budaya, dan ekonomi.

Demikian pula, media massa tidak dapat dipandang hanya semata-mata sebagai satu komponen dari industri pengetahuan, tetapi juga sebagai satu sumber utama hiburan murah. Dengan begitu, ia dapat pula dipandang sebagai bagian dari apa yang disebut sebagai industri yang menyenangkan. Karenanya, dalam era modern sekarang ini, media telah berkembang menjadi salah satu dari dua industri yang paling besar dan luas jangkauannya.

Sebagai saluran komunikasi politik dan atau sebagai institusi politik dalam banyak masa dan tempat, media dapat meraih posisi sebagai kekuasaan keempat (*the fourth estate*). Tetapi, sebagai sebuah industri masalahnya menjadi lain. Peranannya sebagai sebagai kekuasaan keempat sewaktu-waktu “tercecer” ketika media harus tawar menawar dengan kekuatan pasar dan kekuasaan. Sebagai industri, media sangat terkait dengan fungsi bisnis. Karenanya, walaupun sulit dipisahkan antara aspek institusi dan industri dari sebuah media, tetapi dua aspek media tersebut, jelas punya batas-batas masing-masing.

### Pengaruh Media terhadap Masyarakat

Media massa menyediakan sejumlah fungsi terhadap individu dan masyarakat. Ia menyediakan hiburan, menceritakan kisah, mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan, dan bertindak sebagai “anjing penjaga” (*watchdog*) terhadap pemerintah (Leo W. Jeffres, 1986: 67). Meski beberapa fungsi ini juga dibagi di antara institusi-institusi lain. Oleh karena, generasi baru mempelajari warisan budayanya tidak hanya dari media massa, tetapi juga dari keluarga, sekolah, dan rumah ibadah.

Fungsi media massa menurut Charles R. Wright, seperti dikutip Wiryanto (2000: II-12) ada empat, yaitu:

I. *Surveillance*, yakni fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar maupun

di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut ‘*handling news*’.

2. *Correlation*, meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksi kejadian-kejadian. Untuk sebagian, fungsi ini diidentifikasi sebagai fungsi editorial atau propaganda.

3. *Transmission*, menunjuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai, dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain. Fungsi ini diidentifikasi sebagai fungsi pendidikan.

4. *Entertainment*, menunjuk pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu.

Selain fungsi-fungsi teknisnya, media massa juga memiliki kemampuan untuk mentransformasikan proses-proses politik dan memenangkan revolusi politik, merubah esensi representasi politik, dan memodifikasi sistem politik. Tetapi, pengaruhnya tersebut, meski penting dan memiliki jangkauan yang luas, kurang signifikan dibanding seluruh pengaruh media dalam memelihara sistem politik itu sendiri dan memperbarui dukungan untuk bangunan ekonomi dan sosial yang melatarbelakanginya (James Curran, Anthony Smith, dan Pauline Wingate, 1987: 143).

Masyarakat manusia selalu memiliki cara mengekspresikan ide-ide dan emosi-emosi melalui saluran-saluran seperti penceritaan kisah, tari, musik, dan seni. Media modern telah meningkatkan kemampuan-kemampuan tersebut berkenaan dengan realisme, reproduksi, dan distribusi terhadap audiens massa. Dalam pada itu, media massa tidak hanya meningkatkan kemampuan manusia untuk mengekspresikan apa yang dipikir dan dirasakannya, tetapi juga telah memanfaatkan media untuk banyak tujuan dan kepentingan. Sisi lain, memang secara natural, media membawa pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kehidupan manusia.

Untuk menjelaskan situasi komunikasi di suatu negara atau di suatu kurun waktu, maka tidak bisa tidak harus dilihat bagaimana kondisi umum di negara tersebut. Media massa adalah bagian dari sistem masyarakat di mana ia berkembang. Ia hanyalah organ dari suatu batang tubuh besar bernama negara. Tetapi, tentu saja selain sekadar menjadi bagian dari sistem, media massa juga bisa memberikan kontribusi yang cukup penting dalam mengkondisikan perubahan dalam suatu masyarakat. Memakai analogi yang

lain, media diharapkan tidak hanya menjadi “barometer”, tapi juga “pengatur suhu” masyarakat.

Idealnya, menurut Marwah Daud (1995: 86), media komunikasi harus mampu berfungsi sebagai penggerak dari seluruh aktivitas politik. Politik yang dimaksud di sini adalah dalam pengertian luas di mana setiap warga negara dilihat sebagai bagian penting dalam perjalanan hidup suatu bangsa. Jadi, bukan politik dalam artian sempit, yang semata berurusan dengan kegiatan politik formal, apalagi dengan mereduksinya menjadi sekadar membicarakan institusi peserta pemilu.

Media komunikasi diharapkan mempunyai andil dalam mendorong prakarsa dan peran serta masyarakat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Untuk bisa menjalankan fungsi ini, media massa harus merefleksikan sebanyak mungkin wajah yang ada dalam masyarakat, mengangkat sebanyak mungkin dimensi yang ada dalam negara, dan harus bisa memasuki relung kehidupan di sebanyak mungkin lorong republik. Dengan kata lain, media komunikasi diharapkan dapat menghimpun segenap serpihan pendapat yang berserakan dalam masyarakat dan menyusunnya dalam konfigurasi mosaik yang menawan dan bermakna.

Masalahnya kemudian adalah berkaitan dengan “kebebasan” dan “etika” komunikasi. Yang dimaksud dengan etika di sini, yaitu “rem” yang berfungsi membatasi atau mengontrol kebebasan media. Di sini makna kebebasan selalu berjalan bersama-sama etika komunikasi, termasuk norma-norma agama. Dalam perspektif Islam, komunikasi seyogianya berlangsung dalam konteks “*li ta’arafi*” (untuk saling kenal mengenal) dan pada saat yang sama bertujuan membangun “*ta’awuni*” (kerjasama) yang mengacu pada landasan tauhid.

Sayangnya, kelemahan-kelemahan media massa masih sering dijumpai, baik dalam tatanan regional, nasional maupun dalam tatanan global. Kelemahan-kelemahan media yang patut mendapat perhatian, antara lain: *pertama*, sistem komunikasi nasional dan global masih berpola vertikal dan timpang. Yang terjadi adalah monolog dengan “kesempatan” bicara lebih besar pada kalangan yang maju dan berkuasa. Isi pesan masih sangat didominasi oleh negara maju.

*Kedua*, media massa terutama televisi yang jangkauannya kian luas, masih mengembangkan fungsi hiburan. Fungsi pendidikan dalam artian terencana dan luas, jika tepat disebut begitu, terasa begitu kerdil. Media

elektronika, terutama televisi, dijejali dengan film hiburan, musik, dan semacamnya.

*Ketiga*, media massa tampak lebih menghidupkan sikap konsumtivisme dan hedonisme, belum mendorong secara meyakinkan munculnya inisiatif rakyat untuk meningkatkan produktivitasnya. Gambaran di media massa terkesan masih memperlihatkan cara hidup mewah.

*Keempat*, kemajuan teknologi komunikasi terkesan elitis, lebih dan kian menguntungkan segmen kecil dari masyarakat. Dari segi isi, media cenderung meng"cover" elit, penguasa, dan orang glamour. Kondisi, aspirasi, dan problema hidup dari golongan bawah dengan segala romantikanya terkesan tak mendapat sentuhan memadai (Marwah, 1995: 80-81).

Masalah lain yang perlu mendapat perhatian dewasa ini, adalah pengelolaan media seperti televisi misalnya, cenderung dikemas lebih mengacu pada pertimbangan bisnis ketimbang fungsi-fungsi luhur dari media komunikasi. Dalam artikel Sinansari yang berjudul "TV dan Wajah Kota yang Menakutkan", terungkap bagaimana TV dengan acaranya telah menciptakan imagi tertentu yang kurang positif. Televisi telah menciptakan wajah kota yang menakutkan, membuat cemas warga kota itu dan bagi warga kota yang lain (Sinansari Ecip, 2003).

Mempertimbangkan hal tersebut, Sinansari (2003) mengemukakan perlunya televisi mengemas tayangannya secara lebih baik. Nilai-nilai berita perlu diterapkan sejak sebelum peliputan. Reporter sebagai ujung tombak redaksi sudah perlu menggunakan filternya sejak awal. Pertimbangan mengejar kuantitas liputan jangan diutamakan. Mutu reporter televisi lebih baik dinilai dari kualitas hasil liputannya, tidak semata-mata jumlah produksinya. Yang lebih penting lagi, politik pemberitaan intern tiap stasiun televisi sebaiknya digeledah ulang. Yang dikejar jangan hanya angka rating yang tinggi. Menampilkan mutu tayangan yang bagus juga tetap dapat mendapatkan angka rating tinggi.

Media massa memang selalu diperhadapkan pada banyak pilihan dan situasi bahkan mungkin tekanan dari pihak tertentu. Media massa berada antara keleluasaan dan ketidakbebasan. Menghadapi pilihan-pilihan tersebut, media diperhadapkan pada dua hal, yaitu: *pertama*, mengorbankan idealisme dan atau, *kedua*, sadar untuk menghasilkan isu-isu yang penting dan bermanfaat bagi masyarakat.

## Kesimpulan

Media massa adalah salah satu media komunikasi yang turut mengalami perkembangan pesat sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi informasi. Bersamaan dengan itu, tampak pengaruh dan efek media massa semakin kompleks. Pengaruh dan efek yang dimiliki media massa kadang digunakan oleh kepentingan tertentu dengan pertimbangan bisnis semata-mata. Akibatnya, fungsi-fungsi luhur media massa dikesampingkan dan tidak menjadi dasar dalam mengemas informasi.

Ada dua aspek dari media yang sulit dipisahkan tetapi dapat dibedakan, yaitu: institusi dan industri dari media. Institusi media berkaitan dengan aspek kelembagaan dari suatu media. Dalam aspek ini, dibicarakan hal yang berkait dengan struktur organisasi, kerjasama, motivasi, dan profesionalisme. Sedangkan industri media terkait dengan fungsi bisnis, yang acuannya lebih pada untung rugi yang dapat diraih dalam menyampaikan informasi. 🍏

## Daftar Rujukan

- Branston, Gill dan Roy Stafford. *The Media Student's Book*. Edisi III; London: Routledge, 2003.
- Curran, James, Anthony Smith dan Pauline Wingate. *Impacts and Influences: Essays on Media Power in the Twentieth Century*. Cetakan I; London: Methuen & Co. Ltd., 1987.
- Jeffres, Leo W. *Mass Media : Processes and Effects*. Illinois: Waveland Press, 1986.
- Marwah Daud Ibrahim. *Teknologi Emansipasi dan Transendensi*. Cetakan II; Bandung: Mizan, 1995.
- Muis, A. *Komunikasi Islam*. Cetakan I; Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2001.
- Sinasari Ecip, S. "TV dan Wajah Kota yang Menakutkan" [Artikel] dalam *Republika*. Mei 2003.
- Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*. Cetakan I; Jakarta: PT Grasindo, 2000.