

I. PENGANTAR PERKULIAHAN TEORI-TEORI MEDIA

Pembahasan ini dimaksudkan sebagai suatu pengenalan teori media dalam perspektif budaya. Pengetahuan ini pada hakikatnya berupaya memberikan basis untuk konsep perspektif teoritis untuk kajian budaya atas media. Perlu disadari bahwa pendekatan dalam perspektif budaya atas media jauh tertinggal dibanding dengan pendekatan pragmatis sosial. Untuk itu secara khusus eksplorasi konseptual ini dilakukan dengan tujuan melengkapi materi ajar dalam kajian media.

Upaya ini dapat dipandang sebagai dorongan bagi mahasiswa yang menekuni kajian media atau Ilmu Komunikasi. Lebih luas tentunya, boleh pula dipandang sebagai upaya untuk mengajak memperbincangkan media dalam perspektif budaya, setidaknya untuk menyeimbangkan kecenderungan pragmatis yang selama ini menggerakkan kajian media.

Kajian akademik atas media perlu dikembangkan dalam perspektif budaya/kultural, sebagai upaya untuk pengembangan tradisi kultural dalam kajian atas media. Dengan begitu kegiatan akademik dengan perspektif budaya membawa konsekuensi dalam cara pandang terhadap media, yaitu hubungan media dengan masyarakat politik dan ekonomi dalam konteks makna budaya/symbolik (*cultures and media*), dan kultur media yang ada dalam masyarakat (*media cultures*). Dari sini dapat disebutkan bahwa kajian media pada dasarnya punya 2 tujuan, pertama menjadikan media sebagai sumber untuk mengkaji dimensi-dimensi realitas sosial suatu masyarakat, dan kedua untuk mengenali kecenderungan nilai yang menjadi faktor imperatif bagi suatu media.

Demikianlah, kajian media dalam perspektif budaya dapat difokuskan pada 2 sisi, pertama institusi media sebagai bagian dalam produksi praktik budaya dalam ekonomi-politik, dan kedua media sebagai teks budaya. Dari orientasi dan fokus semacam ini kritisisme perlu diarahkan kepada transformasi sosial di Indonesia, dengan memfokuskan perhatian pada budaya alternatif yang terkandung dalam media umum atau diwujudkan dalam media alternatif. Dengan kata lain, sudut pandang kajian adalah terhadap proses yang berlangsung dari budaya alternatif pada media dalam menghadapi setiap arus besar budaya, dengan tujuan untuk memahami apa yang menyebabkan budaya alternatif dapat tumbuh atau sebaliknya tidak berdaya dalam arus besar.

Karakteristik fenomena komunikasi/media dapat ditelusuri dari masyarakat yang menjadi ruang hidupnya. Secara konvensional masyarakat dapat dilihat dalam dua dimensi,

yaitu dalam kehidupan sosial dan kehidupan budaya. Karenanya dikenal masyarakat ‘sosial’ (nyata, *real*) yang dilihat dari interaksi sosial dalam konteks ekonomi dan politik. Sedang masyarakat ‘budaya’ dibedakan atas dua macam, bersifat statis yaitu komunitas yang memperoleh warisan (*heritage*) makna (*meaning*) simbolik untuk kehidupan komunitasnya, dan bersifat dinamis yaitu komunitas warga yang memproduksi makna simbolik, baik revitalisasi makna lama maupun produksi makna baru untuk kehidupan yang lebih baik.

Selain itu, dalam perkembangan teknologi komunikasi, realitas media melahirkan bentuk kehidupan baru, dikenal melalui realitas virtual atau *cyber*. Dengan demikian kompleksitas masyarakat perlu dilihat pada realitas masyarakat bersifat *real* yang terbentuk atas interaksi manusia dalam proses obyektifikasi dan subyektifikasi, realitas masyarakat yang menciptakan dan mengolah makna simbolik, dan realitas masyarakat *cyber* (*cyber society*) yang terbentuk oleh penggunaan media berbasis telekomunikasi dan informasi multimedia (tele-informatika).

Secara akademik, keberadaan media dan masyarakat perlu dilihat secara bertimbal balik. Untuk itu biasa digunakan landasan konseptual, setidaknya ada 2 pandangan yaitu apakah media membentuk (*moulder*) atau mempengaruhi masyarakat, atautkah sebaliknya sebagai cermin (*mirror*) atau dipengaruhi oleh realitas masyarakat. Dalam bahasa sederhana, apakah media massa menjadi penyebab “rusak” atau “beradab”nya masyarakat, atautkah media hanyalah mencerminkan wajah masyarakat? Dua landasan ini menjadi titik tolak dari bangunan epistemologis dalam kajian media, yang mencakup ranah pengetahuan mengenai hubungan antara masyarakat nyata (*real*) dengan media, antara media dengan masyarakat *cyber*, dan antara masyarakat *real* dengan masyarakat *cyber*. Dari interkoneksi itu kemudian realitas media dilihat konteksnya dengan masyarakat simbolik. Dengan kata lain, sejauh mana realitas media merefleksikan makna simbolik yang berkonteks pada masyarakat *real* dan masyarakat *cyber* secara bertimbal balik.

Pandangan pertama, bahwa media membentuk masyarakat bertolak dari landasan dengan teori stimulus – respons dalam behaviorisme. Teori media dalam landasan positivisme ini pun tidak bersifat mutlak, varian pengaruh media massa terdiri atas 3 varian, pertama: menimbulkan peniruan langsung (*copycat*), kedua: menyebabkan ketumpulan terhadap norma (*desensitisation*), dan ketiga: terbebas dari tekanan psikis (*catharsis*) bagi khalayak media massa. Landasan konseptual semacam ini banyak didukung oleh skolar penganut pragmatis sosial. Selain itu dikenal pula kerangka konseptual tentang keberadaan media dengan landasan bersifat kultural, melalui

perspektif kritis yang melihat pengaruh media adalah dalam menyampaikan dan memelihara dominasi ideologi borjuis, membentuk dan memelihara ideologi dominan atau arus utama (*mainstream*) dalam masyarakat.

Pandangan kedua menempatkan media sebagai teks yang merepresentasikan makna, baik makna yang berasal dari realitas empiris maupun yang diciptakan oleh media. Dengan demikian realitas media dipandang sebagai bentukan makna yang berasal dari masyarakat, baik karena bersifat imperatif dari faktor-faktor yang berasal dari masyarakat, maupun berasal dari orientasi budaya pelaku media. Dari sini media dilihat pada satu sisi sebagai instrumen dari kekuasaan (ekonomi dan/atau politik) dengan memproduksi budaya dominan untuk pengendalian (dominasi dan hegemoni) masyarakat, dan pada sisi lain dilihat sebagai institusi yang memiliki otonomi dan independensi dalam memproduksi budaya dalam masyarakat.

Pandangan lain dengan determinasi teknologi, keberadaan media komunikasi massa dilihat sebagai fenomena yang dibentuk oleh perkembangan masyarakat. Teknologi mengubah konfigurasi masyarakat, mulai dari masyarakat agraris, industrial sampai ke masyarakat informasi. Dalam perubahan tersebut teknologi komunikasi berkembang sebagai upaya manusia untuk mengisi pola-pola hubungan dalam setiap konfigurasi baru. Perkembangan teknologi yang mempengaruhi kegiatan komunikasi, pertaliannya dapat dilihat pada dua tingkat, pertama secara struktural, yaitu faktor teknologi yang mengubah struktur masyarakat, untuk kemudian membawa implikasi dalam perubahan struktur moda komunikasi. Kedua, perubahan moda komunikasi secara budaya membawa implikasi pula pada perubahan cara-cara pemanfaatan informasi dalam masyarakat. Dengan begitu determinasi teknologi dalam konteks komunikasi dapat dilihat dalam urutan berpikir: dari perubahan struktur masyarakat, struktur moda komunikasi dalam masyarakat, dan cara pemanfaatan informasi.

Selain itu ada pula pandangan dengan urutan sebaliknya: dari pemanfaatan informasi, membawa perubahan masyarakat, dan untuk kemudian mempengaruhi perkembangan teknologi. Pandangan ini menempatkan media massa dapat membentuk masyarakat melalui realitas psikhis dan realitas empiris sehingga terdapat daya kreatif person maupun kolektifitas. Dengan kapabilitas dan daya kreatif secara personal atau kolektif dapat melahirkan (*invention*) dan memperkembangkan (*innovation*) teknologi dalam masyarakat.

Perjalanan kajian media atau ilmu komunikasi telah bergerak jauh. Untuk itu perlu dicatat, saat tahun 1983 para skolar komunikasi merasa perlu melakukan retrospeksi atas keberadaan disiplin Ilmu Komunikasi (dalam *Ferment in the Field*, Journal of Communication, Vol 33, no. 3/1983) guna menyikapi pernyataan Berelson 24 tahun sebelumnya, tentang lunturnya disiplin Ilmu Komunikasi ("The State of Communication Research", Public Opinion Quarterly 23, 1959). Ilmu Komunikasi sebelumnya menjadi tempat persinggahan sementara bagi sejumlah skolar dari disiplin ilmu lain, seperti Ilmu Politik (Lasswell); matematik dan sosiologi (Lazarsfeld); psikologi sosial (Lewin), dan sebagainya. Dengan begitu Ilmu Komunikasi dipandang sebagai disiplin terbuka yang dimasuki oleh kalangan dari berbagai disiplin keilmuan lain. (Rogers,1994)

Dalam citranya sebagai disiplin yang terbuka, dibandingkan dengan cabang-cabang disiplin Ilmu Sosial lainnya, Ilmu Komunikasi boleh disebut memiliki obyek kajian yang lebih jelas batasnya. Kajian dengan *focus of interest* yang dikonsentrasikan pada *subject matter* media dan informasi dalam interaksi sosial, akan membedakannya dengan kajian atas interaksi sosial yang dilakukan dalam cabang lain disiplin Ilmu Sosial. Penetapan obyek kajian dalam Ilmu Komunikasi tidak pernah menimbulkan kontroversi, sehingga kajian dari tahun ke tahun dapat berkembang dengan mempertajam perspektifnya. Dalam perkembangan Ilmu Komunikasi setidaknya para skolarnya tidak terlibat dalam perdebatan epistemologis, apakah disiplin ini sebagai studi dengan pendekatan empirisisme ataukah rasionalisme, kuantitatif ataukah kualitatif, studi sosial ataukah studi budaya, dan sebagainya. Pendefinisian komunikasi sebagai proses transmisi pesan dalam konteks interaksi sosial ataukah sebagai proses produksi makna simbolik dalam konteks budaya, mendapat tempat yang sama dalam kajian Ilmu Komunikasi (Fiske, 1990).

Secara sederhana kegiatan komunikasi dilihat sebagai instrumen dalam hubungan sosial, yang diwujudkan dalam format verbal dan non-verbal, atau format visual dan non-visual. Masing-masing format ini membawa tuntutan teknis yang berkonteks pada sifat bawaan (*traits*) media yang digunakan. Seperti halnya media sosial dengan sifat bawaan yang bertumpu pada faktor fisik manusia, media massa dengan landasan faktor perangkat teknologi mekanis dan elektronik, dan media interaktif dengan tumpuan pada perangkat teknologi telekomunikasi dan komputer multimedia. Masing-masing media hadir dengan sifat bawaannya, dan dari sini kaidah dalam komunikasi akan disesuaikan dengan faktor fisik manusia, dan teknologi sebagai perpanjangan fisik manusia. Dalam kajian pragmatis kemudian melahirkan asumsi atas fenomena komunikasi dengan faktor bahasa yang

menentukan dunia alam pikiran (*linguistic determinism*) dan faktor teknologi (*technological determinism*) yang menentukan konfigurasi masyarakat.

Penetapan obyek kajian dalam Ilmu Komunikasi tidak pernah menimbulkan kontroversi, sehingga kajian dari tahun ke tahun dapat berkembang dengan mempertajam perspektifnya. Tetapi disini pula sumber masalahnya, apakah yang dibicarakan adalah Ilmu Komunikasi (*Communications Science*), ataukah Studi Media (*Media Studies*). Sebagai suatu ilmu dengan sendirinya ada upaya untuk membangun ranah keilmuan dengan teori dan metodologi, dengan mengembangkan model teoritis dan konsep teoritis yang bersifat eksklusif. Sedang sebagai suatu studi dikembangkan dengan berbagai perspektif, dengan konsekuensi kegiatan bersifat lintas disiplin (*cross-disciplinary*) dan menembus batas-batas akademik (*academic boundaries*).

Dengan begitu berbeda dengan Ilmu Komunikasi pada tahap awal yang dikerjakan oleh skolar dari disiplin lain dengan menggunakan logika metodologi dan analogi teoritis dari disiplin keilmuannya, dengan menjadikan fenomena komunikasi/ media sebagai obyek kajian. Sebagai ilustrasi, Shannon seorang insinyur elektronik memperkenalkan model teoritis untuk menjelaskan model teoritis komunikasi bersifat linier dalam “the mathematical theory of communication”, atau Hovland seorang psikolog memperkenalkan teori persuasi dengan “the message learning approach” (Rogers, 1994).

Dalam riak kecil perkilahan mengenai Ilmu Komunikasi dan Studi Media, dalam perkembangan bidang kajian ini setidaknya para skolarnya tidak terlibat dalam perdebatan epistemologis, apakah disiplin ini sebagai studi dengan pendekatan empirisisme ataukah rasionalisme, kuantitatif ataukah kualitatif, studi sosial ataukah studi budaya, dan sebagainya. Dalam kajian komunikasi/media pun dapat ditelusuri genesisnya yang bersifat dikhotomis, pertama adalah dari akar Amerika Serikat yang berbasis empirisisme dengan aliran pemikiran pragmatisme. Kedua, dari akar Eropa yang dapat dirunut pada tradisi Yunani yang berbasis pada retorika (logika dan bahasa), yang berlanjut dengan kajian sejarah dan budaya, dan paling belakangan dengan perspektif kritis (termasuk ideologis) pada aliran pemikiran Birmingham di Inggris dan Frankfurt di Jerman. Dari masing-masing orientasi akademik ini pengkaji komunikasi mendefinisikan subyek kajiannya secara berbeda. Aliran pertama menyebut sebagai penyampaian pesan (*transmission of message*) dalam konteks interaksi sosial, sedang aliran kedua melihat fenomena komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna (*production and exchange of meaning*) dalam konteks budaya (Fiske, 1990).

Keberadaan Ilmu Komunikasi/Studi Media tidak terlepas dari paradigma yang muncul dalam Studi Sosial. Paradigma menjadi dasar dalam melihat suatu obyek, mengingat bahwa obyek tersebut tidak berada dalam ruang hampa. Fenomena yang menjadi obyek kajian berada dalam ruang sosial yang lebih besar. Untuk itu fenomena komunikasi/media dijelaskan dengan *grand theory* dalam Ilmu Sosial, seperti strukturalisme (fungsionalisme dan konflik sosial), simbolik-interaksionisme dan kognitif-behaviorisme. (DeFleur & Ball-Rokeach, 1982)

Paradigma menjadi dasar dalam melihat suatu obyek, mengingat bahwa obyek tersebut tidak berada dalam ruang hampa. Fenomena yang menjadi obyek kajian berada dalam ruang sosial yang lebih besar. Untuk itu dijelaskan dengan *grand theory* dalam Ilmu Sosial, seperti strukturalisme (fungsionalisme dan konflik sosial), simbolik-interaksionisme dan kognitif-behaviorisme (DeFleur & Ball-Rokeach, 1982)

Paradigma membawa konsekuensi dalam pendekatan (*approach*) kajian, karenanya dikenal pendekatan mikro dan makro dan paralel dengannya pendekatan budaya dan struktural (Hall, 1999; Herman, Chomsky, 1988). Pendekatan mikro yang menjadikan individu sebagai satuan kajian, dengan itu menampung kajian dengan perspektif simbolik-interaksionisme dan kognitif-behaviorisme. Pendekatan makro melihat masyarakat/kolektivitas sebagai satuan kajian, menampung perspektif strukturalisme (Mosco, 1996; Bagdikian, 2000). Pendekatan mikro menjadikan domain nilai (*value*) dan psikologis individu sebagai satuan kajian, sehingga masyarakat dipandang sebagai akumulasi dari domain individual tersebut. Sementara pendekatan makro melihat individu sebagai bagian institusi, dan masyarakat merupakan interaksi dari berbagai institusi.

Jika diingat bahwa paradigma berkaitan dengan perspektif yang digunakan dalam fenomena sosial umumnya, maka perkembangan paradigma dalam Ilmu Komunikasi seiring dengan perkembangan dalam Ilmu Sosial. Perkembangan sebenarnya bukan berarti munculnya paradigma baru, sebab tidak ada lahir yang dapat berfungsi seperti *grand theory* yang diperkenalkan Durkheim, Marx, Weber dan lainnya (Littlejohn, 1996). Pengembangan pada dasarnya adalah dengan memberikan konteks baru atas paradigma lama. Dengan begitu analisis lebih tajam, dan konsep teoritis dapat dikembangkan. Dengan kata lain, kajian-kajian yang dilakukan adalah memperkaya model teoritis (misalnya difusi, agenda setting, dan lainnya), atau mempertajam konsep teoritis.

Perkembangan kajian dalam pendekatan makro, dengan perspektif ekonomi politik (*political economy*), fenomena media massa dikaji untuk melihat keberadaannya di tengah masyarakat dalam peran yang bersifat imperatif akibat kekuasaan negara dan kekuatan

modal. Begitu pula misalnya dikenal pendekatan hegemoni, untuk melihat keberadaan media massa dalam berhadapan dengan kekuasaan dominan dalam struktur sosial/global. Sementara perkembangan dalam kajian mikro lebih banyak bersifat pengujian konsep teoritis. Kajian semacam ini berfungsi sebagai penajaman dalam hal ketepatan konsep dalam menghadapi fenomena empiris. Upaya untuk memperkembangkan paradigma sampai saat ini dilakukan oleh para skolar yang ingin mengkaji fenomena komunikasi sebagai fenomena sosial, bukan semata-mata sebagai akumulasi pengalaman empiris atau psikologis dari individu. Antara lain dengan mencari metode yang dapat mengurangi kelemahan pendekatan makro yang bersifat hermeneutis, dan memadukan dengan pendekatan mikro dengan observasi terhadap individu.

Demikianlah, keinginan yang tersirat dalam buku ini dimaksudkan sebagai suatu eksplorasi untuk mempelajari media yang ditempatkan dalam perspektif kebudayaan/kultural, sebagai upaya untuk pengembangan tradisi kultural dalam kajian atas media. Kajian semacam ini diperlukan sebagai penyeimbang dengan pengembangan Ilmu Komunikasi yang bertolak dengan pendekatan positivisme/ empirisme (*logico-empirical*). Dalam rentang masa yang panjang, orientasi kajian dalam Ilmu Komunikasi bergerak di sekitar ini:

Audience studies are usually survey type research designed to measure the amount of interest in various mass media content and the reasons for it. With print media audience studies usually in the form of “one-time” surveys while television ratings most often use and adaption measured over a period of years. Studies of media uses ann media credibility, reader interest surveys and broadcast “ratings” are example of this type of research.

Message content and design immediately brings to mind the content analysis of messages, but content analysis can often be used in conjunction with other research methods to great advantage. Experimental designs in a “laboratory” setting are often used to determine the most effective version of a message to achieve a desired objective with specific population. Research on the advantages of presenting one side of and issue or redundancy, the usess of language and various methods of counter persuasion are examples of message content annd design studies. So are “field” studies done by advertising

agencies and public relations firms to determine the most effective form or versions for their commercials and advertisements.

Effect studies involve the planning and evaluation of the effects of media campaigns as well as the choice of media used. Studies involving the diffusion of innovations, the function and dysfunction of the media, the agenda setting function of the media and the effects of viewing television violence are obvious examples. In the commercial world, advertisers are interested in the most effective means of increasing sales, public relations practitioners seek the best ways to improve a corporate image, campaign managers need the means to get a candidate elected, and statesmen want the best ways to win acceptance for a policy or a program. Effect studies can utilize many research methods—experimental designs, survey research, content analysis, case studies, as well as combinations of them.

Communicator analysis has traditionally been linked with “gatekeeper” studies (case studies). Studies dealing with the effects of language on perception and abstraction can also be classified as communicator analysis. The effects of source credibility on acceptance of a message are also directly related to communication studies. Research into the effects of media chains, conglomerate and cross-ownership on the content of the media are all examples of communicator analysis. (Severin dan Tankard, 1979: 271)

Berbagai varian kecenderungan kajian di atas lahir dari pendidikan Ilmu Komunikasi dengan orientasi positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Lebih jauh lagi orientasi pragmatis yang menggerakkan setiap kajian tersebut menjadikan Ilmu Komunikasi tereduksi sebagai pengetahuan bersifat teknis (*technicalities*). Akibatnya sekolah Ilmu Komunikasi dikesankan sebagai pendidikan bagi komunikator dalam ruang politik dan ekonomi. Kajian media dengan perspektif budaya membawa konsekuensi dalam cara pandang terhadap media, yaitu hubungan media dengan masyarakat politik dan ekonomi dalam konteks makna budaya/symbolik (*cultures and media*), dan kultur dari media yang ada dalam masyarakat (*media cultures*).

Untuk itu budaya/kultur diartikan sebagai praktik dan teks budaya dengan makna simbolik, sebagai proses produksi dan reproduksi secara kolektif penghayatan, makna dan kesadaran, atau pemaknaan dari ruang ekonomi (dunia produksi) dan ruang politik (dunia

relasi sosial). Lebih jauh praktik dan teks budaya ditempatkan pada konteks kemajemukan masyarakat dalam perspektif multi-kulturalisme. Untuk itu terkandung dua permasalahan konseptual dalam konteks Indonesia. Pertama realitas aktual berupa kemajemukan kebudayaan berdasarkan etnisitas/lokalitas, dan kedua proses idealisasi pencitraan (*imaging*) berupa upaya membangun/membentuk kultur nasional atau bangsa. Dengan begitu selalu terjadi proses sentrifugal dari kebudayaan etnis/lokal ke pada kebudayaan nasional/bangsa, atau sebaliknya proses sentripetal pada etnisitas/lokalitas yang menguat sehingga menjauh dari dinamika yang menuju kebudayaan nasional/bangsa. Dalam tarik menarik lingkup entitas domestik yang bersifat sentrifugal atau pun sentripetal ini, berlangsung pula dinamika dari proses global yang menawarkan kebudayaan dengan cara hidup berbasis pada industri kapitalisme dunia dalam kebudayaan massa/populer (*popular culture*).

Kedua, konsep kemajemukan masyarakat (pluralisme) dapat dilihat secara statis sebagai adanya realitas perbedaan dari komunitas etnis/lokal. Ini mengasumsikan bahwa interaksi antar komunitas etnis/lokal berlangsung dalam harmoni. Pada sisi lain disadari bahwa dinamika masyarakat pada hakekatnya tidak dalam harmoni. Dari sini berkembang perspektif konseptual multi-kulturalisme yang bertolak dari asumsi tentang adanya kecenderungan dominasi/hegemoni dari kebudayaan mayoritas/lebih kuat terhadap minoritas/lebih lemah.

Lebih jauh kajian budaya dapat dikembangkan sebagai upaya memahami cara-cara produksi budaya yang diwujudkan dalam praktik dan teks budaya di dalam pertarungan ideologi. Dari sini media di satu sisi dilihat sebagai produk budaya, dan di sisi lain sebagai instrumen dalam memproduksi budaya dalam masyarakat. Untuk itu kajian bersifat lintas disiplin, dengan menggunakan teori sosial serta analisis dan kritik budaya, sebagai titik tolak untuk pengembangan kritisisme secara komprehensif atas kenyataan budaya dan sosial. Dengan menggunakan perspektif ideologis, keberadaan media dilihat berada dalam dinamika di satu pihak adanya budaya arus utama (*mainstream*), budaya dominan/hegemonis, budaya massa, budaya pusat (*center*), atau label mayor, yang berhadapan di pihak lain dengan budaya alternatif/sub-budaya, budaya tanding (*counter*), budaya oposisi, budaya pinggiran (*periphery*) atau label indie dalam kerangka politik dan ekonomi.

Kajian media dalam perspektif budaya dapat difokuskan pada 2 sisi, pertama institusi media sebagai bagian dalam produksi praktik budaya dalam ekonomi-politik, dan

kedua media sebagai teks budaya. Dari orientasi dan fokus semacam ini kritisisme perlu diarahkan kepada transformasi sosial di Indonesia, dengan memfokuskan perhatian pada budaya alternatif yang terkandung dalam media umum atau diwujudkan dalam media alternatif. Dengan kata lain, sudut pandang kajian adalah terhadap proses yang berlangsung dari budaya alternatif pada media dalam menghadapi setiap arus besar budaya, dengan tujuan untuk memahami apa yang menyebabkan budaya alternatif dapat tumbuh atau sebaliknya tidak berdaya dalam arus besar.

Pada sisi lain kajian media dapat ditempatkan dalam kerangka perubahan besar masyarakat. Dalam pandangan determinasi teknologi, transformasi sosial dengan perubahan konfigurasi masyarakat berasal dari penemuan dan pengembang-luasan teknologi. Perubahan besar dalam masyarakat membawa implikasi pada tuntutan pada cara-cara bertindak dalam kehidupan sosial-ekonomi, untuk kemudian mengubah konfigurasi masyarakat dalam sosial-politik. Baru dari sini kemudian lahir teknologi sebagai jawaban atas tuntutan komunikasi, untuk berikutnya melahirkan moda komunikasi dalam masyarakat.

Dengan begitu sumber dari dinamika bagi moda komunikasi adalah struktur sosial (ekonomi dan politik) yang menjadi ruang baginya. Dalam pandangan ini ranah teknologi komunikasi tidak bersifat otonom, tetapi dibentuk dan dipengaruhi oleh struktur sosial. Pada pihak lain, kedudukan manusia pada tataran struktur sosial membawa konsekuensi dalam merespon lingkup kenyataan, baik struktur sosial maupun moda komunikasi.

Struktur moda komunikasi akan memaksa manusia untuk menyesuaikan diri dengan kompleksitas permasalahan komunikasi. Pada tahap dasar, setiap orang dipaksa untuk melek media komunikasi (*media literacy*) yang berbasis pada teknologi sebagai syarat untuk bisa menjadi konsumen informasi. Setiap moda komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda, antara lain seperti perbedaan bentuk simbolik yang digunakan menyebabkan masing-masing media membawa *bias* intelektual dan emosional yang berbeda, atau perbedaan aksesibilitas dan kecepatan informasi akan mengakibatkan perbedaan *bias* politik, atau perbedaan posisi dalam menghadapi media komunikasi menyebabkan *bias* sosial yang berbeda pula.

Dari sini kiranya perlu dikembangkan sudut pandang lain dalam menghadapi fenomena komunikasi. Pandangan konvensional yang berfokus pada proses komunikasi, akan menjadi tumpul dalam memandang perubahan moda dan teknologi komunikasi. Untuk itu fenomena komunikasi perlu didekati melalui dua sisi, yaitu basis material dan basis sosial yang menjadikannya terwujud. Cara pandang ini akan melihat basis material

dari media pers cetak adalah kertas (termasuk tinta cetak), percetakan dan jaringan transportasi (alat angkut dan jalan darat, air dan udara). Media penyiaran berbasis material pada jaringan telekomunikasi yang terdiri atas gelombang elektromagnetik, perangkat transmisi dan penerima. Sedang basis material media interaktif adalah jaringan telekomunikasi dan komputer. Setiap basis material bagi media komunikasi dijalankan dengan basis budaya berupa perangkat lunak (*software*) yang spesifik.

Basis material dalam kegiatan media komunikasi perlu dibedakan antara teknologi yang secara langsung digunakan untuk mewujudkan produk media dan produk informasi, atau secara tidak langsung berupa teknologi yang memungkinkan media dan informasi yang diproduksi sampai atau diambil oleh konsumen. Artinya dengan basis material inilah moda komunikasi dapat diproduksi dan dapat sampai kepada khalayak. Sedangkan basis sosial dari media komunikasi adalah seluruh aspek yang memungkinkan media dan informasi diproduksi. Ini mencakup 2 aspek, pertama bersifat tidak langsung berupa basis politik yang mendasari keberadaan institusional media komunikasi, dan basis ekonomi dengan logika pasar yang menggerakkan produksi dan distribusi moda komunikasi. Kedua, aspek bersifat langsung berupa basis budaya seperti jurnalisme dan seni yang mendasari produksi media dan informasi.

Dalam kajian media, ranah teknologi komunikasi dapat dilihat melalui dimensi politik dan ekonomi sebagai perspektif dari media komunikasi secara struktural. Sedangkan permasalahan intrinsik teknologi komunikasi dapat difokuskan pada basis material dan sosial yang secara langsung mendasari proses produksi media dan informasi komunikasi. Dari sini dilihat basis budaya yaitu perangkat lunak yang menggerakkan proses produksi media dan informasi komunikasi. Perangkat lunak ini dapat dibedakan dalam dua tahap, pertama berfungsi untuk menjalankan mesin-mesin teknologi, dan kedua mendasari proses produksi media dan informasi komunikasi. Dengan begitu keterlibatan seseorang dalam proses produksi media komunikasi pada dasarnya adalah pada basis budaya yang dijalankan, apakah berupa perangkat lunak pada mesin-mesin teknologi komunikasi, ataukah dalam proses produksi media dan informasi.

Kajian media dalam perspektif budaya ini merupakan upaya untuk menjembatani jurang yang ada di antara kajian komunikasi dan kultur yang dipandang terpisah, sementara kedua hal pada hakikatnya berkaitan dengan femonema yang sama. Untuk itu dapat dirunut pandangan berikut ini:

In fact, the distinction between “culture” and

“communications” is arbitrary and rigid, and should be deconstructed. Whether one takes “culture” as the artifacts of high culture, the ways in which people live their lives, the context of human behavior, or whatever, it is intimately bound up with communication. All culture, to become a social artifact, and thus properly “culture”, is both a mediator of and mediated communication, and is thus communicational by nature. Yet “communication”, in turn, is mediated by culture, it is a mode through which culture is disseminated and rendered actual and effective. There is no communication without culture and no culture without communication, so drawing a rigid distinction between them, and claiming that one side is legitimate of disciplinary study, while the other term is relegated to different discipline is an excellent example of the myopia and futility of arbitrary academic division of labor. (Kellner, 1995a: 35)