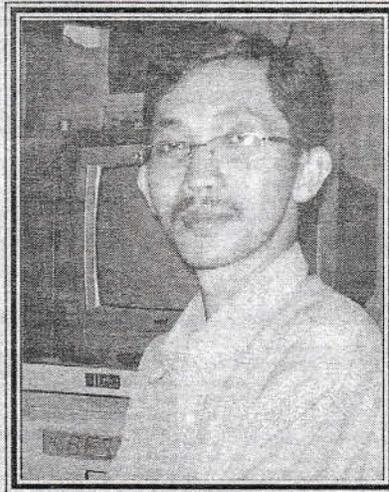


Media Massa dan Dehumanisasi



Oleh: Nurudin

ABSTRACT

Mass media has enormous power in controlling people's belief. Its ups and downs are truly directed by the media. It can be said that media take part in the developed society, however, media also take part in the deterioration of the society. This writing talks about the effects of mass media in leading to the dehumanization. This text aims at examining what caused dehumanization and what media should perform in terms of turning dehumanization down.

Media massa diyakini punya kekuatan yang maha dahsyat untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa bisa mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media massa mampu mengarahkan, membimbing dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan masa datang.¹

Bahkan Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* yang menjadi dasar munculnya *technological determinism theory*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi (yang kebanyakan dipengaruhi media massa) akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat. Dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. McLuhan menegaskan, "Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri".²

Konsekuensi kenyataan itu adalah di satu sisi media punya peran di dalam memajukan peradaban manusia, tetapi di sisi lain media massa juga punya peluang menciptakan keterpurukan, kebobrokan umat manusia. Media massa bisa menciptakan masyarakat menjadi komunitas yang berbudaya, beradab, dan beretika. Tetapi di sisi lain media juga bisa membuat manusia buas dan saling menghancurkan sesama, martabat manusia (pornografi dan pornoaksi), punya kepentingan tersebut dibalik perilakunya, mau menang sendiri dan sebagainya. Dua hal tersebut adalah dua konsekuensi logis apa yang selama ini disajikan oleh media massa. Maka, media massa sebenarnya punya dua pilihan yakni memperpuruk sisi kemanusiaan seseorang (dehumanisasi) atau memperkuat dan menajamkan *sense of humanity* (humanisasi).

Dehumanisasi oleh Media Massa

Ada banyak cara yang bisa dijadikan indikator

bahwa media ikut berperan dalam menciptakan dehumanisasi di masyarakat. Beberapa diantaranya akan dilihat dari sudut pandang; *pornokitsch*, *zlotisme media*, menghancurkan peradaban manusia, dan *trial by the press*.

Pornokitsch

Menurut Yasraf Amir Piliang *pornokitsch* adalah wilayah bahasa dalam pers untuk memenuhi selera rendah masyarakat. Ia adalah salah satu bahasa visual yang sering digunakan untuk menghasilkan efek-efek sensualitas yang segera dan dianggap paling mudah dicerna oleh tingkat selera rata-rata masyarakat. *Pornokitsch* inilah dampak dari pornografi atau dalam bahasa pers diistilahkan jurnalisme "lher".³

Jurnalisme "lher" sendiri adalah suatu bentuk pemberitaan/foto/judul yang di samping menampilkan paha dan dada wanita dari berbagai pose yang mencolok juga disertai judul-judul asosiatif buat pembacanya yang mengarah pada seks. Meskipun bisa jadi judul itu hanya berhubungan dengan profesi keartisan.⁴

Untuk sekedar menyebut contoh antara lain, cover Hesty Syani (31/1/90) dengan judul, "Setelah 2 Kali Kapok Deh", cover Heidy Diana (24/2/90) dengan judul, "Istri Harus Pintar Goyang", cover Herlin W. (7/1/90) dengan judul "Yang Penting Sudah Ngerasain" dan judul lain seperti "Berlinang Air Mata Dada", "Seks Tidak di Satu Jenis", "Saya Suka yang Panjang", "Setelah Dua Kali Baru Nikmat" dan lain-lain.

Tak pelak lagi judul-judul semacam ini jika dipahami sangat mengarah pada pornografi yang membuka makna asosiatif pembaca pada seks. Apalagi disertai gambar-gambar yang "syur". Meskipun berhubungan dengan profesi keartisan, kita yakin seks lebih berbicara dalam benak pembaca.

Lihat pula kasus yang dialami majalah *Jakarta-Jakarta (JJ)*. Majalah JJ ini (majalah terpanas di Jakarta) pernah menurunkan cover dengan judul "Bikini Kuda Binal" untuk terbitan no. 167 (17/9/89). Sedangkan di halaman 1 sampai 8 termuat judul "Parada Kuda Binal" dengan gambar wanita

yang berpakaian minim, yang menonjolkan bagian-bagian/lekuk tubuh wanita seperti ketiak, pinggul, paha, pusar dan dada yang dapat menimbulkan selera rendah pembaca. Akibat pemberitaan seperti itu, JJ pernah mendapat peringatan pemerintah dengan nomor 220/Ditjen-PPG/K/X/89 karena dianggap melanggar delik pornografi pasal 281, 282 dan 283 KUHP.

Majalah *Liberty* selalu menampilkan foto artis "panas" dalam setiap edisinya. Sarah Azhari (untuk menyebut contoh) berfoto "transparan" untuk sampul majalah *Matra* (majalah trend pria) pada edisi no. 155, Juni 1999. Juga pemuatan foto vulgar Sophia Latjuba di majalah *Popular* (edisi Mei 1999). Kontan saja, Pemred *Matra* dan *Popular* diadukan ke polisi dan dijerat dengan pasal 282

Masyarakat menjadi tumpul pikirannya untuk membangun humanisasi karena pornokitsch justru memperlemah sisi kemanusiaan seseorang

KUHP tentang kejahatan terhadap kesusilaan dengan ancaman pidana paling lama dua tahun delapan bulan. Sophia Latjuba sendiri akhirnya diperiksa Mabes Polri lima jam, begitu juga dengan fotografer media yang bersangkutan, Welly dan Andy, diperiksa

sekitar enam jam. Menyusul kemudian Sarah Azhari dan Ayu Azhari atas tuduhan serupa. Kasus-kasus semacam itu belum termasuk yang dipertontonkan di layar kaca kita.

Memang, masalah pornografi masih menjadi kontroversi di masyarakat. Ada yang menganggap bahwa pornografi itu seni, jadi tak perlu di larang. Ada sementara orang yang mengatakan membuka aurat saja sudah termasuk pornografi. Tetapi yang jelas, sesuatu bisa dikatakan pornografi jika bentuk gambar, tulisan dan apalagi benda bergerak itu bisa mengarah pada asosiasi pada pikiran seseorang atau bahkan punya keinginan untuk menirunya.

Yang perlu ditekankan adalah bahwa porno-

kitsch telah mendorong libido syahwat manusia. Seolah-olah urusan manusia hanya pada masalah syahwat. Kasus semacam ini mempunyai indikator memperkuat dehumanisasi di masyarakat. Masyarakat menjadi tumpul pikirannya untuk membangun humanisasi karena *pornokitsch* justru memperlemah sisi kemanusiaan seseorang. Apakah kita pernah berpikir bahwa mereka yang "menurut libido syahwat" punya rasa kemanusiaan tinggi?

Zelotisme Media

Orang yang berhasrat memenuhi kebutuhan, meraih sampai merebut sesuatu sesuai kebutuhan atau keinginan dirinya sering disebut sebagai *zelotes*. Sedangkan jika *zelotes* dijadikan suatu paham, pendirian bahkan keyakinan disebut sebagai *zelotisme*. Dalam pergaulan masyarakat, paham ini kemudian menjawai sekelompok orang dalam mengejar sesua-tu (A Mangunhardjana, 1997:240).

Kelompok yang menganut paham ini berkeyakinan bahwa yang dicita-citakannya adalah sesuatu yang paling baik untuk semua lapisan masyarakat. Oleh karena itu ia tidak akan tinggal diam manakala berbagai kenyataan di sekitarnya tidak sejalan dengan pemikiran yang diyakininya tersebut. Sesuatu yang berbeda dengan yang lain, memunculkan "gaya" tersendiri yang membedakannya dengan yang lain.

Tak bisa dipungkiri paham seperti ini tengah hidup pada keyakinan masyarakat kita. adanya hasrat untuk memenuhi kebutuhan sampai mengejar ambisi diri dan kelompok saling berhimpitan. Sehingga sikap ini sering diklaim sebagai sikap yang paling baik.

Ternyata *zelotes* juga hinggap di media massa kita. Media massa yang menganut paham ini akan melakukan apa saja untuk meraih tujuan. Beberapa indikator yang bisa dijadikan bukti antara lain pemberitaan tabloid *Demokrat* edisi no. 49 tahun 2000. Tabloid itu "menuduh" Amien Rais sebagai "Vampir Politik Indonesia". Tabloid ini menampilkan gambar Amien Rais yang menyeringai, memperlihatkan gigi taringnya yang panjang, meneteskan darah dan berdiri di samping tiga ongkok mayat dengan genangan darah.

Tabloid yang bermotto "Yang Penting, Sru-dukannya Bung!" itu juga menampilkan laporan yang juga tak kalah tendensius dengan judul-judul *Vampire Politik itu Bernama Amien Rais, Jangan Asal Ngomong Jihad, Sok Pahlawan, Licik dan Provokator, Jika Jadi Tukang Hasut Pecat Saja!* dan lain-lain.

Sebenarnya, zelotisme juga bisa dikaji dari bahasa yang digunakan media massa. Bahasa yang sengaja digunakan untuk memenuhi kepentingan media atau sasaran kelompok tertentu di atas kepentingan masyarakat masuk dalam kriteria ini. Karena bahasa sudah bermuatan kepentingan seperti itu, dampaknya adalah suasana saling rebut antar kelompok sesama, konflik dan media berperan di dalamnya.

Beberapa indikator bahasa yang digunakan media massa dan mengarah pada dehumanisasi antara lain bisa dilihat dari kasus konflik Maluku seperti yang dimuat dalam *Aksi* (2000) sebagai berikut, "Kepulauan Maluku bagai **ladang penja-galan**. Nyawa manusia tidak lagi memiliki nilai. Satu per satu terbunuh dengan sia-sia...Wajah kepulauan Maluku porak-poranda, carut marut tak terbentuk lagi. Agaknya ini pula yang menggugah nurani umat Islam untuk memberikan bantuan kepada saudaranya di Maluku. (Sudibyo dkk, 2001:151).

Begitu pula dengan kata-kata seperti yang di-beritakan sebuah majalah "MD" (*Media Dakwah*), "Korban pembantaian terhadap umat Islam di Tobelo. Setelah dibunuh jantungnya diambil", "Korban **pembantaian** terhadap umat Islam di Tobelo, dibunuh dengan anak panah", "Korban **pembantaian** terhadap umat Islam dibakar hidup-hidup di dalam masjid Al Ikhlas di desa Togoliao Kecamatan Tobelo", "Muslimah pun jadi korban kesadisan Kristen Tobelo". (Sudibyo dkk, 2001:155).

Kata-kata yang dipilih oleh media itu bukan berarti bebas nilai. Ia sarat nilai yang berusaha untuk mempengaruhi opini publik masyarakat untuk mendukung kelompok tertentu dan tidak mendukung kelompok yang lain secara berlebihan.

Media sangat jelas dan transparan dalam memilih bahasa atau kata-kata yang digunakan ketika

menyajikan berita tentang konflik di masyarakat. Seringkali tanpa sadar media terseret arus pada kelompok yang bertikai. Terseret ini artinya ikut membela satu kelompok dan tidak membela kelompok yang lain.

Hal demikian tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eriyanto dan kawan-kawan tentang kasus Sampit. Di Kalimantan Tengah *Kalteng Pos* dan *Dayak Pos* yang mula-mula netral akhirnya tidak bisa mengambil jarak dengan pihak yang bertikai (terutama warga Dayak). Kata-kata

Media massa memang punya kepentingan di dalamnya. Baik melalui kepentingan karena mendukung elite politik yang senang perang atau, pemilik media itu berkepentingan terhadap perang

seperti koran *Kalteng Pos* "Malam itu, setelah dua hari etnis Madura "**menjajah**" Sampit, Panglima dayak merengsek masuk kota". Atau "Aparat siaga dan berlapis-lapis menjaga **sarang kaum begal bergundal etnis Madura** di sana". Jelas keberpihakan ini sebuah kesengajaan dan bukan tak sengaja (Eriyanto dkk, 2004: 149). Bisa dimaklumi karena *Kalteng Pos* adalah koran di wilayah suku etnis Dayak. Namun demikian, terlalu membela salah satu pihak dengan memberi sebutan buruk pada kelompok tertentu bukan teknik jurnalisme yang baik. Dari sinilah usaha merebut sesuatu kebutuhan atau kepentingan dirinya nyata terlihat.

Menghancurkan Peradaban Manusia

Media, langsung atau tidak ikut berperan dalam menghancurkan sejarah peradaban manusia. Ini sangat terlihat sekali ketika media massa terlibat secara langsung dalam perang. Sama dengan media yang meliput daerah konflik, dalam meliput perang sekalipun media ikut memberikan andil mengobarkan perang. Ini tentu tidak menuduh dan menggeneralisasi bahwa media massa seperti

itu. Hanya masalahnya, media massa tidak bisa menghindar atas tuduhan itu. Apalagi, media massa memang punya kepentingan di dalamnya. Baik melalui kepentingan karena mendukung elite politik yang senang perang atau, pemilik media itu berkepentingan terhadap perang.

Sekedar contoh adalah media massa yang ada di Amerika. Menurut catatan Joel Andreas (2004) setelah perang teluk 1991, salah satu petinggi Amerika perencana perang pemerintahan Bush, Richard Hass, bertemu sekelompok jurnalis terkemuka dan berterima kasih atas bantuan mereka. Sebabnya adalah media massa sengaja mendukung perang dengan memberikan liputan 24 jam non stop tentang perang. Bahkan acara-acara liputan perang disponsori oleh Exxon dan general Electric yang sebelumnya direstui Pentagon.

Kasus ini memberikan bukti bahwa media massa ikut memberikan andil dalam menciptakan perang. Dengan kata lain juga, ikut menghancurkan sejarah peradaban manusia. Apalagi di Irak memang ada peninggalan sejarah peradaban Islam yang sudah bertahun-tahun dipelihara. Orang yang ada di balik media massa juga ikut berperan dalam menyulut perang. Simak pendapat Lawrence Grossman (mantan penanggungjawab PBS dan NBC news) mengatakan, "Tugas presiden adalah menetapkan agenda (perang) dan pers bertugas mengikuti agenda itu".

Hal lain yang membuktikan bahwa media massa ikut menyulut perang adalah peran pemilik media massa. Jaringan televisi dimiliki sejumlah perusahaan terbesar dunia yang berkepentingan terhadap perang. NBC oleh GE, CBS oleh Viacom, ABC oleh Disney, Fox oleh Rupert Murdoch's News Corporation, dan CNN oleh

**Tiada
demokratisasi
media tentu saja
mematikan
demokrasi.
Matinya demokrasi
adalah matinya
sejarah peradaban
manusia**

Time Warner. Anggota dewan direktur mereka juga menjadi anggota direksi perusahaan pembuat senjata dan perusahaan lain di seluruh dunia. Sebut saja misalnya Boeing, Coca Cola, Texaco, Chevron, EDS, Lucent, Daimier-Chrysler, Citigroup, Xerox, Philip Morris, Worldcom, JP Morgan, Chase Rockwell Automation dan Honeywell.

Bahkan GE (pemilik televisi NBC) adalah kontraktor militer ketiga terbesar di AS yang mendapat keuntungan miliaran dollar per tahun. Mereka memproduksi bagian-bagian senjata nuklir milik AS, mesin jet untuk pesawat militer, dan segala peralatan elektronik untuk Pentagon. Perusahaan ini bahkan secara diam-diam melepas jutaan curie radiasi maut dari fasilitas senjata nuklir Hanford, di negara bagian Washington dan mendirikan pembangkit nuklir bermasalah di pedesaan AS.

Akibat selanjutnya, apa yang diberitakan media massa mengalami bias informasi. Bias ini tentu saja akan disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan media, pemilik media dengan memakai elite politik sebagai alat saja. Kenyataan ini jelas mematikan demokratisasi media. Sama halnya dengan negara yang tidak lagi mewadahi kepentingan rakyat, tetapi mewadahi kepentingan kalangan bisnis karena elite politik tunduk pada mereka. Alasannya, mereka inilah sponsor utama elite politik. Margareth Thacher dan Ronald Reagan di awal akhir tahun 70-an adalah dua orang pelopor munculnya neoliberalisme yang mendudukkan mereka sebagai "pelaku" ekonomi pasar yang sudah digerakkan oleh kalangan perusahaan.⁵ GE menjadi sponsor utama Reagan dari awal hingga karir politiknya. Tiadanya demokratisasi media tentu saja mematikan demokrasi. Matinya demokrasi adalah matinya sejarah peradaban manusia. Lepas dari kekurangan yang melekat pada demokrasi, saat ini hanya demokrasilah yang dianggap sebagai satu-satunya proses mengatur negara dengan masyarakat, meskipun seringkali ia dicerai untuk alasan-alasan politis tertentu. Amerika adalah pendukung paling setia demokrasi, tetapi ia juga pihak yang paling sering mencederai demokrasi.

Maka, media yang hanya digunakan untuk kepentingan-kepentingan politik tertentu (termasuk untuk kepentingan perang) telah mengarahkan media menghancurkan sejarah peradaban manusia itu sendiri. Akhirnya, media berperan dalam menciptakan dehumanisasi di dunia ini.

Trial by the Press.

Trial by the press singkatnya berarti pers menuduh atau tepatnya mengadili seseorang sebagai pihak yang bersalah sebelum pengadilan memutuskan ia bersalah atau tidak. Artinya seseorang divonis bersalah oleh media, dan media merasa sebagai pihak yang punya legitimasi mengadili.

Lepas dari niat baik media untuk mengupas masalah-masalah korupsi, tidak sedikit media massa telah menuduh seseorang terlibat korupsi, padahal pengadilan belum memutuskan bersalah atau masih dalam taraf proses penyidikan. Kasus ini tentu saja, sebuah perilaku yang berat sebelah karena media massa bukan lembaga pengadilan.

Sebenarnya, media memang tidak seratus persen salah dalam mengungkap kasus tersebut. Namun media telah dianggap terlalu jauh masuk ke wilayah "lain". Tugas media adalah memberikan fakta-fakta kongkrit di lapangan, memberikan ulasan bahwa seseorang "diduga" terlibat korupsi misalnya. Tetapi, ia harus menghindari tuduhan. Ia hanya boleh menduga saja (kalau menyangkut masalah korupsi).

Dalam hal ini memang ada dua pilihan dilematis. Berpatokan untuk tidak melakukan *trial by the press* sementara korupsi merajalela atau melakukan *trial by the press* tetapi masalah korupsi

bisa dimunculkan ke publik. Yang ideal adalah memang media massa tidak boleh menghindar memunculkan atau memicu sebuah persoalan korupsi, namun ia tentu saja tidak diperbolehkan untuk "menuduh". Tugasnya adalah memicu kasus tersebut, memunculkan secara gencar di media massa untuk mempengaruhi opini publik (*public opinion*).

Dalam suasana kebebasan pers yang cenderung liberal, kasus-kasus di atas banyak menghinggap media massa. Di Indonesia, begitu reformasi tiba suasana menjadi lain. Pers tidak lagi bisa dikekang seperti zaman Orde Baru (Orba). Seperti kuda lepas dari kandang, media massa memaknai kebebasan kelewat batas. Masalah-masalah yang berkaitan dengan etika banyak yang dilanggar. Misalnya, pers punya kewajiban "tidak memberikan identitas seseorang" atau "*off the record*" jika diminta oleh nara sumber. Tetapi, faktanya ini sering dilanggar. Buntutnya, menimbulkan gejolak di masyarakat.

Masyarakat tentu saja menikmati tuduhan-tuduhan tersebut karena memang ada dalam suasana *euphoria*. Bagaimana tidak senang masyarakat terhadap pers yang menjelek-jelekkan Orba kalau dia sendiri pernah menjadi korban Orba, meskipun melanggar kode etik? Seolah semua itu sudah menjadi jamak. Ini tak bermaksud membela Orba dan menyalahkan masyarakat, hanya melihat sisi lain yang selama ini kurang diperhatikan menyangkut perilaku pers kita.

Jika pada akhirnya media massa melanggar atau melakukan *trial by the press* secara tidak langsung media telah melanggar wilayah yang bukan menjadi haknya. Dalam posisi demikian media tidak saja melakukan dehumanisasi, tetapi media telah menjadi agen kepentingan. Meskipun media tidak bisa diakui seratus persen lepas dari kepentingan, misalnya pemilik modal. Namun, media karena diedarkan pada publik ia secara tidak langsung menjadi milik publik. Kepentingan publik sudah selayaknya menjadi titik tekan kepentingannya.

Dehumanisasi kelihatan dalam *trial by the press* karena manusia sudah sepatasnya dihormati hak-

Jika pada akhirnya media massa melanggar atau melakukan *trial by the press* secara tidak langsung media telah melanggar wilayah yang bukan menjadi haknya

hak hukum dan politiknya. Masyarakat modern dewasa ini bukan masyarakat yang menekankan *survival of the fittest* (siapa yang kuat dialah yang menang) atau *homo homini lupus* (manusia adalah srigala bagi sesamanya). Dengan kata lain, masyarakat kita adalah masyarakat beradab dan ada aturan yang perlu dilaksanakan bersama-sama, sekecil dan seberat apapun.

Alienasi Sosial

Dalam banyak kasus, media massa berperan dalam menciptakan alienasi (keterasingan) manusia. Sebelum media massa hadir dan mewabah seperti saat ini, manusia menjadi mutlak harus bergaul dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan kata lain, seorang individu memerlukan kehadiran orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Ia meminta bantuan orang lain untuk melengkapi kehidupannya.

Bahkan, ia juga perlu meminta nasihat orang lain atas kekurangan dirinya. Misalnya, ia bisa meminta nasihat seorang kiai, pastur, biksu, dalam soal-soal keagamaan. Ia membutuhkan nasihat dokter tentang penyakit alergi yang dideritanya pula. Pokoknya, manusia punya kecenderungan berhubungan dengan orang lain. Dengan perantaraan media massa, semua fungsi-fungsi berhubungan dengan orang lain tersebut sudah mulai terkikis. Lihat misalnya, semua peran yang semula dilakukan oleh manusia bisa diperankan oleh media massa. Kita akan menjadi orang individualis karena pengaruh media massa.

Seseorang misalnya cukup ada di rumah bisa berbuat apa saja dengan perantaraan media massa. Ia bisa mendapatkan banyak informasi tentang kejadian di sekitarnya lewat perantaraan berita televisi atau surat kabar. Ia tidak harus mendapatkan informasi dari orang lain. Begitu juga ketika ia ingin berhubungan dengan orang lain, misalnya mengirim surat pada teman di luar negeri, ia hanya cukup punya internet di rumah bisa melakukannya lewat e-mail. Bahkan ia bisa *chatting* (mengobrol) dengan temannya itu sama seperti ia berhubungan langsung dengannya.

Ketika suatu saat ia punya masalah kesehatan

kulit, ia tidak harus pergi ke dokter. Ia cukup membaca dan mengikuti serta bertanya melalui rubrik kesehatan media massa. Semua permasalahannya akan dijawab dengan tuntas oleh dokter pengasuh rubrik. Bagaimana dengan dengan pemesanan obat dan barang yang ia butuhkan? Sekarang orang bisa memesan barang lewat internet, barang yang dibutuhkan akan diantar dengan sendirinya.

Perantaraan media massa telah diarahkan untuk teralienasi dari komunitasnya. Dampaknya, kita diarahkan untuk menjadi manusia yang mementingkan diri kita sendiri, disadari atau tidak

Anda punya masalah dengan keagamaan? Anda yang beragama Islam misalnya cukup menonton televisi setiap pagi semua permasalahan keagamaan akan didapatkannya. Hampir semua televisi mempunyai acara semacam itu. Bahkan Anda bisa berinteraksi dengan nara sumbernya.

Bukankah ini bukti bahwa televisi khususnya telah menceraabut kebutuhan-kebutuhan sosial manusia? Artinya, dengan perantaraan media massa telah diarahkan untuk teralienasi dari komunitasnya. Dampaknya, kita diarahkan untuk menjadi manusia yang mementingkan diri kita sendiri, disadari atau tidak.

Ini semua terjadi karena manusia menganggap seolah media massa seperti manusia. Teori *media equation theory* (teori persamaan media) bisa menjelaskannya. Teori yang pernah dikemukakan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespon apa yang dikomunikasikan media seolah-olah (media itu) manusia. Dengan demikian, menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia.

Teori yang pernah dikenalkan pertama kali dalam tulisan *The media equation: How People treat computers, television, and new media like real people and places*

(1996) ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*. Misalnya, kita berbicara dengan komputer kita seolah komputer itu manusia. Kita juga menggunakan media lain untuk berkomunikasi. Bahkan kita berperilaku secara tidak sadar seolah-olah media itu manusia (Nurudin, 2004: 167-168).

Contoh yang lebih sederhana ketika kita melihat televisi. Jika televisi yang kita lihat itu ukurannya kecil dan suaranya kecil, ada kemungkinan kita menontonnya lebih dekat jika dibanding dengan televisi yang besar. Kita bisa meniru berbagai adegan dalam televisi persis seperti yang disajikannya. Perilaku semacam itu, seperti yang dilakukan pada individu yang lain. Ketika yang kita ajak bicara suaranya kecil, kita cenderung mendekat.

Dalam hal ini televisi dan komputer diberlakukan sebagai aktor sosial. Artinya, aturan yang mempengaruhi perilaku setiap hari individu-individu dalam interaksi dengan orang lain relatif sama seperti ketika orang-orang berinteraksi dengan komputer atau televisi. Kalau orang berinteraksi dengan memakai aturan tertentu, televisi dan komputer juga punya aturan tertentu juga seperti dalam situasi lingkungan sosial.

Kenyataan tersebut mendorong kuat munculnya alienasi manusia terhadap lingkungan sosialnya. Manusia merasa telah terpenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui media massa. Alienasi sosial semakin terasa ketika masyarakat justru lebih percaya sajian media massa dibanding dengan kenyataan sebenarnya.

Melalui agama, manusia diarahkan, dituntut, bahkan "diharuskan" untuk melakukan sesuatu dan tidak melakukan sesuatu yang lain. Intinya, manusia menjadikan referensi utamanya pada agama

Agama Baru⁶

Suatu kenyataan yang tak terbantahkan muncul. Masyarakat kita memiliki pola pikir, rasa, dan penilaian berdasarkan apa yang pernah mereka lihat di TV. Dalam menilai komunitas dirinya pun, TV dijadikan referensi utama. Artinya, apa yang sesuai dengan TV dianggapnya baik dan apa yang tidak sesuai dengan TV dianggapnya tidak baik. Kenapa ini bisa terjadi? Alasannya, masyarakat kita saat ini sudah banyak belajar dari TV. Segala kebutuhan sehari-hari, gengsi diri (snobisme), dan tingkah laku disesuaikan dengan apa yang terjadi di TV. Di supermarket, banyak wanita dan ibu rumah tangga berbelanja berdasarkan apa yang telah mereka lihat di TV.

Tak terkecuali anak-anak. Mereka meminta permen, mainan anak-anak lainnya pun sejalan dengan apa yang pernah dilihatnya di layar kaca itu. Lebih dari itu, masyarakat telah menyesuaikan jadwal acaranya dengan TV. Di suatu instansi pada saat tertentu para wanita "menghilang." Sebab, mereka tengah sibuk menonton telenovela. Hari Minggu yang biasanya digunakan untuk acara santai keluarga pun bisa jadi disesuaikan dengan acara yang disuguhkan di TV.

Akibat kenyataan yang berlarut-larut seperti itu (meminjam istilah Jalaluddin Rakhmat) dapat mengakibatkan timbulnya "agama baru" dalam masyarakat. Kenapa hal demikian bisa terjadi? Kita melihat dulu realitas dari agama. Agama merupakan dasar pijakan kuat manusia yang berhubungan dengan Allah atau sesama manusia. Ia juga merupakan tempat "bergantung" manusia agar tidak terombang-ambing.

Melalui agama, manusia diarahkan, dituntut, bahkan "diharuskan" untuk melakukan sesuatu dan tidak melakukan sesuatu yang lain. Intinya, manusia menjadikan referensi utamanya pada agama. Ketergantungan yang demikian besar manusia pada agama merupakan ciri pokok manusia religius. Kalau manusia sudah menggantungkan dirinya pada hal lain yang sama dengan agama, bisa jadi dalam tubuh manusia itu telah bersemi "agama baru" di luar keyakinan pokoknya (termasuk keberadaan TV).

Mungkin manusia itu tak merasa, mereka telah menjadikan televisi sebagai "agama baru". Baginya, bisa jadi agamanya tetap Islam (misalnya). Namun tingkah lakunya sehari-hari atau ketergantungan pada layar kaca itu sama seperti orang beragama atau bahkan mengalahkan agama. TV sebagai referensi utama tingkah laku seperti halnya agama.

Dalam posisi demikian, ada yang perlu mendapat perhatian serius kaitannya dengan pemiskinan imajinasi manusia sehubungan dengan agamanya. Karena telah terbiasa dengan TV, agama pokoknya akan dihitung secara matematis. Mereka akan menggunakan agama itu kalau agama itu menguntungkan secara matematis, karena segala tingkah lakunya telah berdasarkan "agama baru" itu. "Agama baru" itu karena sesuai dengan referensi hidupnya - akan dijadikan kerangka acuan utama hidup. Bukankah realitas ketergantungan yang begitu besar masyarakat kita pada TV, memberi kekhawatiran demikian?

Di samping itu "agama baru" tersebut juga akan menurunkan daya kritis nilai-nilai rohani. Sebab, yang menjadi acuannya saat ini lebih banyak berhubungan dengan atribut fisik. Mulai dari make up, buku, mobil, hingga rumah, dan sebagainya. Padahal agama banyak menekankan nilai-nilai rohani.

Karena itu, kalau kemudian dalam masyarakat timbul krisis rohani, jangan heran. Krisis rohani ini sebagai contohnya adalah lunturnya sifat kejujuran, kesopanan, moralitas, dan kepribadian. Maka tak aneh jika saat ini timbul praktek korupsi dan kolusi yang berkepanjangan. Alasannya, masyarakat telah luntur nilai-nilai rohaninya (baca: nilai religius). Salah satu sebabnya, karena dampak dijadikannya TV sebagai "agama baru."

Membongkar Sumber Dehumanisasi

Layak kiranya kita untuk mengetahui akar penyebab munculnya dehumanisasi yang diciptakan oleh media massa. *Pertama*, media lebih mementingkan orientasi pasar dari pada ideal. Secara sederhana orientasi pasar ini bisa dilihat dari prosentasi hiburan tayangan TV. Hiburan menduduki

posisi paling tinggi dibanding dengan fungsi-fungsi yang lain. Ini menyebabkan apa yang dilakukan TV selalu diorientasikan pada keuntungan. TV akan berlomba-lomba untuk menampilkan acara semenarik dan semenghibur mungkin. Lihat saja, jam *prime time* (jam 6 sampai 9 malam) acara-acara yang disuguhkan hiburan. Kita tidak bisa membayangkan jika pada jam-jam tersebut dimunculkan acara dialog politik. Tentu saja tidak laku ditonton.

Sebenarnya, TV juga bukan satu-satunya yang bisa dituduh bersalah. Masyarakat sendiri juga memformat dirinya untuk menyukai hiburan pada jam-jam *prime time* tersebut. Jadi kepentingan TV dengan kebutuhan khalayak bertemu. Dalam sebuah keluarga misalnya, TV pada jam itu bisa dijadikan alat perekat keluarga. Orang tua bekerja pulang sore, anak sekolah di pagi hari sementara sore les. Keluarga itu bisa bertemu pada malam hari. Mereka sudah dalam kondisi capek, maka konsumsi acara TV biasanya hiburan.

Kedua, pengelola media punya kepentingan terhadap medianya. Bagaimanapun juga pengelola media punya kepentingan. Tentu saja kepentingan media ini akan disesuaikan dengan kepentingan dirinya. Pemilik yang punya latar belakang pengusaha punya kecenderungan menjadikan media sebagai lahan bisnis. Artinya, apa yang dilakukan harus menghasilkan keuntungan. Pemilik yang punya kepentingan politik juga akan menggunakan medianya untuk tujuan-tujuan politik pula.

Ketiga, sistem politik menghendaki hal demikian terjadi. Ini terjadi karena dengan munculnya dehumanisasi oleh sistem politik (atau elite politik) merasa diuntungkan dengan kondisi tersebut. Beberapa kasus konflik yang ada di Indonesia dicurigai sengaja didesain (*by design*) oleh elite politik. Munculnya kasus Ninja di daerah Tapal Kuda Jawa Timur yang membuat masyarakat begitu sadis membunuh sesamanya pernah dicurigai didesain oleh elite politik. Pembunuhan sadis manusia bentuk dari dehumanisasi yang diciptakan elite politik dan diberitakan oleh media massa. Media massa dalam hal ini punya andil menciptakan dehumanisasi.

Apa yang Harus Dilakukan Media

Dehumanisasi adalah bentuk penyimpangan eksistensi manusia. Jika media massa dituduh sebagai agen munculnya dehumanisasi ada beberapa hal yang selayaknya diperhatikan dan dijadikan bahan pertimbangan media.

Pertama, media sudah seharusnya selalu menekankan prinsip peliputan dua sisi yang berbeda secara seimbang (*cover both sides*). Ini merupakan aturan standart dalam kode etik perilaku bagi jurnalis. Pedoman ini mengatur liputan yang akurat, adil dan seimbang dari seluruh pihak yang terlibat dalam sebuah isu. *Cover both sides* akan lebih sempurna jika disertai dengan semangat adil dalam meliput. Misalnya, ia tidak saja memberitakan dua sisi pihak yang bertikai tetapi juga memperlihatkan kualitas liputannya. Konflik yang melanda legislatif-eksekutif dikatakan tidak adil jika yang diwawancarai pihak eksekutif adalah presiden sementara pihak legislatif diwakili DPRD.

Kedua, media dan para jurnalis juga perlu untuk mempresentasikan orang-orang tanpa memberikan label yang tidak adil, cenderung emosional, bias kepentingan terhadap objek berita. Misalnya, pemberian label "provokator", "pemberontak", "begundal", "penjajah" dan sebagainya.

Ketiga, menyarankan agar para jurnalis memberikan konteks, bukan sekedar liputan peristiwa saja. Konflik kerap terjadi berlawanan dengan latar belakang protes historis yang kompleks dengan berbagai interpretasi yang berbeda-beda tentang identitas kelompok klaim atas wilayah. Prinsip jurnalisme yang dikembangkan perlu memperhatikan latar belakang sebuah peristiwa dan bukan peristiwanya sendiri.

Keempat, mengharapkan para jurnalis mendidik para pembaca bahwa konflik-konflik etnis bersifat global dan bahwa konflik selalu mungkin untuk dikelola. Untuk menghindari suatu perasaan anti-pati media hendaknya memfokuskan pada kenyataan bahwa sejumlah konflik etnis telah berhasil dikelola secara efektif. Posisi ini penting agar menghindari tuduhan bahwa media adalah agen kekerasan dan konflik.

Kelima, menuntut para jurnalis mempraktekkan

jurnalisme yang bertanggung jawab. Selama ini liputan mereka cenderung memprovokasi semata. Ini sering terjadi pada peliputan konflik dan perang. Jurnalisme damai tentu sama harus menjadi semangat jurnalis dan media dalam peliputannya. Tanpa itu, kebrutalan, kesadisan, dehumanisasi, *chaos* atau apapun istilahnya akan selalu dialamatkan ke media massa sebagai pemicunya.

Daftar Pustaka

- A. Mangunhardjana. *Isme-isme Dari A Sampai Z*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius. 1997.
- Andreas, Joel. "Addicted to War: Why the U.S Can't Kick Militarisms: An Illustrated Expose by Joel Andreas" dalam Tim Profetik. *Penerj., Nafsu Perang: Sejarah Militarisme Amerika di Dunia*. Jakarta: Pustaka Profetik. 2004.
- Eriyanto *et. al.* *Media dan Konflik Etnis, Bagaimana Surat Kabar Di Kalimantan Meliput dan Memberitakan Konflik Sampit Tahun 2001*. Jakarta: ISAI dan Media Development Loan Fund. 2004.
- Herzt, Noreena. *Perampok Negara, Kuasa Kapitalisme Global dan Matinya Demokrasi*. Yogyakarta: Penerbit Alenia. 2005.
- Ispandriarno, Lukas S., Thomas Hanitzsch, Martin Loeffelholz (eds.). *Media-Militer-Politik Crisis Communication: Perspektif Indonesia dan Internasional*. Yogyakarta: Friedrich Ebert Stiftung dan Galang Press. 2002.
- Nurudin. *Pers Dalam Liputan Kekuasaan, Tragedi Pers Tiga Zaman*. Malang: UMM Press. 2003.
- _____. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers. 2007.

_____. "Televisi Agama Baru Masyarakat Modern (artikel), *Suara Merdeka*, 8 April 1997.

Sudibyo, Agus, Ibnu Hamad dan Muhammad Qodari. *Kabar-Kabar Kebencian, Prasangka Agama di Media Massa*. Jakarta: ISAI. 2001.

Yasraf Amir Piliang, "Pornokitsch" (artikel), *Kompas*, 28 Juli 1999.

Footnotes

1. Media massa yang dimaksud di sini adalah media massa cetak (surat kabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (televisi, radio, internet). Media massa adalah media yang muncul karena perkembangan teknologi komunikasi yang canggih dan using machine institution. Karenanya ia tidak memasukkan media tradisional (kentongan, gamelan, bedug, angklung) di dalamnya.
Media massa digambarkan McQuail (1997) punya kekuatan sebagai sumber kekuatan — alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya, dan media juga seringkali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.
2. McLuhan membagi tahapan perkembangan peradaban manusia dalam berkomunikasi menjadi era kesukuan, era tulisan, era mesin

cetak dan terakhir adalah era media elektronik. Masing-masing era punya ciri khas tersendiri yang akhirnya mempengaruhi cara berkomunikasi manusia itu sendiri.

- 3 Yasraf Amir Piliang, "Pornokitsch" (artikel), *Kompas*, 28 Juli 1999.
- 4 Lihat bahasan pornografi secara lengkap dalam Nurudin, *Pers Dalam Lipatan Kekuasaan, Tragedi Pers Tiga Zaman*, UMM Press, Malang, 2003 terutama bab 5.
- 5 Bukti bahwa mereka sengaja mendukung gagasan neoliberalisme tampak dalam kebijakannya selama menjadi presiden dan Perdana Menteri. Kebijakan ini kemudian diikuti oleh Australia, Selandia Baru, Kanada. Menyebar kemudian dan dianut di Amerika latin di Meksiko (Charlos Salinas de Gortari), Argentina (Carlos Menem) dan Brasil (Fernando Color de Mello), lalu merembet juga ke Asia, termasuk Indonesia. Baca lebih lanjut Noreena Herzt, *Perampok Negara (Kuasa Kapitalisme Global dan Matinya Demokrasi)*, Alenia, Yogyakarta, 2005. Neoliberalisme ini juga membuka peluang media massa lalu dikuasai oleh pengusaha (penanam saham). Akibatnya, media massa dikelola secara bisnis. Di sinilah dehumanisasi yang salah satunya menghancurkan peradaban manusia mulai terasa terjadi.
- 6 Bagian ini saya kutip dari artikel saya "Televisi Agama Baru Masyarakat Modern" di *harizan Suara Merdeka*, 8 April 1987 hal. 6.