

# Mediasi dan Mediatisasi

**M**edia menempati posisi penting dalam masyarakat modern. Setiap hari kita berhubungan dan berinteraksi dengan media dengan berbagai alasan dan motif, mulai dari mendapatkan informasi hingga mendapatkan hiburan dan relaksasi diri. Pentingnya media dalam masyarakat modern ini seolah menempatkan media sebagai perantara antara individu dengan realitas kehidupan sosial, ekonomi, budaya hingga politik. Para ahli, seperti Stromback (2008) mengingatkan agar dibedakan secara jelas antara mediasi dan mediatisasi. Mediasi (*mediation*) secara sederhana bisa didefinisikan sebagai proses di mana media berperan sebagai penghubung antara individu di satu sisi dengan institusi sosial / politik/ ekonomi di sisi lain. Media di sisi hanya sebagai saluran saja. Sementara mediatisasi (*mediatization*) merujuk kepada situasi di mana media menjadi sumber yang penting, sebagai akibatnya kekuatan sosial / politik/ ekonomi yang ada di masyarakat menyesuaikan diri dengan logika media dengan tujuan mempengaruhi khalayak. Jika Anda melihat seorang politisi yang kebetulan konglomerat dan tidak pernah berbicara mengenai rakyat miskin, tetapi tiba-tiba muncul dalam sebuah iklan yang menampilkan dirinya tengah menggondong orang miskin yang sedang sakit, maka ini bukan lagi mediasi, tetapi mediatisasi. Media di sini bukan hanya saluran, tetapi bagaimana kekuatan sosial / politik/ ekonomi menyesuaikan diri dengan media dan kemudian memanfaatkannya.

Untuk memudahkan melihat perbedaan antara mediasi dan mediatisasi, Stromback membagi ke dalam 4 fase. Media mempunyai logika sendiri (disebut *media logic*) sementara institusi sosial / politik / ekonomi juga punya logika sendiri. Pada fase pertama, yang lebih berperan adalah logika politik / ekonomi / sosial. Media di sini hanya berposisi sebagai saluran pesan dari aktor / institusi kepada khalayak. Pada fase kedua, media dan institusi mempunyai posisi yang seimbang. Media tidak lagi tergantung kepada institusi. Media mengembangkan sendiri logika mereka (*media logic*), sementara institusi politik melakukan hal yang sama. Pada fase ketiga, terjadi perubahan di mana yang lebih berperan adalah logika media. Institusi harus mengadopsi logika media, agar bisa diberitakan oleh media dan diterima oleh khalayak---misalnya menarik perhatian, mempunyai nilai berita, dan sebagainya. Pada fase ini muncullah pencitraan, public relation, iklan, profesionalisasi komunikasi sebagainya. Dalam lapangan politik, fase ketiga ini mudah dijumpai. Bagaimana aktor politik menampilkan tindakan yang mempunyai nilai berita agar bisa diberitakan oleh media. Fase keempat, ditandai oleh media bukan hanya makin dominan tetapi juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan (*embedded*) dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai akibatnya, tidak lagi bisa dipisahkan antara logika politik /ekonomi/sosial dan logika media.

Tulisan-tulisan di Jurnal Komunikasi Indonesia (JKI) edisi ini mengangkat fenomena mediasi dan mediatisasi dalam konteks Indonesia. Tulisan Shuri Mariasih Gietty Tambunan dan Maritta Cinintya Rastuti mengulas bagaimana televisi di Indonesia harus menyesuaikan diri dengan konteks lokal ketika harus mengangkat tayangan yang terbukti sukses di luar negeri yang mempunyai konteks sosial politik yang berbeda. Menurut Tambunan, Indonesia memiliki konteks budaya, politik dan sosial yang spesifik sehingga ada perbedaan yang signifikan dalam proses pemaknaan drama televisi ini dalam hubungannya dengan bagaimana imajinasi mengenai “Asia” (Timur) dilakukan di Indonesia apabila dibandingkan dengan negara lain. Sementara tulisan Rastuti mengangkat topik bagaimana pekerja media di Indonesia memaknai dan mengadaptasi konsep “morning show”, sebuah format acara bincang-bincang yang diadaptasi dari Amerika dan Eropa.

Artikel ini mengeksplorasi penyesuaian oleh stasiun televisi Indonesia dalam memasukkan muatan lokal pada format global. Penolakan oleh pelaku media lokal terhadap homogenisasi, memunculkan disagregasi yang berhasil membedakan satu program dari yang lain.

Tulisan Lisa Lindawati dan Meiselina Irmayanti menyoroti bagaimana logika media (*media logic*) menyebabkan banyak peristiwa tidak berhasil direpresentasikan dengan baik dalam pemberitaan media. Artikel Lindawati membahas mengenai pemberitaan mengenai masalah Desa dalam surat kabar lokal online yang berbasis di wilayah Kabupaten Banyumas. Desa digambarkan dalam pemberitaan media tidak jauh-jauh dari soal kriminalitas, peristiwa bencana, dan juga kemiskinan. Padahal, ada banyak sisi lain dari desa yang dapat ditonjolkan dan memberikan dampak positif bagi pembangunan Desa. Peristiwa mengenai desa tidak memenuhi logika media yang mensyaratkan peristiwa menarik, punya magnitude besar dan seterusnya. Sementara artikel Irmayanti menyoal tentang bagaimana media online kerap tidak profesional dalam mengangkat isu-isu dalam liputannya. Bahasa dimodifikasi untuk mengelabui pembaca dan untuk memenuhi kepentingan pemilik, ekonomi dan politik. Selain itu, jurnalis “menghilangkan” hak klarifikasi pihak-pihak yang terkait fenomena yang menjadi pemberitaan di media online.

Selain keempat tulisan tersebut, terdapat tulisan Ignatius Haryanto yang mengulas mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai salah satu masalah penelitian dalam dunia ilmu komunikasi. Tulisan lain adalah tulisan Dewi Savitri yang mengangkat mengangkat topik pemaknaan fiksi gay romantis di antara pembaca perempuan lajang.

Pinckey Triputra  
Ketua Penyunting