

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Media

Kata media berasal dari bahasa Latin ”*medius*” yang secara harfiah berarti tengah, perantara, atau pengantar¹⁴. *Association of Education and Communication Technology (AECT)* memberikan definisi media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi . Pendapat lain mengemukakan bahwa media adalah suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan . Sedangkan Trini Prastati memberi makna media sebagai apa saja yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi ke penerima informasi.¹⁵

Heinich dan kawan-kawan mengartikan media sebagai perantara yang mengantar informasi dari sumber kepada penerima. Dengan demikian televisi, film, foto, radio, rekaman audio, gambar yang diproyeksikan, bahan-bahan cetakan, dan sejenisnya adalah tergolong media. Apabila media tersebut membawa pesan-pesan atau

¹⁴ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 3

¹⁵ Trini Prastati, *Media Sederhana*,....., hal. 3

informasi yang mengandung maksud dan tujuan pengajaran maka media itu disebut media pembelajaran.¹⁶

Secara lebih khusus mengatakan media sebagai sarana fisik untuk menyampaikan isi atau materi pembelajaran. Sarana fisik tersebut dapat berupa buku, tape rekorder, kaset, kamera video, film, slide, foto, gambar, grafik, televisi, dan komputer. Sependapat dengan Briggs, Wang Qiyun & Cheung Wing Sum, menyatakan bahwa dalam konteks pendidikan, media biasa disebut sebagai fasilitas pembelajaran yang membawa pesan kepada pembelajar. Media dapat dikatakan pula sebagai bentuk-bentuk komunikasi baik tercetak maupun audio visual dan peralatannya, sehingga media dapat dimanipulasi, dilihat, dibaca, dan didengar.¹⁷

Dengan demikian media dapat dikatakan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis, yang dapat digunakan untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal atau dapat disimpulkan bahwa media merupakan komponen sumber belajar atau wahana fisik yang mengandung materi instruksional.

2. Pengertian Budaya

Definisi budaya oleh berbagai pengamat menunjukkan ambiguitas atau perbedaan penafsiran. Dalam kajian antropologi, pada

¹⁶ Heinich, *Instructional Media and Technologies for learning*,..., hal. 8

¹⁷ Wang Qiyun dan Cheung Wing Sum, *Designing Hypermedia Learning Enviroments*,..., hal. 217

umumnya budaya mengacu pada perilaku manusia. Sementara, yang lainnya menganggap budaya itu lebih banyak tergantung pada wilayah makna yang ada dalam diri manusia atau abstraksi perilaku. Jadi, salah satu perdebatan tentang budaya yakni apakah budaya merupakan kebiasaan yang diwujudkan pada perilaku manusia sehari-hari, atau berada dalam wilayah pemaknaan terhadap keidupan yang mengendalikan manusia menjalani tingkah lakunya tersebut?, perdebatan lain juga berkaitan dengan apakah budaya itu berkaitan dengan produk-produk yang dihasilkan manusia ataukah tingkat pengetahuan yang membuat manusia mampu mengatasi alam sehingga menghasilkan produk-produk kesenian dan teknologi.¹⁸

Bagi sebagian pengamat, kapak-kapak batu, tembikar, tarian, musik, mode, gaya hidup, dan produk ciptaan dan kreasi manusia lainnya berupa budaya. Akan tetapi, yang lain mengatakan bahwa budaya itu hanya ada dalam pikiran, bukan dalam kenyataan. Melihat perbedaan ini, tentunya cara pandang mereka sangat berpengaruh, apakah si pengamat menggunakan cara pandang idealis atau matrealis.

Jika dipahami dari istilah bahasa indonesia, kata *budaya* berasal dari bahasa sansekerta, *budhayah* yang merupakan bentuk jamak dari *budhi*, kata ini sering diucapkan dalam bahasa indonesia *budi*, yang berarti hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia.

¹⁸ Sandi Suwardi H., *Pengantar Cultural Studies*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011) hlm.13

Secara umum, budaya (*culture*) merupakan produksi dari sirkulasi dari rasa, makna, dan kesadaran. Ranah makna yang menyatukan ranah produksi (ekonomi) dan hubungan sosial (politik). Dengan kata lain, budaya adalah ranah reproduksi bukan atas benda-benda (material) tetapi atas hidup.¹⁹ Namun tak bisa dipungkiri, istilah budaya merupakan istilah yang multi-wacana, dan dapat dimobilisasi dalam berbagai macam wacana.

Dalam setiap kasus, makna budaya ditentukan secara relasional atau negatif dengan pembedaanya dari yang lainnya pada wacana tersebut, dan tidak secara positif berdasarkan referensi atas properti intrinsik, apa adanya dan jelas. Dalam kasus *Media dan Budaya Populer*, budaya disini termasuk wacana *cultural studies*.

Definisi kebudayaan dan kajian tentangnya agak berbeda jika dibandingkan pada masa sebelumnya. Dalam *cultural studies*, budaya mengkaji tentang beberapa hal, diantaranya :

- a) Hubungan antara *kesadaran* dan *kuasa-budaya* sebagai politik;
- b) Identitas-formasi dalam modernitas-budaya sebagai kehidupan sehari-hari;
- c) Budaya hiburan populer yang *dimediasi*-budaya sebagai teks;

¹⁹ John Hartley, *Communication, cultural...*, hlm 29

- d) Ekspansi dari *perbedaan*-budaya sebagai sesuatu hal yang plural.

Cultural studies berkembang di Inggris, di luar dari marxisme strukturalisme, dan feminisme di ranah intelektual, dan dari kajian sastra, sosiologi, antropologi di ranah disiplin ilmu. *Cultural studies* menjadikan budaya sebagai area dimana kelas, gender, ras, dan kesenjangan lainnya menjadi hal yang bermakna, sadar, dan hidup baik melalui resistensi (subkultur) maupun sejenis akomodasi yang dinegosiasikan (audiens). Budaya yang dipahami dengan cara seperti ini merupakan ranah dimana hegemoni dilawan dan dimapankan.

Jelas kiranya bahwa pendekatan budaya model ini berbeda dengan kritik tradisional tentang sastra dan seni. Budaya bagi kritik tradisional ini merupakan area bagi nilai estetika dan moral atau kreatif. *Cultural studies* mencoba menghimpun perbedaan budaya dan praktiknya bukan atas referensi nilai intrinsik atau eternalnya.

Cultural studies telah mengembangkan kerangka kerja yang berusaha untuk memulihkan dan menempatkan budaya kelompok yang terlupakan. Khususnya perhatian ditujukan pada perkembangan historis dan bentuk budaya kelas pekerja dan analisis bentuk-bentuk budaya populer dan media kontemporer.²⁰

²⁰ *ibid*

3. Memahami Budaya Populer

Tentang orang pada umumnya; untuk orang pada umumnya; disukai orang pada umumnya. ‘populer’ sering sinonim dengan ‘bagus’ dalam percakapan biasa, tetapi ini merupakan pembalikan atas konotasi peyoratif sebelumnya. Dalam bentuk aslinya, populer digunakan untuk membedakan orang banyak/kebanyakan (bukan ‘orang pada umumnya’) dari kelas terdidik, makmur, dan memiliki gelar. Tidaklah mengherankan, karena banyak penulis merupakan anggota atau klien dari tiga kelas tersebut. Populer memiliki sinonim : besar, dasar, buruk, tidak diinginkan, umum, rendah, vulgar, hina,murah.

Dari awal yang tidak menjanjikan ini, maksudnya istilah ini memiliki perluasan yang telah ‘didekolonisasi’ secara prinsip melalui penggunaannya dalam politik demokratik pada dan sejak abad ke sembilan belas. Bagaimanapun juga, hal ini masih tetap memegang jejak memadai dalam sejarahnya menjadi istilah *multi-aksentualitas*: popularitas sesuatu yang mungkin diambil sebagai indikasi dari sisi positif atau nilai negatifnya, tergantung dari pengelompokan ‘orang’ yang dibuat.²¹

Konsep ini tentunya tak bebas dari politik, dimana faktanya mengikuti penggunaannya dalam analisis budaya. Popularitas (ada

²¹ *ibid*

dimana-mana) media massa secara khusus menimbulkan ambiguitas dalam debat akademik dan publik mengenai apakah produk media adalah produk bagus karena populer atau buruk karena populer.²²

Ambiguitas tidak hanya sekedar kritik prasangka pribadi, namun menyatakan secara implisit dalam posisi orang-orang atau produk yang dapat dideskripsikan sebagai sesuatu yang populer. Ambiguitas memiliki 2 aspek. *Pertama*, ambiguitas mengenai perluasan dimana budaya populer ditentukan pada orang pada umumnya (oleh korporasi media atau agen negara), atau berasal dari pengalaman, selera, kebiasaan, dan sebagainya. *Kedua*, ambiguitas tentang perluasan dimana budaya populer hanya merupakan ekspresi posisi kelas subordinat yang tidak mempunyai kuasa, atau sumber cara alternatif dalam melihat dan melakukan sesuatu yang otonom dan berpotensi membebaskan, yang dapat diposisikan dengan budaya resmi atau dominan.

Menurut Chris Barker, subordinasi bukan sekedar persoalan korelasi melainkan juga persoalan persetujuan. Budaya pop/populer yang banyak menyita perhatian *cultural studies*, dikatakan sebagai landasan tempat dimana persetujuan dapat dimenangkan atau tidak. Sebagai sebuah cara untuk menjelaskan kesalingterkaitan antara kekuasaan dan persetujuan, ada sepasang konsep lain yang pernah

²² *Ibid*

digunakan dalam teks-teks awal *cultural studies*, namun tidak begitu relevan akhir-akhir ini, yakni ideologi dan hegemoni.²³

Ideologi berarti peta-peta makna yang mengklaim dirinya sebagai kebenaran universal namun sebenarnya merupakan pemahaman spesifik yang punya latar belakang sejarahnya sendiri yang menutup-nutupi dan sekaligus mengukuhkan kekuasaan. Proses penciptaan, pelanggaran, dan reproduksi makna dan praktik oleh pihak ‘atas’ disebut dengan hegemoni. Hegemoni adalah sebuah situasi di mana satu kelompok berkuasa dalam satu ‘kurun sejarah’ menerapkan otoritas dan kepemimpinan sosialnya terhadap kelompok-kelompok subordinat dengan cara memenangi persetujuan kelompok-kelompok tersebut.

4. Media dan Budaya Populer dalam kajian komunikasi

Pada saat ini, media memilih menyusup lewat jalur kebudayaan masyarakat untuk mendapatkan kekuatan lebih jauh. Tanpa disadari, budaya media telah muncul dalam bentuk citra, bunyi dan tontonan yang membantu membangun struktur kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks inilah, Idi Subandi Ibrahim, peneliti media dan budaya populer, menampilkan kajian kritis untuk membuka fenomena produk media dan budaya populer dalam ruang Indonesia kontemporer. Dinamika media dan budaya populer tumbuh sedemikian

²³ Chris Barker, *Cultural Studies*,..., hlm.11

rupa dengan dukungan teknologi budaya yang melibatkan berbagai relasi ideologi dan ekonomi politik. Ibrahim mencoba memahami politik budaya lokal dan kekuatan teknologi kapitalisme global transnasional dengan melakukan negosiasi makna dan menyemaikan hegemoni kesadaran lewat teks-teks budaya media dan budaya pop.²⁴

Satu sisi, kemajuan teknologi telah mengantarkan pada sebuah kondisi kehidupan masyarakat kapitalis. Kapitalisme mendorong terciptanya modernisasi teknologi informasi yang memudahkan masyarakat untuk mengetahui seni dan budaya masyarakat lain. Bahkan, budaya kapitalis telah mengantarkan manusia pada halusinasi realitas yang bersifar estetis. Seni dan budaya lewat media hadir bersamaan dengan kepentingan modal yang menungganginya. Ibrahim menengarai fenomena ini adalah ketidaksiapan dari hakikat budaya Indonesia yang dengan mudah dikepung oleh pertarungan ideologi dan hegemoni yang hendak mengkomersialisasikan.

Memahami posisi budaya dalam proses komunikasi seseorang menjadi sangat penting. Komunikasi dan budaya saling mempengaruhi satu sama lain secara timbal balik. Manakala seseorang berbicara kepada orang lain, di dalamnya akan melibatkan proses pelaku untuk menetapkan siapa berbicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana. Bahkan lebih jauh, membicarakan budaya dalam proses komunikasi,

²⁴ http://www.mitraahmad.net/buku_budaya_populer_sebagai_komunikasi_dinamika_popscape_mediascape_di_indonesia_kontemporer_jls-4192.html/18/12/2012/23:56:17

akan menentukan bagaimana seseorang menyandi pesan, membentuk makna terhadap pesan, keadaan untuk menyampaikan, dan menafsirkan pesan. Hal ini menurut Mulyana akan memiliki konsekuensi, budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beraneka ragam, maka beraneka ragam pula praktek-praktek komunikasi. Budaya dalam proses komunikasi erat kaitanya dengan makna yang disusun oleh pelaku komunikasi.²⁵

Membahas tentang pentingnya budaya populer dalam kajian komunikasi, media disini juga sangat berperan penting, tanpa adanya media, komunikasi tidak dapat berjalan dengan sempurna. Media yang dimaksud disini adalah media massa, dimana dalam prosesnya media massa menjadi hal utama bagi arus komunikasi dan informasi di dalam maupun di antara masyarakat-masyarakat.

Akan tetapi, dalam perkembangan studi media, kritik telah beranjak dari memercayai bahwa media melakukan pelbagai hal kepada orang-orang, mengamati apa yang dilakukan orang-orang dengan media, dan pada materi media yang sesungguhnya. Minat terhadap efek-efek media telah menjadi faktor yang konstan ketika studi tentang media mengalami kemajuan. Hal ini penting dalam kritik-kritik sosiologis terhadap media. Namun, orang-orang yang mengambil pendekatan *cultural studies* akan berargumen bahwa efek-efek tersebut untuk sebagian besar tidak dapat dibuktikan, dan bahwa

²⁵ Mulyana, *Penulisan dan Pembelajaran Sejarah,....*, hal. 1-12

adalah lebih bermanfaat untuk berkonsentrasi kepada teks, konteks sosial, dan kelompok-kelompok sosial.²⁶

Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa budaya populer akan timbul karena adanya pesan dari media dan kebiasaan-kebiasaan yang sering dilakukan oleh kelompok-kelompok sosial tertentu. Tidak mungkin ada budaya dominan populer, karena budaya populer selalu dibentuk sebagai reaksi terhadap, dan tidak pernah menjadi bagian dari kekuatan-kekuatan dominan. Hal ini tidak berarti bahwa anggota-anggota kelompok sosial dominan tidak dapat ikut serta dalam budaya populer, mereka dapat dan memang ikut serta. Namun, untuk melakukan hal tersebut mereka harus mereformasikan loyalitas-loyalitasnya dari orang-orang yang memberikan mereka kekuasaan sosial.

Oleh karena itu, "*budaya populer*" ditentukan oleh kekuatan-kekuatan dominan pada tingkat yang selalu dibentuk dalam reaksi terhadap kekuatan-kekuatan tersebut dapat mengendalikan secara total makna-makna yang dapat dikonstruksi oleh orang-orang dan loyalitas sosial yang dapat mereka bentuk. Orang-orang bukan merupakan subjek-subjek yang tidak berdaya dari sistem ideologi yang tidak dapat dilawan, tetapi mereka juga bukan merupakan individu-individu yang ditentukan secara biologis dan memiliki kehendak

²⁶ Graeme Burton, *media dan budaya populer*,..., hlm.27

bebas, mereka adalah seperangkat loyalitas sosial bergerak yang dibentuk oleh agen-agen sosial.²⁷

5. Peranan media massa sebagai gaya hidup

Pengaruh media massa terhadap masyarakat telah menumbuhkan pembaharuan-pembaharuan yang cepat dalam masyarakat. Pembaharuan yang berwujud perubahan ada yang ke arah negatif dan ada yang ke arah positif. Pengaruh media tersebut berkaitan dengan aspek-aspek lain seperti sifat komunikator, isi/informasi dari media itu sendiri, serta tanggapan dari masyarakat.

Sadar atau tidak sadar masyarakat sering dipengaruhi oleh media massa, misalnya media membujuk untuk menggunakan suatu produk tertentu ataupun secara tidak langsung membujuk untuk mendukung ideologi politik tertentu maupun partai tertentu. Sehubungan dengan hal tersebut, ada beberapa teori kontemporer yang berkaitan dengan pengaruh komunikasi massa yang digolongkan dalam empat bagian, yaitu : Teori perbedaan Individu. Menurut teori ini terdapat kecendrungan baru dalam pembentukan watak seseorang melalui proses belajar. Adanya perbedaan pola pikir dan motivasi didasarkan pada pengalaman belajar. Perbedaan individu disebabkan karena perbedaan lingkungan yang menghasilkan perbedaan pandangan dalam menghadapi sesuatu. Lingkungan akan

²⁷ John fiske, *Memahami Budaya Populer*,...,hlm . 51

mempengaruhi sikap, nilai-nilai serta kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka dalam menanggapi informasi yang datang. Dengan demikian pengaruh media terhadap individu akan berbeda-beda satu sama lain.

Teori Penggolongan Sosial Penggolongan sosial lebih didasarkan pada tingkat penghasilan, pendidikan, tempat tinggal maupun agama. Dalam teori ini dikatakan bahwa masyarakat yang memiliki sifat-sifat tertentu yang cenderung sama akan membentuk sikap-sikap yang sama dalam menghadapi stimuli tertentu. Persamaan ini berpengaruh terhadap tanggapan mereka dalam menerima pesan yang disampaikan media massa.²⁸

Teori Hubungan Sosial Menurut teori ini kebanyakan masyarakat menerima pesan yang disampaikan media banyak di peroleh melalui hubungan atau kontak dengan orang lain dari pada menerima langsung dari media massa. Dalam hal ini hubungan antar pribadi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap penyampaian informasi oleh media.

Teori Norma-Norma Budaya, Teori ini menganggap bahwa pesan/informasi yang disampaikan oleh media massa dengan cara-cara tertentu dapat menimbulkan tafsiran yang berbeda-beda oleh masyarakat sesuai dengan budayanya. Hal ini secara tidak langsung

²⁸ <http://christinpisces.wordpress.com/2009/05/26/pengaruh-media-massa-terhadap-perubahan-sosial-masyarakat/19/12/20121:07:45>

menunjukkan bahwa media mempengaruhi sikap individu tersebut. Ada beberapa cara yang ditempuh oleh media massa dalam mempengaruhi norma-norma budaya. Pertama, informasi yang disampaikan dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku serta meyakinkan masyarakat bahwa budaya tersebut masih berlaku dan harus di patuhi. Kedua, media massa dapat menciptakan budaya-budaya baru yang dapat melengkapi atau menyempurnakan budaya lama yang tidak bertentangan. Ketiga, media massa dapat merubah norma-norma budaya yang telah ada dan berlaku sejak lama serta mengubah perilaku masyarakat itu sendiri.

Perubahan sosial merupakan gejala berubahnya struktur sosial dan pola budaya dalam suatu masyarakat dan merupakan gejala umum yang terjadi sepanjang masa dalam setiap masyarakat. Perubahan sosial di masyarakat meliputi beberapa orientasi, antara lain (1) perubahan dengan orientasi pada upaya meninggalkan faktor-faktor atau unsur-unsur kehidupan sosial yang mesti ditinggalkan atau diubah, (2) perubahan dengan orientasi pada suatu bentuk atau unsur yang memang bentuk atau unsur baru, (3) suatu perubahan yang berorientasi pada bentuk, unsur, atau nilai yang telah eksis atau ada pada masa lampau.²⁹

²⁹ *Ibid*, hal. 43

Dalam memantapkan orientasi suatu proses perubahan, ada beberapa faktor yang memberikan kekuatan pada orientasi perubahan tersebut, antara lain adalah sebagai berikut: (1) sikap, dalam hal ini baik skala individu maupun skala kelompok yang mampu menghargai karya pihak lain, tanpa dilihat dari skala besar atau kecilnya produktivitas kerja itu sendiri, (2) adanya kemampuan untuk mentolerir sejumlah penyimpangan dari bentuk-bentuk atau unsur-unsur rutinitas, sebab pada hakekatnya salah satu pendorong perubahan adanya individu-individu yang menyimpang dari hal-hal yang rutin, makhluk yang suka menyimpang dari unsur-unsur rutinitas, (3) mengokohkan suatu kebiasaan atau sikap mental yang mampu memberikan penghargaan (reward) kepada pihak lain (individual, kelompok) yang berprestasi dalam berinovasi, baik dalam bidang sosial, ekonomi, dan iptek, (4) tersedianya fasilitas dan pelayanan pendidikan dan pelatihan yang memiliki spesifikasi dan kualifikasi progresif, demokratis, dan terbuka bagi semua pihak yang membutuhkannya.³⁰

Suatu proses perubahan sosial tidak selalu berorientasi pada kemajuan semata. Tidak menutup kemungkinan bahwa proses perubahan sosial juga mengarah pada kemunduran atau mungkin mengarah pada suatu degradasi pada sejumlah aspek atau nilai kehidupan dalam masyarakat yang bersangkutan. Suatu kemunduran

³⁰ *Ibid*

dan degradasi (luntur atau berkurangnya suatu derajat atau kualifikasi bentuk-bentuk atau nilai-nilai dalam masyarakat), tidak hanya satu arah atau orientasi perubahan secara linier, tetapi juga memiliki dampak sampingan dari keberhasilan suatu proses perubahan. Contohnya perubahan iptek, dari iptek yang bersahaja ke iptek yang modern (maju), mungkin menimbulkan kegoncangan-kegoncangan pada unsur-unsur atau nilai-nilai yang tengah berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan, yang sering disebut sebagai culture-shock.

Sadar atau tidak sadar media massa telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Melalui media massa kita dapat belajar banyak hal yang bisa di jadikan pelajaran. Berita tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di luar negeri maupun dalam negeri dapat diketahui dengan cepat dan mudah melalui media massa. Hal ini karena media massa memiliki kemampuan untuk memberikan informasi-informasi secara efektif.

Adapun peran media massa ialah: pertama, media dapat memperluas cakrawala pemikiran. Kebanyakan orang yang hidup dalam masyarakat tradisional menganggap media memiliki kekuatan gaib sewaktu pertama kali mengenalnya sebab media massa dapat membuat seseorang melihat dan mengetahui tempat-tempat yang belum pernah dikunjunginya serta mengenal orang-orang yang belum pernah ditemuinya. Media telah membantu masyarakat Negara sedang berkembang mengenal kehidupan masyarakat lain sehingga mereka

memperoleh pandangan baru dalam hidupnya. Media massa dapat menjadi jembatan peralihan antara masyarakat tradisional kearah masyarakat modern.

Kedua, media massa dapat memusatkan perhatian. Masyarakat tradisional yang bergerak ke arah modern sedikit demi sedikit mulai menggantungkan pengetahuannya pada media massa sehingga hal-hal mengenai apa yang penting, yang berbahaya, apa yang menarik dan sebagainya berasal dari media. Akibatnya lama kelamaan masyarakat mulai meninggalkan kebiasaan atau budayanya dan menganggap budaya tersebut sebagai sesuatu yang kuno dan tidak modern. Oleh karena itu, media massa harus bisa memutuskan dengan tepat informasi atau rubric apa yang akan disampaikan sebab media dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dan membangkitkan aspirasi masyarakat.

Ketiga, media massa mampu menumbuhkan aspirasi. Secara tidak langsung aspirasi masyarakat tumbuh melalui siaran-siaran atau informasi yang disampaikan media massa. Banyak hal-hal baru yang disampaikan oleh media, misalnya dari gaya berpakaian atau potongan rambut yang membuat masyarakat terdorong untuk melakukan atau menggunakan hal yang sama seperti yang dilihat mereka melalui media. Hal penting yang perlu disadari dan diperhatikan bahwa

terkadang aspirasi yang berlebihan akan membawa resiko dan buruknya hal tersebut tidak dianggap sebagai suatu kesalahan.³¹

Fungsi media massa sebagai penunjang perubahan social yaitu: pertama, sebagai pemberi informasi. Dalam hal ini fungsi penyampaian informasi dapat dilakukan sendiri oleh media. Tanpa media, sangat mustahil informasi dapat disampaikan secara tepat dan cepat. Kedua, sebagai pengambilan keputusan. Dalam hal ini media massa berperan sebagai penunjang yang mana menuntut adanya kelompok-kelompok diskusi yang akan mengambil keputusan, disamping itu diharapkan adanya perubahan sikap, kepercayaan, dan norma-norma sosial. Hal ini berarti media massa berperan dalam menghantarkan informasi sebagai bahan diskusi, menyampaikan pesan para pemuka masyarakat serta memperjelas masalah-masalah yang disampaikannya. Ketiga, media berfungsi sebagai pendidik. Dalam hal ini, media dapat meningkatkan tingkat pengetahuan masyarakat.

6. media massa dan Budaya Populer Remaja

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti media massa, menyebabkan terjadi perubahan secara cepat dimana-mana. Media massa sedikit demi sedikit membawa masuk

³¹ *Ibid*

masyarakat ke suatu pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir serta budaya perilaku remaja.³²

Tanpa disadari media massa telah ikut mengatur jadwal hidup kita serta menciptakan sejumlah kebutuhan. Keberadaan media massa dalam menyajikan informasi cenderung memicu perubahan serta banyak membawa pengaruh pada penetapan pola hidup remaja. Beragam informasi yang disajikan dinilai dapat memberi pengaruh yang berwujud positif dan negatif. Secara perlahan-lahan namun efektif, media membentuk pandangan para remaja terhadap bagaimana seseorang melihat pribadinya dan bagaimana seseorang seharusnya berhubungan dengan dunia sehari-hari.

Media memperlihatkan pada remaja bagaimana standar hidup layak bagi seorang manusia, sehingga secara tidak langsung menyebabkan para remaja di kota Surabaya menilai apakah lingkungan mereka sudah layak atau apakah ia telah memenuhi standar tersebut dan gambaran ini banyak dipengaruhi dari apa yang di lihat, didengar dan dibaca dari media. Pesan/informasi yang disampaikan oleh media bisa jadi mendukung remaja menjadi lebih baik, membuat para remaja merasa senang akan diri mereka, merasa cukup atau sebaliknya

³² John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop*,..., hal. 27

mengempiskan kepercayaan dirinya atau merasa rendah dari yang lain.³³

Pergeseran pola tingkah laku yang diakibatkan oleh media massa dapat terjadi di lingkungan keluarga, sekolah, dan dalam kehidupan bermasyarakat. Wujud perubahan pola tingkah laku lainnya yaitu gaya hidup. Perubahan gaya hidup dalam hal peniruan atau imitasi secara berlebihan terhadap diri seorang figur yang sedang diidolakan berdasarkan informasi yang diperoleh dari media. Biasanya seseorang akan meniru segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya tersebut baik dalam hal berpakaian, berpenampilan, potongan rambutnya ataupun cara berbicara yang mencerminkan diri idolanya. Hal tersebut diatas cenderung lebih berpengaruh terhadap generasi muda.

Secara sosio-psikologis, arus informasi yang terus menerpa kehidupan kita akan menimbulkan berbagai pengaruh terhadap perkembangan jiwa, khususnya untuk anak-anak dan remaja. Pola perilaku mereka, sedikit demi sedikit dipengaruhi oleh apa yang mereka terima yang mungkin melenceng dari tahap perkembangan jiwa maupun norma-norma yang berlaku. Hal ini dapat terjadi bila

³³ AB Susanto, *Potret-potret Gaya hidup Metropolis,...*, hal. 59

taayangan atau informasi yang mestinya di konsumsi oleh orang dewasa sempat ditonton oleh anak-anak.³⁴

Dampak yang ditimbulkan media massa bisa beraneka ragam diantaranya terjadinya perilaku yang menyimpang dari norma-norma sosial atau nilai-nilai budaya. Di jaman modern ini umumnya remaja menganggap hal tersebut bukanlah hal yang melanggar norma, tetapi menganggap bagian dari trend massa kini. Selain itu juga, perkembangan media massa yang teramat pesat dan dapat dinikmati dengan mudah mengakibatkan masyarakat cenderung berpikir praktis.

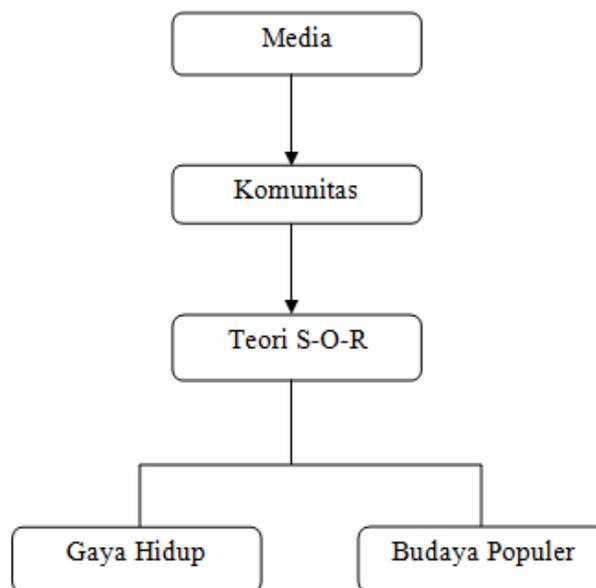
Dampak lainnya yaitu adanya kecenderungan makin meningkatnya pola hidup konsumerisme. Dengan perkembangan media massa apalagi dengan munculnya media massa elektronik (media massa modern) sedikit banyak membuat masyarakat senantiasa diliputi perasaan tidak puas dan bergaya hidup yang serba instant. Gaya hidup seperti ini tanpa sadar akan membunuh kreatifitas yang ada dalam diri kita dikemudian hari.

Rubrik dari layar TV dan media lainnya yang menyajikan begitu banyak unsur-unsur kenikmatan dari pagi hingga larut malam membuat menurunnya minat belajar dikalangan generasi muda. Dari hal tersebut terlihat bahwa budaya dan pola tingkah laku yang sudah lama tertanam dalam kehidupan remaja mulai pudar dan sedikit demi

³⁴ Sapardi Djoko Damono, *Kebudayaan populer di sekitar kita*,..., hal. 21

sedikit mulai diambil perannya oleh media massa dalam menyajikan informasi-informasi yang berasal dari jaringan nasional maupun dari luar negeri yang terkadang kurang pas dengan budaya kita sebagai bangsa timur.

B. Kajian Teori



Bagan diatas menggambarkan terbentuknya budaya populer berasal dari adanya pesan media yang membentuk sebuah komunitas, sehingga dari adanya komunitas tersebut muncul gaya hidup dan terbentuklah budaya populer. Untuk mendampingi pola pemikiran bagan diatas, peneliti menggunakan teori S-O-R, mengingat pesan-pesan tersebut ada karena respons dari audiens.

Teori S-O-R

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dan psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat megarapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi, unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (*Stimulus, S*)
- b. Komunikan (*Organism, O*)
- c. Efek (*Response, R*)

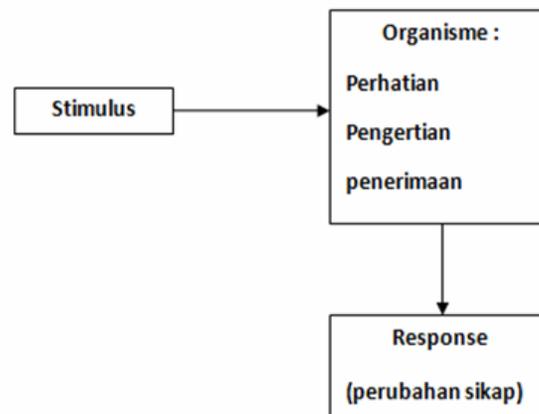
Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “Sikap Manusia”, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang

menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu :

- d Perhatian
- e Pengertian
- f Penerimaan.³⁵

Gambar Teori S-O-R



gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengelolanya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

³⁵*Ibid*, hal. 17.