

DIKTAT
MEDIA KOMUNIKASI

**O
L
E
H**

ABDUL KARIM BATUBARA S.SOS
NIP. 19700112 200501 1 008



**FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2011**

Untuk Kalangan Sendiri

SURAT REKOMENDASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA
NIP : **19640209 198903 1 003**

Pangkat/Golongan : IV/b Pembina
Unit Kerja : Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan

Memberikan rekomendasi sekaligus menerangkan bahwa saudara:

Nama : Abdul Karim Batubara, S.Sos
NIP : 19700112 200501 1 008
Jabatan : Tenaga Pengajar Fak. Dakwah IAIN-SU Medan
Unit Kerja : Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan

Benar telah membuat diktat sebagai bahan ajar mahasiswa program S.1 tahun 2011/2012 dan telah mengadakan konsultasi dengan pembina, maka diktat tersebut sudah memenuhi persyaratan sebagaimana yang telah ditentukan dalam penulisan ilmiah.

Demikianlah keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Juli 2011

Dosen Pembina

Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA
NIP.

BAB I

ARTI, JENIS DAN FUNGSI MEDIA KOMUNIKASI

1.1 Arti Media Komunikasi

Media berasal dari bahasa Latin yaitu kata *Medium* (media, jamak; medium, tunggal), artinya secara harfiah ialah perantara, penyampai, atau penyalur. Percakapan langsung antara dua orang di suatu ruangan atau di tempat tertentu lainnya, tanpa perantara apa-apa, disebut kegiatan komunikasi tanpa media. Mereka berbicara secara langsung dari mulut ke mulut. Namun apabila kegiatan komunikasi itu dilakukan sambil masing-masing pihak menggunakan penguat suara karena letaknya saling berjauhan, misalnya, mereka tidak lagi berkomunikasi tatap muka, tetapi sudah menggunakan media, dalam hal ini media penguat suara: *speaker*. Seseorang yang berbicara melalui telepon, guru yang menggunakan slide, atau seseorang komunikator yang sedang melaksanakan tugasnya menyampaikan berbagai informasi pembangunan kepada masyarakat melalui siaran radio atau televisi adalah contoh-contoh komunikasi yang menggunakan media. Pengarang atau penulis juga termasuk yang berbicara melalui media cetak; surat kabar, majalah, buku, dan media cetak lainnya.

Pada zaman lampau dan bahkan pada zaman sekarang, di kampung-kampung di pelosok tanah air “media” banyak digunakan orang, terutama untuk menyampaikan pesan-pesan yang sudah disepakati artinya oleh anggota masyarakat yang bersangkutan. Para peronda di malam buta, masyarakat yang terkena musibah baik karena kebakaran ataupun karena mendapat kecelakaan lain, biasa memukul kentongan dalam rangka memberi tahu para tetangga supaya segera memperoleh pertolongan. Kentongan dalam hal ini kita sebut sebagai perantara atau pembawa pesan atau informasi dari satu orang kepada orang lain. Dan kentongan ini pun berfungsi sebagai media.

Di dalam dunia instruksional, media pun bermakna seperti tersebut di atas, namun tentu bukan berujud kentongan atau “gong” seperti yang banyak digunakan di desa-desa. Media yang dimaksudkan dalam dunia instruksional ialah yang bentuk maupun fungsinya sudah dirancang sehingga bisa digunakan untuk memperlancar kegiatan proses belajar pada pihak sasaran. Ia juga berfungsi mengandung dan bahkan memperjelas ide-ide atau gagasan-gagasan yang disampaikan oleh komunikator dalam kegiatannya.

Batasan-batasan tentang media dari para ahli:

- Media berarti teknologi pembawa pesan yang dimanfaatkan untuk keperluan instruksional. Dalam konteks ini media tidak lain merupakan perluasan dari guru.
- Media berarti sarana komunikasi dalam bentuk cetak atau pandang dengar, termasuk teknologi perangkat kerasnya.
- Media berarti sarana fisik untuk menyampaikan materi pengajaran (isi pesan) seperti buku, film, video, slide dan komputer.

Tampak jelas bahwa beberapa batasan tentang media tersebut di atas menunjukkan bahwa pengertian media pada intinya berkisar pada “alat penyalur” atau “pembawa” pesan, dan tidak terbatas pada masalah instruksional atau jenis kegiatan belajar-mengajar lainnya. Bahkan suatu alat, asalkan mampu berfungsi sebagai pembawa pesan atau informasi dari satu orang kepada orang lain, bisa dianggap sebagai media.

Dilihat dari fungsinya, media memang berkemampuan untuk menyimpan informasi, artinya saluran pembawa pesan tersebut mampu dimanfaatkan pada saat-saat diperlukan, tidak perlu harus langsung sebagaimana orang yang sedang berbicara.

Dalam kehidupan bermasyarakat manapun senantiasa terdapat oleh suatu ciri utama, yakni adanya hubungan diantara para anggotanya. Hubungan-hubungan itu berlangsung sedemikian rupa, sehingga terjadi proses saling pengaruh mempengaruhi. Dengan istilah yang lebih populer ialah, bahwa diantara anggota kelompok itu terdapat hubungan yang dinamakan komunikasi interaksi. Melalui berbagai bentuk komunikasi, maka kelompok-kelompok masyarakat melakukan banyak kegiatan atau tingkah laku sosial sehingga tercapainya tujuan-tujuan bersama.

Bentuk-bentuk komunikasi itu berlaku di dalam semua bentuk hubungan sosial, baik di sekolah, maupun di dalam pergaulan masyarakat yang lebih luas dan di dalam bentuk-bentuk masyarakat dengan struktur dan fungsinya masing-masing. Di sekolah berlangsung hubungan komunikasi interaksi pendidikan antara para siswa dan guru. Di dalam organisasi olah raga, perusahaan, dan usaha-usaha sosial lainnya, bentuk-bentuk komunikasi itu berjalan menurut polanya sendiri-sendiri.

Untuk mencapai maksud dan tujuannya, bentuk-bentuk organisasi masyarakat itu, perlu meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya. Peningkatan efisiensi dan efektivitas tersebut sebagian besar bergantung pada faktor penunjang, yakni sarana dan prasarana. Dengan kata lain, hubungan komunikasi interaksi itu akan berjalan dengan lancar dan tercapainya hasil yang maksimal, apabila organisasi itu menggunakan alat bantu yang disebut media komunikasi. Jadi media komunikasi adalah "suatu media atau alat bantu yang digunakan oleh suatu organisasi guna tercapainya efisiensi dan efektivitas kerja dengan hasil yang maksimal".

Itu sebabnya maka dewasa ini semua organisasi sosial, ekonomi, politis dan budaya hampir semuanya menyadari akan pentingnya penggunaan media komunikasi yang tepat. Media komunikasi dianggap bukan lagi sebagai suatu barang mewah, melainkan merupakan syarat mutlak bagi keberhasilan program kerja organisasi itu. Bahkan sering dianggap bahwa tanpa media yang lengkap, tepat dan serasi, maka akan dirasakan sulit untuk tercapainya program organisasi.

1.2 Jenis-Jenis Media Komunikasi

I. Menurut Karakteristik

Dalam menyampaikan informasi, berita dan pesan, cukup banyak media yang dapat digunakan, hal ini sangat tergantung dari bentuk komunikasi yang dilakukan. **Hafied Cangara** menggolongkan jenis media menurut karakteristiknya menjadi empat macam yakni:

1) Media Antarpribadi

Untuk hubungan perorangan (antarpribadi), maka media yang tepat digunakan ialah kurir (utusan), surat dan telepon. Kurir banyak digunakan oleh orang-orang dahulu kala untuk menyampaikan pesan. Di daerah-daerah pedalaman pemakaian kurir sebagai saluran komunikasi masih bisa ditemukan, misalnya melalui orang yang berkunjung ke pasar pada hari-hari tertentu, sopir oto yang dititipi pesan, pedagang antarkampung dan sebagainya.

Surat adalah media komunikasi antarpribadi yang makin banyak digunakan, terutama dengan makin meningkatnya sarana pos serta makin banyaknya penduduk yang dapat menulis dan membaca. Surat dapat menampung pesan-pesan yang sifatnya pribadi, tertutup dan tak terbatas oleh waktu dan ruang.

Media komunikasi antar pribadi lainnya ialah telepon. Telepon makin banyak digunakan di Indonesia, bukan saja untuk kepentingan komunikasi yang bersifat pribadi, tetapi juga untuk kepentingan bisnis dan pemerintahan.

Telepon selain memiliki kelebihan dalam kecepatan pengiriman dan penerimaan informasi, telepon juga lebih ekonomis dibandingkan dengan biaya transportasi, waktu yang relative singkat serta interaktif. Telepon juga dapat digunakan sebagai alat komunikasi pada hal-hal tertentu yang sulit dilakukan dalam situasi tatap muka, seperti penagihan piutang, penawaran, dan sebagainya.

2). Media Kelompok

Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya rapat, seminar dan konferensi. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi.

Seminar adalah media komunikasi kelompok yang biasa dihadiri oleh khalayak tidak lebih dari 150 orang. Tujuannya ialah membicarakan suatu masalah dengan menampilkan pembicara, kemudian meminta pendapat atau tanggapan dari peserta seminar yang biasanya dari kalangan pakar sebagai nara sumber dan pemerhati dalam bidang itu. Seminar biasanya membicarakan topik-topik tertentu yang hangat dipermasalahkan oleh masyarakat.

Konferensi adalah media komunikasi kelompok yang biasanya dihadiri oleh anggota dan pengurus dari organisasi tertentu. Ada juga orang dari luar organisasi, tapi biasanya dalam status sebagai peninjau. Materi yang dibahas umumnya berkisar masalah internal dan eksternal organisasi. Pertemuan seperti ini biasa digunakan istilah kongres atau muktamar oleh organisasi yang mempunyai massa banyak.

Media kelompok masih banyak ditemukan dalam masyarakat pedesaan dengan memakai banyak nama, antara lain tudang sipulang di Sulawesi Selatan, banjar di Bali, rembuk desa di Jawa dan sebagainya. Sementara bagi masyarakat kota media kelompok banyak digunakan dalam bentuk organisasi profesi, organisasi olahraga, pengajian, arisan, dan organisasi sosial lainnya.

3) Media Publik

Kalau khalayak sudah lebih dari 200-an orang, maka media komunikasi yang digunakan biasanya disebut media publik, misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan sebagainya. Dalam rapat akbar, khalayak berasal dari berbagai macam bentuk, tapi masih mempunyai homogenitas, misalnya kesamaan partai, kesamaan agama, kesamaan kampung dan lain-lain. Dalam rapat akbar (*public media*) khalayak melihat langsung pembicara yang tampil di atas podium, bahkan biasanya sesudah mereka berbicara, mereka turun berjabat tangan dengan para pendengar sehingga terjalin keakraban di antara mereka meski kadangkala pembicara tidak dapat mengidentifikasi satu persatu pendengarnya.

4) Media Massa

Jika Khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-lat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Karakteristik media massa ialah:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jensi kelamin, dan suku bangsa.

Dari berbagai studi yang pernah dilakukan untuk menguji kemampuan masing-masing media, ternyata ditemukan bahwa setiap media selain memiliki kelebihan juga tidak luput dari berbagai kelemahan.

Bagaimana kelemahan dan kelebihan masing - masing media komunikasi,dapat dilihat dari tabel berikut:

Karakteristik	M e d i a			
	Intra Personal	Inter Personal	Massa	Publik
Diterima oleh	Pikiran	Semua indera	Mata dan telinga	Semua indera
Umpan balik	Memutar dalam diri	Langsung	Tidak langsung	Bisa langsung bisa tidak
Kode	Simbol dan persepsi	Tertulis,lisan dan isyarat	Tertulis, lisan	Lisan dan isyarat
Arus pesan	Memusat	Dua arah	Satu arah	Bisa satu dan dua arah
Liputan	Pada diri	Terbatas	Banyak dan tanpa batas	Banyak dan terbatas
Efek	Sikap dan perilaku	Tinggi pada sikap, rendah pada kognitif	Rendah pada sikap, tinggi pada kognitif	Tinggi pada perilaku, tapi rendah pada kognitif
Kecepatan	Cepat pada diri sendiri	Cepat dan terbatas	Cepat dan luas	Cepat tapi terbatas
Khalayak	Sendiri	Individu dan kelompok	Massa tak terbatas	Kelompok massa dan terbatas
Muatan Pesan	Terbatas	Terbatas	Banyak	Terbatas
Media	Diri sendiri	Setiap tempat	Televisi, radio, film, surat kabar	Mimbar, alun-alun, rapat akbar

Jika kita perhatikan karakteristik masing-masing media komunikasi, mungkin timbul pertanyaan, media mana yang efektif dalam mencapai sasaran komunikasi. Jawabannya sudah tentu kembali kepada sifat media serta pemilikan media pada khalayak (*media habit*). Sebab bagaimanapun banyaknya kelebihan media

televisi, kalau media itu tidak dimiliki oleh khalayak, sudah tentu informasi yang disampaikan tidak akan mengenai sasaran yang ingin dicapai.

Dalam pemilihan media komunikasi, perlu diketahui bahwa penggunaan *multimedia* (lebih dari satu media) jauh lebih baik dibanding dengan *single media* (satu media). Sebab kelemahan satu media bisa ditutupi oleh media yang lain. Hanya saja penggunaan multimedia memerlukan dukungan dana yang lebih besar daripada menggunakan satu media dengan dana relatif kecil.

II. Menurut Sifatnya.

Penggolongan media dari segi sifatnya menurut **Moh Ali Aziz** dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

Media Tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukkan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (Khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, dan sebagainya.

Media modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronika” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media modern ini antara lain televisi, radio, pers dan sebagainya.

III. Mde.....

1.3 Fungsi Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki fungsi yang sangat luas, yang meliputi fungsi-fungsi:

1. Pendidikan (*educatif*)
2. Sosial (*Social*)
3. Ekonomis (*Economics*)
4. Politis (*Politics*) dan
5. Agama (*Religion*)

1) Fungsi Pendidikan

Fungsi utama dari setiap kegiatan media komunikasi ialah mendidik, oleh sebab memberikan pengaruh-pengaruh pendidikan itu sendiri dapat ditafsirkan dalam arti yang luas dan dalam arti yang sempit. Dalam arti yang luas, oleh karena media komunikasi memberikan pengaruh-pengaruh atau nilai-nilai yang baik kepada masyarakat luas. Pendidikan bukan saja berlangsung didalam sekolah, akan tetapi juga berlangsung diluar sekolah, didalam semua interaksi sosial. Surat kabar sebagai media pers berfungsi mendidik masyarakat agar dapat berpikir kritis, berita berkala tentang keluarga berencana, tentang Bimas dan lain-lain, mendidik masyarakat agar berpartisipasi dalam pembangunan dan sebagainya. Jadi kegiatan media komunikasi itu langsung atau tidak langsung berfungsi sebagai pendidik masyarakat.

Dalam arti yang sempit, media komunikasi juga berfungsi mendidik anak-anak di sekolah. Sebagai media pendidikan bukan saja berguna sebagai alat bantu belajr bagi siswa, akan tetapi memberikan pengalaman pendidikan yang bermakna bagi siswa.

Menurut *Encyclopedia of Educational Research*, manfaat media komunikasi pendidikan sebagai berikut:

- a) Meletakkan dasar-dasar yang konkrit untuk berpikir dan oleh karena itu mengurangi “*verbalisme*”

- b) Memperbesar perhatian para siswa
- c) Meletakkan dasar-dasar yang penting untuk perkembangan belajar dan oleh karena itu membuat pelajaran lebih mantap.
- d) Memberikan pengalaman yang nyata yang dapat menumbuhkan kegiatan berusaha sendiri dikalangan siswa.
- e) Menumbuhkan pemikiran yang teratur dan kontinu, hal ini terutama terdapat dalam gambar hidup.
- f) Membantu tumbuhnya pengertian dan dengan demikian membantu perkembangan kemampuan berbahasa.
- g) memberikan pengalaman-pengalaman yang tidak mudah diperoleh dengan cara lain serta membantu berkembangnya efisiensi yang lebih mendalam serta keragaman yang lebih banyak dalam belajar.

2) Fungsi Sosial

Media komunikasi bukan saja memberikan informasi yang autentik dan pengalaman dalam berbagai bidang kehidupan, akan tetapi juga memberikan konsep yang sama kepada setiap orang. Pengaruh langsung pada hal ini ialah akan memperluas pergaulan, memperluas pengenalan dan pemahaman tentang orang, adat istiadat, cara bergaul dan segala sesuatu tentang daerah. Hal ini sangat bermanfaat bagi perluasan pergaulan hidup dan memupuk rasa persatuan dan saling menghargai dikalangan anggota masyarakat. Berita dari radio dan televisi dapat dihayati oleh semua orang, film yang selalu diputar diberbagai bioskop, adalah contoh konkrit diantara media komunikasi yang dapat menimbulkan pengaruh positif dalam pergaulan sosial dan mempersatu bangsa.

Itulah sebabnya pembangunan sarana radio dan televisi mendapat prioritas, karena media ini telah dapat memberikan informasi kongkrit dan secara langsung dapat dihayati oleh setiap anggota masyarakat samapi ke pelosok tanah air. Pengaruhnya sangat besar dalam rangka mempersatukan wawasan nusantara ini dalam arti sosial.

3) Fungsi Ekonomis

Pada masyarakat yang telah maju, penggunaan media komunikasi dikerjakan secara intensif, terutama dalam bidang perdagangan dan industri. Para pengusaha dan industriawan tidak segan-segan menyediakan anggaran biaya yang cukup besar sebagai bagian integral dari usaha mengembangkan dan memajukan perusahaannya.

Media komunikasi mereka pergunkan, baik dalam rangka meningkatkan produksi melalui pembinaan prestasi kerja secara maksimal, maupun dalam rangka promosi dan pemasaran hasil produksi keseluruhan penjuru dunia.

Untuk mendorong motivasi kerja para karyawan, seorang manager perusahaan, secara kontinu dan sistimatis, setiap hari membuat pengumuman di *bulletin board* mengenai statistik hasil kerja setiap bagian, sehingga menimbulkan kompetisi yang sehat diantara kelompok-kelompok karyawan untuk meningkatkan prestasi kerja mereka. Secara berkala, perusahaan mengadakan pemutaran film guna meningkatkan ketrampilan kerja para karyawannya. Melalui berbagai mass media, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, folders dan lain-lain, perusahaan mengadakan promosi terhadap masyarakat secara luas. Dengan menggunakan sarana kemediaman ini, para pengusaha itu berusaha keras memajukan perusahaan mereka. Ini

berarti bidang kemediain telah memberikan sumbangan yang tidak sedikit terhadap keuntungan perusahaan tersebut. Jelaslah bahwa bidang kemediain memiliki fungsi ekonomis yang tidak bisa diabaikan.

4) Fungsi Politis

Yang dimaksud dengan segi politis, dalam hal ini ialah politik pembangunan. Pembangunan meliputi pembangunan fisik materiil maupun pembangunan mental sprituil. Pembangunan itu dilaksanakan baik pada tingkat nasional maupun pada tingkat regional dan daerah sampai kepedesaan.

Suksesnya pembangunan ini tergantung pada banyak faktor, antara lain pada adanya partisipasi masyarakat dalam usaha pembangunan itu. Ada tidaknya dan besar kecilnya partisipasi itu sangat bergantung pada tingkat pemahaman dan sikap masyarakat terhadap pembangunan tersebut. Dalam hubungan ini peranan media komunikasi turut menentukan. Itu sebabnya, maka siaran radio, pertunjukan film tentang pembangunan, berita koran dan terbitan lainnya, penyelenggaraan pameran pembangunan, dan lain-lain media adalah sangat fungsional

5) Fungsi Agama

Media komunikasi meskipun bersifat hiburan juga membawa pesan-pesan dakwah. Hal ini dapat terjadi karena media tersebut juga menjalankan fungsi keagamaan bagi khalayaknya. Oleh karena itu, ia dapat juga digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak Ia dapat juga menanamkan dan mengukuhkan nilai-nilai budaya, norma sosial, dan falsafah sosial.

Walaupun demikian, bertolak belakang dengan keoptimisan ini, para ahli memperingatkan bahwa tidak seluruh media komunikasi cukup fleksibel untuk digunakan bagi maksud-maksud dakwah. Karena memadukan yang lama dan yang baru tidak selamanya dapat dilakukan dengan baik. Kadang-kadang hal semacam ini malah merusak media itu, sehingga kita harus waspada.

Sedangkan **Dominick** menjelaskan bahwa fungsi media atau media massa bagi masyarakat terdiri dari:

1. Fungsi *surveillance* (Fungsi pengawasan). Fungsi ini dibagi dalam dua bentuk yaitu (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan) dan (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental)
2. Fungsi *Interpretation* (fungsi penafsiran) terhadap kejadian-kejadian penting
3. Fungsi *Linkage* (fungsi pertalian) yaitu media massa dapat menyatukan anggota yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. Fungsi *transmission of values* (fungsi penyebaran nilai-nilai). Fungsi ini disebut juga dengan fungsi *socialization* atau fungsi mensosialisasikan nilai-nilai.
5. *Fungsi Entertainment* (fungsi hiburan)

BAB II

PERUBAHAN LINGKUNGAN MEDIA KOMUNIKASI

2.1 Revolusi Komunikasi

Kita tengah menyaksikan perubahan revolusi komunikasi yang berdampak besar terhadap media-media komunikasi, baik isi maupun tata cara penyampaian. Perusahaan media yang dulu kokoh bisa jadi kini limbung akibat terpaan revolusi itu. Perubahan alat-alat media komunikasi berlangsung cepat. Belum usai orang mengagumi televisi, sudah muncul video yang bisa memutar film kapan saja. Pita rekaman segera digantikan dengan program komputer yang mempercepat proses pengolahan naskah. Buku yang dulu dicetak halaman demi halaman kini bisa dibuat langsung dalam bentuk buku melalui mesin pencetak yang dihubungkan dengan komputer. Foto atau film tiga dimensi sudah berkembang pesat sehingga memperluas cakupan manfaat dan potensi penggunaan perangkat audio-visual.

Tidak ada yang tahu benda apa saja dalam laboratorium yang segera berpindah ke pabrik, lalu ke pasar. Meskipun dibatasi oleh peraturan pemerintah, perkembangan teknologi siaran juga sudah berlangsung cepat, sehingga FCC sendiri harus berkerja ekstra keras untuk menyesuaikan diri, mulai dari penggunaan gelombang UHF, CATV, hingga penggunaan satelit yang semuanya membuat aktivitas komunikasi kian mudah dan cepat. Sistem canggih ini juga mudah diterapkan di mana saja sehingga seluruh dunia telah terjaring dalam sistem komunikasi modern. Pasar sendiri tampaknya terus hasu akan produk baru. Dulu televisi cukup lama ada di laboratorium karena ada keraguan pasar dapat menerimanya. Ternyata begitu diluncurkan, pasar menyambutnya. Televisi berwarna tidak akan segera hadir jika para pengiklan tidak menginginkannya lalu turut membiayainya.

Ada banyak faktor yang membuat kemajuan teknologi kian cepat. Semua teknologi baru sekarang ini adalah teknologi elektronik. Teknologi ini begitu cepat berganti antara lain karena konsumen mau segera menyingkirkan produk lama untuk memiliki produk baru yang lebih menarik. Sebagai contoh, begitu televisi berwarna muncul, konsumen mau membelinya dan menyingkirkan televisi hitam putihnya yang dulu harus dibelinya dengan harga mahal. Hal seperti ini tidak terjadi pada media cetak. Banyak orang masih suka koran dengan format kuno ketimbang koran modern yang penuh warna. Dukungan pasar menjadikan kemajuan teknologi elektronik dan berbagai produknya kian pesat.

Dalam sejarah ilmu pengetahuan terjadi empat kali revolusi sebagai berikut:

1. Revolusi pertama

Revolusi ini membuka era bagi penelitian mendalam mengenai gaya grafitasi dan penelitian tentang dinamika gerakan benda - benda. Era ini dirintis oleh Isac Newton yang dilanjutkan oleh Bernoluis, Euler, Lagrange dan Laplace.

2. Revolusi kedua

Era ini memusatkan dapat sifat-sifat kelistrikan dan kemagnitan benda

sebagai keseluruhan, dan juga mengenai sifat-sifat radiasi, revolusi kedua ini dipelopori oleh Faraday dan Maxwell.

3. Revolusi ketiga

Era ini dimulai pada awal abad ini dengan diketemukannya sifat kuantum cahaya oleh Max Planck. Era ini membawa revolusi secara menyeluruh dalam pemikiran manusia tentang zat, juga tentang jagad raya.

Kecenderungan era ini dibawa oleh Einstein yang merumuskan teori relativitas, Rutherford mengenai atom, Bohr tentang kuantum, dan lain-lain.

4. Revolusi keempat

Revolusi fisika keempat ini dimulai tahun 1927 dengan ditemukannya suatu tipe materi baru yang oleh Anderson disebut partikel. Dahulu atom diperkirakan merupakan benda terkecil yang tidak mungkin dipecah belah lagi. Dewasa ini anggapan tersebut dinyatakan tidak benar setelah penemuan Anderson itu.

Menjelang akhir dekade lima puluhan tidak kurang dari 30 partikel baru ditemukan yang pada dasarnya mengejutkan, karena membuat manusia bertanya apa yang mungkin dan apa yang tidak mungkin.

Empat revolusi ilmu pengetahuan, khususnya revolusi fisika itu, sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia, sehingga menyebabkan perubahan yang menakjubkan.

Pengaruh tersebut sifatnya berbeda-beda tetapi yang jelas mempengaruhi empat bidang:

- Bidang intelektual, meniggalkan kebiasaan atau kepercayaan tradisional dan mengambil kebiasaan baru.
- Bidang industri dan kemampuan di medan perang
- Organisasi sosial dan kehidupan politik, komunikasi
- Tata lingkungan.

2.2 Ambivalensi Teknologi Media Komunikasi

Dalam bahasa Inggris "*technology*" dari kamus, ternyata bahwa secara harfiah berasal dari bahasa Yunani "*technologia*" yang berarti perlakuan sistematis (*systematic treatment*) dan secara maknawi berasal dari istilah "*techno*" yang berarti teknik, seni, atau keterampilan, dan "*logos*" yang berarti "ilmu", jadi makna dari teknologi itu adalah ilmu tentang seni atau keterampilan.

Teknologi mencakup sains atau ilmu pengetahuan dan *engineering* atau teknik. Jadi, pada dasarnya sangat berlebihan, jika kita membicarakan ilmu dan teknologi, karena perkataan teknologi itu sendiri telah mengandung ilmu di dalamnya. Hal itu semakin lama semakin menjadi biasa, sehingga menjadi apa yang disebut *common parlance* untuk merangkaikan sains dan teknologi, sedangkan teknologi; di sini diartikan sebagai *applied science*, yaitu penerapan sains bagi kesejahteraan manusia.

Sains itu bersifat bebas nilai, objektif dan netral. Teknologi sebaliknya pun pada dasarnya netral, dalam situasi tertentu dapat tidak netral lagi, karena mengandung potensi merusak dan potensi kekuasaan. Di sinilah letak perbedaan besar antara sains dan teknologi.

Sains dan teknologi saling membutuhkan, karena sains tanpa teknologi bagaikan pohon tak berbuah, sedangkan teknologi tanpa sains bagaikan pohon tidak berakar (*science without science has no fruit, technology without has no root*).

Sejauh teknologi itu ditujukan untuk kesejahteraan umat manusia, tidak menimbulkan masalah. Tidak terhitung jumlah produk teknologi yang menyebabkan manusia memperoleh kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan.

Bandingkan kehidupan abad sekarang dan abad sebelumnya. Untuk pergi ke suatu tempat beberapa lama waktu yang dibutuhkan dahulu? Yang dahulu dibutuhkan waktu berbulan-bulan, kini dengan pesawat terbang hanya diperlukan hitungan hari, bahkan jam. Dengan radio telefoni, kini seseorang di Jakarta dapat bercakap-cakap langsung dengan anggota keluarga, kawan, atau relasi di Amerika.

Memang untuk itulah semua teknologi diciptakan, untuk kesejahteraan dan kenyamanan. Tetapi kenyataan menunjukkan bahwa teknologi tidak selalu untuk hal-hal yang positif, kadang-kadang, bahkan acapkali dimanfaatkan untuk hal-hal yang negatif.

Tadi dikatakan bahwa teknologi mengandung potensi merusak dan potensi kekuasaan. Oleh karena teknologi dikuasai penguasa maka potensi merusak bisa ditunjukkan segera dan tanpa ampun. Contoh: penghancuran sebuah negara oleh bom atom seperti yang dijatuhkan di Hiroshima dan Nagasaki, pengrusakan negara Irak oleh rudal-rudal yang dahsyat.

Pengrusakan oleh teknologi adakalanya tidak secara fisik, tidak jarang untuk memenangkan kekuasaan politik atau kebudayaan atau ekonomi. Suasana itu terjadi,, jika yang dikuasai adalah teknologi komunikasi. Baiklah kita tinjau pengaruh revolusi fisika yang diungkapkan tadi terhadap revolusi komunikasi yang menurut Evereet Rogers dalam bukunya “Communication Technology” terdiri dari empat era sebagai berikut:

1. Era Komunikasi Tulisan (*the writing era of communication*)

Era ini dimulai tahun 4000 sebelum Masehi pada waktu mana bangsa Sumerie menggunakan tablet dan tanah liat, bangsa Cina menemukan tulisan untuk percetakan buku dan bangsa Korea menemukan alat dari logam yang menggantikan huruf-huruf dari tanah.

2. Era Percetakan (*the printing era of communication*)

Era ini dimulai dengan ditemukannya alat percetakan oleh Gutenberg pada tahun ketika untuk pertama kali mencetak Kitab injil. Kemudian pada tahun 1833 dimulainya sirkulasi media massa “the New York Syn” sebagai “*penny press newspaper*”. Pada tahun 1839 di mulai fotografi dengan metode praktis dan surat kabar.

3. Era Telekomunikasi (*telecommunication era*)

Dalam era ini antara lain tercatat Samusi Morse yang pada tahun 1844 untuk pertama kali mengirim pesan secara telegrafis, pada tahun 1876 Alexander Graham Bell untuk pertama kali mengirimkan pesan melalui radio. Setahun sebelumnya film bioskop untuk pertama kali dipertunjukkan kepada umum, pada tahun 1920 dimulainya radio siaran, sedangkan televisi didemonstrasikan mulai tahun 1933.

4. Era Komunikasi Interaktif (*interactive communication*)

Komputer yang dinamakan “*main frame computer*“, ENIAC ditemukan di Universitas Pennsylvania pada tahun 1946, sedang transistor dan video pita masing-masing ditemukan pada tahun 1947 dan 1956. Pada tahun 1971 ditemukan mikroprosesor, pada tahun 1976 sistem teleteks dan pada tahun 1979 sistem vidioteks yang kesemuanya merupakan produk elektronik menyempurkan radio dan televisi yang telah ditemukan dekade-dekade sebelumnya.

Dengan teknologi di bidang komunikasi seperti satelit komunikasi dan antena parabola, maka globalisasi informasi dan komunikasi seperti sekarang semakin kuat dampaknya. Siapa yang menguasai teknologi yang canggih itu, maka dia akan menanamkan pengaruhnya di negara-negara lain.

2.3 Perubahan Media Komunikasi

Semua kemajuan teknologi yang telah dan akan terjadi memberi pengaruh terhadap sistem media komunikasi, termasuk pola-pola komunikasinya, yakni :

1. Sumber Informasi Beragam.

Sumber hiburan dan informasi bagi masyarakat akan jauh lebih banyak dan beragam. Untuk mengetahui sesuatu, kita tidak hanya membacanya dari buku, namun juga kartu informasi, keping elektronik (CD-ROM) atau dari bank data elektronik. Namun munculnya instrumen-instrumen baru itu takkan menghilangkan yang lama. Orang masih akan membeli buku atau majalah. Dulu ketika radio muncul, buku atau majalah tetap populer. Demikian pula, ketika televisi muncul radio tetap digemari.

Jelas situasi itu akan melipatgandakan kompetisi. Tiap media harus bekerja lebih keras untuk memperoleh khalayak, dan sedapat mungkin menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi. Seorang peneliti, misalnya, kini tidak harus berlangganan jurnal ilmiah karena ia bisa memperolehnya lewat internet. Film harus dibuat lebih menarik agar mau menarik para penonton ke luar dari rumahnya setelah video beredar luas.

2. Kolektifitas Media Komunikasi

Jenis-jenis media seperti buku, koran, majalah, radio, film, televisi kini tidak lagi berdiri sendiri-sendiri. Sebagai contoh, seorang produser film di New York menggunakan sejumlah kaset rekamannya untuk contoh. Televisi kini menyediakan jasa teleteks yang berfungsi seperti koran. Sedangkan koran kini sering memberikan suplemen cukup tebal tentang suatu topik sehingga fungsinya menyerupai buku. Perusahaan televisi kini sering bekerja sama dalam produksi film untuk memperkaya program siarannya.

3. Komunikasi kini tidak hanya berlangsung orang ke orang atau orang ke media,

namun juga bisa mesin ke mesin. Komputer canggih bisa berkomunikasi sendiri satu sama lain.

4. Fragmentasi Khalayak

Tidak ada lagi orang yang hanya menjadi khalayak bagi satu jenis media saja. Penggemar buku memang terbatas, sehingga untuk memasarkan produk tertentu, penerbit memakai media lain untuk mempromosikannya. Ini misalnya dilakukan oleh Penerbit Universitas Northwestern ketika memasarkan

buku kumpulan tulisan Louis Sullivan. Pembidikan pasar harus dilakukan lebih terfokus. Kini tidak bisa diandaikan lagi semua orang berpotensi membeli suatu produk. Karena ini tiap media kini dituntut lebih setia kepada khalayaknya yang sudah ada. Dengan cara inilah koran-koran kecil di pinggiran kota tetap bertahan meskipun terdapat banyak koran besar di kota. W.D.Rinehart, asisten manajer umum Asosiasi Penerbit Koran Amerika, meramalkan bahwa koran-koran besar akan menerbitkan lebih dari satu, bahkan sampai 25, versi yang hampir semuanya elektronik, dan masing-masing berfokus pada topik atau wilayah liputan berbeda. Ramalan itu kini sudah terwujud.

Majalah-majalah khusus mulai berkembang sejak usainya Perang Dunia Kedua. Sekarang, untuk setiap selera, hobi, kecendrungan perilaku, profesi, idola, telah tersedia lebih dari satu jenis majalah. Majalah yang bertiras besar atau bersifat umum pun tetap berusaha memfokuskan diri pada segmen pasar tertentu. Sejak tahun 1968 majalah *Look* mengkhususkan diri pada kalangan atas sehingga iklan yang diterimanya pun iklan-iklan produk khas kalangan itu. Berdasarkan data sensus dan informasi lain, majalah seperti ini dapat mengolah 40.000 wilayah kode pos untuk menemukan 1068 kawasan yang dihuni kalangan berpenghasilan tinggi. Kolom iklannya relatif mahal karena dibatasi hanya 14 persen halaman, sedangkan pelanggannya mencapai 6,5 juta orang dan semuanya berpenghasilan tinggi. Lebih dari 230 majalah umum dan majalah khusus pertanian selalu menyajikan suplemen khusus regional sehingga memungkinkan pengiklan memilih untuk beriklan secara nasional atau untuk kawasan tertentu saja.

Film dalam pengertiannya yang umum juga kian selektif memilih penonton. Produser film bawah tanah atau film seni jelas takkan mengedarkan film itu ke daerah pedesaan.

Radio yang merupakan media paling universal pun bersikap selektif. Sebagian stasiun radio hanya menyiarkan musik rock atau country, kisah tentang etnik tertentu, dan sebagainya. Bahkan radio besar seperti ABC memecah diri menjadi empat bagian yang masing-masing menyiarkan program acara yang berlainan. Televisi masih menjadi media yang bersifat umum, namun di masa depan kemungkinan ini akan berubah. Tanda-tandanya sudah tampak dengan munculnya televisi khusus film hiburan, khusus film dokumenter dan sebagainya.

5. Pudarnya pemilahan antara komunikasi individual dan komunikasi massa.

Di satu sisi teknologi memungkinkan penggunaan produk komunikasi massa secara individual, atau disesuaikan dengan selera individual. Di sisi lain, hal ini menjadikan komunikasi personal sebagai komunikasi publik. Mesin faks dan komputer cenderung menggusur surat-menyurat tradisional. Di sebuah kantor, teknologi itu juga memungkinkan satu pesan tersebar ke semua orang dengan cepat. Percakapan telepon tadinya bersifat personal, namun teknologi konferensi jarak jauh menjadikannya sebagai instrumen komunikasi publik.

6. Eksistensi Media Cetak Tradisional

Media cetak tradisional ternyata tidak akan hilang oleh munculnya teknologi baru. Media cetak itu tetap menarik, antara lain karena memungkinkan pembacanya membaca semua halaman secara cepat untuk menemukan sesuatu yang menarik. Kadang pembaca tidak tahu apa yang ingin dibacanya, namun ia akan menemukannya setelah membolak-balik korannya. Selama manusia masih punya keingintahuan intelektual, kebiasaan itu takkan hilang, dan perlu waktu lama sistem informasi otomatis akan menggantikannya.

Untuk bertahan hidup, media cetak mungkin harus menjalankan suatu fungsi yang tidak dilakukan oleh wahana komunikasi lainnya. Misalnya, media cetak mungkin perlu mengutamakan penilaian, evaluasi dan interpretasi.

Itu berarti koran-koran akan mengalami perubahan besar. Setiap berita yang hendak disampaikan mungkin harus didefinisikan dahulu, bukannya sekadar disampaikan seperti yang dilakukan koran tradisional. Di masa depan koran mungkin juga harus mengulas berbagai hal di masyarakat yang semula tak diperhatikan. Hanya dengan perbaikan dan penyusaian seperti ini maka koran akan terus bertahan di masa depan.

2.4 Dampak Terhadap Masyarakat

Perangkat media komunikasi pada abad-21 akan menimbulkan dampak terhadap masyarakat dalam berbagai cara yang dramatis. Pertama, saluran komunikasi dalam hubungan dengan teknik-teknik robotik, kecerdasan artificial, dan teknik otomasi lainnya akan mengubah pola lowongan kerja secara dramatis, menurunkan jumlah orang yang bekerja di bidang-bidang tertentu seperti pertanian, pertambangan, dan pabrik dan di abad-21, juga sekaligus industri jasa. Perangkat baru komunikasi ini juga akan melayani meningkatnya program-program hiburan, kultural dan olahraga bagi semua penduduk dunia.

Sistem komunikasi masa depan akan mempengaruhi dimana kita hidup, bagaimana kita bekerja, apa yang kita lihat, jenis individu yang kita hubungi, bagaimana anak-anak kita dididik, bagaimana orang diajarkan untuk pekerjaan yang baru, dan sebagainya.

Kemajuan teknologi membawa serta pula sejumlah dampak negatif yang cukup membuat para pengamat untuk merasa khawatir bahwa bila hal itu tidak dicegah atau pun diperkecil, akan menimbulkan berbagai akibat yang tidak diinginkan. Identifikasi yang dibuat oleh Parker misalnya, memperlihatkan beberapa dampak negatif teknologi media komunikasi yang antara lain adalah :

- (a) Terjadinya monopoli dalam pengelolaan, penyediaan, dan pemanfaatan informasi.
- (b) Tidak meratanya distribusi informasi.
- (c) Kurangnya isi pesan yang bersifat edukatif
- (d) Terjadinya polusi informasi.
- (e) Terjadinya invasi terhadap privacy
- (f) Timbulnya permasalahan yang berkaitan dengan hak cipta.

Teknologi komunikasi sudah jelas akan mempengaruhi struktur dasar dan proses pengambilan keputusan dalam masyarakat, karena hal itu ikut menentukan siapa yang dapat berkomunikasi dengan siapa, dan siapa yang dapat memperoleh sesuatu informasi tentang apa. Perkembangan tersebut memungkinkan timbulnya monopoli dalam pengelolaan dan penyediaan, serta pemanfaatan teknologi media komunikasi itu sendiri.

Mengingat besarnya modal yang dibutuhkan untuk perusahaan dan pemilikan sarana teknologi, maka besar sekali kemungkinan bahwa hanya mereka yang kuat kemampuan finansialnya yang dapat bergerak di bidang ini. Andaikata bidang ini dimonopoli oleh kaum swasta yang komersial, dapat dipastikan bahwa orientasi operasinya juga tentulah untuk mencari keuntungan yang

optimal. Konsekuensi daripada orientasi seperti itu, maka isi informasi yang terutama disediakan dan ditawarkan tentunya yang melayani kebutuhan atau permintaan kalangan pemakai yang secara komersial akan menguntungkan. Di luar itu, baik isi informasi mau pun kalangan pemakai lainnya akan kurang mendapat perhatian dan pelayanan, setidaknya akan menempati urutan prioritas yang lebih belakangan dibanding pemakai yang mendatangkan keuntungan tadi.

Para pengguna jasa teknologi media komunikasi masih dapat memilih berdasarkan apa yang mereka perlukan, namun harus di ingat bahwa pada dasarnya pilihan yang masih mungkin dilakukan itu adalah terbatas pada apa yang disediakan oleh si pengusaha. Karena itu diperlukan upaya mencegah terjadinya monopoli penyediaan dan pengelolaan teknologi media komunikasi ini, agar kemungkinan jelek seperti diperkirakan itu tidak terjadi.

Faktor biaya menyebabkan kecenderungan bahwa yang akan mengelola teknologi media komunikasi adalah terutama mereka yang bermodal kuat. Apabila kecenderungan ini tidak diimbangi dengan tindakan langsung oleh pemerintah, misalnya dengan menyediakan sarana teknologi baik perangkat lunak baik perangkat kerasnya untuk kepentingan pelayanan masyarakat luas, maka kaum pengusaha yang akan mendominasi bidang ini.

Apabila perusahaan teknologi media komunikasi sepenuhnya ditangani oleh kaum swasta, sudah barang tentu pertimbangan utama mereka sebagaimana layaknya kaum bisnis adalah mengejar keuntungan finansial lebih dulu, baru menyusul pertimbangan lainnya, kalau pun ada. Akibat langsung dari kecenderungan ini tentunya, hanya mereka yang kuat menanggung ongkos dan harga yang dikenakan oleh si pengusaha yang dapat menikmati pelayanan teknologi media komunikasi dimaksud. Ironisnya, justru kaum mampu tersebut justru merupakan kalangan yang telah memiliki sarana komunikasi yang jauh lebih lengkap dibanding dengan rata-rata kebanyakan anggota masyarakat. Sedangkan lapisan masyarakat yang tidak mampu menanggung bayaran yang dikenakan, hanya akan bergantung sepenuhnya kepada pelayanan yang disediakan oleh pemerintah.

Akibat lanjutannya, mereka yang telah 'berkecukupan informasi' akan bertambah melimpah informasinya, sedang khalayak lain yang selama ini pun telah berada dalam kondisi 'kekurangan informasi' akan semakin tertinggal dalam perolehan informasinya. Secara ekstrim, keadaan seperti ini hanya akan membentangkan satu jurang baru : antara golongan kaya informasi dengan lapisan lain yang jumlahnya berlipat lebih besar, yang miskin informasi. Pada gilirannya, jarak yang sama akan membentangkan diantara negara-negara yang kaya informasi dengan negara yang miskin informasi.

Erat sekali kaitannya dengan soal pertimbangan komersial yang kemukakan di atas tadi, akan terjadi pula kecenderungan untuk hanya menyediakan, memproduksi, dan mendistribusikan isi informasi yang secara komersial akan laris. Bentuk utama informasi jenis ini ada hiburan dan iklan. Padahal bila pasar informasi hanya dipenuhi oleh pesan-pesan hiburan dan promosi, dengan sendirinya kehidupan masyarakat sehari-hari akan penuh dengan jejalan hal-hal semacam itu.

Polusi informasi cenderung timbul bila kompetisi yang hebat terjadi dalam merebut perhatian khalayak, serta jika ada mekanisme pengendalian yang efektif untuk mencegahnya. Gabor mengemukakan bahwa polusi informasi tercermin dari penuhnya media massa dengan penyiaran informasi tentang skandal, kekerasan, dan pornografi. Memang lumrah sekali bila kecenderungan komersial teknologi media komunikasi akan menimbulkan persaingan yang tajam dan kasar di antara pengusaha informasi.

Dalam keadaan seperti itu, maka aturan yang berlaku secara ekonomi adalah, siapa yang berhasil memancing dan memuaskan selera pembeli, dialah yang akan mereguk keuntungan. Yang menjadi masalah, justru informasi yang menimbulkan polusi yang merupakan dagangan yang laris dan cepat menghasilkan laba bagi yang menyediakannya.

Masalah privacy merupakan sesuatu yang amat penting terutama di negara-negara Barat. Dengan berkembangnya teknologi media komunikasi, maka pesat pula pertumbuhan berbagai perusahaan pengumpulan, pelayanan, dan pendistribusian segala jenis data termasuk yang bersifat pribadi. Dalam aktivitas perusahaan informasi tersebut kemudian terkumpul berbagai macam data mengenai segala aspek kehidupan anggota masyarakat. Data yang dimaksud, bisa saja diperdagangkan tanpa sepengetahuan, apalagi persetujuan yang bersangkutan.

Keadaan seperti itu dikawatirkan akan membuka peluang bagi terjadinya intervensi ke dalam kehidupan pribadi seseorang, yang menyebabkan tidak terjaminnya lagi privacy. Itulah sebabnya timbul berbagai reaksi yang menuntut dilindunginya *privacy* setiap anggota masyarakat dari kemungkinan penyalahgunaan informasi yang mungkin timbul dari kemajuan teknologi media komunikasi.

Kemampuan sarana teknologi media komunikasi untuk menyimpan, memperbanyak, menampilkan kembali informasi apa saja yang berhasil diperoleh, juga menimbulkan masalah yang berkaitan dengan hak cipta. Kemajuan satelit komunikasi misalnya, telah memungkinkan dilampauinya batas-batas wibayah suatu negara atau pemerintahan. Perkembangan ini menimbulkan masalah dalam hal perlindungan .

2.5 Media Sebagai Agen Sosialisasi

a. Apa itu Sosialisasi:

1. Sosialisasi adalah proses dalam mana individu menerima kemudian menginternalisasikan/meghayati banyak nilai sosial, kepercayaan, pola-pola perilaku dari kebudayaan mereka.
2. Proses untuk mengalihkan nilai, norma, sikap dan perilaku dalam suatu konteks sosial atau budaya tertentu, dari suatu generasi kepada generasi lain.
3. Proses sosialisasi itu berlangsung interaktif dan resiprokal
4. Proses sosialisasi itu dimulai sejak seseorang berusia dini, bahkan sampai tua sosialisasi tetap berlangsung.

b. Sifat Sosialisasi

1. Ingat, bahwa pengembangan kehidupan manusia dapat dipandang dari dua sisi, perkembangan biologis dan perkembangan berdasarkan perspektif perilaku. Kini kedua pendekatan ini digunakan secara berkaitan satu sama lain.
2. manusia berkembang secara biologis dari bayi, remaja, dewasa samapai tua, perkembangan psikologis juga demikian mulai dari psikologi anak-anak sampai psikologis orang tua. Semua manusia berubah menurut lingkaran kehidupan, dan pada setiap putaran ada peran, status dan tanggung jawab baru.

c. Sosialisasi dan Masyarakat

1. Sosialisasi merupakan dasar bagi setiap subsistem dalam sebuah masyarakat yang berjuang untuk melanjutkan dan mempertahankan sebuah sistem yang stabil.
2. Sekurang-kurangnya ada lima unsur penting dalam sosialisasi masyarakat

- a. Bahwa dalam proses sosialisasi terkandung maksud cara-cara bagaimana kebudayaan (kepercayaan, tradisi, gaya hidup, bahasa, aturan kehidupan moral, variasi keterampilan) dibagi atau dipertukarkan.
- b. Dari luar (eksternal) individu/kelompok masyarakat dan dibagi/dibawa
- c. Ke dalam (internal) dan menjadikannya sebagai bagian dari penghayatan cara hidup yang terogarisasi.
- d. Proses membawa dari eksternal ke internal melalui learning
- e. Melalui peran sebagai agen

d. Sifat Media Sebagai Agen Sosialisasi

1. Sosialisasi-individu mempelajari peran dari orang lain, peran orang lain ini ditampilkan melalui media
2. Peran berhubungan dengan Status
 - a. Ada seperangkat status
 - b. Kedudukan seseorang dalam struktur masyarakat banyak
 - c. Khusus dan berkaitan dengan orang lain
 - d. Simbol status
 - e. Ascribed
 - f. Achieved

Media menampilkan/mensosialisasikan sejumlah informasi , peran yang mengundang atau mendorong:

- a. Homogenisasi nilai dan norma/monolitik
- b. Konsumerisme
- c. Nilai, Indah, kekerasan, kekuasaan, dan kesopansantunan
- d. Peniruan peran
- e. Berkurangnya keakraban dan keterlibatan, media menampilkan pilihan minat
- f. Jadwal kegiatan hidup

2.6 Media Sebagai Sistem Sosial

Apakah itu sistem sosial? Sistem sosial merupakan satu karakteristik term dari analisis fungsional (dan secara khusus ditonjolkan oleh kelompok Parsonian dengan fungsionalisme struktural). Mereka memaksudkan bahwa apa yang disebut sistem sosial ini terdiri dari dua yaitu:

- a. Struktur sosial yang merupakan interelasi dari institusi, syair dan peran
- b. bagaimana struktur itu berfungsi diistilahkan dengan tindakan sosial dalam interaksi sosial.

Kaum Parsonian mengatakan bahwa: sistem sosial meliputi pula: (1) perubahan sosial (*social changes*); perubahan pola-pola tindakan serta interaksi, dan (2) stabilitas sosial yang mengacu pada bentuk-bentuk struktur yang stabil.

Kita dapat memahami sistem sosial melalui makna bahwa setiap masyarakat disusun oleh bagian-bagian hasil diferensiasi dari umur, ras, jenis kelamin, ciri fisik, latar belakang keluarga, kesejahteraan, dan tipe kerja.

Ada satu pertanyaan: apa yang menjadi dasar relationship di antara bagian-bagian dalam suatu masyarakat? Salah satu kunci untuk memahami antarkelompok dalam suatu masyarakat ialah dengan mengidentifikasi bagaimana dan sejauh mana dua kelompok atau lebih melakukan shared way of life tentang cultural information. Jadi, kuncinya adalah bagaimana dan sejauh mana individu dari dua atau lebih kelompok yang berbeda saling membagi pandangan kehidupan mereka dengan cara-cara yang khas menurut identitas dan pola budaya kelompok dia. Itulah yang diemban media.

Dalam kehidupan sehari-hari, hal ini selalu terjadi dalam bentuk interaksi sosial yang bersifat meminjam uang atau barang dan saling membantu antara keluarga. Dari interaksi sosial itulah terbentuk proses dasar dan sebuah sistem sosial. Konflik dan kerjasama merupakan dua bentuk yang akan diakibatkan oleh kualitas interaksi sosial. Ada dua jawaban kontradiktif (jawaban itu menghasilkan dua model masyarakat). (1) order dan (2) conflict.

1. Order model = functionalism model (perspektif, paradigma)

a. Masyarakat dipandang sebagai sistem sosial-dibentuk oleh berbagai subsistem-membentuk kesimbangan bagi keseluruhan.

b. Atribut model ini: kohesi, konsensus, kooperatif, hubungan timbal balik, stabilitas dan daya tahan.

2. Conflict model=model terbaik dari fungsionalisme.

a. Masyarakat, ada unsur-unsur pembentuknya

b. Dipengaruhi oleh distribusi kekuasaan dan arah getaran perubahan sosial

c. Tidak ada kerjasama, yang ada hanyalah persaingan dan menjurus ke konflik.

Media membutuhkan informasi dan informasi itu diambil dari institusi sosial di atas tokoh agama, pendidikan, ekonomi dan politik) untuk kemudian informasi itu dikembalikan kepada masyarakat yang sama. Jadi, media sebagai sistem sosial berperan membentuk sistem sosial baru atau memperkuat sistem sosial yang ada. Secara tidak langsung, media menjadi atribut model yang menciptakan kohesi, konsensus, hubungan timbal balik, stabilitas dan daya tahan internal media maupun masyarakat pada umumnya.

Dalam pandangan conflict model (model terbalik dari fungsionalisme), maka media yang memiliki unsur-unsur pembentuk tersebut juga dapat berperan mempengaruhi terjadinya konflik dalam masyarakat, karena pengaruh informasi darinya tentang diri dan lingkungan. Media dapat berdampak pada terciptanya tidak ada kerja sama, yang ada hanyalah persaingan dan menjurus ke konflik.

f. Media dan Perubahan Sosial

Mempelajari ilmu sosiologi tentu tidak akan terlepas dari mempelajari tentang Media dan Perubahan Sosial. Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.

Selama hidupnya, manusia senantiasa mempelajari dan melakukan perubahan-perubahan terhadap kebudayaannya sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lingkungan. Hal

ini adalah sesuatu yang wajar sebab kebudayaannya sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lingkungan. Hal ini adalah sesuatu yang wajar sebab kebudayaan diciptakan dan diajarkan dari satu generasi ke generasi berikutnya untuk memenuhi kebutuhan manusia itu sendiri, baik secara perorangan maupun berkelompok. Dari kenyataan ini, tidak ada satupun kebudayaan dan perwujudan kebudayaan bersifat statis (tidak mengalami perubahan).

Sedangkan pengertian perubahan sosial budaya adalah perubahan yang terjadi akibat ketidaksamaan atau ketidaksesuaian diantara unsur-unsur sosial dan kebudayaan yang saling berbeda. Perubahan sosial dan kebudayaan adalah bentuk perubahan yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat yang menyangkut perubahan tentang norma sosial, interaksi sosial, pola perilaku, organisasi sosial, lembaga kemasyarakatan, lapisan masyarakat, susunan kekuasaan, dan wewenang.

Rasa ingin tahu manusia terhadap hal-hal yang ada di sekitarnya sangatlah besar. Dari zaman ke zaman dapat terlihat perubahan dalam suatu sistem kebudayaan yang pastinya terdapat di masyarakat akibat dari rasa ingin tahu manusia yang besar tersebut. Diawali dari rasa ingin tahu itulah, manusia selalu mengeksplor apa yang ada di sekitarnya, baik itu yang baik atau bahkan yang buruk, kemudian ingin menyampaikan hasil pengeksplosiannya selama ini kepada orang lain. Bertahap dari komunikasi yang tadinya hanya bersifat personal, kemudian dapat berkembang menjadi proses penyampaian pesan yang bersifat masal, sehingga informasinya menjadi lebih luas jangkauannya serta dapat merubah suatu pola kehidupan masyarakat yang lebih luas lagi. Dan Media massa lah yang sangat berperan dalam hal ini.

Ada pandangan yang menyatakan bahwa perubahan sosial itu merupakan suatu respons ataupun jawaban dialami terhadap perubahan-perubahan tiga unsur utama : yaitu Faktor alam, Teknologi dan Kebudayaan. Kalau ada perubahan daripada salah satu faktor tadi, ataupun kombinasi dua diantaranya, atau bersama-sama, maka terjadilah perubahan sosial. Faktor alam apabila yang dimaksudkan adalah perubahan jasmaniah, kurang sekali menentukan perubahan sosial. Hubungan korelatif antara perubahan alam dan perubahan sosial atau masyarakat tidak begitu kelihatan, karena jarang sekali alam mengalami perubahan yang menentukan, walaupun ada maka prosesnya itu adalah lambat.

Dengan demikian masyarakat jauh lebih cepat berubahnya daripada perubahan alam. Praktis tak ada hubungan langsung antara kedua perubahan tersebut. Tetapi kalau faktor alam ini diartikan juga faktor biologis, hubungan itu bisa di lihat nyata. Misalnya saja penambahan penduduk yang demikian pesat, yang mengubah dan memerlukan pola

relasi ataupun sistem komunikasi lain yang baru. Dalam masyarakat modern, faktor teknologi dapat mengubah sistem komunikasi ataupun relasi sosial. Apalagi teknologi komunikasi yang demikian pesat majunya sudah pasti sangat menentukan dalam perubahan sosial itu.

BAB III

TEORI-TEORI MEDIA KOMUNIKASI

3.1 Pengertian Teori dan Teori Komunikasi

Menurut ahli komunikasi, Wilbur Schramm dalam bukunya "*Introduction to Mass Communication Research*" mendefinisikan teori sebagai berikut:

“Suatu perangkat pernyataan yang saling berkaitan, pada abstraksi dengan kadar yang tinggi, dan daripadanya proposisi bisa dihasilkan yang dapat diuji secara ilmiah, dan pada landasannya dapat dilakukan prediksi mengenai perilaku”

(*A set of related statements, at a high level of abstraction, from which propositions can be generated that are testable by scientific measurements and on the basis of which predictions can be made about behaviour*).

Dari defenisi itu jelas bahwa teori adalah hasil telaah dengan metode ilmiah. Mengenai metode ilmiah ini, Alexis S. Than dalam bukunya "*Mass Communication Theories and Research* (1981) mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan metode ilmiah adalah metode penyelidikan atau metode pemaparan kebenaran yang menunjukkan ciri-ciri sebagai berikut:

a. Objektivitas (*objectivity*)

Metode ilmiah mencari fakta dengan menganalisis informasi dari dunia nyata (*real world*), yaitu dunia di luar si ilmuwan yang meneliti. Fakta dipilih bukan karena mendukung keinginan si ilmuwan, tetapi karena dapat diuji secara berulang-ulang oleh peneliti lain.

Objektivitas dapat dicapai paling tidak dengan dua cara:

a. empiris (*empires*)

b. logika formal (*formal logic*)

Empirisme mensyaratkan suatu kepercayaan atau proposisi harus diuji dalam dunia nyata yaitu dunia yang dapat diindera (dilihat, dirasakan, diraba) atau dapat dialami.

Logika formal mengkaji kondisi-kondisi di mana kepercayaan atau proposisi perlu mengikutinya dan karenanya dapat ditarik kesimpulan dan proposisi-proposisi lainnya.

b. Berorientasikan masalah (*problem oriented*)

Metode ilmiah akan dapat dimulai hanya kalau seorang peneliti mengakui adanya masalah, baik yang praktis maupun yang teoritis, yang memerlukan keputusan. Masalah seringkali dirumuskan dalam bentuk pertanyaan “mengapa....?” Ini dapat timbul dari rasa penasaran yang sederhana saja, atau dari hasrat peneliti untuk menemukan keteraturan di antara fakta atau pengamatan, sedemikian rupa, sehingga dapat mengerti lingkungannya lebih baik. Menemukan pemecahan mengenai suatu masalah merupakan sautu metode ilmiah yang penting.

c. Dipandu hipotesis (*hypothesis guided*)

Metode ilmiah dipandu oleh hipotesis. Sebuah hipotesis adalah keterangan atau keputusan yang diajukan kepada masalah untuk memulai penelitian, hipotesis biasanya diformulasikan dalam ungkapan atau pernyataan: jikamaka.....”, yang menyarankan hubungan antara fakta dengan pengamatan. Apabila sautu pengamatan atau observasi terbukti benar, maka pengamatan selanjutnya juga mesti benar.

Ciri hipotesis yang baik adalah:

1) *Relational* (terpaut)

Hipotesis menunjukkan keterpautan antara kondisi dengan observasi. Keterpautan ini menyajikan jawaban atau keterangan bagi masalah yang sedang diselidiki, seringkali dinyatakan dalam bentuk kausal (jika begini, maka menjadi begitu). Penyebab (*cause*) kita sebut variable bebas, sedangkan akibat (*effect*) yang biasanya observasi yang kita coba untuk menerangkannya, sebagai variable terikat:

2.) Berdasarkan pengetahuan terdahulu (*based on previous knowledge*)

Suatu hipotesis lebih daripada sekadar perkiraan atau dugaan. Ia berdasarkan pengetahuan terdahulu mengenai masalah yang dikaji, pada suatu penyaringan dan pemilihan fakta-fakta yang menyangkut masalah. Pemecahan ditawarkan sebelum penelitian dimulai. Ini penting karena dua alasan: pertama, ia mempersempit lingkup masalah dengan menetapkan apa yang akan dicoba untuk mengujinya; kedua, ia memberikan jaminan objektivitas.

3.) Verifikasi objektif (*objective verification*)

Seorang peneliti harus mampu menguji hipotesis secara objektif. Pengujian secara objektif dapat dilaksanakan melalui pengukuran dan observasi secara empirik langsung dalam dunia nyata. Agar hipotesis dapat diuji secara objektif, kita harus menetapkan variable - variabelnya secara konsepsional dan secara operasional.

Definisi konsepsional adalah yang biasa mengacu kepada definisi-definisi dalam makna sebagaimana tercantum dalam kamus (*Dictionary definition*).

Sebagai contoh definisi konsepsional untuk kekejaman pada acara televisi (*television violence*) dapat dirumuskan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang pemeran terhadap pemeran lain, dimana pemeran itu dianiaya secara fisik dan dibunuh.

Definisi operasional menerangkan secara rinci bagaimana variable itu akan diukur atau diobservasi. Definisi operasional mengenai kekejaman pada televisi tadi dapat merupakan sejumlah tindakan setiap 30 menit di mana seorang pemeran secara fisik dianiaya atau dibunuh oleh pemeran lain.

4) Berorientasikan teori (*Theory oriented*)

Seperti telah diterangkan tadi, tujuan jangka pendek metode ilmiah adalah untuk menemukan fakta-fakta secara objektif yang dapat memecahkan suatu masalah; sedangkan tujuan jangka panjang adalah merumuskan teori.

Teori adalah seperangkat dalil atau prinsip umum yang kali mengait (hipotesis yang diuji berulang kali) mengenai aspek-aspek suatu realitas. (Theory is a set of interrelated law or general principles (*hypotheses that have been repeatedly verified*) about some aspect of reality).

Fungsi teori adalah menerangkan, meramalkan/memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta secara sistematis.

Seorang awam yang menggunakan “penginderaan umum (*commonsense*) merasa puas akan pandangan terpilah-pilah dari suatu realita. Ia akan mencari informasi dari sana sisni yang dianggapnya berguna tanpa berupaya menarik hubungan yang logis dan empiris di antara fakta-fakta. Tetapi seorang ilmuwan menaruh minat bukan kepada informasi yang dipilah-pilah, melainkan kepada gambaran menyeluruh dari fakta-fakta dihadapinya. Timbul pertanyaan kepada dirinya sendiri. Timbul pertanyaan itu terpaut satu sama lain?”
Bagaimana pengaruh perubahan sautu fakta terhadap fakta lain?”

5) Korektif mandiri (*self-corrective*)

Ilmu menempatkan nilai-nilai pada keraguan, pada pertanyaan mengenai asas-asas dan dalil-dalil yang berlaku. Oleh karena asas-asas dibina hanya melalui pengujian secara berulang, maka banyak asas yang harus dimodifikasi sebagai fakta baru. Sebagai hasilnya, para ilmuwan beranggapan bahwa teori itu dinamis dan berada dalam perubahan yang bersinambungan bahwa teori itu dinamis dan berada dalam perubahan yang berkesinambungan secara tetap. Tidak ada dalil yang final atau bebas dari pertanyaan.

Sifat korektif mandiri dari ilmu menyebabkan perlunya bagi ilmuwan untuk memberikan keleluasan kepada ilmuwan lain dalam bidang yang sama untuk menelitinya secara mendalam. Hal ini bukan saja untuk menyebarkan pengetahuan baru yang menjadi landasan bagi penyelidikan lain, tetapi juga untuk memungkinkan penggunaan prosedur yang sama dalam situasi yang berbeda.

Dalam hal ini nilai tertentu terletak pada publikasi atau diseminasi metode, tujuan dan hasil penelitian ilmiah.

3.2 Teoritis Komunikasi

Untuk memahami ilmu komunikasi yang dewasa ini sudah menginjak era komunikasi interaktif (*interactive communication*) berkat kemajuan teknologi yang semakin lama semakin canggih itu, kita perlu mengetahui sedikit banyak hal-hal, pemikiran-pemikiran atau disiplin-disiplin ilmu lain yang mempengaruhinya.

Manakalah kita melakukan pelacakan, tampak bahwa walaupun ilmu komunikasi berkembang dengan pesat di Amerika Serikat, ternyata akarnya buka hanya di benua itu, tetapi juga terdapat di benua Eropa.

Everett M. Rogers menyebutkan bahwa sejak 1800 sudah tampak pengaruh pemikiran para pakar ilmu social di Universitas-universitas di Eropa terhadap ilmu komunikasi. Antara lain dapat disebut Max Weber seorang cendikiawan birokrasi kenamaan dari Jerman, August Comte, bapak Sosiologi, dan Emile Durkeim pelopor penggunaan metode penelitian secara empirik, yang kedua-duanya dari Perancis, dan Herbert Spencer yang dikenal sebagai Darwinisme social. Dapat ditambahkan dua orang yang langsung mempengaruhi ilmu komunikasi gaya Amerika, yakni Gabriel Tarde dari Perancis dan George Simmel dari Jerman.

Tarde mendasarkan observasi sosiologinya pada perilaku manusia, menampilkan teori imitasi, yakni bagaimana seseorang dipengaruhi oleh perilaku orang lain yang berinteraksi sehari-hari.

Simmel pada tahun 1922 dalam bukunya “The Web of Group-Affiliations” memperkenalkan teori jaringan komunikasi (*the theory of communication network*) yang meliputi orang-orang berinterkoneksi yang dihubungi pemahaman perubahan perilaku manusia adalah kepada siapa seseorang terhubung dengan tali komunikasi.

3.3 Teori-teori Media Komunikasi

Teori-teori komunikasi berlangsung secara sinambung, dalam arti kata suatu teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran dalam suatu penelitian atau dipakai sebagai pendekatan dalam menelaah suatu fenomena, bisa merupakan teori lama yang ditampilkan seorang ahli satu decade atau dua dekade sebelumnya, bahkan lebih lama daripada itu.

Berikut ini adalah teori-teori yang umumnya berkaitan dengan media-media komunikasi yang sejak tahun 1950-an semakin canggih, sehingga dampaknya pun semakin kuat dan luas.

1. Teori Perbedaan-Perbedaan Individu

Para ahli psikologi menaruh perhatian yang besar terhadap proses belajar, karena, terdapat kecenderungan baru dalam pembentukan watak melalui proses belajar sebagai pelengkap untuk merumuskan teori-teori belajar. Dalam rangka kegiatan ilmiah ini para ahli menekankan betapa eratnya hubungan antara kegiatan belajar dengan motivasi. Suatu studi laboratorium yang bersifat eksperimen berhasil meyakinkan para ahli psikologi bahwa beberapa tingkat motivasi dapat ditumbuhkan melalui proses belajar, serta kenyataan bahwa tidak setiap individu dapat memperoleh motivasi berdasarkan rangsangan yang sama. Dari hasil studi ini timbul pengakuan adanya motivasi individu serta perbedaan-perbedaan pengalaman berdasarkan hasil belajar. Dengan demikian setiap individu memiliki kepribadian masing-masing yang akan mempengaruhi juga perilaku mereka dalam menanggapi sesuatu. Perbedaan itu terjadi disebabkan karena perbedaan lingkungan, yang menghasilkan pula perbedaan pandangan dalam menghadapi sesuatu. Dari lingkungannya akan terbentuk sikap, nilai-nilai dan kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka. Anak kembar sekalipun yang secara biologis yang mempunyai persamaan-persamaan, akan dapat berbeda kepribadiannya jika dibesarkan dalam lingkungan sosial yang berbeda. Setiap orang dengan sendirinya memiliki persepsi yang berbeda sehubungan dengan kepribadiannya.

Berdasarkan teori-teori psikologis sebagai latar belakang, para ahli komunikasi harus mengubah pikirannya tentang pengaruh media. Sekarang menjadi jelas bahwa audiens dari suatu medium komunikasi bukanlah suatu kelompok monolitik yang anggota-anggotanya senantiasa mempunyai tanggapan yang sama terhadap isi medium. Prinsip-prinsip mengenai atensi selektif serta persepsi selektif berdasarkan pada perbedaan-perbedaan kepribadian individu. Setiap orang akan menanggapi isi media berdasarkan kepentingan mereka, disesuaikan dengan kepercayaannya serta nilai-nilai sosial mereka.

Atas dasar pengakuan bahwa tiap individu tidak sama perhatiannya, kepentingannya maupun nilai-nilainya, maka dengan sendirinya selektivitas mereka terhadap komunikasi massa juga berbeda. Oleh sebab itu pengakuan terhadap perbedaan individu dalam menanggapi komunikasi diwujudkan dalam, “Teori perbedaan-perbedaan individu mengenai pengaruh komunikasi massa.”

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh media terhadap individu akan berbeda, satu sama lain disebabkan adanya perbedaan psikologis di antara individu.

2. Teori Kategori Sosial

Teori ini beranggapan bahwa terdapat kategori sosial yang luas dalam masyarakat kota industri yang kurang lebih memiliki perilaku sama terhadap rangsangan-rangsangan tertentu. Kategori sosial tersebut pada usia, seks, tingkat penghasilan, tingkat pendidikan, tempat tinggal (desa atau kota), ataupun agama. Dalam hubungannya dengan komunikasi massa dapat digambarkan bahwa majalah mode jarang dibeli oleh pria, sedang majalah olahraga jarang dibaca oleh wanita. Variable-variabel seks, umur, pendidikan tampaknya turut serta menentukan selektivitas seseorang terhadap media yang ada.

Asumsi dasar dari teori kategori sosial adalah teori sosiologi yang berhubungan dengan kemajemukan masyarakat modern, dimana dinyatakan bahwa masyarakat yang memiliki sifat-sifat tertentu yang sama akan membentuk sikap yang sama dalam menghadapi rangsangan tertentu. Persamaan dalam orientasi serta sikap akan berpengaruh pula terhadap tanggapan mereka dalam menerima pesan komunikasi. Masyarakat yang memiliki orientasi sama, lebih kurang akan memilih isi komunikasi yang sama dan akan menanggapi isi komunikasi tersebut dengan cara yang sama.

Perbedaan pokok antara teori perbedaan-perbedaan individu dengan teori kategori sosial adalah pada latar belakang dasar ilmu yang mendukungnya serta pada obyeknya. Teori perbedaan-perbedaan individu berdasarkan pada pengembangan teori psikologi umum, sedang teori kategori sosial berdasarkan pada teori sosiologi umum. Sedang obyek dari teori perbedaan-perbedaan individu terbatas pada individu, dan obyek dari teori kategori sosial adalah pada kelompok yang memiliki persamaan status sosial tertentu.

Pada tahun 1948 Harold D. Laswell merumuskan penggabungan teori-teori sosial serta variable yang erat hubungannya, ketika ia menyatakan bahwa. "Suatu cara yang paling tepat untuk menggambarkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

- Siapa
- Mengatakan apa
- Dengan saluran yang mana
- Kepada siapa
- Dengan pengaruh bagaimana?

Teori ini tetap kontemporer dan senantiasa dimanfaatkan dalam penelitian komunikasi massa, hanya beberapa variabel dimodifikasikan di antaranya rangsangan media dan tanggapan audiens.

3. Teori Hubungan Sosial

Teori ini diketengahkan juga oleh Melvin DeFleur ini menunjukkan bahwa hubungan sosial secara informal berperan penting dalam mengubah perilaku seseorang ketika diterpa pesan komunikasi massa. Teori ini menyatakan bahwa dalam menerima pesan-pesan komunikasi melalui media, orang lebih banyak memperoleh pesan itu melalui hubungan atau kontak dengan orang lain daripada menerima langsung dengan media massa. Hubungan sosial yang informal merupakan salah satu variabel yang turut menentukan besarnya pengaruh media.

Dalam kenyataannya terbukti bahwa orang-orang yang langsung menerima informasi dari media terbatas sekali. Mereka, inilah yang merumuskan informasi dari media tersebut pada orang lain melalui saluran komunikasi informal. Berdasarkan pada hasil penelitian, maka arus informasi akan melalui dua tahap.

Pertama, informasi bergerak dari media kepada individu-individu yang relatif “*Well informed*”, mereka pada umumnya memperoleh informasi langsung.

Kedua, informasi tersebut kemudian bergerak melalui saluran komunikasi antar pribadi kepada individu-individu yang kurang memiliki hubungan langsung dengan media dan ketergantungan mereka akan informasi pada orang lain besar sekali. Proses komunikasi yang demikian ini dinamakan komunikasi dua tahap (*two step-flow communication*).

Individu-individu yang lebih banyak memiliki hubungan dengan media tersebut “*pemuka pendapat*”, karena ternyata mereka memainkan peranan yang besar sekali dalam meneruskan dan menafsirkan informasi yang mereka terima. Cara penafsiran informasi yang kemudian berkembang menjadi “*pengaruh pribadi*” merupakan salah satu mekanisme penunjang yang penting, yang berada di antara pesan-pesan komunikasi dengan jenis tanggapan yang diberikan terhadap pesan-pesan tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teori hubungan sosial mencoba menekankan pentingnya variabel hubungan antar pribadi sebagai sumber informasi sebagai pengaruh media komunikasi.

4. Teori Norma-norma Budaya

Teori ini melihat cara-cara mass media mempengaruhi sebagai suatu produk biaya. Pada hakikatnya, teori norma-norma budaya menganggap bahwa media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan secara tertentu dapat menumbuhkan kesan-kesan yang oleh khalayak disesuaikan dengan norma-norma budayanya.

Perilaku individu umumnya didasarkan pada norma-norma budaya yang disesuaikan dengan situasi yang dihadapi, dalam hal ini media akan bekerja secara tidak langsung untuk mempengaruhi sikap individu tersebut.

Paling sedikit ada tiga cara untuk mempengaruhi norma-norma budaya yang dapat ditempuh oleh media massa.

Pertama, pesan-pesan komunikasi massa dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku dan membimbing masyarakat untuk mempercayai bahwa pola-pola tersebut masih tetap berlaku dan dipatuhi oleh masyarakat.

Kedua, media dapat menciptakan pola-pola budaya baru yang tidak bertentangan dengan pola budaya yang ada, bahkan menyempurnakannya.

Ketiga, media massa dapat mengubah norma-norma budaya yang berlaku dan dengan cara demikian mengubah perilaku individu-individu dalam masyarakat.

Mengenai besarnya pengaruh media massa terhadap norma-norma budaya memang masih harus lebih banyak dibuktikan lewat penelitian-penelitian yang intensif.

Menurut Lazarfeld dan Merton dalam Wright media sebenarnya hanya berpengaruh dalam memperkuat norma-norma budaya yang berlaku. Mereka berpandangan bahwa media bekerja secara konservatif dan hanya menyesuaikan diri dengan norma-norma budaya masyarakat seperti selera dan nilai-nilai, daripada memimpin mereka untuk membentuk norma-norma yang baru. Lazarfeld dan Merton

mengatakan bahwa media memperkuat *status quo* belaka daripada menciptakan norma-norma baru yang berarti.

Dalam keadaan tertentu media massa, maupun untuk menumbuhkan norma-norma budaya baru. Idealnya kebiasaan membaca yang berkembang dengan cepat akibat penyebaran surat kabar, minat untuk menikmati siaran radio bertambah besar dengan adanya televisi juga yang membawa norma-norma baru mengenai perilaku komunikasi massa. Media massa secara bersama-sama memberikan suasana baru bagi interaksi serta memanfaatkannya sebagai sarana rekreasi di rumah.

Persoalan yang menyangkut masalah apakah media dapat mengubah perilaku masyarakat yang telah mapan, masih merupakan persoalan yang rumit, Misalnya kampanye larangan merokok yang dilakukan lewat media massa oleh organisasi antikanker di Amerika Serikat yang bertujuan agar masyarakat mengurangi rokok terbukti secara perlahan-lahan memberikan pengaruh yang positif. Untuk pertama kalinya dalam sejarah terjadi pengurangan konsumsi rokok di kalangan penduduk Amerika Serikat (1968), hal mana belum pernah terjadi sebelum diadakannya kampanye.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media massa dapat memperkuat norma-norma budaya dengan informasi-informasi yang disampaikan setiap hari. Selain itu media massa dapat mengaktifkan perilaku tertentu, apabila informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan individu dan tidak bertentangan dengan struktur norma-norma budaya yang berlaku, media massa bahkan dapat menumbuhkan norma-norma budaya baru dalam perilaku selama norma tersebut tidak dihalangi oleh hambatan-hambatan sosial budaya.

Secara keseluruhan, teori norma-norma budaya kemudian masih harus di kaji lebih lanjut karena sifatnya yang kontroversial. Hal ini merupakan tantangan untuk para ahli komunikasi serta ahli-ahli sosial yang lain untuk menemukan factor-faktor, pembatasan-pembatasan, serta prasyarat-prasyarat apa yang memungkinkan media, mempengaruhi norma budaya. Jika hal ini menjadi bertambah jelas, maka perdebatan mengenai teori norma-norma budaya niscaya dapat diredakan.

5. Uses and Gratifications Model (model Kegunaan dan Kepuasan)

Model ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak.

Pendekatan *uses and gratifications* untuk pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi masa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan Apa yang dilakukan media untuk khalayak (*what do the media do to people?*) Kebanyakan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi massa berpengaruh kecil terhadap khalayak yang dipersuasi; oleh karena itu para peneliti berbelok ke variable-variabel yang menimbulkan lebih banyak efek, misalnya efek kelompok.

Model *Uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan

pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Pendekatan *uses and gratifications* sebenarnya juga tidak baru. Di awal dekade 1940-an dan 1950-an para pakar melakukan penelitian mengapa khalayak terlibat dalam berbagai jenis perilaku komunikasi. Penelitian yang sistematis dalam rangka membina teori *uses and gratifications* telah dilakukan pada dekade 1960-an dan 1970-an, bukan saja di Amerika, tetapi juga di Inggris, Finlandia, Swedia, Jepang dan negara-negara lain.

Mengenai kebutuhan biasanya orang merujuk kepada hirarki kebutuhan (*need hierarchy*) yang ditampilkan oleh Abraham Maslow (1954). Ia membedakan lima perangkat kebutuhan dasar.

- a) *Physiological needs* (kebutuhan fisiologis)
- b) *Safety needs* (kebutuhan keamanan)
- c) *Love needs* (kebutuhan cinta)
- d) *Esteem needs* (kebutuhan penghargaan)
- e) *Self-actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri)

Sehubungan dengan hirarki tersebut, kebutuhan yang menarik perhatian para peneliti *uses and gratifications* adalah kebutuhan cinta, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri.

6. Libertarian theory (teori liberal)

Bagi kehidupan pers abad ke 18 merupakan abad yang penting dalam hubungannya dengan paham liberalis itu. Pada abad tersebut terdapat dua hal penting, yakni pertama, perihal fitnah yang mengadung hasutan; dan kedua, perihal hak pers untuk memberitakan kebijaksanaan pemerintah.

Perjuangan untuk mengakui prinsip-prinsip liberal yang mempengaruhi pers itu, mencapai puncaknya dengan diformulasikan dan terimanya *Bill of Rights* yang mencakup peraturan-peraturan yang menetapkan kebebasan pers, meski tidak tegas sehingga menimbulkan berbagai interpretasi. Dari sejumlah butir yang tercakup oleh *Bill of Rights* itu, hanya satu butir yang tampaknya diterima tanpa interpretasi, yakni bahwa kebebasan pers tidak mutlak, melainkan dapat dikenakan pembatasan yang bagaimana yang dapat dikenakan pembatasan; tetapi pembatasan yang bagaimana yang dapat dikenakan kepada pers, dalam liberalisme menjadi permasalahan:

Fungsi pers menurut teori liberal dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengabdikan kepada system politik dengan menyajikan informasi, diskusi, dan debat mengenai peristiwa umum.
2. Menyebarkan penerangan kepada khalayak agar mampu berpemerintahan sendiri.
3. Mengawal hak-hak asasi pribadi dengan mengabdikan kepadanya sebagai penjaga dalam menghadapi pemerintah.
4. Mengabdikan kepada system ekonomi, terutama dengan jalan mempersatukan para pembeli dan penjual barang dan jasa melalui media periklanan.
5. Menyajikan hiburan
6. Mengusahakan dana bagi kebutuhan sendiri sehingga bebas dari tekanan pihak yang berkepentingan.

Teori liberal menitikberatkan superioritasnya pada prinsip kebebasan perorangan, penilaian dan aksioma bahwa kebenaran, jika diberi kebebasan, akan muncul sebagai pemenang dalam setiap perjuangan, slogannya adalah proses tegakkan diri (*selfrighting process*) dan wahana pertukaran gagasan (*market place of ideas*). Ia telah menjadi bagian integral dari jajaran demokrasi yang telah menghasilkan kemajuan yang menakjubkan bagi kesejahteraan umum manusia.

Itu menurut paham liberalisme. Kenyataan menunjukkan bahwa sejak dekade 1970-an teori ini menjadi sasaran para peneliti. Rasionalisme telah diserang. Khusus oleh para ahli ilmu jiwa ; teori hak-hak alamiah dikritik sebagai slogan persuasif semata-mata tanpa dasar politik dan sosial ; dan hak perorangan dituding sebagai ancaman terhadap kesejahteraan mayoritas masyarakat.

BAB IV

MEDIA KOMUNIKASI TRADISIONAL

4. Media Tradisional

Media tradisional berupa berbagai macam seni pertunjukan, yang secara tradisional dipentaskan di depan khalayak terutama sebagai sarana hiburan memiliki sifat komunikatif dan ternyata mudah dipakai sebagai media komunikasi yang efektif.

Media tradisional dikenal juga sebagai media rakyat. Dalam pengertian yang lebih sempit, media ini sering disebut sebagai kesenian rakyat. Dalam hubungan ini menurut **Coseteng dan Nemenzo** mendefinisikan media tradisional sebagai “bentuk-bentuk verbal, gerakan, lisan dan visual yang dikenal atau diakrabi rakyat, diterima oleh mereka, dan diperdengarkan atau dipertunjukkan oleh dan/atau untuk mereka dengan maksud menghibur, memaklumkan, menjelaskan, mengajar, dan mendidik.

Sejalan dengan defenisi ini, maka media rakyat tampil dalam bentuk nyanyian rakyat, tarian rakyat, musik instrumental rakyat, pidato rakyat yaitu semua kesenian rakyat apakah berupa produk sastra, visual, ataupun pertunjukkan yang diteruskan dari generasi ke generasi.

Di Indonesia, media tradisional yang masih memikat cukup banyak orang ialah pertunjukkan rakyat. Pertunjukkan rakyat ini adalah aktivitas kesenian rakyat yang bersifat hiburan. Ia menggunakan gerak dan suara sebagai sumber ekspresinya dan dipertunjukkan kepada khalayak penonton.

Sifat kerakyatan bentuk kesenian ini menunjukkan bahwa ia berakar pada kebudayaan rakyat yang hidup di lingkungannya. Pertunjukan-pertunjukan semacam ini biasanya sangat komunikatif, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat pedesaan. Dalam penyajiannya, pertunjukkan ini biasanya diiringi oleh musik daerah setempat.

Di berbagai daerah, media komunikasi tradisional tampil dalam berbagai bentuk dan sifat, sejalan dengan variasi kebudayaan yang ada di daerah-daerah itu. Misalnya *tudang sipulung* (duduk bersama), *ma'bulo sibatang* (kumpul bersama dalam sebuah pondok bamboo) di Sulawesi Selatan dan selapanan (peringatan pada hari ke-35 kelahiran) di Jawa Tengah.

a) Sifat-sifat Media Tradisional

Menurut Ranganath menuturkan bahwa media tradisional itu akrab dengan massa khalayak, kaya akan variasi, dengan segera tersedia, dan biayanya rendah. Ia disenangi baik oleh pria maupun wanita dari berbagai kelompok umur. Secara tradisional media ini dikenal sebagai pembawa tema. Di samping itu, ia memiliki potensi yang besar bagi komunikasi persuasip, komunikasi tatap muka, dan umpan balik yang segera.

Menurut **Rapen** menyatakan bahwa media ini secara komparatif murah. Ia tidak perlu diimpor, karena ia merupakan milik komunitas. Di samping itu media ini tidak akan menimbulkan ancaman kolonialisme kebudayaan dan dominasi ideologi asing. Terlebih lagi, kredibilitasnya lebih besar karena ia mempertunjukkan kebolehan orang-orang setempat dan membawa pesan-pesan lokal, yang tidak berasal dari pemerintah pusat. Media rakyat ini bersifat egaliter, sehingga dapat menyalurkan pesan-pesan kerakyatan dengan lebih baik daripada surat kabar yang bersifat elit, film, radio dan televisi yang ada sekarang ini.

Sifat-sifat umum media tradisional ini, antara lain ialah mudah diterima, relevan dengan budaya yang ada, menghibur, menggunakan bahasa lokal, memiliki unsur legitimitasi, fleksibel, memiliki kemampuan untuk mengulangi pesan-pesan yang dibawanya, komunikasi dua arah, dan sebagainya.

Oleh karena sifat - sifat di atas, media ini dapat berfungsi sebagai pembawa pesan yang lebih baik daripada media lainnya bagi kesejahteraan seluruh warga masyarakat dalam berbagai aspek pembangunan social, ekonomi, dan budaya. Kesejahteraan ini diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia di daerah pedesaan secara menyeluruh.

Di pihak lain, **Dissanayake** (1977) menunjukkan kelebihan media rakyat ini jika dibandingkan dengan media massa yang ada di Negara-negara yang sedang berkembang. Pertama, kredibilitas media tradisional lebih besar, karena ia telah lama dikenal. Media tersebut dapat mengekspresikan kebutuhan, kegembiraan, kesedihan, kemenangan, ataupun kekecewaan masyarakat yang mendalam karena menderita kekalahan. Kedua, para petani menganggap bahwa media massa di negeri mereka bersifat elit, yang hanya melayani kepentingan kelompok yang berkuasa. Media tradisional menggunakan ungkapan-ungkapan dan symbol-simbol yang mudah dipahami oleh rakyat, dan mencapai sebagian dari populasi yang berada di luar jangkauan pengaruh media massa, dan yang menuntut partisipasi aktif dalam proses komunikasi.

4. 1 Jenis-jenis Media Komunikasi Tradisional

1. Wayang

A. Sejarah Wayang

Jauh sebelum agama Hindu masuk ke Indonesia, nenek moyang bangsa Indonesia beberapa tahun sebelum masehi telah mengenal wayang. Wayang dalam bahasa Jawa berarti bayangan. Pertunjukan tersebut adalah kebudayaan asli Indonesia yang sangat erat hubungannya dengan pemujaan roh nenek moyang mereka. Menurut kepercayaan animisme, roh nenek moyang dapat diminta untuk memberikan bantuan serta perlindungan; sebaliknya roh tersebut dapat juga mengganggu dan mencelakakan orang. Dalam upaya untuk meminta bantuan kepada roh nenek moyang dimaksud, maka diadakanlah suatu upacara ritual yang dapat mendatangkan roh nenek moyang dimaksud, maka diadakanlah suatu upacara ritual yang dapat mendatangkan roh tersebut. Caranya ialah dengan mempergelarkan pertunjukan wayang.

Pada permulaan masehi, bangsa Hindu dari jazirah India banyak berdatangan ke Indonesia. Sedikit demi sedikit penduduk asli menerima pengaruh Hindu ini. Pada zaman ini, bahasa Sansekerta banyak dipergunakan di kalangan atas dan mempengaruhi bahasa Jawa dan Bali. Bangsa Hindu menemukan wayang sebagai suatu wadah untuk membawakan cerita Mahabharata atau Ramayana dalam menyebarluaskan ajaran agamanya. Kemudian, terjadilah suatu perpaduan yang amat serasi antara kedua kebudayaan yang berasal dari Hindu dan yang asli dari Indonesia, sehingga sampai dewasa ini wayang dengan cerita dari Hindu itu sanggup menyesuaikan diri dengan perkembangan sejarah bangsa Indonesia. Oleh karena pulau Jawa dan semenanjung pulau Sumatera bagian selatan merupakan pulau-pulau tempat para pedagang dan sastrawan singgah, maka pada pulau-pulau itulah terdapat sisa-sisa peninggalan sejarah yang ada kaitannya dengan perkembangan wayang di Indonesia. Akhirnya, kebudayaan Hindu sangat cepat meresap pada penduduk.

Pada zaman Islam, ketika Raden Patah memerintah kerajaan Demak, ia berminat sekali pada wayang. Namun, para Wali kurang sepekat jika bentuk wayang digambarkan secara realistis sebab ajaran Islam melarang pembuatan gambar-gambar makhluk hidup. Kemudian, para Wali menciptakan bentuk wayang purwa yang dibuat dari kulit. Gambar wayang dirubah dan disederhanakan agar bentuk manusia tidak tampak, sehingga wayang hanya merupakan lambang watak manusia.

UNESCO, Badan Dunia di Bidang Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan telah menetapkan wayang Indonesia sebagai Warisan Budaya Dunia Nonbendawi (*Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity*) yang perlu dilestarikan. Penetapan itu menyiratkan pengakuan bahwa wayang Indonesia adalah karya budaya autentik atau indigenous bangsa Indonesia. Namun, ternyata cukup sulit untuk mendapatkan informasi atau data sejarah yang autentik menyangkut wayang Indonesia. Ini mengingat tradisi (sistem) dokumentasi pada bangsa kita memang lemah.

Keyakinan bahwa wayang merupakan produk budaya sejati bangsa Indonesia antara lain ditegaskan oleh pakar wayang, Prof Dr Soetarno, Ketua Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI), Surakarta, yang di antaranya membawahi Jurusan Pedalangan. Ia menguraikan argumentasinya secara panjang lebar, baik dari segi sejarah, pengetahuan, konsep estetika maupun teknis, serta filosofis. Wayang, ujarnya, telah dikenal secara meluas di sini dalam bentuk relief di candi, pertunjukan, karya sastra, dan tradisi oral.

Menurut Soetarno, istilah "wayang" sendiri mulai disebut pada Bait 664 Kitab Bharatayudha karya Pu Sedah (1157 M). Juga dalam Kitab Tantu Panggelaran (abad ke-12) disebutkan tentang wayang yang menggunakan bahan dari kulit binatang yang ditatah. Adapun kelir (layar) juga telah digunakan pada masa itu (Kitab Wreta Sancaya). Pada pertengahan abad ke-12, iringan musik untuk pementasan wayang antara lain berupa tudungan dan saron kemanak. Adapun pada Kitab Negarakertagama (abad ke-15) disebutkan, iringan musiknya berupa tambur, gambang, kala, sangha, dan kemanak.

Gaj Hazeu, seorang ahli bahasa dari Belanda yang meneliti tentang wayang, pada tahun 1897 meyakini pula bahwa wayang merupakan hasil kebudayaan Jawa. Ini didasarkan etimologi istilah-istilah yang dikenal dalam pementasan wayang, yaitu dalang, kelir, wayang, keprak, dan blencong. Secara leksikon, wayang berarti bayangan. Disertasi Hazeu di atas merupakan hasil penelitian ilmiah tentang wayang yang pernah dilakukan meski lebih dari sudut linguistik, karenanya juga menjadi sumber informasi paling valid.

Namun, sesungguhnya hingga sekarang amat sedikit hasil penelitian, baik dari luar maupun dalam negeri, mengenai (sejarah) pertunjukan wayang. Priyohutomo pada tahun 1933 menulis disertasi berjudul Nawaruci, juga dari sudut linguistik. Sejumlah sumber tertulis lain seperti Serat Centhini (1823) dan Sastramiruda (1920) juga menyinggung tentang wayang, namun itu lebih didasarkan pada tradisi oral sehingga sulit diyakini validitasnya. Kemudian, Prof. Poerbatjaraka dalam Kapustakan Jawi (1952) memaparkan sejumlah hasil penelitian yang di antaranya mengungkap tentang sejarah wayang.

Dalam proses yang panjang, antara abad ke-11 hingga akhir abad ke-18, pertunjukan wayang kulit purwa tampaknya terus mengalami perkembangan disertai inovasi-inovasi, baik menyangkut aspek estetika pertunjukan maupun pemaknaan (filsafat). Proses "penyempurnaan" wayang hingga ke bentuk yang kita kenal sekarang berlangsung sejak Kerajaan Demak kemudian Pajang, Mataram, hingga Kartasura.

Mulai masa Kerajaan Demak (abad ke-15), tokoh wayang di atas kulit binatang mengalami stilisasi, yaitu sepenuhnya miring (dua dimensi). Ada yang menyebutkan bahwa perubahan tersebut akibat pengaruh agama Islam yang dalam syariahnya menolak pencitraan manusia secara "realis". Pada masa itu, Sunan

Kalijaga konon sangat berperan dalam inovasi pertunjukan wayang kulit ini. Kalijaga yang juga piawai mendalang memanfaatkan media tersebut untuk menyampaikan dakwah.

Pada masa Demak itu, sosok wayang dilengkapi dengan anggota tubuh (tangan) yang bisa digerakkan atau "lepas" (dengan sumbu pada lengan) seperti sekarang. Diciptakan pula ricikan berupa senjata dan hewan sehingga pertunjukan lebih menarik.

Estetika menyangkut seni rupa wayang menunjukkan terjadinya inovasi dari waktu ke waktu, baik menyangkut sosok wayangnya sendiri maupun teknik permainannya. Para seniman perupa pada masa itu menuangkan kreativitas mereka dalam berbagai kreasi dan setiap wilayah (komunitas) menemukan kekhasan mereka sendiri. Apakah itu menyangkut karakter sosok, wanda, ukuran tinggi, gelung, ornamen, aksesori, tataan, sunggingan (pewarnaan), hingga ke gaya pedalangan.

Alhasil, dari data sejarah di atas dan proses perkembangan yang dialami, berbagai pihak meyakini bahwa wayang adalah karya budaya "asli" karena lahir dan mengalami proses panjang di Indonesia. Meski tidak diingkari bahwa cerita-cerita pewayangan berasal dari tradisi Hinduisme di India, sebagai produk kebudayaan, wayang mengalami proses "pencanggihan" sendiri di bumi nusantara. Kompleksitas dan intensitas proses pencanggihan pada pertunjukan wayang yang meliputi berbagai aspeknya itu agaknya tidak kita kenal pada produk budaya yang lain di nusantara.

Dari zaman ke zaman, inovasi dan kreasi-kreasi dari berbagai aspek pertunjukan wayang ini mengalami perkembangan secara intensif. Pertunjukan wayang sendiri kemudian juga mengalami keragaman bentuk dan media.

Sebagai hasil interaksi, budaya wayang mempengaruhi segala ekspresi keseharian masyarakat, termasuk dalam pembentukan adat istiadat, tradisi, filsafat, ajaran-ajaran moral, dan etika. Pada masa itu, hubungan antara pertunjukan wayang dan masyarakat niscaya bukan sekadar interaksi antara publik dan tontonannya belaka. Ini pada gilirannya memberikan pengaruh bagi pembentukan nilai-nilai yang kompleks dalam tatanan sosial serta ketatanegaraan

B. Jenis-jenis Wayang

- 1) Wayang kulit purwa (dengan kisah Ramayana dan Mahabharata)
- 2) Wayang beber (kisah Panji).
- 3) Wayang madya (zaman sesudah Parikesit)
- 4) Wayang gedog (siklus Panji)
- 5) Wayang klithik (kisah Damarwulan),
- 6) Wayang golek (dari Serat Menak)
- 7) Wayang dupara (Babad Mataram II)
- 8) Wayang krucil (kisah Damarwulan),
- 9) Wayang kancil (fabel)
- 10) Wayang perjuangan (1945),
- 11) Wayang suluh (1945)
- 12) Wayang pancasila (1947),
- 13) Wayang wahyu (1960),
- 14) Wayang buddha (1979),

- 15) Wayang sandosa
- 16) Wayang orang
- 17) Wayang topeng
- 18) Langen mandra wanaran
- 19) Sendratari wayang
- 20) Wayang jemblung

C. Wayang Sebagai Media Komunikasi Rakyat

Wayang pernah dibikin lewat media film, sinetron di televisi, belakangan lahir pula wayang multimedia, wayang animasi, wayang listrik, wayang cyber. Dan tak kurang pula teater modern yang mengambil inspirasi cerita dari kisah pewayangan, begitu juga dalam bentuk cerita pendek dan novel.

Namanya saja media tradisional, sehingga tidak sama dengan media massa. Kalau media massa adalah media dengan menggunakan alat teknologi komunikasi modern, sedangkan media tradisional adalah alat komunikasi yang sudah lama digunakan di suatu tempat (desa) sebelum kebudayaannya tersentuh oleh teknologi modern dan sampai sekarang masih digunakan di daerah itu. Adapun isinya masih berupa lisan, gerak isyarat atau alat pengingat dan alat bunyi-bunyian.

Ditinjau dari aktualisasinya, ada seni tradisional seperti wayang purma, wayang golek, ludruk, ketoprak. Seni ini memakai peralatan atau media tradisional. Seni tradisional tersebut juga sampai sekarang masih ada dan akan terus dipelihara. Hanya saat ini sudah mengalami transformasi dengan media massa modern. Dengan kata lain, ia tidak lagi dimunculkan secara apa adanya, melainkan sudah masuk ke media televisi (transformasi). Sekadar contoh adalah acara seni tradisional yang dimunculkan oleh televisi swasta Indosiar setiap Sabtu malam. Dari segi cerita juga mengalami transformasi.

William R. basom mengemukakan fungsi-fungsi wayang sebagai media tradisional adalah sebagai berikut:

- 1) sebagai sistem proyek (*projective system*)
- 2) sebagai pengesahan/penguat adapt
- 3) sebagai alat pendidikan (pedagogical device)
- 4) sebagai alat paksaan dan pengendalian social agar norma-norma masyarakat dipatuhi oleh anggota kolektifnya.

Beberapa kelebihan media tradisional dan seni tradisional dibanding media lain adalah:

- a. Ia tumbuh dan berkembang di masyarakat, sehingga dianggap sebagai bagian atau cermin kehidupan masyarakat desa. Di samping apa yang disuguhkan lebih mengena di hati masyarakat, melalui media tradisional juga bisa diselipkan pesan dakwah, pembangunan, misalnya dalam cerita teater rakyat, ketoprak atau wayang.
2. Media rakyat harus dinikmati dengan jenjang pengetahuan atau pendidikan tertentu (karena sifatnya tertulis, maka masyarakat harus bisa membaca terlebih dahulu), sedangkan media tradisional bisa dinikmati semua lapisan masyarakat.
3. Seni tradisional sifatnya lebih menghibur sehingga lebih mudah mempengaruhi sikap masyarakat. Di samping itu, seni tradisional tidak perlu dinikmati dengan

mengerutkan dahi.

Namun begitu, seni atau media tradisional terbentur hambatan dalam pengembangan. Pertama, sejalan dengan tingkat perkembangan masyarakat yang kian maju dan modern, ia akan terancam eksistensinya. Kita bisa ambil contoh banyak kalangan muda yang enggan memupuk dan mewarisi media atau seni tradisional tersebut. Kedua, peran serta pemerintah sangat kecil, padahal seni tradisional menjadi salah satu sumber devisa yang dapat diandalkan. Ketiga, media massa kurang tertarik mengekspos atau memberitakan seni tradisional tersebut. Padahal pemberitaan ini menjadi sarana efektif menjaga kelangsungannya.

Melihat fungsi media tradisional yang sedemikian besar, ia jelas punya fungsi yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan di pedesaan. Ia tidak dilakukan dengan komunikasi antarpersona dan juga tidak memakai media massa modern, tetapi dengan alat tradisional yang memang hanya ada di pedesaan.

D. Wayang Sebagai Media Dakwah

Dalam pertunjukan wayang kulit yang paling dikenal adalah cerita tentang *Serat Kalimasada* (lembaran yang berisi mantra/sesuatu yang sakral) yang cukup ampuh dalam melawan segala keangkuhan di muka bumi. Dalam cerita itu dikisahkan bahwa si pembawa serat ini akan menjadi sakti *mandraguna*. Tidak ada yang tahu apa isi *serat* ini. Namun diakhir cerita, rahasia dari *serat* inipun dibebaskan oleh dalang. Isi *serat Kalimasada* berbunyi "Aku bersaksi tiada Tuhan Selain Allah dan Aku bersaksi Muhammad adalah utusan-Nya" ,isi ini tak lain adalah isi dari Kalimat Syahadat.

Dalam pertunjukan wayangpun sang wali selalu mengadakan di halaman masjid, yang dikelilinginya di beri parit melingkar berair jernih. Guna parit ini tak lain adalah untuk melatih para penonton wayang untuk *Wisuh* atau mencuci kaki mereka sebelum masuk masjid. Simbolisasi dari wudhu yang disampaikan secara baik.

Dalam perkembangan selanjutnya, sang wali juga menyebarkan lagu-lagu yang bernuansa simbolisasi yang kuat. Yang terkenal karangan dari Sunan Kalijaga adalah lagu Ilir-Ilir. Memang tidak semua syair menyimbolkan suatu ajaran islam, mengingat diperlukannya suatu keindahan dalam mengarang suatu lagu. Sebagian arti yang kini banyak digali dari lagu ini diantaranya :

Tak ijo royo-royo tak senggoh penganten anyar : Ini adalah sebuah diskripsi mengenai para pemuda, *Cah angon, cah angon, penekno blimbing kuwi, lunyu-lunyu penekno kanggo sebo mengko sore* : Cah angon adalah simbolisasi dari manusia sebagai Khalifah Fil Ardh, atau pemelihara alam bumi ini (*angon bhumi*). *Penekno blimbing kuwi* ,mengibaratkan buah Belimbing yang memiliki lima segi membentuk bintang. Kelima segi itu adalah pengerjaan rukun islam (yang lima) dan Sholat lima waktu. Sedang (*lunyu-lunyu penekno*, berarti, tidak mudah untuk dapat mengerjakan keduanya (Rukun islam dan sholat lima waktu) ,dan memang jalan menuju ke surga tidak mudah dan mulus. *Kanggo sebo mengko sore*, untuk bekal di hari esok (kehidupan setelah mati).

Mumpung padhang rembulane, mumpung jembar galangane : Selagi masih banyak waktu selagi muda, dan ketika tenaga masih kuat, maka lakukanlah (untuk beribadah).

Memang masih banyak translasi dari lagu ini, namun substansinya sama, yaitu membumikan agama, mensosialisasikan ibadah dengan tidak lupa tetap menyenangkan kepada pengikutnya yang baru.

Dalam lagu-lagu Jawa, ada *gendhing* bernama *Mijil*, *Sinom*, *Maskumambang*, *kinanthi*, *asmaradhana*, hingga *megatruh* dan *pucung*. Ternyata kesemuanya merupakan perjalanan hidup seorang manusia. Ambillah *Mijil*, yang berarti keluar, dapat diartikan sebagai lahirnya seorang jabang bayi dari rahim ibu. *Sinom* dapat diartikan sebagai seorang anak muda yang bersemangat untuk belajar. *Maskumambang* berarti seorang pria dewasa yang cukup umur untuk menikah, sedangkan untuk putrinya dengan *gendhing Kinanthi*. Proses berikutnya adalah pernikahan atau *katresnan* antar keduanya disimbolkan dengan *Asmaradhana*. Hingga akhirnya *Megatruh*, atau dapat dipisah *Megat-Ruh*. *Megat* berarti bercerai atau terpisah sedangkan *ruh* adalah Roh atau jiwa seseorang. Ini proses *sakaratul maut* seorang manusia. Sebagai umat beragama Islam tentu dalam prosesi penguburannya, badan jenazah harus dikafani dengan kain putih, mungkin inilah yang disimbolkan dengan *pucung* (atau Pocong).

Kesemua jenis *gendhing* ditata apik dengan syair-syair yang beragam, sehingga mudah dan selalu pas untuk didendangkan pada masanya.

2. Ludruk

A. Sejarah Ludruk

Pada tahun 1994, group ludruk keliling tinggal 14 group saja. Mereka main di desa-desa yang belum mempunyai listrik dengan tarif Rp 350. Group ini didukung oleh 50-60 orang pemain. Penghasilan mereka sangat minim yaitu: Rp 1500 s/d 2500 per malam. Bila pertunjukan sepi, terpaksa mengambil uang kas untuk bisa makan di desa.

Sewaktu James L Peacock (1963-1964) mengadakan penelitian ludruk di Surabaya tercatat sebanyak 594 group. Menurut Depdikbud propinsi Jatim, sesudah tahun 1980 meningkat menjadi 789 group (84/85), 771 group (85/86), 621 group (86/87) dan 525 (87/88). Suwito HS, seniman ludruk asal Malang mengatakan tidak lebih dari 500 group karena banyak anggota group yang memiliki keanggotaan sampai lima group.

Hasil penelitian Suripan Sadi Hutomo, menurut kamus *Javanansch Nederduitssch Woordenboek* karya Gencke dan T Roorda (1847), Ludruk artinya *Grappemaker* (badutan). Sumber lain menyatakan ludruk artinya penari wanita dan badhut artinya pelawak di dalam karya WJS Poerwadarminta, Bpe Sastra (1930). Sedangkan menurut S.Wojowasito (1984) bahwa kata badhut sudah dikenal oleh masyarakat Jawa Timur sejak tahun 760 Masehi di masa kerajaan Kanyuruhan Malan dengan rajanya Gjayana, seorang seniman tari yang meninggalkan kenangan berupa candi Badhut.

Ludruk tidak terbentuk begitu saja, tetapi mengalami metamorfosa yang cukup panjang. Kita tidak punya data yang memadai untuk merekonstruksi waktu yang demikian lama, tetapi saudara Hendricus Supriyanto mencoba menetapkan berdasarkan nara sumber yang masih hidup sampai tahun 1988, bahwa ludruk sebagai teater rakyat dimulai tahun 1907, oleh Pak Santik dari desa Ceweng, Kecamatan Goda Kabupaten Jombang.

Bermula dari kesenian ngamen yang berisi syair-syair dan tabuhan sederhana, Pak Santik berteman dengan Pak Pono dan Pak Amir berkeliling dari desa ke desa. Pak Pono mengenakan pakaian wanita dan wajahnya dirias coret-coretan agar tampak lucu. Dari sinilah penonton melahirkan kata Wong Lorek.. Akibat variasi dalam bahasa maka kata Lorek berubah menjadi kata Lerok.

1. Periode Lerok Besud (1920-1930)

Kesenian yang berasal dari ngamen tersebut mendapat sambutan penonton. Dalam perkembangannya yang sering diundang untuk mengisi acara pesta pernikahan dan pesta rakyat yang lain. Pertunjukkan selanjutnya ada perubahan terutama pada acara yang disuguhkan. Pada awal acara diadakan upacara persembahan. Persembahan itu berupa penghormatan ke empat arah angin atau empat kiblat, kemudian baru diadakan pertunjukkan. Pemain utama memakai topi merah Turki, tanpa atau memakai baju putih lengan panjang dan celana stelan warna hitam. Dari sini berkembalah akronim Mbekta maksud arinya membawa maksud, yang akhirnya mengubah sebutan lerok menjadi lerok besutan.

2. Periode Lerok dan Ludruk (1930-1945)

Periode lerok besut tumbuh subur pada 1920-1930, setelah masa itu banyak bermunculan ludruk di daerah Jawa Timur. Istilah ludruk sendiri lebih banyak ditentukan oleh masyarakat yang telah memecah istilah lerok. Nama lerok dan ludruk terus berdampingan sejak kemunculan sampai tahun 1955, selanjutnya masyarakat dan seniman pendukungnya cenderung memilih ludruk.

Sezaman dengan masa perjuangan Dr. Soetomo di bidang politik yang mendirikan Partai Indonesia Raya, pada tahun 1933 Cak Durasim mendirikan Ludruk Oraganizatie (LO). Ludruk inilah yang merintis pementasan ludruk berlakon dan amat terkenal keberaniannya dalam mengkritik pemerintahan baik Belanda maupun Jepang.

Ludruk pada masa ini berfungsi sebagai hiburan dan alat penerangan kepada rakyat, oleh pemain ludruk digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan persiapan Kemerdekaan, dengan puncaknya peristiwa akibat kidungan Jula Juli yang menjadi legenda di seluruh grup Ludruk di Indonesia yaitu: Bekupon Omahe Doro, Melok Nipon Soyo Senggoro., Cak Durasim dan kawan-kawan ditangkap dan dipenjarakan oleh Jepang.

3. Periode Ludruk Kemerdekaan (1945-1965)

Ludruk pada masa ini berfungsi sebagai hiburan dan alat penerangan kepada rakyat, untuk menyampaikan pesan-pesan pembangunan. Pada masa ini Ludruk yang terkenal adalah Marhaen, milik Partai Komunis Indonesia. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan jika PKI saat itu dengan mudah mempengaruhi rakyat, dimana ludruk digunakan sebagai corong PKI untuk melakukan penggalangan masa untuk tujuan pemberontakan. Peristiwa Madiun 1948 dan G-30 S 1965 merupakan puncak kemunafikan PKI.

Ludruk benar-benar mendapatkan tempat di rakyat Jawa Timur. Ada dua grup ludruk yang sangat terkenal yaitu: Ludruk Marhaen dan Ludruk Tresna Enggal. Ludruk Marhaen pernah main di Istana Negara sampai 16 kali, hal ini menunjukkan betapa dekatnya para seniman ludruk dengan para pengambil keputusan di negeri ini. Ludruk ini juga berkesempatan menghibur para pejuang untuk merebut kembali Irian Jaya, TRIKORA II B yang memperoleh penghargaan dari Panglima Mandala (Soeharto). Ludruk ini lebih condong ke kiri, sehingga ketika terjadi peristiwa G 30 S PKI Ludruk ini bubar.

4. Periode Ludruk Pasca G 30 S PKI (1965 saat ini)

Peristiwa G30S PKI benar-benar memporak perandakan grup-grup Ludruk terutama yang berafiliasi kepada Lembaga Kebudayaan Rakyat milik PKI. Terjadi kevakuman antara 1965-1968. Sesudah itu muncullah kebijaksanaan baru menyangkut grup-grup ludruk di Jawa Timur. Peleburan ludruk dikoordinir

oleh Angkatan Bersenjata dalam hal ini DAM VIII Brawijaya proses peleburan ini terjadi antara tahun 1968-1970.

1. Eks-Ludruk marhaen di Surabaya dilebur menjadi ludruk Wijaya Kusuma Unit I
2. Eks-Ludruk Anogara Malang dilebur menjadi Ludruk Wijaya Kusuma Unit II
3. Eks-Ludruk Uril A Malang dilebur menjadi Ludruk Wijaya Kusuma unit III, dibina Korem 083 Baladika Jaya Malang
4. Eks-Ludruk Tresna Enggal Surabaya dilebur menjadi ludruk Wijaya Kusuma unit IV
5. Eks-Ludruk kartika di Kediri dilebur menjadi Ludruk Kusuma unit V

Di berbagai daerah ludruk-ludruk dibina oleh ABRI, sampai tahun 1975.

Sesudah itu mereka kembali ke grup seniman ludruk yang independen hingga kini. Dengan pengalaman pahit yang pernah dirasakan akibat kesenian ini, Ludruk lama tidak muncul ke permukaan sebagai sosok Kesenian yang menyeluruh. Pada masa ini ludruk benar benar menjadi alat hiburan. Sehingga generasi muda yang tidak mendalami sejarah akan mengenal ludruk sebagai grup sandiwara Lawak.

Setiap orang Jawa timur khususnya Surabaya, pasti mengenal Markeso, Kartolo dkk. Coba perhatikan bagaimana mereka bermain Ludruk. Sampai saat ini hanya beberapa kalangan saja yang mengetahui. Binatang apakah ludruk itu ? .. Ibarat mobil, semua tergantung sopirnya, kalau sopirnya lurus ya lurus jalannya, tapi kalau sopirnya menyeleweng, ngantuk dsb, kita dapat melihat dan menduga keadaan yang akan terjadi.

Sejarah Ludruk juga membuktikan bahwa kesenian ini tidak bisa dianggap remeh dan kalah dengan kesenian-kesenian yang lainnya. Di tahun 60an, Ludruk pernah diundang di Istana Negara, sampai dituduh disusupi oleh Lekra antek PKI. Hingga sekarang organisasi-organisasi Ludruk semakin berkembang jumlahnya, masing-masing daerah seperti Jombang, Surabaya, Malang, Pasuruan, Madura mempunyai beberapa organisasi Ludruk yang khas dengan daerahnya sendiri. Namun peminatnya hanya didesa-desa atau dikampung-kampung. Jarang sekali peminat dari masyarakat kota, di Surabaya saja pementasan yang sering di Taman Hiburan Rakyat (THR) Surabaya tidaklah mudah mendapatkan penonton lebih dari sepuluh orang, masih kalah dengan pementasan hiburan dangdut. Survive! itulah yang dialami Ludruk sekarang, mencoba untuk bertahan hidup di jaman yang serba instan dan budaya semakin berubah.

Ludruk masih bertahan hanya karena mereka mempunyai jiwa Ludruk yang tidak bisa didapatkan hanya menonton saja.

B. Perkembangan Ludruk

Apresiasi masyarakat terhadap ludruk, terutama generasi muda, terus merosot dan dikhawatirkan dalam waktu satu dasawarsa lagi kesenian tradisi ini akan kehilangan bukan hanya penonton melainkan pula pewaris aktifnya. Lalu, bagaimana kita harus menyikapinya?

Menurut Ayu Sutarto "Diakui atau tidak, seni pertunjukan ludruk merupakan salah satu jenis seni pertunjukan tradisional yang menjadi korban perubahan selera berkesenian dan selera publik terhadap jenis tontonan dan hiburan". Menurutnya tidak semua seni pertunjukan tradisional memiliki nasib buruk. Paling tidak, meskipun tidak bisa hidup mandiri, masih ada beberapa jenis seni pertunjukan tradisional yang tetap hidup normal karena ada tangan-tangan kuat yang menopang kehidupannya.

"Arja dan gambuh di Bali, misalnya, masih tetap hidup karena para pewarisnya dan pemerintah setempat dengan sangat gigih memelihara keberadaannya," katanya. Teater Noh dan Kabuki di Jepang juga masih ditonton orang dari berbagai penjuru dunia karena pemerintah memiliki komitmen untuk berperan serta dalam pelestariannya. Teater boneka air di Vietnam juga tetap berjaya karena di samping pemerintah peduli, produk kebudayaan rakyat tersebut berhasil dikemas sebagai komoditas wisata yang laku jual.

"Produk-produk seni klasik di negara-negara maju masih juga bertahan karena adanya campur tangan pemerintah dalam melestarikan kelangsungan hidupnya," ujar Ayu Sutarto yang dikenal sebagai peneliti tradisi itu. Lalu, mengapa ludruk yang memiliki nama besar dan pernah memiliki peran historis tak mampu hidup wajar? Salahnya di mana? Mengapa apresiasi masyarakat sangat rendah?

Menurut Drs Henrikus Supriyanto MHum, seni pertunjukan ludruk masih memiliki fungsi yang strategis dalam kehidupan sosial, di antaranya berfungsi sebagai alat pendidikan masyarakat, media perjuangan, media kritik sosial, media pembangunan, dan media komunikasi/sponsor.

Banyak hal yang menjadi sebab mengapa fungsi, peran, dan posisi ludruk dalam masyarakat merosot. Menurut ketua Dewan Kesenian Jatim, Setya Yuwana Sudikan, demikian kata Ayu, sejak tahun 1990-an perkumpulan ludruk dihadapkan pada kondisi yang serba sulit.

1. Kalah bersaing dengan berbagai jenis seni pertunjukan modern dan kesenian pop.
2. Kehadiran teknologi komunikasi modern, seperti televisi, VCD, Internet, dan lain lainnya menyebabkan orang enggan pergi ke tanah lapang atau tobong untuk menyaksikan pertunjukan ludruk.
3. Masyarakat perkotaan merasa turun gengsinya apabila diketahui sebagai penggemar ludruk. Dan, keempat, bagi sebagian umat Islam, ludruk dipandang sebagai seni sekuler karena adanya penampilan seniman pria yang memerankan tokoh wanita.

Beberapa jenis seni pertunjukan tradisional ternyata mampu bangkit dan merebut kembali hati publik setelah inovasi dan terobosan dilakukan. Seperti Lenong Betawi yang dikemas sesuai dengan selera anak muda ternyata mampu merebut pasar. Ketoprak yang penuh bumbu humor ternyata dapat menaklukkan hati publik. Dan, pergelaran wayang purwa yang "bertabur bintang dengan berbagai atraksi ternyata juga "dibeli", meski mahal. Tetapi, mengapa ludruk glamor dan ludruk humor yang dimotori Cak Kartolo kurang mendapat respons dari masyarakat? "Bukanlah suatu dosa jika suatu produk kebudayaan, termasuk ludruk, meninggalkan unsur konvensional yang tak lagi sesuai dengan perkembangan zaman dan kemudian melakukan inovasi terus-menerus untuk merebut hati publik.

3. Bedug

A. Definisi

Bedug adalah gendang satu muka yang berbentuk memanjang yaitu '*elongated*'. Perannya dalam budaya masyarakat Melayu khususnya di Nusantara adalah bersifat '*non-musical*'. Malah ianya merupakan sebagai '*instrument*' untuk mengesakan perintah Allah s.w.t. Ianya digunakan di surau ataupun masjid di kampung-kampung bagi menandakan masuknya waktu untuk bersolat. Ianya dipukul dengan pemukul kayu dalam *pola rithme* yang beransur cepat yaitu '*accelerando*'

Bedug umumnya dikenal sebagai salah satu kelengkapan masjid, untuk memberi tanda waktu dan memanggil orang Islam sholat. Bedug terbuat dari sepotong kayu besar atau pokok endu sepanjang kira-kira

satu dipa. Bagian tengah batang itu dilubangi sehingga berbentuk tabung besar. Ujung batang yang berfungsi sebagai membran atau selaput gendang. Bila ditabuh, bedug menimbulkan suara berat bernadiah rendah, tetapi dapat terdenagr sampai jarak cukup jauh.

Di Indonesia beduk digunakan di Masjid-masjid atau tempat ibadah umat Islam. Sedangkan di Jepang, memang asal mulanya dari beduk yang digunakan di Tera atau tempat ibadah umat Budha. Dari situlah terbentuk perkumpulan seni memukul beduk, dan sampai sekarang dikenal dengan Wadaiko.

Seni bedug yang populer di daerah Banten, menggunakan belasan sampai puluhan bedug yang dijajarkan dipalangan luas. Jumlah penabuhnya sama dengan jumlah bedug yang tersedia. Irama pukulannya dinamis, sesuai dengan gerak tangan dan tubuh sipanabuh. Seni bedug ini hanya dipertunjukkan pada hari-hari besar agama Islam.

Seni memukul beduk banyak sekali membawa manfaat, suara yang ditimbulkan membawa perasaan pendengar mengalun-alun mengikuti iramanya. Selain itu badan menjadi kuat dan sehat. Memukul beduk tidak hanya membutuhkan kekuatan, tetapi juga kelenturan tangan, tubuh, dan kaki, semua menyatu.

Alat yang digunakan untuk memukul beduk terbuat dari kayu pilihan yang sengaja didatangkan dari Jepang, nama pemukul beduk itu adalah Bachi. Karena sifatnya keras dan kuat, Bachi tidak akan patah walaupun memukul dengan sekuat tenaga.

Ada pula perangkat gamelan kuno yang dilengkapi dengan bedug, antara lain Gamelan Sari Oneng yang kini tersimpan di Museum Sumedang Jawa Barat. Bedug yang dinamakan *Bheri* ini kedua sisinya memakai mabra kulit binatang. Di Banten ada bedug kuno yang disebut Khu, tersimpan dalam sebuah kelenteng kuno. Membran pada bedug ini diregangkan dengan sietem paku berkepala besar. Saat ini bedug yang paling besar terdapat di Mesjid Istiqlal Jakarta. Bedug ini terbuat dari potongan kayu jati gelondong yang ditebang di Jawa tengah.

B. Sejarah Bedug

Beduk tua yang masih termasuk kategori terbesar pada saat ini berada di Masjid Jami Darrul Muttaqin Purworejo. Beduk tersebut diletakkan di samping kiri depan masjid. Beduk ini dibuat sekira tahun 1834 hingga 1840 ketika Purworejo dalam pemerintahan Raden Adipati Cokronegoro. Jabatan Bupati Purworejo I ketika itu masih dipegang oleh Bagelen. Oleh karena itu pula, beduk itu diberi nama Beduk Bagelen.

Badan beduk itu dibuat dari batang pohon utuh, pohon jati yang tumbuh di Desa Pendowo Kelurahan Bragolan Kecamatan Purwodadi. Beduk kebanggaan masyarakat Purworejo itu mempunyai panjang 292 cm dengan garis tengah bagian bawah (depan) 194 cm, garis tengah bagian atas belakang 180 cm, keliling lingkaran bawah depan 601 cm, dan lingkaran atas belakang 564 cm.

Pembuatan beduk tersebut dipimpin Tumenggung Prawironegoro. Di tangan ahli tukang kayu, *bonggol* (bagian pangkal) pohon jati yang keras karena berusia ratusan tahun itu dapat dilubangi dan dihaluskan. Kabarnya, *bonggol* kayu tersebut dilubangi dengan cara meletakkan bara api pada bagian tengah kayu dan mencukil kayu tersebut secara perlahan-lahan.

Setelah selesai pembuatan, beduk tersebut dibawa ke Purworejo dengan cara meletakkan beberapa batang kayu panjang bulat sebagai pengganti roda. Kemudian, beduk ini diikat dengan *stagen* (ikat pinggang

wanita) dan ditarik secara beramai-ramai. Jarak sejauh 9 km dari lokasi pembuatan tersebut dibagi dalam 20 pos. Jarak setiap pos berkisar dari 400 meter hingga 700 meter bergantung pada kondisi medan jalan.

Sebagai pemimpin dalam pemindahan beduk legendaris ini adalah Kiai Muhamad Irsyad yang merupakan menantu dari Raden Tumenggung Prawironegoro. Kiai Muhamad Irsyad adalah seorang ulama serta Kaum (Lebai) dari Ponpes Seloti di daerah Lowanu.

Sementara itu, pada setiap pos pemberhentian disediakan jamuan makan dan minum serta hiburan tayub atau *tledak*. Lurah-lurah yang wilayahnya dilalui pengangkutan beduk ini diminta agar menyediakan tenaga pengangkut. Setiap pos yang dilalui, konon, memakan waktu satu-dua hari. Jadi, total waktu pemindahan beduk tersebut mencapai 20 hari.

Rombongan ini diterima langsung oleh Adipati Cokronegoro I sesampainya di depan gapura Masjid Jami Darrul Muttaqin. Setelah itu, barulah beduk ditutupi kulit banteng. Waktu itu di Purworejo masih banyak terdapat banteng liar. Sebelum ditutup kulit, dalam beduk tersebut dipasang dua buah lempengan tembaga yang saling berhadapan sebagai alat resonansi gema. Dengan demikian, saat beduk itu ditabuh, suaranya akan bertambah nyaring. Beduk itu kemudian digantungkan pada kerangka kayu jati dengan menggunakan rantai sebagai pengikat. Lalu, ditempatkan di sisi selatan kiri serambi Masjid Jami Darrul Muttaqin Purworejo.

Tanggal 3 Mei 1936, kurang lebih satu abad setelah pembuatan, kulit penutup beduk bagian belakang diganti dengan kulit sapi jenis benggala karena telah rusak berlubang (jebol). Beduk ini ditabuh hanya pada saat-saat tertentu. Pada bulan Puasa, beduk ditabuh sebanyak lima kali dalam seharinya di awal waktu salat wajib. Padahal, biasanya beduk hanya ditabuh pada setiap subuh dan hari Jumat.

Kini Beduk Kiai Bagelen dijadikan aset pariwisata oleh Pemkab Purworejo karena dinilai sebagai beduk terbesar di dunia. Sementara Masjid Darrul Muttaqin sendiri banyak dikunjungi kaum Muslimin sebagai salah satu tempat ziarah.

Wayang kulit maupun wayang baris, terutama di daerah Solo dan Semarang, sejak tahun 1960an juga menggunakan bedug sebagai salah satu kelengkapan gamelan pengiringnya. Gagasan untuk menggunakan bedug ini pertama kali dicetuskan oleh Sukarno Ki Nortosabdo, dalang kenamaan dari Semarang.

Kemudian mempopulerkan penggunaan bedug ini, terutama untuk mengiringi adegan perang dan kiprahnya Gatot Kaca. Dengan suara bedug, gerakan wayang yang dimainkan dalang, atau gerakan penari wayang orang akan lebih terasa mantap bagi penonton.

BAB V

MEDIA-MEDIA CETAK

5. Media Cetak

Hamundu (1999), media cetak merupakan bagian dari media massa yang digunakan dalam penyuluhan. Media cetak mempunyai karakteristik yang penting. Literatur dalam pertanian dapat di temui dalam artikel, buku, jurnal, dan majalah secara berulang-ulang terutama untuk petani yang buta huruf dapat mempelajarinya melalui gambar atau diagram yang diperlihatkan poster. Media cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur masukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat di seleksi oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televisi.

Media cetak merupakan suatu media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, atau foto dengan tata warna dan halaman putih. Media cetak merupakan dokumen atas segala dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya.

Dalam pengertian ini, media cetak yang dipakai untuk memasang iklan adalah surat kabar dan majalah. Dalam media ini dikenal jenis iklan baris, iklan display, dan iklan advetorial. Iklan baris adalah iklan yang pertama kali dikenal masyarakat. Umumnya hanya terdiri dari iklan lowongan pekerjaan; iklan penjualan rumah, mobil bekas, tanah, handphone; dan penawaran jasa tertentu. Iklan ini ukurannya kecil dan banyak mengandung singkatan tertentu.

Bentuk-Bentuk Media Cetak

5. 1. Buku

A. Pengertian Buku

Buku dilihat dari penampilannya dapat didefinisikan sebagai kumpulan lembaran kertas empat persegi panjang yang satu sisinya dijilid bersama-sama, bagian depan dan belakang lembaran-lembaran kertas ini dilindungi oleh sampul yang terbuat dari bahan yang lebih tahan terhadap gesekan, kelembapan, dan lain-lain. Definisi ini terasa terlalu sempit karena belum mencakup rekaman lain, seperti misalnya gulungan kertas yang fungsinya sama dengan buku. Sebaliknya, definisi ini juga dirasa luas sehingga mencakup buku tulis, buku kas dan buku catatan lain.

Dilihat dari fungsinya, buku dapat didefinisikan sebagai media komunikasi tulisan yang dirakit dalam satu satuan atau lebih, agar pemaparannya dapat bersistem, dan isi maupun perangkat kerasnya dapat lebih lestari. Segi pelestarian inilah yang membedakan buku dari benda-benda komunikasi tulisan lain yang lebih pendek umurnya seperti majalah, surat-kabar dan brosur.

Jenis Buku

Dilihat dari macamnya, buku dapat dikelompokkan sebagai:

1. Buku Pelajaran

Mencakup buku ajar dari sekolah dasar sampai universitas, baik umum, kejuruan maupun berbagai kursus,

2. Buku Umum

Mencakup buku sastra, buku fiksi (umumnya novel), nonfiksi (kebanyakan biografi dan buku yang mengupas masalah politik dan kemasyarakatan).

3. Buku Rujukan

Berbagai kamus dan ensiklopedia serta buku pegangan

4. Buku Pesanan

Di Amerika Serikat dan banyak negara maju, terdapat banyak klub buku yang mencetak buku dalam jumlah tertentu sesuai dengan pesanan. Umumnya, harga buku ini jauh lebih rendah karena berupa cetakan ulang sehingga hak cipta di peroleh tanpa harga tinggi. Di samping itu, hampir tak ada masalah penyimpanan persediaan sehingga modal pun tidak mandeg. Buku cetakan ulang ini dapat bersifat pebuh, atau singkatan, atau dalam satu jilid yang terdiri dari atas gabungan beberapa buku yang disingkat.

Di pihak lain, ada buku pesanan berupa bukusurvai yang dicetak secara terbatas, harganya sangat tinggi, karena biaya survai dibebankan pada harga buku. Perusahaan yang membeli buku semacam ini menyimpannya baik-baik agar tidak mudah diperbanyak oleh mereka yang tidak berhak.

B. Proses Lahirnya Buku

Buku mengakami proses yang panjang bila diamati mulai dari pikiran pengarang sampai ke mata pembaca.

Bagaimana penerbit memperoleh naskah. Banyak orang menawarkan naskah karangan kepada penerbit, terutama penerbit yang ternama. Namun sedikit sekali naskah yang akhirnya diterbitkan. Alasan penolakan umumnya adalah karena naskah tidak sesuai dengan program penerbit, kelayakan pasarnya diragukan, penerbit tidak sempat mempelajari naskah itu dsb. Sebaliknya, mekanisme yang lebih sering digunakan ialah penerbit mencari naskah sesuai dengan programnya, dan setelah penerbit mempelajari situasi pasar. Penerbit lebih aktif mendatangi tokoh-tokoh pengarang atau guru besar di universitas, untuk mengetahui apakah ada naskah mentah yang dapat di kembangkan secara komersial, atau bahkan gagasan sang tokoh mengenai penerbitan sebuah buku.

Orang yang mendadak tenar karena suatu peristiwa sering segera didekati penerbit untuk diminta menuangkan pengalamannya dalam sebuah naskah. Sering kali orang yang dimintai naskah ini bukanlah seorang yang mampu mengarang.

Maka mereka didampingi oleh penulis bayangan (*ghost writer*).

Bagaimana pun mendapatkan naskah itu, akhirnya pengarang dan penerbit mengikatkan diri dalam kontrak yang mengatur jadwal, honorarium, dan sebagainya.

C. Menyunting Naskah.

Editor lebih banyak menghabiskan waktu untuk menangani naskah, hubungan antara penyunting dan pengarang menjadi sangat erat. Dewasa ini penyunting lebih bersifat pelontar gagasan dan banyak berurusan dengan petugas penerbit yang mencari naskah, dan dengan pengarang dalam urusan pencarian naskah. Namun tugas utama penyunting yang tradisional itu masih bertahan.

Segera naskah masuk, tugas pertama penyunting adalah memeriksa apakah bentuk dan isi naskah itu sesuai dengan kontrak. Ia akan memberi saran kepada pengarang hal-hal yang perlu ditambah atau dikurangi, gaya bahasa mana yang kurang serasi, pernyataan mana yang bernada memfitnah, dan bahan mana yang faktanya diragukan. Bila timbul silang pendapat antara penyunting dan pengarang, penyunting harus bisa membereskannya secara bijaksana.

Ada lagi penyunting yang disebut penyunting kopi (*copy editor*). Tugas utamanya adalah mengubah Naskah, agar siap cetak, memperbaiki ejaan dan tanda baca, dan kadang-kadang mengecek fakta. Penyunting kopi yang lebih aktif akan membubuhkan catatan pinggir mengenai fakta yang diragukan, kalimat yang kedodoran, kembar arti, atau membingungkan.

Terutama dalam hal buku pelajaran, sering timbul sengketa yang tajam antara penyunting yang menginginkan agar naskah lebih mudah dipahami pembaca, dan pengarang biasanya dosen universitas yang cepat tersinggung kewibawaan ilmiahnya bila terlalu banyak gaya bahasa dibenahi.

Dalam hal penulisan bayangan, penyunting menghadapi dua oknum sekaligus; orang tenar yang dimintai naskah dan penulis bayangan yang menuangkan pengalaman itu menjadi naskah.

Penyunting juga berwajib menyesuaikan seluruh proses penyuntingan dengan jadwal penerbitan. Setelah pengarang membubuhkan tanda setuju pada naskah cetak coba dan naskah itu telah dicetak pada halaman-halaman yang bernomor (buku menjelang dijilid), penyunting menulis laporan kepada bagian promosi dan penjualan, dan berakhirlah tugasnya.

D. Desain dan Produksi.

Buku merupakan kebanggaan penerbit, bukan hanya karena isinya, tetapi juga karena penampilannya.

- a) Komposisi merupakan tahap pertama pembikinan buku, dan terdiri atas dua langkah ; tata huruf (*type setting*) dan rias halaman (*make up*). Langkah ketiga adalah membuat cetak coba (*proof*) untuk mengoreksi kesalahan.
- b) Tata huruf. Meskipun peranti elektronik telah meningkatkan kecepatan dan efisiensi, namun hanya terdapat empat cara saja untuk mengubah kopi naskah menjadi bentuk yang dapat dicetak, yakni : menyusun cetakan logam dengan tangan, dengan mesin (mekanis), komposisi mesin ketik, dan komposisi fotografi. Komputer dan pita magnetik digunakan untuk melengkapi keempat metode dasar ini.
- c) Rias halaman. Setelah cetakan selesai dipasang, unsur - unsur pada suatu halaman dirakit agar saling berhubungan dengan benar dan serasi. Dalam hal komposisi fotografi, rias halaman berupa penyusunan film negatif atau positif.
Cetak coba biasanya dilakukan di atas kertas gulungan yang belum dipotong menurut halaman.
- d) Tipografi adalah teknik dan seni memilih dan menata huruf untuk percetakan, dan merupakan bagian penting dari desain buku. Terdapat misalnya empat bentuk huruf latin ; kelas ini masih dibagi lagi dalam beberapa variasi.
Ada dua hal yang harus diperhatikan oleh perancang kualitas cetak huruf dan kenyamanan baca. Suatu novel yang sarat dengan catatan kaki tidak nyaman dibaca, meskipun catatan kaki itu dapat dibaca dengan jelas.

- e) Perancang harus menjaga keseimbangan antara semua faktor yang mempengaruhi kenyamanan baca ; wajah huruf, ukuran huruf, panjang baris, tekstur kertas, pola halaman (gambar, teks, agris pinggir dan hiasan), ruang antar baris, kontras antara huruf dan kertas, dan kesesuaian banyaknya halaman dengan isi buku.
- f) Percetakan. Perancang buku harus mengetahui teknik apa yang akan digunakan untuk mencetak buku itu, jelasnya pembuatan plat cetak. Bergantung ukuran halaman, ukuran mesin cetak, dan persyaratan penjumlahan, ada 8, 16, 32 atau 64 halaman yang dapat dicetak sekaligus pada satu sisi 64 halaman.
- Ada dua masalah percetakan warna : warna itu sendiri dan proses warna. Masalah pertama mencakup apakah digunakan warna datat (warna garis) ataukah warna separo-nada, yang digunakan untuk mencetak setengah nada dalam suatu warna tunggal. Proses warna berarti menghasilkan ulang dalam warna-warni asli suatu lukisan atau potret berwarna.

E. Sejarah Buku

Sejak jaman kerajaan-kerajaan di Indonesia, sesungguhnya telah terdapat banyak naskah berbentuk buku ataupun lembaran-lembaran yang ditulis tangan, baik berupa karya sastra, kenegaraan (naskah perjanjian), hingga ayat-ayat suci. Kitab-kitab seperti *Nagara Kertagama* karya Mpu Prapanca di abad 14, *Sutasoma* karya Mpu Tantular, dan lain-lain cukup dikenal publik sebagai peninggalan berharga dari sejarah Indonesia.

Buku-buku Islam karya berbagai ulama terkenal juga amat mewarnai dan mempengaruhi budaya dan kehidupan masyarakat saat itu. Sebut saja semisal Kitab *Tajussalatin* atau *Mahkota Segala Raja* yang dikarang oleh Bukhari Al-Jauhari pada tahun 1603. Bahkan dalam kitab seperti "Serat Centini" dan "Serat Cebolek" yang merupakan karya sastra Jawa kuno, yang tersusun pada abad ke-19, disebutkan bahwa sejak permulaan abad ke-16 di Nusantara telah banyak dijumpai pesantren besar yang mengajarkan kitab-kitab Islam klasik di bidang fikih, teologi, dan tasawuf.

"Serat Centini" yang ditulis oleh Raja Keraton Surakarta Hadiningrat, Paku Buwono V, tatkala menjadi putra mahkota pada 1814, malah dengan jelas menuliskan judul-judul kitab yang diajarkan pesantren sejak abad ke-16, seperti *Mukarrar* (*al Muharrar*, karya Imam Rafi'i), *Sujak* (mungkin kitab *Taqrib* karya Ibnu Suja), *Ibnu Kajar* (Ibnu Hajar al Haitami, penulis kitab *Tuhfatul Muhtaj?*), *Samarqandi* (Abu Laits Muhammad Abu Nasr as Samarqandi, penulis kitab *Ushuludin*, tanpa judul, sehingga terkenal dengan sebutan pengarangnya), *Humuludin* (*Ihya Ulumuddin* karya Imam Gazali), *Sanusi* (Abu Abdallah Muhammad Yusuf as Sanusi al Hasani, penulis kitab *Ummul Barahin* atau *Durrah* yang membahas akidah dari sudut pandang tarekat Sanusiyah), dan lain-lain.

Sementara di luar Jawa terdapat lembaga pendidikan semodel pesantren dengan nama atau istilah lain, seperti meunasah di Aceh dan surau di Sumatra Barat. Mereka juga telah menggunakan kitab-kitab untuk dipelajari, yang nyaris sama dengan kitab-kitab di pesantren Pulau Jawa.

Prof. Dr. M.C. Ricklefs dalam makalahnya di sebuah seminar tahun 2000 menyebutkan, konon banyak buku yang diilhami oleh kebudayaan Islam diintroduksikan pada abad ke-17 ke dalam kesusastraan kraton Jawa, yaitu *Carita Sultan Iskandar*, Kitab *Usulbiyah* dan *Serat Yusuf* (versi panjang). Semua buku itu dianggap sebagai objek yang sakti dan hanya dikenal dalam lingkungan kraton, meskipun *Serat Yusuf* versi pendek dikenal dan tersebar luas di masyarakat Jawa. Menurut kolofon *Carita Sultan Iskandar*, buku itu

berdasarkan atas versi bahasa Melayu, diciptakan dalam bahasa Jawa di Surabaya dan dibawa ke Mataram oleh Pangeran Pekik. Sementara menurut kolofon *Serat Yusuf*, versi itu ditulis di desa Karang (disamping Tembayat) pada bulan Jumadilawal AJ 1555 (Anno Javonico: kalender Islam-Jawa) atau bulan Nopember 1633M.

Namun perkembangan yang menandai dimulainya kegiatan percetakan di tanah air terjadi ketika mesin cetak masuk ke Hindia Belanda abad ke -17 yang dibawa oleh VOC (*Verenigde Oostindische Compagnie*). Mereka mencetak banyak hal, mulai dari brosur, pamflet, hingga koran dan majalah (Kurniawan Junaedhi, 1995: *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia*). Pada tahun 1778, berdiri perpustakaan Bataviaash Genootschaap vor Kunsten en Watenschappen, dengan koleksi naskah dan karya tulis bidang budaya dan ilmu pengetahuan di Indonesia. Budaya dan kebiasaan baca pada waktu itu, sebagaimana di daratan Eropa dan Amerika, terbatas pada kaum kolonial, bangsawan, kaum terpelajar, dan pemuka-pemuka agama.

Sejak Hindia-Belanda dikembalikan oleh Inggris tahun 1812, percetakan (surat kabar) dikendalikan sepenuhnya oleh negara, meski perusahaan percetakannya berlokasi di negeri Belanda. Waktu itu percetakan buku juga dikelola oleh swasta, dimulai pada tahun 1839, dipelopori oleh Cijveer & Company. Tiga tahun berselang, percetakan ini berubah nama menjadi Cijveer & Knollaert. Ia berpindah tangan lagi ke Ukeno & Company, dan terus berpindah tangan karena kegagalan dalam pemasaran produknya. Di tangan Bruyning Wijt kondisinya akhirnya membaik.

Misi agama juga memelopori pencetakan buku atau kitab suci. Zending Protestan dilaporkan pertama kali datang ke Indonesia tahun 1831. dan mendirikan sekolah di Tomohon, Minahasa, pada tahun 1850. Di sini mereka mencetak buku, selebaran, dan surat kabar.

Pada akhir abad ke-19, terutama di Jawa, tumbuh penerbit dan percetakan milik orang Tionghoa peranakan dan Indo-Eropa yang menerbitkan sekitar 3000 judul buku, pamflet, dan terbitan lainnya sebelum kemerdekaan. Terbitan mereka terutama buku-buku cerita dalam bahasa Melayu Tionghoa atau Melayu pasar. Mereka juga menerbitkan koran yang tumbuh dengan subur. Sastra Melayu Tionghoa mulai berkembang jauh sebelum didirikannya Balai Pustaka pada tahun 1918. Golongan Tionghoa yang hidup lebih makmur dibandingkan dengan golongan bumiputra, dengan sendirinya lebih mampu membeli buku dan membayar langganan koran dan majalah secara teratur. Pada zaman pendudukan Jepang pers Melayu-Tionghoa dihapus. Beberapa bumiputra yang magang di penerbitan milik Tionghoa ini kemudian tumbuh sebagai jurnalis dan penerbit sekaligus, antara lain RM Tirtoadisoerjo dan Mas Marco Katrodikromo, yang dikenal dengan bukunya *Student Hidjo*.

Tahun 1906, pemerintah kolonial mengubah peraturan sensor barang terbitan. Sebelumnya, setiap penerbit harus menyerahkan naskah mereka kepada penguasa sebelum dicetak. Peraturan baru menerapkan sensor represif, yakni menindak dan membatasi barang cetakan setelah diedarkan. Ini menimbulkan akibat positif berupa maraknya berbagai terbitan, termasuk buku dan majalah.

Cerdik”, disadur dari cerita Prancis.

F. Buku Pasca Kemerdekaan

Periode setelah kemerdekaan ditandai dengan penerbitan buku-buku dalam bahasa Indonesia. Terdapat tren melakukan cetak ulang buku-buku, di samping menerbitkan buku baru. Hingga tahun 1950,

penerbitan seperti BP masih dominan dan berhasil menerbitkan dan mencetak ulang 128 judul buku dengan tiras 603.000 eksemplar. Pada saat ini pula muncul karya-karya sastra dari para penulis seperti Idrus dengan “Dari Ave Maria ke Djalan Lain ke Roma”; Tambera karya Utuy Tatang Sontani; Pramudya Ananta Toer dengan “Dia Jang Menjerah” dan “Bukan Poasar Malam”; Mochtar Lubis dengan “Si Djamal”. Selain karya anak negeri, BP juga menghadirkan karya para penulis dunia seperti Fyodor Dostojevsky, John Steinbeck, Anton Chekov, dan lainnya. Di masa sekarang, penerbit BP rata-rata memproduksi buku sebanyak 320 judul pertahun, dengan porsi terbesar masih buku-buku yang cetak ulang dari tahun-tahun sebelumnya.

Pasca pengakuan kedaulatan Indonesia pada tahun 1949, kebutuhan buku-buku sekolah dapat dibeli di pasar, meskipun banyak dari buku-buku tersebut masih dalam bahasa Belanda. Sejumlah kecil penerbit nasional mulai muncul dengan menerbitkan buku-buku pelajaran sekolah, di antaranya adalah Pustaka Antara, Pustaka Rakyat (sekarang Dian Rakyat), Endang, dan beberapa lagi yang semuanya berpusat di Jakarta. Di Bandung, ada penerbit Ganaco yang mengambil alih percetakan Nix. Situasi yang masih sulit

Tahun 1950 lahirlah Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) di Jakarta. IKAPI adalah sebuah asosiasi penerbit buku nasional yang bertujuan membantu pemerintah dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa melalui buku. IKAPI kini memiliki sekitar 650 anggota di penjuru Nusantara. Di era awal 50-an ini pula sempat populer apa yang disebut buku roman atau majalah picisan berharga murah, yang kebanyakan dikeluarkan oleh berbagai penerbitan di -1996 tinggal 17.000 eksemplar setiap judul. Untuk SLTP-SLTA, jumlah yang dipesan lewat Proyek Inpres jauh lebih sedikit, sekitar 5000-15.000 eksemplar.

5.2 Majalah

I. Pengertian Majalah

Suatu penerbitan berkala yang menyajikan liputan jurnalistik dan artikel berisi informasi dan opini yang membahas berbagai aspek kehidupan. Ada kalanya pemuatan tulisan dalam majalah hanya dimaksudkan sebagai hiburan. Majalah lazimnya berjilid. Sampul depannya dapat berilustrasi foto, gambar atau lukisan, tetapi dapat pula berisi daftar isi atau artikel utama.

Kata majalah berasal dari kata Arab, *majalah*. Demikian pula kata *magazine* dalam bahasa Inggris berasal dan bahasa yang sama, yaitu *mahasin*, yang semula berarti gudang tetapi kemudian diartikan sebagai "gudang pengetahuan." Di negeri-negeri Arab sendiri lebih populer sebutan *majallah* daripada *Mahazin*. Indonesia pada tahun 1988-1989 memiliki sekitar 105 majalah yang berbeda-beda, terdiri atas majalah-majalah mingguan (30), dwimingguan (38), bulanan (35), dwibulanan (1), dan triwulanan (1). Kebanyakan majalah itu diterbitkan di Jakarta. Jumlah ini tidak mencakup jenis-jenis penerbitan yang tidak beredar di pasaran umum seperti majalah perusahaan, berbagai majalah ilmiah, dan majalah sari tulisan.

Isi dan Jadwal Terbit. Majalah dibedakan menurut kala (jadwal waktu) penerbitan dan pengkhususan isinya. Menurut kala penerbitannya, terbitan berkala ini disebut majalah mingguan, dwimingguan atau tengah bulanan, bulanan, triwulanan, dan sebagainya.

II. Jenis-Jenis Majalah

Menurut pengkhususan isinya, di antaranya termasuk jenis-jenis majalah berikut, dengan contoh-contoh penerbitan di Indonesia yang masih beredar dewasa ini atau yang pernah terbit pada masa lampau.

- 1) Majalah Anak-anak berisi bahan bacaan yang menjadi perhatian dan sesuai dengan tingkat kecerdasan anak-anak (Ananda, Bobo, Kawanku, Kunang-kunang).
- 2) Majalah Bergambar memberi tempat yang dominan kepada foto dari gambar, sedangkan reportase dan karangan biasanya ditulis secara singkat (Jakarta Jakarta, X-tra).
- 3) Majalah berita memuat reportase dan ulasan tentang peristiwa dan masalah aktual (Editor, Fokus, Matahari, Tempo, Topik).
Majalah Bisnis dan Ekonomi mengutamakan reportase dan artikel mengenai masalah-masalah perdagangan, perekonomian dan keuangan (Eksekutif, Infobank, Progres, Swasembada, Warta Ekonomi).
- 4) Majalah Budaya memuat artikel tentang masalah kebudayaan (Basis, Budaya Jaya, Indonesia, Konfrontasi, Poedjangga Baroe).
Majalah Dinding atau Majalah Tempel yang acap kali juga dinamakan Koran Dinding, tidak dijilid seperti umumnya majalah melainkan hanya berupa lembaran yang ditempelkan di dinding atau papan pengumuman.
- 5) Majalah Film berisi ulasan dan laporan perkembangan perfilman serta resensi film (aneka)
- 6) Majalah hiburan sarat dengan karangan berita ringan semata-mata untuk menghibur pembaca, senang. Terang Bulan, Varia).
- 7) Majalah Humor memuat tulisan dan ilustrasi jenaka, seperti kartun dan komik, yang menggelikan hati (Astaga, Stop).
- 8) Majalah Ilmiah, penerbitan khusus berisi arti mengenai ilmu pengetahuan berdasarkan hasil penelitian yang tidak jarang mengandung uraian bersifat teknis, biasanya dikelola dan diterbitkan oleh lembaga-lembaga ilmiah, perguruan tinggi, dan organisasi profesi (Ekonomi dan Keuangan, The Indonesian quarterly, Jurnal Kependidikan, Jurnal Penelitian Sosial majalah Obstetri dan Ginekologi Indonesia, Medika. Metalurgi).
- 9) Majalah Keagamaan memusatkan perhatian pada masalah keagamaan serta masalah pendidikan dan kemasyarakatan yang juga diulas dari sudut pandang agama (Hidup. Kiblat, Mizan, Panji Masyarakat, Penabur. Pesantren. Suara Masjid, Warta Hindu Dharma).
- 10) Majalah Keluarga memuat karangan yang menjadi kepentingan, dan dapat dibaca oleh seluruh anggota keluarga (Amanah, Ayah bunda).
- 11) Majalah Khas menyajikan masalah - masalah berbagai bidang profesi tertentu seperti alam lingkungan (Suara Alam, Voice of Nature), arsitektur dan berkebun (Asri, Laras), hukum (Hukum dan Keadilan, Hukum dan Pembangunan, Pro Justitia), ilmu pengetahuan (Aku Tahu. Info Komputer, Scientiae, Sigma), jurnalistik (Reporter), kesehatan (Higiena, Panasea), militer (Yudhagama, Inti, Telstra [Telaah Strategis], SM [Teknologi dan Strategi Militer], pariwisata rona Alam dan Lingkungan, Suasana, Travel Indonesia), penerbangan (Angkasa),

perpajakan (Berita pajak), pertanian (Trubus), peternakan (Ayam dan Telur), psikologi (Anda), atau sosial-politik (Persepsi, Prisma).

- 12) Majalah Mode menguraikan, masalah dan perkembangan modal dan dihampiri lembaran berisi pola pakaian (Mode Indonesia sebelum diubah menjadi majalah remaja).
- 13) Majalah Olahraga memuat artikel dan berita tentang olahraga (Sportif).
Majalah Perusahaan dikelola dan diterbitkan perusahaan sebagai media informasi dan promosi.
- 14) Majalah Remaja mengetengahkan permasalahan remaja dan masalah-masalah lain yang diminati kaum muda ; biasanya menggunakan bahasa populer yang khas berlaku di kalangan mereka (Gadis, Hai, Mode Indonesia, Nona).
- 15) Majalah Sari Tulisan memuat ringkasan karangan dari berbagai penerbitan sebagai petunjuk singkat bagi peminat yang memerlukan bahan bacaan yang luas (Abstrak Hasil Penelitian Pertanian Indonesia, Himpunan Abstrak Perikanan, Sari Karangan Indonesia).
- 16) Majalah Sastra membahas masalah serta perkembangan kesusastraan memuat karya sastra seperti puisi, cerita pendek dan novel selain resensi buku sastra (Horison, Kisah, Sastra).
- 17) Majalah Umum berisi karangan yang diminati oleh kalangan pembaca seluas mungkin (Intisari, Liberty, Matra, Minggu Pagi, Star Weekly, Vista)
- 18) Majalah wanita memuat karangan mengenai soal-sal kewanitan seperti masalah karier bagi berkeja wanita, resep makanan, mode pakaian dan kehidupan keluarga (Dunia wanita, famili, femina Kartini, pertwi, Poetri Hindia, Sarinah)

Selain itu di Indonesia bereda pula berbagai mjalah berbahasa daerah yang peredaranya ditujukan kepada pembac aumum. Umpamanya Jayabaya, majalah Sunda, mangle, dan penyebar semangat.

Di luar Indonesia, diterbitkan banyak majalah Internasional berisi masalah-masalah umum atau khusus yang pelanggannya tersebar di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Misalnya *The Economist* dari Inggris serta *National Geographic*, *News week*, *Reader's Digest*. dan *Time* dari Amerika Serikat.

Di lingkungan kawasan yang lebih terbatas beredar *majalah-majalah regional*. Di kawasan Asia Tenggara dan Timur, umpamanya, beredar *Asiaweek* dan *Fan Eastern Economic Review* yang diterbitkan di Hong Kong.

Sejarah Majalah. Majalah pertama di dunia, yaitu *The Review*, diterbitkan pada tahun 1704 oleh Daniel Defoe (1659-1731), wartawan dan sastrawan Inggris pengarang cerita *Robin Crusee* yang terkenal itu. Media penyalur aspirasi politik itu terbit secara tetap seminggu sekali selama sembilan tahun. Sewaktu *The Review* berumur lima tahun, munculah majalah *The Tatler*, juga di Inggris, yang diterbitkan Sir Richard Steele. Majalah kedua itu beredar tiga kali dalam seminggu sejak tahun 1709 sampai tahun 1711 dan merupakan majalah pertama yang menjual halamannya untuk iklan.

Orang pertama yang menggunakan kata *magazine* adalah Edward Cave, yang menerbitkan *Gentleman's Magazine* pada tahun 1731. Majalah itu bertahan sampai tahun 1907.

Bentuk majalah mulai ditiru jauh di seberang Samudera Atlantik, ketika pada

tanggal 13 Februari 1741 diterbitkan *American Magazine, or a Monthly View of the Political State of the British Colonies*. Ini adalah majalah pertama di daerah koloni Inggris yang kelak menjadi negara Amerika Serikat itu, tetapi umurnya hanya tiga bulan. Majalah ini diterbitkan di Philadelphia oleh Andrew Bradford, ahli percetakan kelahiran London, Inggris. Tiga hari setelah kelahiran majalah pertama itu, Benjamin Franklin di kota yang sama mulai menerbitkan *General Magazine*, yang umumnya sedikit lebih panjang enam bulan. Rencana menerbitkan majalah milik Franklin itu sebetulnya sudah diumumkan pada bulan November 1740, tetapi kelahirannya kalah cepat dari pesaingnya. Franklin adalah wartawan, penerbit, ahli percetakan, pengusaha, ilmuwan, dan kelak negarawan terkemuka. Pada tahun 1729, ia membeli *The Pennsylvania Gazette*, yang dalam pengelolaannya menjadi surat kabar terkenal pada zamannya.

Pada tahun 1922, di Amerika Serikat muncul jenis majalah baru, yakni *Reader's Digest*, majalah berukuran buku saku yang dianggap yang pertama di dunia. Majalah yang semula tanpa iklan itu cepat populer, sehingga dalam tempo 13 tahun oplahnya sudah mencapai satu juta eksemplar, dan kini tersebar di seluruh dunia. Majalah yang semula tanpa iklan itu cepat populer, sehingga dalam tempo 13 tahun oplahnya sudah mencapai satu juta eksemplar, dan kini tersebar di seluruh dunia. Bentuk majalah ini ditiru di berbagai negara, misalnya intisari dan warnasari di Indonesia *Reader's Digest* dewasa ini beredisi lebih dari 16,5 juta eksemplar, sehingga menempatkannya pada kedudukan sebagai majalah Amerika Serikat terbesar nomor dua sesudah *TV Guide* yang beredisi sekitar 17 juta eksemplar.

Setahun setelah *Reader's Digest* didirikan, muncul pula jenis majalah baru lainnya. Dua wartawan News di Baltimore, Henry R. Luce dan Britton Hadden, menerbitkan majalah berita mingguan pertama di Amerika Serikat dan di dunia, yaitu *Time*, Mereka pulalah yang pertama kali menerbitkan majalah bergambar pertama di negeri itu dan di dunia, *Life*, pada tahun 1936, yang berhenti terbit pada awal tahun 1973. Di Amerika Serikat kini terdapat sekitar 20.000 majalah mingguan, dua mingguan, bulanan, dwibulanan, atau triwulanan.

5.3 Surat Kabar

I. Pengertian dan Ciri Surat Kabar

Pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam arti sempit dan pers dalam arti luas. Pers dalam arti sempit adalah media massa cetak, seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan sebagainya, sedangkan pers dalam arti luas meliputi media massa cetak elektronik, antar lain radio siaran dan televisi siaran, sebagai media yang menyiarkan karya jurnalistik. Film teatrikal, yakni film yang diputar di gedung bioskop, walaupun termasuk media komunikasi massa, tidak disebut pers sebab tidak menayangkan karya jurnalistik.

Surat kabar adalah jenis pers yang paling tua dibandingkan dengan media massa lainnya, paling banyak dan paling luas penyebarannya dan paling dalam daya mampunya dalam merekam kejadian sehari-hari sepanjang sejarah di negara manapun di dunia.

Adapun ciri-ciri surat kabar adalah sebagai berikut:

1. Publisitas

Yang dimaksud dengan publisitas (*publicity*) ialah penyebaran kepada publik atau khalayak. Karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum. Ditinjau dari segi lembarannya jika surat kabar mempunyai halaman yang banyak, isinya juga dengan sendirinya pula akan memenuhi kepentingan khalayak yang lebih banyak.

Dengan ciri publisitas ini, maka penerbitan yang meskipun bentuk fisiknya sama dengan surat kabar tidak bisa disebut surat kabar apabila diperuntukkan sekelompok orang atau segolongan orang. Tidak sedikit organisasi atau lembaga yang mempunyai penerbitan untuk anggota-anggotanya dalam bentuk surat kabar yang biasa dilanggan atau dibeli secara eceran. Penerbitan yang sifatnya khusus, tidak termasuk surat kabar.

2. Periodisitas

Periodisitas (*periodicity*) adalah ciri surat kabar yang kedua. Keteraturan terbitnya surat kabar bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari, dapat pula satu kali atau dua kali seminggu. Penerbitan lainnya seperti buku umpamanya, tidak disebarkan secara periodik, tidak teratur, karena terbitannya hanya satu kali.

Kalaupun ada yang diterbitkan lebih dari satu kali, terbitannya itu tidak teratur. Jadi, penerbitan seperti buku tidak mempunyai ciri periodisitas, meskipun disebarkan kepada khalayak dan isinya menyangkut kepentingan umum.

3. Universalitas

Yang dimaksud dengan universalitas (*universality*) sebagai ciri ketiga surat kabar ialah kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia. Sebuah penerbitan berkala yang isinya mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk surat kabar. Adalah benar bahwa berkala tersebut diperuntukkan khalayak dan terbit secara periodik, tetapi ciri universalitas tidak ada, sebab isinya hanya mengenai suatu aspek kehidupan saja.

4. Aktualitas

Aktualitas (*actuality*) sebagai ciri keempat dari surat kabar adalah mengenai berita yang disiarkan. Aktualitas, menurut kata asalnya, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar. Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang terjadi kini, dengan lain perkataan laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi dan yang dilaporkan harus benar. Tetapi yang dimaksudkan dengan aktualitas sebagai ciri surat kabar adalah pertama, yakni kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita.

Hal-hal yang disiarkan media cetak lainnya bisa saja mengandung kebenaran, tetapi belum tentu mengenai sesuatu yang baru terjadi. Di antara media cetak, hanyalah surat kabar yang menyiarkan hal-hal yang baru terjadi. Pada kenyataannya, memang isi surat kabar beraneka ragam, selain berita juga terdapat artikel, cerita sambung, teka-teki silang, dan lain-lain yang bukan merupakan laporan cepat. Kesemuanya itu sekadar untuk menunjang upaya membangkitkan minat agar surat kabar bersangkutan dibeli orang.

II. Fungsi Surat Kabar

Pada zaman modern sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsinya, bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu.

Fungsi-fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

(1) Fungsi Menyiarkan Informasi

Menyiarkan informasi adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di dunia ini: mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan lain sebagainya.

(2) Fungsi Mendidik

Fungsi kedua dari surat kabar ialah mendidik. Sebagai sarana pendidikan massa (*Mass education*), surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khayalak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita, dapat juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

3. Fungsi Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, karikatur, tidak jarang juga berita yang mengandung minat insani (*human interest*) dan kadang-kadang tajuk rencana.

Maksud pemuatan isi yang mengandung hiburan, semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah para pembaca dihadangi berita dan artikel yang berat-berat.

4. Fungsi Mempengaruhi

Adalah fungsi yang keempat ini, yakni fungsi mempengaruhi, yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Napoleon pada masa jayanya pernah berkata bahwa ia lebih takut kepada empat surat kabar daripada seratus serdadu dengan sandak terhunus.

Sudah tentu surat kabar yang ditakuti ini ialah surat kabar yang independent, yang bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan social control, bukan surat kabar organ pemerintah yang membawakan suara pemerintah.

Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implicit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

Fungsi mempengaruhi untuk bidang perniagaan terdapat pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan.

III. Sejarah Surat Kabar

Surat kabar pertama kali dikenal pada tahun 59 sebelum masehi di kekaisaran Romawi kuno. Saat itu hanya berisi jurnal kegiatan Sang Kaisar yaitu Julius Cesar bertajuk "Acta Diurna". Walaupun begitu baru pada tahun 1605 surat Kabar terbit yang pertama kali dalam bentuk tercetak oleh Johan Carolus dengan tajuk "Relations" di Perancis yang saat itu dikenal dengan daerah merdeka bernama Strasbourg dengan bahasa dominan "Bahasa Jerman" (Pertanyaan tentang Kota Stratsbourg pernah muncul pada Who Wants 2 be a Millionaire versi Indonesia). Koran tertua di dunia yang saat ini masih terbit adalah "Post-och Inrikes Tidningar " dari Swedia yang terbit pertama kali pada tahun 1645.

Jurnalisme memiliki sejarah yang sangat panjang. Dalam situs ensiklopedia, www.questia.com tertulis, jurnalisme yang pertama kali tercatat adalah di masa kekaisaran Romawi kuno, ketika informasi harian dikirimkan dan dipasang di tempat-tempat publik untuk menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan isu negara dan berita lokal. Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai mengembangkan berbagai metode untuk memublikasikan berita atau informasi.

Surat kabar pertama di dunia. *Avisa Relation ader Zaitung*. terbit pada tanggal 15 Januari 1609 di Augsburg, Jerman. setelah sekitar 169 tahun penemuan mesin cetak. Mesin tersebut, yang terbuat dari kayu. ditemukan pada tahun 1440 oleh Johannes Gutenberg yang tinggal di tepi Sungai Rhein, di kota Mainz, Jerman. Sebagian orang menyebutkan Laurens Jans zoon Coster dari Negeri Belanda sebagai penemu pertama pada sekitar waktu yang sama. Sejak itu, mesin cetak kerap digunakan untuk mencetak selebaran mengenai suatu peristiwa atau pengumuman. Namun, hanya *Avisa Relation oder Zeitung* yang dapat terbit secara teratur.

Negara lain pun kemudian meniru menerbitkan surat kabar. Inggris 13 tahun kemudian (1622) melahirkan surat kabarnya yang pertama. *Weekly news*. Menyusul kemudian Negeri Belanda dengan *De Weeke Lijksche Courant* (8 Januari 1656), yang diterbitkan oleh Abraham Castelijn di Haarlem. Benjamin Harris di Boston, Amerika Serikat, pada tahun 1690 mencoba menerbitkan *Public Occurrences Both Foreign and Domestic*. Tetapi hanya sempat satu kali terbit karena gubernur Massachusetts tidak menyukainya. Sejak itu pula di sana dikeluarkan peraturan bahwa setiap surat kabar harus mempunyai surat izin terbit. Selama 14 tahun tidak ada yang berani menerbitkan koran sampai pada tahun 1704 John Campbell mendapat restu untuk menerbitkan *News-Letter*.

Pada awalnya, publikasi informasi itu hanya diciptakan untuk kalangan terbatas, terutama para pejabat pemerintah. Baru pada sekira abad 17-18 surat kabar dan majalah untuk publik diterbitkan untuk pertama kalinya di wilayah Eropa Barat, Inggris, dan Amerika Serikat. Surat kabar untuk umum ini sering mendapat tentangan dan sensor dari penguasa setempat. Iklim yang lebih baik untuk penerbitan surat kabar

generasi pertama ini baru muncul pada pertengahan abad 18, ketika beberapa negara, semisal Swedia dan AS, mengesahkan undang-undang kebebasan pers.

Industri surat kabar mulai menunjukkan geliatnya yang luar biasa ketika budaya membaca di masyarakat semakin meluas. Terlebih ketika memasuki masa Revolusi Industri, di mana industri surat kabar diuntungkan dengan adanya mesin cetak tenaga uap, yang bisa menggenjot oplah untuk memenuhi permintaan publik akan berita.

Seiring dengan semakin majunya bisnis berita, pada pertengahan 1800-an mulai berkembang organisasi kantor berita yang berfungsi mengumpulkan berbagai berita dan tulisan untuk didistribusikan ke berbagai penerbit surat kabar dan majalah.

Pada 1893 untuk pertama kalinya surat-surat kabar di AS menggunakan tinta warna untuk komik dan beberapa bagian di koran edisi Minggu. Pada 1899 mulai digunakan teknologi merekam ke dalam pita, walaupun belum banyak digunakan oleh kalangan jurnalis saat itu.

IV. Awal Surat Kabar di Indonesia.

Di Indonesia, jauh sebelum ada surat kabar. Gubernur Jenderal Jan Pieter Zuyderwilde (1587-1629) pada tahun 1615 memperkarsai penerbitan *Memorie der Nouvelles*. Ini adalah prasuurat-kabar tulisan tangan yang berisi berita-berita dari Nederland untuk kalangan pejabat VOC (Vereenigde Oostindische Compagnie, Perserikatan Dagang Hindia Timur) yang dikirimkan sampai sejauh Ambon.

Percetakan pertama di Indonesia tiba pada tahun 1659, dan yang kedua pada tahun 1712. Percetakan itu umumnya digunakan oleh VOC untuk keperluannya sendiri, umpamanya untuk membuat surat edaran kematian.

Setelah tenggang waktu cukup lama, barulah ada yang mencoba-coba kembali mengajukan permohonan izin menerbitkan surat kabar, itu pun setelah pergantian pucuk pimpinan VOC. Pada tahun 1775, Van Riemsdijk, yang dikenal sebagai seorang moderat, diangkat sebagai gubernur jenderal VOC. Pada tahun itu juga, L. Dominicus, juru cetak yang berumur 33 tahun di Batavia, memperoleh izin menerbitkan mingguan berita lelang *het Vendu-Nieuws* yang berukuran folio.

Penerbitan ini dapat bertahan lama, 34 tahun. Pada masa pemerintahan Gubernur Jenderal Herman Willem Daendels (1762-1818), penerbitan tersebut diambil alih oleh pemerintah. Sejak tanggal 5 Januari 1810, mingguan tersebut diganti namanya menjadi *Batavia Koloniale Courant* dan dijadikan penerbitan resmi pemerintah Hindia Belanda.

Pada waktu pendudukan Inggris di Indonesia, letnan Gubernur Jenderal Sir Thomas Stamford Raffles pada tahun 1812 mengubah *Bataviasche Koloniale Courant* menjadi *Java Government Gazette*. (*Gazette* berasal dari bahasa Italia *gazetta*. *Gazzeta* semula adalah nama koran yang terbit di Venezia, Italia, sekitar tahun 1600-an yang harganya 1 *gazetta*. *Gazetta* atau *gazette* kemudian bergeser arti menjadi surat kabar).

Java Government Gazette, yang terbit sejak tanggal 29 Februari 1812, isinya berbeda dengan Koran Belanda yang terbit sebelumnya. Dalam surat kabar berbahasa Inggris itu tidak hanya dimuat berita-berita tentang perdagangan dan kejadian di luar negeri tetapi ada pula lelucon yang bahkan kadang-kadang menyindir pemerintah. Penerbitan ini berakhir pada tanggal 13 Agustus 1816 karena pemerintah Inggris harus meninggalkan Indonesia. *Java Government Gazette* kembali berganti menjadi berbahasa Belanda

ketika pemerintahan dikembalikan kepada Hindia Belanda. Nama mingguan itu menjadi *De Bataviasche Courant*, dan 12 tahun kemudian menjadi *Javasche Courant*.

Salah satu ranjau hukum yang menelan banyak korban adalah pasal-pasal *haatzai artikelen* yang mengancam hukuman terhadap yang menyebarkan perasaan permusuhan, kebencian atau penghinaan terhadap pemerintah. Dalam tempo satu tahun saja (1919-1920) belasan wartawan Indonesia dijatuhi hukuman. Tiga belas tahun setelah *haatzai artikelen* ditetapkan, diberlakukan pula *Persbreidel Ordonnantie* (Ordonansi Pembredelan pers). Kedua peraturan itu sangat merugikan pihak yang didakwa, antara lain karena tidak diberi kesempatan membela diri. Pengekangan terhadap kebebasan pers tersebut dimaksudkan untuk mengendalikan keadaan pada jaman yang tengah bergulir berubah.

Pada mulanya pers merupakan budaya Belanda. dimiliki, dikelola dan dibaca oleh orang Belanda atau orang yang berbahasa Belanda. Minat baca untuk itu tergolong tinggi. Pada tahun 1920 misalnya, terdapat sekitar 20 surat kabar dengan tiras berkisar sekitar 60.000 eksemplar dan jumlah orang Belanda di Indonesia diperkirakan 170.000 orang. Dengan demikian. Koran dibaca oleh lebih dari 35 persen orang belanda.

Media massa tercetak juga bersaing dengan sesamanya dalam merebut jumlah pembaca. Kersikan jumlah pembaca dari tahun ke tahun relatif kecil: menurut suatu penelitian hanya sekitar empat persen. Sedangkan jumlah penerbitan pers di Indonesia lebih dari 150 (60 persen koran dan 40 persen majalah). Untuk meningkatkan jumlah pembaca, pemerintah menyelenggarakan program koran masuk desa, yang sekaligus juga untuk mengurangi keetimpangan informasi antara kota dan desa. Penduduk kota hanya sekitar 20 persen dan desa 80 persen. Namun arus informasi terjadi sebaliknya: dari kota 80 persen dan sisanya dari desa.

Bentuk persaingan yang lain adalah l pada segi memperoleh dan mengola berita. Masing-masing berusaha mendapatkan berita yang eksklusif dan cepat dari sumber yang tepat dan diolah selengkap-lengkap nya. Suatu berita yang menarik dikembangkan pada edisi-edisi berikutnya, baik dengan cara menyajikan kelanjutan peristiwa yang diberitakan ataupun dikomentari oleh orang yang tepat memberikan pendapat. Surat kabar juga berlomba menuliskan berita yang menarik secara lengkap, misalnya dengan ditambah latar belakang, perbandingan dan komentar.

Perkembangan surat kabar, selama dasawarsa-dasawarsa terakhir dalam berbagi segi sangat cepat. Hal ini sangat kontras dengan masa awal pertumbuhannya pada masa silam yang jauh, yang perkembangannya lamban dan bersahaja.

V. Perkembangan surat kabar

Kegiatan jurnalisme terkait erat dengan perkembangan teknologi publikasi dan informasi. Pada masa antara tahun 1880-1900, terdapat berbagai kemajuan dalam publikasi jurnalistik. Yang paling menonjol adalah mulai digunakannya mesin cetak cepat, sehingga *deadline* penulisan berita bisa ditunda hingga malam hari dan mulai munculnya foto di surat kabar.

Pada 1920-an, surat kabar dan majalah mendapatkan pesaing baru dalam pemberitaan, dengan maraknya radio berita. Namun demikian, media cetak tidak sampai kehilangan pembacanya, karena berita yang disiarkan radio lebih singkat dan sifatnya sekilas. Baru pada 1950-an perhatian masyarakat sedikit teralihkan dengan munculnya televisi.

Perkembangan teknologi komputer yang sangat pesat pada era 1970-1980 juga ikut mengubah cara dan proses produksi berita. Selain *deadline* bisa diundur sepanjang mungkin, proses cetak, *copy* cetak yang bisa dilakukan secara massif, perwajahan, hingga iklan, dan *marketing* mengalami perubahan sangat besar dengan penggunaan komputer di industri media massa.

Memasuki era 1990-an, penggunaan teknologi komputer tidak terbatas di ruang redaksi saja. Semakin canggihnya teknologi komputer *notebook* yang sudah dilengkapi modem dan teknologi wireless, serta akses pengiriman berita teks, foto, dan video melalui internet atau via satelit, telah memudahkan wartawan yang meliput di medan paling sulit sekalipun.

Selain itu, pada era ini juga muncul media jurnalistik multimedia. Perusahaan-perusahaan media raksasa sudah merambah berbagai segmen pasar dan pembaca berita. Tidak hanya bisnis media cetak, radio, dan televisi yang mereka jalankan, tapi juga dunia internet, dengan *space* iklan yang tak kalah luasnya.

Setiap pengusaha media dan kantor berita juga dituntut untuk juga memiliki media internet ini agar tidak kalah bersaing dan demi menyebarluaskan beritanya ke berbagai kalangan. Setiap media cetak atau elektronik ternama pasti memiliki situs berita di internet, yang *updating* datanya bisa dalam hitungan menit. Ada juga yang masih menyajikan edisi internetnya sama persis dengan edisi cetak.

VI. Surat Kabar Untuk Kegiatan Dakwah

Media dakwah ini amat ebsar manfaatnya, sebab ia termasuk dari beberapa media massa pembentuk opini masyarakat, ia hampir disebut bisa disebut sebagai makanan pokok. Masyarakat mendambakan informasi dan selalu dapat mengikuti perkembangan dunia. Dakwah melalui media surat kabar dapat berbentuk berita-berita Islam, penulisan artikel-artikel islam, dan sebagainya.

Lazarfeld Doob dan Breslon, mengemukakan kelebihan-kelebihan media surat kabar adalah :

a. The Readerd Control the Exposer

Medium ini memberikan kesempatan untuk memilih materi-materi yang sesuai dengan kemampuannya dan kepentingannya. Bahkan pembaca lebih lanjut dapat membacanya setiap kali dia ingin dan kapan ia ingin berhenti membacanya. Juga dapat emmbuat resume jika ia perlu.

b. Exposer may be and often be repeated

Selanjutnya media yang diwakili oleh pers ini tidaklah terikat oleh suatu waktu dalam emncapai khalayaknya. Bahkan mereka secara bebas dapat melihat kembali matrial yang telah dibacanya untuk mengingatkannya, atau menguatkan ingatannya. Atau dengan kata lain pembaca dapat tetap menyegarkan ingatannya, dan dapat menikmati suatu kepuasan yang pernah dinikmati sebelumnya. Maka ia dapat menimbulkan efek berganda yang bertumpu pada *akumulative effect*. Hal ini tidak dapat dijumpai pada medium-medium yang lain.

c. Treatment may be fuller

Media yang berbentuk tulisan ini juga dapat mengembangkan suatu topik yang diinginkan. Maksudnya topik yang ada dapat dikembangkan dengan melalui media yang lain misalnya radio, film, dan televisi.

d. Specializes appearence is possible

Media ini selanjutnya hidup dan berkembang dalam keadaan yang dibanding pada medium-medium yang lainnya. Ia memiliki kelebihan lebih luas dan kebebasan gaya yang lebih besar dalam memenuhi selera

pembaca. Demikian juga materi yang bagaimanapun juga keadannya dapat lebih lancar disalurkan pada pembaca melalui cetakan, dibandingkan melalui film.

e. Possible greater prestige

Akhirnya media yang dapat ditangkap oleh mata ini, dapat memiliki prestise yang tinggi, justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, dapat membentuk dengan aplikasi khusus, berdasarkan kepada kebiasaan pembaca yang di dalamnya tercakup perhatian dan kesenangan untuk membaca. Dan dasar ini pula maka seseorang akan sangat mudah dipengaruhi oleh bacaannya.

BAB VI MEDIA-MEDIA ELEKTRONIK

6. Media Elektronik

Media elektronik/modren modern sejak awal sudah bersifat demokratis, dan sejak awal pula khalayaknya adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Media modern sebagian besar menuntut khalayaknya memberikan perhatian secara penuh karena apa yang disiarkannya tidak diulang. Kita bisa membaca buku tentang **Al-Ghazali** sekarang lalu meneruskannya sepuluh tahun kemudian. Kita tidak bisa menikmati siaran radio atau televisi seperti itu. Namun, beberapa media modern seperti teknologi audio dan video untuk kita nikmati pada saat kapan saja di luar saat acara itu disiarkan.

Teknologi, sifat dasar media modern, dan kebutuhan akan dukungan ekonomi yang besar mengaruskan film, radio dan televisi memiliki khalayak luas dan missal. Program acara radio dan film pendek pun memerlukan biaya besar dan menuntut berbagai macam keahlian mulai dari penulis naskah, produser, sutradara, pemain dan teknisi yang menangani berbagai peralatan. Untuk menutup semua biaya itu, diperlukan khalayak yang besar.

6. 1 Jenis-Jenis Media Elektronik

A. Radio

1. Defenisi dan Sejarah Radio

Radio mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima atau *the fifth estate*, setelah pers (surat kabar) dianggap sebagai kekuasaan keempat atau *the fourth estate*.

Radio adalah alat komunikasi yang memanfaatkan gelombang elektromagnetik seba-ai pembawa pesan yang dipancarkan melalui udara dengan kecepatan yang menyamai kecepatan cahaya. Proses penyampaian pesan itu memerlukan dua sarana utama, yakni sebuah pengirim pesan yang lazim disebut *pemancar radio* dan sebuah penerima pesan yang dinamakan *penerima radio*.

Pemancar radio pada dasarnya adalah alat pembangkit getaran listrik dengan frekuensi sangat tinggi, yang secara teknis disebut frekuensi radio (*radio frequency*, disingkat RF), sehingga energinya yang Tersalur melalui antena terlempar ke segala arah sebagai gelombang elektromagnetik. Sebelum disalurkan ke antena, getaran listrik yang dihasilkan itu "disuntik" dengan getaran listrik yang lain berupa informasi sehingga yang dipancarkan melalui antena merupakan gelombang elektromagnetik yang sudah mengandung informasi. Penyuntikan informasi, yang biasanya disebut frekuensi audio (*audio frequency*, disingkat RF), ke dalam gelombang pembawa itu disebut proses modulasi. Informasi ini dapat berupa suara musik, orang bemyanyi, gambar, kode morse, data komputer, dan lain-lain.

Getaran listrik yang berupa informasi itu seolah-olah digendong oleh gelombang pembawanya dan dibawa melanglang buana ke segala arah untuk diterima oleh ribuan atau jutaan pesawat, atau oleh alat penerima radio yang sedang berada pada frekuensi pemerintah yang sama dengan frekuensi gelombang pembawa tadi. Energi listrik berupa gelombang radio itu sebagian kecil diterima oleh antena sebuah pesawat penerima yang sedang disetel.

Bagian tertentu pada pesawat penerima, yang disebut detektor, memisahkan informasi dari gelombang pembawanya. Proses ini disebut demodulasi, sebagai kebalikan dari proses modulasi pada pesawat pemancar. Informasi yang sudah dipisahkan itu masih berupa getaran listrik. dan pesawat penerima masih harus memproses lebih lanjut agar dapat diikuti oleh panca indera manusia. Jika informasi

itu berupa suara, alat monitornya adalah sebuah penguat suara. Apabila informasi itu berupa gambar, tentu saja alat monitornya adalah layar video seperti yang terpasang di pesawat televisi.

B. Awal Perkembangan Radio.

Ada beberapa mahakarya di bidang teknologi yang telah membawa dampak sangat besar pada nilai-nilai hidup manusia, seperti mesin cetak, mesin tenun, dan alat-alat yang bekerja berdasarkan prinsip-prinsip elektromagnetisme. Mahakarya yang lain adalah keberhasilan Guglielmo Marconi dari Italia membuat alat telegraf tanpa-kawat yang memacu perkembangan ilmu telekomunikasi radio. Sejak saat itu, ilmu telekomunikasi berkembang cepat selaras dengan perkembangan ilmu elektronika.

James Clerk Maxwell dari Universitas London telah meletakkan dasar-dasar teknik komunikasi radio ketika pada tahun 1864 ia mengemukakan teori elektromagnetisme dengan pendekatan matematis. Pada akhir kesimpulannya ia menyatakan bahwa cahaya merupakan gelombang elektromagnetik atau elektrik dengan berbagai besaran frekuensi yang berkisar antara 10^{14} dan 10^{15} getaran per detik. Berdasarkan kesimpulan ini, dengan berani ia meramalkan bahwa akan ditemukan gelombang elektromagnetik yang frekuensinya berbeda dengan cahaya. Ia juga meramalkan kemungkinan penciptaan jenis gelombang elektromagnetik baru yang akan bisa dimanfaatkan untuk kepentingan umat manusia,

Pada tahun 1892, Sir William Crookes meramalkan dengan jitu bahwa gelombang elektromagnetik akan menjadi sarana telekomunikasi. Alat-alat penerimanya akan mampu menerima pesan melalui gelombang itu pada band frekuensi tertentu tanpa terganggu oleh orang lain yang juga sedang berkomunikasi. Demikian pula pancaran yang dikirimkan akan dapat diarahkan pada arah tertentu.

Di bidang teknologi, usaha untuk menyempurnakan radio siaran itu telah mencapai kemajuan. Profesor E.H. Armstrong tahun 1933 memperkenalkan *System Frequency Modulation* (FM) sebagai penyempurnaan *Amplitude Modulation* (AM) yang biasa digunakan radio siaran.

Dengan sistem yang baru itu, untuk pendengaran dapat dicapai fidelity yang lebih tinggi.

Keuntungan FM dan AM ialah:

- (1) Dapat menghilangkan "*interference*" (gangguan, percampuran yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik)
- (2) Dapat menghilangkan *interference* yang disebabkan dua stasiun yang mengudara pada gelombang yang sama.
- (3) Dapat menyiarkan suara sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.

C. Perkembangan Radio di Indonesia

Hari radio jatuh pada tanggal 11 September 1945. Pada hari itu para pemimpin pegawai Indonesia dari studio-studio radio di seluruh Jawa yang dikuasai Jepang mengadakan rapat di Jakarta untuk mendirikan suatu badan siaran radio sebagai alat perjuangan negara Republik Indonesia yang baru

diproklamasikan. Badan siaran radio tersebut dinamakan Radio Republik Indonesia (RRI), dan sampai sekarang digunakan sebagai studio radio pemerintah.

Sejak saat itu, tanggal 11 September diperingati setiap tahun sebagai Hari Radio. Tetapi "semangat keradioan" sesungguhnya sudah tumbuh di Indonesia jauh sebelum itu.

Jaman Belanda. Siaran radio di Indonesia sudah dimulai sejak masa penjajahan Belanda. Ketika pecah Perang Dunia I, pemerintah Hindia Belanda dan Kerajaan Belanda merasakan perlunya hubungan yang cepat antara kedua wilayah itu untuk menyampaikan peraturan pemerintah dan berita, baik yang biasa maupun yang rahasia. Ini hanya dapat dilakukan melalui hubungan radio, yang lebih cepat antara kedua wilayah itu untuk menyampaikan peraturan pemerintah dan berita, baik yang satu-satunya saluran yang ada waktu itu - telegraf dan kabel laut.

Sejak itulah tumbuh "semangat keradioan" di kalangan orang Belanda di negeri jajahannya. Dengan bantuan jawatan pos, telepon dan telegrafi Belanda (PTT), tumbuhlah semangat radio amatir di sini. PTT pun mendirikan pemancar-pemancar yang kuat di Bandung.

Karena radio amatir dianggap belum memuaskan, pada tanggal 16 Juni 1925 orang Belanda penggemar radio di Jakarta mendirikan perkumpulan siaran radio Bataviase Radio Vereniging (BRV, Perkumpulan Radio Jakarta). Dalam akte notarisnya dinyatakan bahwa perkumpulan ini didirikan untuk selama 29 tahun. Para anggota BRV, dengan mengumpulkan uang, dapat membeli sebuah pemancar kecil.

Tidak lama kemudian, pada tahun itu gula di Tanjung Priok didirikan Nederlands-Indische Radio Omroep Maatschappij (NIROM, Perusahaan Siaran Radio Hindia Belanda) dengan pemancar berkekuatan 1.000 watt.

Dua tahun kemudian, seorang penggemar radio amatir, de Groot, mendirikan stasiun radio Malabar di Bandung. Fungsinya terutama sebagai alat hubungan radio telegrafis antara Hindia Belanda dan negeri Belanda. Usahanya membuahkan hasil pada tanggal 12 Maret 1927, ketika ia dapat menangkap siaran gelombang pendek dari Laboratoria Philips di Eindhoven, negeri Belanda. Sukses de Groot mendorong para pencinta radio di Negeri Belanda untuk membangun pemancar siaran luar negeri.

Di kalangan orang Indonesia, siaran radio pertama kali diselenggarakan di Surakarta oleh perkumpulan Javaanse Kunstkring Mardi Raras Mangkunegaran (Lingkungan Kesenian Jawa Mardi Raras Mangkunegaran). Pemancar mereka, dengan nama panggilan PK 2MN, adalah hadiah dari Sri Paduka Mangkunegara VII, bangsawan Jawa penggemar seni yang pernah ikut bergerak dalam Budi Utomo. Acara siarannya hanya berupa kesenian Jawa dan ditangkap oleh lingkungan terbatas karena di Solo waktu itu baru ada 20 pesawat radio, yang umumnya milik bangsawan.

Untuk mempertahankan siaran itu, pada tanggal 1 April 1933 didirikan Solose Radio Vereniging (SRV, Perkumpulan Siaran Radio Solo) yang diketuai Sarsito Mangunkusumo. Sesudah berkali-kali diadakan siaran percobaan, SRV dapat menyelenggarakan siaran pertama, berupa kelenengan Jawa, pada tanggal 15 Januari 1934 pukul 17.00. Siaran itu juga direlai ke suatu studio radio swasta di Amsterdam, negeri Belanda. Siaran SRV, yang tertangkap pula di banyak kota besar di Pulau Jawa, membangkitkan semangat keradioan di kalangan orang Indonesia. Di kota-kota itu kemudian berdiri kring (cabang) SRV yang dikuasai

seorang konsul.

D. Radio Sebagai Media Komunikasi

Fungsi dan peranan media massa yang pernah disebut dalam masyarakat kita cukup beraneka ragam, mencerminkan harapan dan keinginan politis yang berubah dari zaman ke zaman terhadap komunikasi massa, umpamanya radio sebagai alat perjuangan atau alat revolusi, media pembangunan, pers Pancasila, dsb. Namun dari segi kajian komunikasi maka fungsi media massa (tidak terkecuali media radio) pada intinya tidak banyak berubah semenjak dahulu. Fungsi pokok ini meliputi pengamatan atau pengawasan lingkungan (surveillance of the environment), korelasi dari berbagai bagian masyarakat guna menciptakan konsensus, sosialisasi atau pewarisan budaya dan fungsi hiburan.

Fungsi-fungsi ini tidak selalu dapat dijalankan sekaligus. Salah satu diantaranya mungkin mendapat prioritas utama oleh suatu media pada suatu ketika, sehingga mengabaikan fungsi lainnya. Bila fungsi hiburan yang diutamakan, misalnya, maka komunikasi yang memenuhi fungsi pengamatan tidak akan mungkin dijalankan dengan efektif. Efektivitas media dalam mengkomunikasikan suatu substansi ikut ditentukan oleh fungsi yang diutamakan media yang bersangkutan.

Fungsi radio yang sering diutamakan adalah sebagai berikut:

1. Sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati perubahan lingkungan

yang langsung dapat mempengaruhi kehidupan khalayak pendengar. Media ini dapat didengarkan kapan saja, di mana saja, sehingga dapat memberitahukan perubahan keadaan terakhir secara cepat. Makin tidak menentu keadaan, makin tinggi rasa ketidakpastian, makin ramai isu, makin cepat perkembangan, makin lengket pula pendengar dengan radionya - seperti yang terjadi pada waktu maraknya demo dan kerusuhan, ketika menghadapi datangnya bahaya bencana alam, atau saat ramainya isu tentang gejolak mata uang dan likuidasi bank. Masyarakat ingin mendapat informasi untuk mengambil langkah guna mengamankan diri, keluarga, harta dan hal-hal yang dianggapnya penting. Dalam keadaan yang lebih tenang, fungsi ini (disebut juga fungsi informasi) tetap diperlukan khalayak, yang ingin mengetahui datangnya berbagai peluang dan kesempatan baru di samping potensi ancaman, gangguan atau berkurangnya kenyamanan yang dapat muncul sewaktu-waktu.

2. Pengembangan konsensus melalui media massa, biasanya mengemuka pada waktu

timbulnya perkembangan ke arah perubahan. Setelah mendapat informasi tentang perkembangan baru yang dianggap penting, masyarakat membicarakannya dari berbagai segi serta menelaah implikasinya bagi mereka. Secara formal khalayak bertukar pikiran melalui media - atau tanpa media namun dirangsang oleh media - dan mencoba mencari kesepakatan : apa perlu reaksi bersama, dan kalau demikian apa yang harus dilakukan. Kesepakatan ini tidak hanya tentang soal yang serius seperti masalah politik, tetapi dapat juga yang sepele. Seribu satu hal, termasuk nilai sosial budaya tentang apa yang baik dan buruk, gaya hidup baru, fesyen, penyakit, cuaca, dsb., disepakati melalui wacana media radio.

3. Radio berfungsi sebagai media pembentuk konsensus, misalnya dengan melaporkan

trend yang menarik ditiru atau makin luas diterapkan, berulang-ulang memainkan lagu baru yang paling populer (Top Ten) pada suatu waktu, menyiarkan rangkaian diskursus yang menuju kepada kesamaan pendapat, dsb. Atau sebaliknya, media massa dapat juga memainkan peranan secara disfungsi, misalnya dengan mengabaikan pendapat yang berbeda yang datang dari orang lain, dan dengan cara begitu melakukan manipulasi untuk menimbulkan persepsi mengenai tercapainya kesepakatan bersama.

4. Hiburan.

Trend ke depan akan lebih meningkatkan fungsi hiburan. Perkembangan zaman yang kian kompleks, dengan tempo yang makin tinggi, penuh perubahan dan tuntutan berat (*demanding*), menimbulkan kejenuhan dan tekanan hidup yang harus diimbangi dengan hal-hal yang lebih ringan, yang dapat mengurangi ketegangan, menimbulkan inspirasi baru, atau membuka kesempatan 'pelarian' sesaat guna menyegarkan diri dan mengembalikan keseimbangan. Begitu rupa pentingnya hiburan dewasa ini, sehingga pendidikan dan informasi melalui media massa - terutama radio dan teve - makin cenderung digabungkan (*konvergen*) dengan hiburan, berkembang ke arah bentuk komunikasi baru *infotainment* dan *edutainment*. Komunikasi bunglon ini memudahkan penerimaan pesan tetapi sebaliknya dapat mengurangi efektivitas komunikasi khalayak penerima mungkin lebih menyerap muatan hiburannya ketimbang muatan informasi yang dikomunikasikan.

Dari uraian di atas, jelas terlihat bahwa tekanan atau pengutamaan pada suatu fungsi dapat mengurangi pelaksanaan fungsi yang lain. Masing-masing fungsi dapat menjadi kendala atau dikendalai oleh pelaksanaan fungsi yang lain. Dengan kata lain, efektivitas sesuatu fungsi komunikasi dapat dipengaruhi atau berkurang oleh fungsi lain.

E. Radio Sebagai Media Dakwah

Radio merupakan salah satu di antara alat komunikasi massa. Seperti media massa lain, radio pun mempunyai fungsi sebagai alat pemberi informasi. Lewat radio, seseorang dapat mengetahui dan memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik, muatan sajiannya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, moral, dan akhlak seseorang. Sebagai alat penghibur, siaran radio bisa membuat seseorang terhibur, senang, memenuhi hobi, dan mengisi waktu luang.

Saat ini sistem pendidikan belum memberikan porsi yang cukup bagi pendidikan agama. Wajar apabila *RRI* ikut meresponsnya. Menurut pendapat beberapa pakar, dengan belajar agama, kemudian merefleksikannya dalam tingkah laku, moralitas yang baik dapat terbentuk. Di sisi lain, radio mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan media lain (cetak). Dengan "suara", tanpa ilustrasi kasatmata, seseorang akan terpengaruh.

Karena radio sebagai media, muatan-muatan agama tak harus hadir secara normatif, tapi lewat pendekatan sosiologis dan psikologis agar "menyentuh" para pendengar. Format acara agama dapat berupa ceramah, dialog, fragmen, langgan suara, *feature* majalah udara, uraian, diskusi, dialog interaktif, dan radio *spot/slide audio*.

Kelebihan-kelebihan media radio sebagai media dakwah adalah

- a) Bersifat langsung

Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana penyampaian materi dakwah lewat pers, majalah umpamanya. Dengan mempersiapkan secarik kertas, da'i dapat secara langsung menyampaikan dakwah di depan mikrofon.

- b) Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan

Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa

siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju. Daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau dakwah dengan media lain dapat diatasi dengan media ini.

c) Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat

Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan adalah daya tarik yang kuat dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkait tiga unsur yang ada padanya, yakni: musik, kata-kata, dan efek suara

d) Biaya yang relatif murah

Di banyak negara di dunia ketiga Asia, dan Amerika Latin, Radio umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin. Bedanya komunikasi cuma kecanggihannya dari radio itu sendiri.

e) Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil

Di beberapa negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungi tempat-tempat terpencil.

f) Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis

Di samping keuntungan-keuntungan di atas radio juga memiliki keuntungan lain. Siaran radio tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis khalayak.

Di beberapa negara Asia tingkat kemampuan baca dan tulis populasinya lebih dari 60%. Jutaan orang tersebut tidak disentuh oleh media massa lain kecuali bahasa radio dalam bahasa mereka.

6. 2 Televisi

I. Ruang Lingkup Pertelevisian

A. Televisi dan Perkembangan Dewasa Ini

Televisi adalah paduan radio (broadcast) dan film (moving picture). Pada penonton di rumah-rumah tak mungkin menangkap siaran TV, kalau tidak ada unsur-unsur radio. Dan tak mungkin dapat melihat gambar-gambar yang bergerak pada layar pesawat TV, jika tidak ada unsur-unsur film.

Suatu program siaran TV dapat dilihat dan didengar oleh penonton; oleh karena dipancarkan oleh pemancar. Kalau pemancarnya “mati” atau tidak di udara, maka mereka tidak bisa melihat apa-apa. Dalam segi ini prinsip pemancaran oleh pemancar TV dan prinsip penangkapan oleh pesawat TV adalah sama dengan prinsip radio. Sering terjadi gambar-gambar layar TV mendadak menjadi jelek atau berubah bentuknya, sedangkan suaranya tetap baik. Di sini jelas, bahwa segi auditifnya baik. Jelas pula, bahwa pada siaran TV terdapat unsur radio.

Secara etimologi (bahasa) kata televisi berasal dari kata *tele* yang berarti jauh dan visi (vision) yang berarti penglihatan. Jauhnya diusahakan oleh prinsip radio dan segi penglihatannya diusahakan oleh gambar. Sebab itu televisi pada hakekatnya adalah perpaduan antara radio (*broadcast*) dan film (*motion picture*)

Televisi bermakna sebagai media atau alat untuk menyampaikan pesan atau gambar melalui gelombang yang dapat dilihat dalam bentuk nyata. Televisi merupakan “alat elektronik yang berfungsi menyebarkan gambar dan diikuti oleh suara tertentu, pada dasarnya sama dengan gambar hidup bersuara.

Dipandang dari segi penggunaan, dapat dijelaskan macam-macam bentuk televisi, yakni:

- a. Televisi siaran, yaitu pemancaran melalui saluran televisi umum dengan berkas pancaran meluas atau tidak tertuju ke arah tertentu. Pemancaran ini merupakan rangkaian terbuka (*open circuit*) dan umumnya dapat diterima oleh pesawat penerima biasa.
- b. Televisi rangkaian tertutup (*close circuit television*) yang pancarannya tidak dapat melalui kabel koaksial atau gelombang mikro (untuk ini diperlukan peralatan penerimaan khusus).
- c. Televisi pengajaran dengan pelayanan tertentu (*instructional television fixed service*) yaitu sistem pemancaran dan penerimaan televisi pada frekuensi istimewa yang khususnya telah dialokasikan.
- d. Televisi *slow scan* yaitu sistem pemancaran gambar mati secara bertahap dengan melalui saluran telepon atau radio biasa. Sistem ini mirip dengan facsimile, hanya dalam *slow scan* gambar dibentuk dalam waktu yang singkat dan gambar disajikan dalam CTR (*Cathode Ray Tube*), sedangkan facsimile memproduksi kopi cetak (*copy printout*) dalam waktu yang lebih lama.
- e. Televisi *time shared*, suatu rangkaian sistem yang satu saluran televisi memancarkan, misalnya 300 gambar mati kepada 300 penonton yang berlainan, masing-masing untuk 30 detik. Biasanya kita mengamati 300 frame yang berurutan dari satu gambar yang hidup.
- f. TL blackboard yaitu suatu teknik yang dikembangkan oleh ITB dengan bekerjasama T.H. Delf yang mampu memancarkan secara serentak suara dengan tulisan dan garis yang dibuat di sebidang papan khusus.

Televisi mulai berkembang di Amerika Serikat yang dimotori oleh National Broadcasting Company (NBC) dan Columbia Broadcasting System (CBS) pada tahun 1938-1939 dengan melakukan percobaan-percobaan untuk mengirim telecast. Namun akibat perang dunia kedua menyebabkan usaha itu terhenti. Baru setelah selesai perang dunia kedua bermunculanlah banyak stasiun televisi di Amerika Serikat seperti American Broadcasting Company) dan lain-lain. Disamping itu orang Eropa juga mulai membangun stasiun televisi, seperti di Inggris dengan BBC-nya, juga di Negara-negara lain termasuk di kawasan Asia.

Sementara itu perkembangan televisi di Indonesia mulai mengudara sejak tanggal 17 Agustus 1962 dengan studio yang sederhana di kompleks Senayan Jakarta, ketika dilangsungkannya pesta olah raga Asian Games di Jakarta. Waktu itu siarannya terbatas hanya 3 jam sehari dengan wilayah liputan Jakarta dan Bogor. Sampai tahun 1965 televisi di Indonesia yang waktu itu hanya ada TVRI memiliki dua stasiun penyiar dengan empat stasiun pemancar dan lima stasiun penghubung. Sejak tahun 1973 sampai dengan tahun 1978, TVRI mengembangkan diri dengan mendapat tambahan lima buah stasiun penyiar, sehingga menjadi tujuh buah stasiun penyiar dengan 77 buah stasiun pemancar dan 11 stasiun penghubung.

Dewasa ini pertelevisian di Indonesia semakin marak dengan banyaknya muncul televisi-televisi swasta disamping televisi milik pemerintah (TVRI). Hal ini sebagai respon atas perkembangan media komunikasi dan persaingan untuk memberikan informasi kepada seluruh masyarakat secara akurat.

B. Media televisi Sebagai Sarana Informasi dan Hiburan

Media televisi memainkan peranan yang cukup penting dalam menyampaikan informasi-informasi yang aktual kepada masyarakat. Fungsi utama media televisi adalah sebagai sumber informasi penting bagi masyarakat. Secara luas fungsi media televisi adalah untuk

menyebarkan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang.

Ada beberapa fungsi media televisi sebagai bagian dari media massa antara lain:

1. Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional maupun internasional.
2. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Motivasi, yakni mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar dari media massa.
4. Bahan diskusi, menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga untuk meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.

Ada beberapa karakteristik media televisi:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

Televisi juga bersifat *auditive visual* yakni mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap masyarakat yang menontonnya dan pengaruh tersebut bisa positif dan juga bisa negatif. Televisi mempunyai peranan yang cukup besar dalam membentuk watak dan kepribadian masyarakat. Dari informasi-informasi yang diterima oleh masyarakat lewat televisi, masyarakat melakukan imitasi atau peniruan terhadap segala bentuk sifat, gaya, penampilan watak dan perilaku yang ada tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu segi baik dan buruknya.

Kelebihan Televisi

1. Kekuatan media televisi ialah menguasai jarak dan ruang karena televisi telah menggunakan elektromagnetik, kabel dan fiber yang dipancarkan (transmisi) melalui satelit.
2. Nilai aktualitas terhadap saut liputan atau pemberitaan, sangat cepat.
3. Daya rangsang seseorang terhadap media televisi, cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak (ekspresif).

4. Informasi yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis, sehingga pemirsa tidak perlu lagi mempelajari isi pesan dalam menangkap siaran televisi.

Kelemahan Televisi

1. Sukar dijangkau oleh masyarakat, karena televisi relatif mahal harganya dibandingkan dengan radio. Akan tetapi kelemahan ini nampaknya dapat ditunjang adanya kebiasaan masyarakat menonton televisi, walaupun mereka tidak memiliki.
2. Kadang-kadang masyarakat dalam menonton hanya sebagai pelepas lelah (hiburan) sehingga mereka tidak senang.
3. Bersifat “transitory” yaitu isi pesannya tidak dapat dimemori oleh pemirsa
4. Media televisi terikat oleh waktu tontonan
5. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar

C. Fungsi Televisi

Ada beberapa fungsi televisi dalam hal ini sama dengan komunikasi massa lainnya bagi masyarakat maupun individu. Menurut Sien MacBride, mengemukakan 8 fungsi komunikasi sebagai berikut:

- 1) Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
- 2) Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- 3) Motivasi, yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dengan lewat media massa.
- 4) Mendidik, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun nonformal di luar sekolah.
- 5) Kebudayaan, yakni menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran televisi, atau bahan tercetak sebagai buku dengan penerbitan lainnya.
- 6) Menghibur, media massa menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga, kantor dan sebagainya.
- 7) Integrasi, yakni banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras.

D. Pemanfaatan Media Televisi dalam kegiatan dakwah

Pemanfaatan televisi untuk kegiatan penyampaian pesan agama adalah sangat tepat, sebab televisi adalah media elektronik yang menjangkau seluruh pemirsa secara merata dalam suatu kegiatan yang dikemas secara rapi dan penonton pun dapat menerimanya. Efektifitas dan efisiensi televisi dalam kegiatan keagamaan adalah terletak pada juru penerangan dan audience yang seolah-olah dapat langsung berhadapan oleh sejumlah orang.

Memanfaatkan televisi sebagai sarana penyampaian pesan agama kepada masyarakat harus diprioritaskan materinya kepada tiga misi pembangunan di bidang agama yang dikembangkan oleh pemerintah. Misi penting tugas dan fungsi pembangunan di bidang agama yang dikembangkan oleh

pemerintah. Misi penting tugas dan fungsi-fungsi pembangunan di bidang agama yang dicanangkan oleh pemerintah sejalan dengan misi dakwah dalam perspektif Islam, yakni:

1. Mantapnya iman dan takwa sehingga bangsa Indonesia tidak terombang-ambing pada saat pembangunan nasional tinggal landas.
2. Semakin luasnya wawasan dalam memahami dan menghayati ajaran agama dengan tetap bertumpu pada iman. Agama dijadikan kekuatan etik, moral dan spiritual dalam pembangunan.
3. Mantapnya kerukunan hidup umat beragama dalam tiga aspek kerukunan hidup beragama sebagai pondasi stabilitas nasional yang menjamin persatuan bangsa.

Perioritas pesan agama yang disampaikan melalui televisi disamping mempertimbangkan dimensi penyampaian informasi tentang ajaran agama baik dimensi aqidah, akhlak, dan syari'at Islam, juga harus menyampaikan nilai-nilai pengajaran dalam Islam yang mampu mengantisipasi persoalan pembangunan bangsa dengan penyelesaian lewat nilai-nilai Islam. Perioritas pesan agama harus bersentuhan dengan kebutuhan keagamaan umat dan fungsi agama dalam kehidupan sosial.

Peran yang dilakukan oleh media televisi dalam menyampaikan pesan Agama cukup efektif membawa masyarakat untuk memahami ajaran Islam secara kaffah sepanjang ia merealisasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya titik persambungan antara pesan media televisi dalam menyampaikan pesan agama dengan masyarakat sebagai audience atau peenriam pesan tersebut, hal ini memberikan gamabran bahwa media televisi benar-benar mampu dan cukup efektif bagi peningkatan kesadaran beragama masyarakat.

Metode siaran keagamaan yang akan dilaksanakan seorang da'i melalui siaran televisi, sebaiknya memperhatikan beberapa aspek, yakni:

1. Aspek politis

Para da'i yang akan melaksanakan dakwah lewat siaran televisi hendaklah memberi dukungan terhadap program-program pembangunan, terutama meningkatkan pembangunan dalam bidang keagamaan, seperti kerukunan umat beragama, kerukunan antar umat beragama, dan kerukunan umat beragama dengan pemerintah, sehingga tercipta kehidupan yang harmonis.

2. Aspek Strategis

Televisi merupakan media massa yang strategis dalam membangun moral bangsa terutama dalam memberikan motivasi bai masyarakat untuk meningkatkan pengeahuan keagamaan dan kesadaran mengamalkan ajaran agama yang dianutnya. Namun harus disadari bahwa kegiatan dakwah di televisi sangat berbeda dengan kegiatan dakwah pada tempat-tempat lainnya. Metode siaran keagamaan yang dilakukan melalui televisi lebih luas jangkauannya. Masyarakat sebagai sasaran dakwah sifatnya abstrak, berbeda tempat, pemikiran, umur, status social bahkan agama. Kondisi yang demikian kompleks tentu tidak mudah menciptakan keseragaman pemahaman dikalangan pemirsa. Oleh karenanya para da'i yang menyampaikan dakwah melalui televisi tidak bersifat khutbah yang membahas masalah-masalah agama secara mendetail. Selain itu para da'i dalam dakwahnya sebaiknya menggunakan kata-kata himbauan dan ajakan yang menyenangkan audience serta didukung dengan teknik penyampaian yang baik.

3. Aspek Psikologis

Dalam aspek psikologis seorang da'i dituntut untuk mampu memilih materi dan metode dakwah yang sejalan dengan selera maupun kebutuhan pemirsa, misalnya kegemaran remaja tentu berbeda dengan orang tua.

Dengan mempertimbangkan aspek psikologis tersebut, para da'i dapat menyusun materi dakwah dengan baik, sehingga siaran keagamaan yang disampaikan akan mampu memberikan kepuasan bagi pemirsanya.

Dibandingkan media massa lainnya televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat informatif, hiburan, pendidikan dan sosial kontrol.

6.3 Film

Film adalah media yang begitu pas dalam memberikan influence bagi masyarakat umum. Penonton film seringkali terpengaruh dan cenderung mengikuti seperti halnya peran yang ada pada film tersebut. Maka ini dapat menjadi peluang yang baik bagi pelaku dakwah ketika efek dari film tersebut bisa diisi dengan konten-konten keislaman.

Film bisa menjadi suatu tontonan yang menghibur, dan dengan sedikit kreatifitas kita bisa memasukan pesan-pesan dakwah pada tontonan tersebut seperti hanya para pendahulu kita. Menurut Onong Uchjana Efendi, film merupakan medium komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Bahkan, Jakb Sumardjo, dari pusat pendidikan film dan televisi, menyatakan bahwa film berperan sebagai pengalaman dan nilai.

Laju perkembangan media informasi juga di topang dengan dunia perfilman. Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja sebagai hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan, bahkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi (*to influence*) massa dalam membentuk dan membimbing *public opinion*.

Film adalah gambar-hidup, juga sering disebut movie. Film, secara kolektif, sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia para sineas sebagai seluloid. Pengertian secara harafiah film (sinema) adalah Cinemathographie yang berasal dari Cinema + tho = phytos (cahaya) + graphie = grhap (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus, yang biasa kita sebut dengan kamera.

Definisi Film Menurut UU 8/1992, adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, eletronik, dan lainnya;

Istilah film pada mulanya mengacu pada suatu media sejenis plastik yang dilapisi dengan zat peka cahaya. Media peka cahaya ini sering disebut selluloid. Dalam bidang fotografi film ini menjadi media yang dominan digunakan untuk menyimpan pantulan cahaya yang tertangkap lensa. Pada generasi berikutnya fotografi bergeser padapenggunaan media digital elektronik sebagai penyimpan gambar.

Dalam bidang sinematografi perihal media penyimpan ini telah mengalami perkembangan yang pesat. Berturut-turut dikenal media penyimpan selluloid (film), pita analog, dan yang terakhir media digital (pita, cakram, memori chip). Bertolak dari pengertian ini maka film pada awalnya adalah karya sinematografi yang memanfaatkan media selluloid sebagai penyimpannya.

Menurut Sergei Esenstien tanggal lahir film secara resmi adalah pada tanggal 28 Oktober 1895, dikala itu Lumiere bersaudara mempertunjukkan filmnya yang pertama di Grand Cape yang terletak di Boulevard des Capuccius di Paris. Barulah kemudian perfilman berkembang keseluruh dunia (Latief : 1989 : 183-184).

Menurut Drs. Oeyhong Lee dalam bukunya : Publisistik Film menjelaskan tentang perkembangan perfilman di Amereika serikat, sebagai salah satu Negara yang memiliki Industri film yang termaju di dunia. Sejarah perfilman di Amerika Serikat dapat dibagi dalam beberapa periode sebagai berikut :

- a. 1895-1903 = masa permulaan film bisu
- b. 1903-1927 = masa film cerita bisu
- c. 1927-1935 = masa film bicara hitam putih
- d. 1935-1953 = masa film berwarna
- e. 1953 – sekarang = masa film wide screen

Sementara perkembangan perfilman di Indonesia menurut Dja'far Husein Assegaf dalam bukunya Bunga Rampai Media Massa mengemukakan menurut catatan Armijn Pane, inisiatif pembuatan film di Indonesia pada mulanya dipegang oleh dua orang tokoh Eropa yaitu F. Carli dan G. Kruger pada tahun 1927 di Bandung. Mereka pernah memproduksi film yang berjudul Eulis Atjih, dan Lutung Kasarung. Perkembangan film selanjutnya banyak dikelola oleh orang-orang Tionghoa. Tercatat nama Liem Goan Lian sebagai produsen film yang menghasilkan film yang berjudul "Melati Van Agam" pada tahun 1928 dengan memakai bitang filmnya dari kalangan orang-orang Thionghoa. Pada tahun 1934 seorang cineas berkebangsaan Belanda yaitu Mannus Franken telah berhasil membuat film yang berjudul Parih. Inilah sejarah singkat mengenai dunia perfilman baik di dunia Internasional maupun Indonesia (Latief : 1989 : 184-188).

A. Sejarah Film

Di Indonesia, film pertamakali diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia (Jakarta). Pada masa itu film disebut "Gambar Idoep". Pertunjukkan film pertama digelar di Tanah Abang. Film adalah sebuah film dokumenter yang menggambarkan perjalanan Ratu dan Raja Belanda di Den Haag. Pertunjukan

pertama ini kurang sukses karena harga karcisnya dianggap terlalu mahal. Sehingga pada 1 Januari 1901, harga karcis dikurangi hingga 75% untuk merangsang minat penonton.

Film cerita pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1905 yang diimpor dari Amerika. Film-film impor ini berubah judul ke dalam bahasa Melayu. Film cerita impor ini cukup laku di Indonesia. Jumlah penonton dan bioskop pun meningkat. Daya tarik tontonan baru ini ternyata mengagumkan. Film lokal pertama kali diproduksi pada tahun 1926. Sebuah film cerita yang masih bisu. Agak terlambat memang. Karena pada tahun tersebut, di belahan dunia yang lain, film-film bersuara sudah mulai diproduksi.

Film cerita lokal pertama yang berjudul *Loetoeng Kasaroeng* ini diproduksi oleh NV Java Film Company. Film lokal berikutnya adalah *Eulis Atjih* yang diproduksi oleh perusahaan yang sama. Setelah film kedua ini diproduksi, kemudian muncul perusahaan-perusahaan film lainnya seperti *Halimun Film Bandung* yang membuat *Lily van Java* dan *Central Java Film Coy* (Semarang) yang memproduksi *Setangan Berlumur Darah*.

Industri film lokal sendiri baru bisa membuat film bersuara pada tahun 1931. Film ini diproduksi oleh *Tans Film Company* bekerjasama dengan *Kruegers Film Bedrif* di Bandung dengan judul *Atma de Vischer*. Selama kurun waktu itu (1926-1931) sebanyak 21 judul film (bisu dan bersuara) diproduksi. Jumlah bioskop meningkat dengan pesat. *Filmrueve* (majalah film pada masa itu) pada tahun 1936 mencatat adanya 227 bioskop.

Untuk lebih mempopulerkan film Indonesia, *Djamaludin Malik* mendorong adanya Festival Film Indonesia (FFI) I pada tanggal 30 Maret-5 April 1955, setelah sebelumnya pada 30 Agustus 1954 terbentuk PPSI (Persatuan Perusahaan Film Indonesia). Film *Jam Malam* karya *Usmar Ismail* tampil sebagai film terbaik dalam festival ini. Film ini sekaligus terpilih mewakili Indonesia dalam Festival Film Asia II di Singapura. Film ini dianggap karya terbaik *Usmar Ismail*. Sebuah film yang menyampaikan kritik sosial yang sangat tajam mengenai para bekas pejuang setelah kemerdekaan.

Film-film Indonesia selama dua dekade ini (1980-an dan 1990-an) terpuruk sangat dalam. Insan film Indonesia seperti tak bisa berlutik menghadapi arus film impor. Masalah yang dihadapi harus diakui sangatlah kompleks. Mulai dari persoalan dana, SDM, hingga kebijakan pemerintah. Persoalan ini dari tahun ke tahun semakin melebarkan jarak antara film, bioskop dan penonton, tiga komponen yang seharusnya memiliki pemahaman yang sama terhadap sebuah industri film. Dan itu menjadi suatu tantangan bagi para sineas film dakwah.

Di awal millenium baru ini tampaknya mulai ada gairah baru dalam industri film Indonesia terutama film yang mengusung tema Dakwah. Seperti halnya film *Kiamat Sudah Dekat*, *Kun Fa Yakun*, *Perempuan Berkalung Sorban*, *Ketika Cinta Bertasbih*, Hingga film *Ayat-ayat Cinta* yang begitu fenomenal akhir-akhir ini semakin memberikan peluang bagi para sineas dakwah.

Kenyataan ini cukup memberi harapan bagi para sineas-sineas dakwah, karena tidak hanya film yang ber-genre-kan horor, percintaan remaja atau komedi berbalut seksualitas yang bisa diterima masyarakat umum namun film yang bernuansakan islam pun laku untuk diedar. Maka hal tersebut bisa menjadi suatu modal besar bagi para sineas dakwah dalam mengtransformasikan nilai keislaman pada media ini.

B. Unsur-Unsur Dari Film

1. Director (Sutradara), Bertugas memimpin dan mengarahkan keseluruhan proses pembuatan film.
2. Pembuat Ide cerita, Pencetus atau pemilik ide cerita pada naskah film yang diproduksi.
3. Script Writer, Bertugas menterjemahkan ide cerita ke dalam bahasa visual gambar atau skenario.
4. Kameramen, Bertugas mengambil gambar atau mengoperasikan kamera saat shooting.
5. Lighting, Bertugas mengatur pencahayaan dalam produksi film.
6. Tata musik (music director), Bertugas membuat atau memilih musik yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.
7. Tata kostum, (costume designer), Bertugas membuat atau memilih dan menyediakan kostum atau pakaian yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.
8. Make up Artist, Bertugas mengatur make up yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film
9. Sound effect (sound recorder), Bertugas membuat atau memilih atau merekam suara dan efek suara yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.
10. Tata artistik (artistic director), Bertugas membuat dan mengatur latar dan setting yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.
11. Editor, Bertugas melakukan editing pada hasil pengambilan gambar dalam produksi film.
12. Kliper, Bertugas memberi tanda pengambilan shot dalam produksi film.
13. Pencatat adegan, Bertugas mencatat adegan atau shot yang diambil serta kostum yang dipakai dalam produksi film.
14. Casting, Bertugas mencari dan memilih pemain yang sesuai ide cerita dalam produksi film.

C. Jenis-Jenis Film

1. Film Sandirawa

Sepanjang sejarahnya terdapat beberapa istilah untuk menyebut seni teater, yakni drama, tonil, sandiwara, komidi, lakon, dan teater.

Drama berasal dari bahasa Yunani “*dram*” yang berarti gerak atau perbuatan. Dalam bahasa Inggrisnya “*action*”. Moulton dalam Dramatic Artis mengemukakan drama adalah *life presented in action* atau suatu segi kehidupan yang disajikan dengan gerak. Dengan demikian, gerak (baik berupa bicara, isyarat, maupun gerak-gerik di panggung) merupakan esensi pokok dalam drama. Drama juga terkadang dikombinasikan dengan musikan dan tarian, sebagaimana opera.

Dalam bahasa Belanda drama adalah toonel, yang memiliki arti pertunjukan. Istilah ini mulai dikenal di Indonesia pada zaman penjajahan Belanda sebelum Perang Dunia II, yang kemudian oleh

PKG Mangkunegara VII dibuat istilah sandiwara. Sandiwara berasal dari bahasa Jawa “sandhi” yang berarti rahasia, dan “warah” yang berarti ajaran/pengajaran. Jadi sandiwara dapat diartikan sebagai pengajaran yang disampaikan secara rahasia atau melalui perlambang-perlambang dalam suatu bentuk tonton. Istilah ini mulai dikenal di Indonesia pada zaman penjajahan Jepang (1942-1945), sebagai pengganti kata toonel yang kebelanda-belandaan.

Teater berasal dari bahasa Yunani “*thetron*” yang berarti takjub memandang. Pada perkembangan berikutnya, teater mewakili tiga pengertian yaitu:

1. Sebagai gedung tempat pertunjukkan atau panggung yakni sejak zaman Thucydides (471-295 SM) dan Plato (428-348 SM)
2. Sebagai publik/auditorium, yakni sejak zaman Herodotus (490-424 SM)
3. Sebagai suatu bentuk karangan pertunjukkan. Secara etimologis teater adalah gedung pertunjukkan atau auditorium. Dalam arti luas, teater ialah segala tontonan yang dipertunjukkan di depan orang banyak. Teater bisa juga diartikan sebagai drama, kisah hidup dan kehidupan manusia yang diceritakan di atas pentas dengan media: percakapan, gerak dan laku didasarkan pada naskah yang tertulis ditunjang oleh dekor, musik, nyanyian, tarian, dan sebagainya.

Adapun dikatakan film sebagai sandiwara disini adalah ketika film itu di buat melalui tahapan-tahapan yang telah dijelaskan di atas setelah itu di perankan oleh seorang aktor ataupun aktris yang merupakan peran-peran yang ada dalam sebuah naskah lalu merelka mendialogkan atau melakonkan dari sebuah cerita itu sesuai dengan naskah tersebut dengan adegan-adegan yang ada tertulis dalam sebuah cerita itu. Adapun contoh sandiwara itu:

2. Film Dokumentasi

a. Pengertian Dokumentasi/ Dokumenter

A documentary is the sum of relationships during period of shared action and living, a composition made from the sparks generated during a meeting hearts and minds.

(Dokumenter adalah penggabungan antara sejumlah bagian kegiatan dan kehidupan nyata, sesuatu yang berisi tentang generasi kehidupan pertemuan antara hati dan jiwa) (Michael : 2000 : 31).

Dokumenter bisa kita sebut juga sebagai sesuatu dokumentasi yang *real* atau nyata yakni tidak dibuat-buat maupun direkayasa. Suatu rekaman yang diabadikan pada saat keadaan sebenarnya berlangsung, saat orang yang menjadi objeknya berbicara, apa adanya, spontan dan tanpa media perantara.

Film adalah gambar hidup yang merupakan karya cipta seni dan budaya yang dibuat oleh manusia yang dijadikan alat komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat

asas sinematografi yang direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan ditayangkan dengan system proyeksi mekanik elektronik.

Dari beberapa pengertian diatas jadi dapat kita simpulkan bahwa pengertian film dokumentasi adalah suatu rekaman yang kompleks yang mendokumentasikan kenyataan yang ada, tidak dibuat-buat maupun direkayasa. Film yang tidak dibintangi oleh actor opera sabun tetapi diperankan oleh orang biasa maupun orang yang memiliki tingkat kepentingan tertentu untuk tema rekaman dokumentasi itu sendiri.

Raymond Spottiswoode dalam bukunya *A Grammar of the Film* menyatakan film dokumenter dilihat dari subjek dan pendekatannya adalah penyajian hubungan manusia yang didramatisir dengan kehidupan kelebagaannya, baik lembaga industri, social, maupun politik, dan dilihat dari segi teknik merupakan bentuk yang kurang penting dibandingkan dengan isinya (Departemen Penerangan RI : 1991 : 5).

3. Film Animasi

1. Sejarah Film Animasi

Film kartun (cartoon film) dibuat untuk konsumsi anak-anak, tetapi dengan seiring berkembangnya zaman, film kartun bukan lagi hanya untuk konsumsi anak-anak saja, bahkan orang dewasa pun menikmati film kartun . Dapat di pastikan kita semua mengenal tokoh Donal bebek (*Donald Duck*), Putri Salju (*Snow White*), Miki Tikus (*Mickey Mouse*) yang diciptakan oleh seniman Amerika Serikat Walt Disney. Sebagian besar film kartun, selain mengandung unsur menghibur, tetapi juga ada mengandung unsur pendidikannya. Bahkan pada saat sekarang ini, film animasi selain digunakan sebagai tontonan dapat juga digunakan sebagai pelayanan pemerintah dan lain-lain (Ardianto dkk : 2004 : 140)

Film animasi berasal dari dua disiplin, yaitu film yang berakar pada dunia fotografi dan animasi yang berakar pada dunia gambar. Kata film berasal dari bahasa inggris yang telah di Indonesiakan, maknanya dapat kita lihat pada kamus umum Bahasa Indonesia: “1. barang tipis seperti selaput yang dibuat dari seluloid empat gambar potret negatif (yang akan dibuat potret atau dimainkan dalam bioskop); 2 lakon (cerita) gambar hidup” (Poerwadarminta : 1984)

Secara mendasar pengertian film yang menyeluruh sulit dijelaskan. Baru dapat diartikan kalau dilihat dari konteksnya; misalnya dipakai untuk potret negatif atau plat

cetak, film mengandung pengertian suatu lembaran pita seluloid yang diproses secara kimia sebelum dapat dilihat hasilnya; atau yang berhubungan dengan cerita atau lakon, film mengandung pengertian sebagai gambar hidup atau rangkaian gambar-gambar yang bergerak menjadi suatu alur cerita yang ditonton orang, bentuk film yang mengandung unsur dasar cahaya, suara dan waktu (Zawa : [2008](#) : 1 Oktober 2011).

Definisi animasi diambil dari kamus Oxford berarti film yang seolah hidup, terbuat dari fotografi, gambaran, boneka, dan sebagainya dengan perbedaan tipis antarframes, untuk memberi kesan pergerakan saat diproyeksikan (*The Little Oxford Dictionary 19*). Animate yang merupakan kata kerja dari bahasa Inggris berarti memberi nyawa (Marini : 1 Oktober 2011).

Sebenarnya, sejak jaman dulu, manusia telah mencoba menganimasi gerak gambar binatang mereka, seperti yang ditemukan oleh para ahli purbakala di gua Lascaux Spanyol Utara, sudah berumur dua ratus ribu tahun lebih, mereka mencoba untuk menangkap gerak cepat lari binatang, seperti celeng, bison atau kuda, digambarkannya dengan delapan kaki dalam posisi yang berbeda dan bertumpuk.

Orang Mesir kuno menghidupkan gambar mereka dengan urutan gambar-gambar para pegulat yang sedang bergumul, sebagai dekorasi dinding. Dibuat sekitar tahun 2000 sebelum Masehi (Thomas 1958:8). Lukisan Jepang kuno memperlihatkan suatu alur cerita yang hidup, dengan menggelarkan gulungan lukisan, dibuat pada masa Heian(794-1192) (ensiklopedi Americana volume 19, 1976).

Kemudian muncul mainan yang disebut *Thaumatrope* sekitar abad ke 19 di Eropa, berupa lembaran cakram karton tebal, bergambar burung dalam sangkar, yang kedua sisi kiri kanannya diikat seutas tali, bila dipilin dengan tangan akan memberikan santir gambar burung itu bergerak (Laybourne 1978:18).

Hingga di tahun 1880-an, Jean Marey menggunakan alat potret beruntun merekam secara terus menerus gerak terbang burung, berbagai kegiatan manusia dan binatang lainnya. Sebuah alat yang menjadi cikal bakal kamera film hidup yang berkembang sampai saat ini. Dan di tahun 1892, Emile Reynauld mengembangkan mainan gambar animasi yang disebut Praxinoscope, berupa rangkaian ratusan gambar animasi yang diputar dan diproyeksikan pada sebuah cermin menjadi suatu gerak film, sebuah alat cikal bakal proyektor pada bioskop (Laybourne 1978:23). Kedua pemula pembuat film bioskop, berasal dari Perancis ini, dianggap sebagai pembuka awal dari perkembangan teknik film animasi (Ensiklopedi Americanavo LV1 : 1976 : 740)

Sepuluh tahun kemudian setelah film hidup maju dengan pesatnya di akhir abad ke 19. Di tahun 1908, Emile Cohl pemula dari Perancis membuat film animasi sederhana berupa figure batang korek api. Rangkaian gambar-gambar blabar hitam (*black-line*) dibuat di atas lembaran putih, dipotret dengan film negative sehingga yang terlihat figur menjadi putih dan latar belakang menjadi hitam.

Sedangkan di Amerika Serikat Winsor McCay (lihat gambar disamping) membuat film animasi “Gertie the Dinosaur” pada tahun 1909. Figur digambar blabar hitam dengan latar belakang putih. Menyusul di tahun-tahun berikutnya para animator Amerika mulai mengembangkan teknik film animasi di sekitar tahun 1913 sampai pada awal tahun 1920-an; Max Fleischer mengembangkan “*Ko Ko The Clown*” dan Pat Sullivan membuat “*Felix The Cat*”. Rangkaian gambar-gambar dibuat sesederhana mungkin, di mana figure digambar blabar hitam atau bayangan hitam bersatu dengan latar belakang blabar dasar hitam atau dibuat sebaliknya. Mc Cay membuat rumusan film dengan perhitungan waktu, 16 kali gambar dalam tiap detik gerakan.

6.4 Hand Phone

A. Sejarah dan Perkembangan Handphone

Teknologi ini mulai digunakan tahun 1970 yang diawali dengan penggunaan mikroprosesor untuk teknologi komunikasi. Dan pada tahun 1971, jaringan handphone pertama dibuka di Finlandia bernama ARP. Menyusul kemudian NMT di Skandinavia pada tahun 1981 dan AMPS pada tahun 1983. Penggunaan teknologi analog pada generasi pertama menyebabkan banyak keterbatasan yang dimiliki seperti kapasitas trafik yang kecil, jumlah pelanggan yang dapat ditampung dalam satu sel sedikit, dan penggunaan spektrum frekuensi yang boros.

Di sisi lain, meningkatnya jumlah pelanggan tidak bisa ditampung generasi pertama. Selain itu, teknologi 1G hanya bisa melayani komunikasi suara, tidak seperti 2G yang bisa digunakan untuk SMS. NMT atau Nordic Mobile Telephone adalah jaringan handphone analog yang pertama kali digunakan secara internasional di Eropa Utara. Jaringan ini beroperasi pada frekuensi 450 MHz sehingga sering disebut NMT-450, ada juga NMT-900 yang beroperasi pada frekuensi 900 MHz.

Mengingat tuntutan pasar dan kebutuhan akan kualitas yang semakin baik, lahirlah teknologi generasi ke dua atau 2G. Generasi ini sudah menggunakan teknologi digital. Teknologi 2G lainnya adalah IS-95 CDMA, IS-136 TDMA dan PDC. Generasi kedua selain digunakan untuk komunikasi suara, juga bisa untuk SMS dan transfer data dengan kecepatan maksimal 9.600 bps (bit per second). Sebagai perbandingan, modem yang banyak digunakan untuk koneksi internet berkecepatan 56.000 bps (5,6 kbps). Kelebihan 2G dibanding 1G selain layanan yang lebih baik, dari segi kapasitas juga lebih besar. Karena pada 2G, satu frekuensi bisa digunakan beberapa pelanggan dengan menggunakan mekanisme Time Division Multiple Access (TDMA).

Standar teknologi 2G yang paling banyak digunakan saat ini adalah GSM (Global System for Mobile Communication), seperti yang dipakai sebagian besar handphone saat ini. GSM beroperasi pada frekuensi 900, 1800 dan 1900 MHz. GSM juga mendukung komunikasi data berkecepatan 14,4 kbps.

Sejarah GSM diawali dengan diadakannya konferensi pos dan telegraf di Eropa pada tahun 1982. Konferensi ini membentuk suatu study group yang bernama Groupe Special Mobile (GSM) untuk mempelajari dan mengembangkan sistem komunikasi publik di Eropa. Pada tahun 1989, tugas ini diserahkan kepada European Telecommunication Standards Institute (ETSI) dan GSM fase I diluncurkan pada pertengahan 1991.

Pada tahun 1993, sudah ada 36 jaringan GSM di 22 negara. Keunikan GSM dibanding generasi pertama adalah layanan SMS. SMS atau Short Message Service adalah layanan dua arah untuk mengirim pesan pendek sebanyak 160 karakter. GSM yang saat ini digunakan sudah memasuki fase 2.

Setelah 2G, lahirlah generasi 2,5 G yang merupakan versi lebih baik dari generasi kedua. Generasi 2,5 ini mempunyai kemampuan transfer data yang lebih cepat. Yang terkenal dari generasi ini adalah GPRS (General Packet Radio Service) dan EDGE.

Baru-baru ini, tren komunikasi seluler mulai beralih kepada generasi berikutnya yang diprediksikan akan menjadi teknologi komunikasi seluler yang menjanjikan. Generasi 3 atau 3G merupakan teknologi terbaru dalam dunia seluler. Generasi ini lebih dikenal dengan sebutan UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) atau WCDMA (Wideband – Coded Division Multiple Access). Kelebihan generasi terbaru ini terletak pada kecepatan transfer data yang mencapai 384 kbps di luar ruangan dan 2 Mbps untuk aplikasi indoor.

Selain itu, generasi ini dapat menyediakan layanan multimedia seperti internet, video streaming, video telephony, dan lain-lain dengan lebih baik. Generasi ketiga ini menggunakan teknologi CDMA yang awalnya muncul dari teknologi militer Amerika Serikat dan dikhususkan pada standar IS-95. Beberapa paten pada jaringan-jaringan yang ada sekarang yang berbasis pada teknologi CDMA dimiliki Qualcomm Inc., sehingga pembuat peralatan membayar royalti.

Teknologi CDMA membuat kapasitas suatu sel menjadi lebih besar dibanding sistem GSM karena pada sistem CDMA, setiap panggilan komunikasi memiliki kode-kode tertentu sehingga memungkinkan banyak pelanggan menggunakan sumber radio yang sama tanpa terjadinya gangguan interferensi dan cross talk. Sumber radio dalam hal ini adalah frekuensi dan time slot yang disediakan untuk tiap sel. Sistem komunikasi wireless berbasis CDMA pertama kali digunakan pada tahun 1995 dan sampai sekarang, CDMA merupakan saingan utama dari sistem GSM di banyak negara. Pada tahun 1999, the International Telecommunication Union (ITU) memilih CDMA sebagai standar teknologi untuk generasi ketiga (3G). Varian CDMA yang banyak digunakan adalah WCDMA dan TD-SCDMA.

Pada bulan Mei 2001 sudah terdapat 35 juta pelanggan CDMA di seluruh dunia. Dan pada tahun 2003, terdapat 100 juta pelanggan yang menggunakan CDMA di seluruh dunia. Kelebihan utama yang dimiliki generasi ketiga adalah kemampuan transfer data yang cepat atau memiliki bit rate yang tinggi.

Tingginya bit rate yang dimiliki menyebabkan banyak operator CDMA dapat menyediakan berbagai aplikasi multimedia yang lebih baik dan bervariasi, dan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Bayangkan saja, hanya dengan sebuah handphone, kita memiliki fasilitas kamera, video, komputer, stereo dan radio. Selain itu, berbagai fasilitas hiburan pun bisa dinikmati seperti video klip, keadaan lalu lintas

secara real time, teleconference, bahkan sekadar memesan tempat di restoran, cukup dengan menekan tombol di handphone.

Ketika kita duduk di rumah pun, kita masih bisa melakukan berbagai hal tanpa harus keluar ruangan, seperti mengecek saldo bank, membayar SPP untuk kuliah anak-anak, memesan makanan dan lain-lain. Itu semua bukan hal yang mustahil bagi generasi ketiga.

Dalam jangka panjang, CDMA dan teknologi-teknologi lainnya seperti GSM akan dibandingkan berdasarkan pada biaya total per pelanggan dari jaringan infrastruktur dan harga pesawat telepon. Dengan 3G, komunikasi murah dan berkualitas bukan impian belaka.

B. Hand phone Sebagai Media Massa Ketujuh

Jika ditinjau dari media yang digunakan, komunikasi dengan HP masuk ke dalam bentuk komunikasi air massa. Komunikasi air massa lain yang pernah dikenal antara lain lewat telepon rumah, lewat surat dan lewat faximile. Ciri yang menyertai bentuk komunikasi ini adalah tidak melibatkan massa yang heterogen dan komunikatornya tak melembaga, tetapi melibatkan peralatan lain seperti yang sudah disebutkan di atas.

HP tidak hanya bisa digunakan untuk menerima dan menelepon, tetapi juga untuk mengirim SMS, mengirim dan menerima gambar, mengirim dan menerima gambar, mengirim dan menerima ring tone. Masing-masing jenis telepon berbeda satu sama lain tentang fasilitas yang disediakan. Untuk SMS saja, ada yang fasilitasnya hanya 1600 karakter ada pula yang sampai 459 karakter. Artinya, jika Anda menulis pesan 200 karakter dengan HP fasilitas 160 karakter tidak bisa dilakukan. Bisa dilakukan, tetapi pengirimannya dua kali. Lebih dari itu, HP sekarang banyak jenis dan variasi fasilitas yang disediakan misalnya bisa merekam gambar.

Fenomena baru terjadi di dunia komunikasi dan informasi kini. Media massa tidak lagi dikuasai oleh media massa tradisional seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, ataupun media massa yang biasa digunakan sebagai alat promosi. Setelah kehadiran media online yang cukup fenomenal mampu menguak beberapa isu di tanah air, bahkan menggerakkan massa seperti aksi kemanusiaan koin prita yang belum lama ini menjadi bahasan hangat tiap media. Kini, telah hadir sebuah bentuk media massa ketujuh yang memiliki potensi untuk industri bisnis tanah air yakni telepon seluler (ponsel).

Ada tiga hal yang menandai kebangkitan era telepon seluler sebagai media massa ketujuh ini. Pertama, jumlah pemegang ponsel yang begitu besar. Saat ini, pemegang ponsel di dunia sudah mencapai angka empat milyar pengguna. Khusus untuk wilayah Indonesia, diperkirakan ada 150 juta pelanggan ponsel. Jika, kita asumsikan dari total pelanggan ada 20 Juta pelanggan memiliki 2 ponsel, maka ada 110 juta penduduk yang memiliki ponsel yang aktif. Jumlah ini tentunya sudah sangat memenuhi kriteria massa.

Kedua, variasi bentuk SMS (Short Message Service) sebagai fitur-fitur yang mendukung seperti EMS (Enhanced Messaging System) dan MMS (Multimedia

Messaging System). EMS, pesan yang dikirim tidak hanya dalam bentuk text, melainkan berbentuk suara atau gambar. Kemudian MMS menyempurnakannya, dimana pesan yang dikirim dapat dikemas dengan membawa 3 unsur, yaitu gambar, suara, dan text sekaligus. Baik EMS maupun MMS dapat disiarkan (broadcast) dari satu aplikasi ke banyak pelanggan sekaligus, sehingga pemilik pesan dapat mengemas pesannya dalam format yang lebih kaya (rich format) daripada sekedar tulisan singkat. Fakta ini tentunya semakin memperkuat predikat ponsel sebagai media massa.

Fakta yang ketiga adalah tersedianya fungsi internet di ponsel. Konvergensi internet dan telekomunikasi menstimulasi vendor-vendor infrastruktur telekomunikasi dan vendor ponsel mengembangkan aplikasi sehingga ponsel beralih fungsi menjadi alat untuk mengakses internet. Dengan internet, format pesan yang disiarkan lebih kaya lagi. Lihatlah trend sekarang, ponsel yang diburu adalah BlackBerry, iPhone, Smartphone, yang intinya bisa mengakses internet. Ditambah pula, bahwa sekarang Operator Seluler ramai-ramai menawarkan fitur akses internet berkecepatan tinggi. Fakta ini didukung oleh pola komunikasi masyarakat yang senang mengakses internet menggunakan ponsel untuk sekedar cek e-mail, browsing, hingga beraktivitas di situs jejaring sosial.

C. Pemanfaatan Hand phone untuk Dakwah

Adanya internet misalnya, justru seharusnya menjadikan kita lebih banyak belajar dengan adanya banyak informasi yang bermanfaat, khususnya belajar agama dan untuk dakwah. Banyak sekali situs yang menyediakan materi-materi ke-Islaman yang cukup lengkap, bahkan interaktif. Sebut saja misalnya, Manajemen Qalbu (cybermq.com), Era Muslim (eramuslim.com), Percikan Iman (percikan-iman.com), My Quran (myquran.com), Pesantren Virtual (pesantrenvirtual.com), Media Muslim (mediamuslim.info), dll. Muhammadiyah pun nampaknya mulai melirik dunia maya ini, tengok saja misalnya situs web muhammadiyah.or.id, muhammadiyah-tabligh.or.id, suara-muhammadiyah.com, dll. Komunitas interaktif sebagai media saling belajar keagamaan di forum-forum atau mailing list juga semakin marak, seperti di milis Muhammadiyah.

Selain internet, saat ini mulai muncul pula perkembangan teknologi seluler untuk dakwah, yakni dengan pemanfaatan HP sebagai media penyebarluasan ajaran Islam atau m-Dakwah (mobile dakwah). Mengingat jumlah pengguna yang sedemikian besar, pemanfaatan HP untuk dakwah dapat menjanjikan jangkauan yang lebih luas. Selain itu perangkat HP sudah cukup murah, operasional penggunaan perangkat ini juga relatif mudah dibanding penggunaan komputer.

HP sebenarnya adalah perangkat yang cukup canggih. Memiliki kemampuan tidak hanya sebatas komunikasi suara ataupun SMS. HP saat ini memiliki kemampuan merekam suara, memotret, merekam video, serta menjalankan software aplikasi seperti Java atau Symbian. Sekarang ini beberapa programmer dari kalangan umat Islam telah mulai mengembangkan software aplikasi ke-Islaman yang dapat dijalankan di HP. Beberapa aplikasi memerlukan HP yang memiliki spesifikasi yang cukup tinggi, namun, beberapa

aplikasi dapat diinstal dan dijalankan pada HP dengan spesifikasi cukup terjangkau, yaitu HP yang memiliki fitur Java.

Contoh aplikasi ke-Islaman yang cukup populer misalnya Pocket Qur'an, yang dikembangkan seorang akademisi dari Arab Saudi, Jalal Muhtadi. Aplikasi Pocket Qur'an dapat didownload dari situs pocketquran.com. Aplikasi ini berisi Al-Qur'an lengkap 30 Juz yang dapat diinstal pada beberapa tipe HP dan PDA yang memiliki spesifikasi cukup tinggi, misalnya, Nokia 6600 atau HP yang lebih baik. Dengan aplikasi ini kita dapat membaca Al-Qur'an menggunakan HP. Kita dapat menuju ke ayat tertentu dengan cepat, dengan memilih surat dan ayat yang diinginkan, serta menandai di mana ayat yang terakhir kali kita baca.

Selain aplikasi tersebut, di internet juga bisa didapatkan situs-situs lain yang menyediakan aplikasi HP yang berisi materi ke-Islaman, misalnya searchtruth.com atau kita dapat mencari di situs getjar.com dengan kata kunci "islam". Selain itu ada juga situs yang mengkhususkan pada aplikasi Islami, yaitu islam.inhandlearning.com yang menyediakan beberapa aplikasi berbahasa Indonesia dan Inggris, dan dapat diinstal pada kebanyakan HP yang mendukung Java.

Situs yang pernah diulas di Metro TV ini menyediakan beberapa aplikasi, misalnya, Panduan Shalat singkat dan praktis (berisi teks dan gambar), Kumpulan Doa Sehari-hari (misalnya, doa sebelum dan sesudah makan, sebelum dan setelah tidur, doa mengunjungi orang sakit, doa ketika berkendara, dll), Terjemah Juz 'Ammah, Terjemah Hadits Arbain, Panduan Singkat Shalat Janazah, dan aplikasi lain yang tersedia dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Di situs ini juga tersedia aplikasi HP berisi Panduan Kehidupan Islami (PHI) Warga Muhammadiyah yang dapat didownload gratis.

Aplikasi-aplikasi di situs-situs internet ini, dapat didownload melalui komputer untuk kemudian ditransfer dan diinstal ke HP, bisa juga diinstal ke HP langsung melalui internet dengan WAP. Instalasi melalui komputer tidak dikenai biaya apa pun sedang instalasi melalui WAP akan dikenai biaya download oleh operator (dengan biaya yang biasanya cukup murah, lebih murah dari biaya SMS). Dibanding dengan model dakwah yang dikirim melalui SMS yang cukup gencar diiklankan di televisi yang relatif mahal (bahkan bisa Rp1.000 per SMS yang dikirimkan reguler setiap hari), pemanfaatan software aplikasi ini jelas lebih murah, bahkan bisa gratis dan lebih menarik (dilengkapi dengan menu interaktif dan gambar).

Perkembangan ini hendaknya menjadi sebuah penanda, bahwa umat Islam sudah seharusnya tidak perlu alergi dengan teknologi, namun sebaliknya, dapat dengan cerdas memanfaatkan teknologi ini untuk pembelajaran dan dakwah Islam. Ormas-ormas keagamaan, seperti Muhammadiyah seharusnya memulai upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan secara serius menggarap pemanfaatan teknologi ini sebagai media dakwah yang potensial di masa sekarang dan masa mendatang.

6.5 Internet

A. Definisi Internet

Internet (*Inter-Network*) merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (email, chat), diskusi (Usenet News, email, milis), sumber

daya informasi yang terdistribusi (World Wide Web, Gopher), remote login dan lalu lintas file (Telnet, FTP), dan aneka layanan lainnya.

Jaringan yang membentuk internet bekerja berdasarkan suatu set protokol standar yang digunakan untuk menghubungkan jaringan komputer dan mengalami lalu lintas dalam jaringan. Protokol ini mengatur format data yang diijinkan, penanganan kesalahan (*error handling*), lalu lintas pesan, dan standar komunikasi lainnya. Protokol standar pada internet dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Protokol ini memiliki kemampuan untuk bekerja di atas segala jenis komputer, tanpa terpengaruh oleh perbedaan perangkat keras maupun sistem operasi yang digunakan.

Sebuah sistem komputer yang terhubung secara langsung ke jaringan memiliki nama domain dan alamat IP (*Internet Protocol*) dalam bentuk numerik dengan format tertentu sebagai pengenalan. Internet juga memiliki gateway ke jaringan dan layanan yang berbasis protokol lainnya.

Internet sering juga disebut sebagai jaringan komputer. Padahal tidak semua jaringan komputer termasuk internet. Jaringan sekelompok komputer yang sifatnya terbatas disebut sebagai jaringan lokal (Local Area Network). "Internet merupakan jaringan yang terdiri atas ribuan bahkan jutaan komputer, termasuk di dalamnya jaringan lokal, yang dihubungkan melalui saluran (satelit, telepon, kabel) dan jangkauannya mencakup seluruh dunia. Jaringan ini bukan merupakan suatu organisasi atau institusi, sifatnya bebas, karena itu tidak ada pihak yang mengatur dan memilikinya.

B. Sejarah Internet

Cikal bakal jaringan Internet yang kita kenal saat ini pertama kali dikembangkan tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat dengan nama ARPANet (*US Defense Advanced Research Projects Agency*). ARPANet dibangun dengan sasaran untuk membuat suatu jaringan komputer yang tersebar untuk menghindari pemusatan informasi di satu titik yang dipandang rawan untuk dihancurkan apabila terjadi peperangan. Dengan cara ini diharapkan apabila satu bagian dari jaringan terputus, maka jalur yang melalui jaringan tersebut dapat secara otomatis dipindahkan ke saluran lainnya.

Di awal 1980-an, ARPANET terpecah menjadi dua jaringan, yaitu ARPANET dan Milnet (sebuah jaringan militer), akan tetapi keduanya mempunyai hubungan sehingga komunikasi antar jaringan tetap dapat dilakukan. Pada mulanya jaringan interkoneksi ini disebut DARPA Internet, tapi lama-kelamaan disebut sebagai Internet saja. Sesudahnya, internet mulai digunakan untuk kepentingan akademis dengan menghubungkan beberapa perguruan tinggi, masing-masing UCLA, University of California at Santa Barbara, University of Utah, dan Stanford Research Institute. Ini disusul dengan dibukanya layanan Usenet dan Bitnet yang memungkinkan internet diakses melalui sarana komputer pribadi (PC). Berkutnya, protokol standar TCP/IP mulai diperkenalkan pada tahun 1982, disusul dengan penggunaan sistem DNS (*Domain Name Service*) pada 1984.

Di tahun 1986 lahir National Science Foundation Network (NSFNET), yang menghubungkan para periset di seluruh negeri dengan 5 buah pusat super komputer. Jaringan ini kemudian berkembang untuk menghubungkan berbagai jaringan akademis lainnya yang terdiri atas universitas dan konsorsium-konsorsium riset. NSFNET kemudian mulai menggantikan ARPANET sebagai jaringan riset utama di Amerika hingga pada bulan Maret 1990 ARPANET secara resmi dibubarkan. Pada saat NSFNET dibangun, berbagai jaringan internasional didirikan dan dihubungkan ke NSFNET. Australia, negara-negara Skandinavia, Inggris, Perancis, Jerman, Kanada dan Jepang segera bergabung ke dalam jaringan ini.

Pada awalnya, internet hanya menawarkan layanan berbasis teks, meliputi *remote access*, *email/messaging*, maupun diskusi melalui newsgroup (Usenet). Layanan berbasis grafis seperti *World Wide Web* (WWW) saat itu masih belum ada. Yang ada hanyalah layanan yang disebut *Gopher* yang dalam beberapa hal mirip seperti web yang kita kenal saat ini, kecuali sistem kerjanya yang masih berbasis teks. Kemajuan berarti dicapai pada tahun 1990 ketika *World Wide Web* mulai dikembangkan oleh CERN (Laboratorium Fisika Partikel di Swiss) berdasarkan proposal yang dibuat oleh Tim Berners-Lee. Namun demikian, WWW browser yang pertama baru lahir dua tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1992 dengan nama Viola. Viola diluncurkan oleh Pei Wei dan didistribusikan bersama CERN WWW. Tentu saja web browser yang pertama ini masih sangat sederhana, tidak secanggih browser modern yang kita gunakan saat ini.

Terobosan berarti lainnya terjadi pada 1993 ketika InterNIC didirikan untuk menjalankan layanan pendaftaran domain. Bersamaan dengan itu, Gedung Putih (*White House*) mulai online di Internet dan pemerintah Amerika Serikat meloloskan *National Information Infrastructure Act*. Penggunaan internet secara komersial dimulai pada 1994 dipelopori oleh perusahaan Pizza Hut, dan Internet Banking pertama kali diaplikasikan oleh First Virtual. Setahun kemudian, CompuServe, America Online, dan Prodigy mulai memberikan layanan akses ke Internet bagi masyarakat umum.

Sementara itu, kita di Indonesia baru bisa menikmati layanan Internet komersial pada sekitar tahun 1994. Sebelumnya, beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Indonesia telah terlebih dahulu tersambung dengan jaringan internet melalui *gateway* yang menghubungkan universitas dengan *network* di luar negeri.

C. Pemakaian Internet

Karena Internet adalah jaringan komputer, kita dapat memanfaatkannya untuk kepentingan pengiriman pesan/surat. Dengan jaringan komputer, naskah yang diketikkan di satu komputer dapat segera tersimpan atau ditampilkan di komputer yang lain. Berbeda dengan data fax yang berupa gambar tercetak di kertas, data kiriman komputer berupa berkas yang sama persis dengan data yang dimasukkan pengirim. Untuk selanjutnya si penerima dapat melanjutkan, mengubah, mengoreksi langsung di berkas yang sama. Hal ini sangat bermanfaat untuk pengumpulan data-data laporan. Sumber-sumber data dapat mengirimkan laporan dalam bentuk yang siap edit. Pihak penyusun laporan dapat dengan cepat menggabungkan data laporan untuk dijadikan buku dokumen dengan format yang rapi dan seragam.

1. Sumber Informasi dan Komunikasi

Ada dua macam komunikasi: langsung dan tak langsung. Dengan komunikasi langsung, pesan yang dikeluarkan pengirim langsung dibaca oleh penerima. Dengan komunikasi tak langsung, pembacaan pesan oleh penerima dapat dilakukan sewaktu-waktu setelah pesan tersebut terkirim. Kedua macam komunikasi ini masing-masing ada untung-ruginya. Beberapa masalah seperti penyebaran pengumuman lebih cocok dikomunikasikan dengan media tidak langsung. Masalah-masalah yang membutuhkan diskusi antar beberapa pihak memerlukan sarana komunikasi langsung.

Untuk mengadakan komunikasi langsung (satu atau dua arah) semua pihak yang terlibat (mengirim atau penerima data) harus memegang sarana komunikasi pada saat yang sama. Contohnya, kedua pihak yang berkomunikasi melalui telpon harus bersama-sama memegang pesawat telpon. Dalam batas-batas tertentu

pesan langsung dapat juga disampaikan ke masyarakat misalnya dengan menggunakan pengeras suara. Tentu saja efektifitas penyampaiannya tidak dapat diharapkan terlalu baik mengingat beragamnya aktifitas masyarakat menyebabkan semua orang siap mendengarkan pengumuman itu. Komunikasi langsung antar pihak yang berada di satu bangunan bisa diadakan dengan mengundang rapat di ruang yang sama.

Dengan komunikasi tak langsung, data atau pesan yang disampaikan pihak pengirim dapat dibaca beberapa saat (beberapa hari) kemudian oleh pihak penerima. Penundaan ini bisa disebabkan oleh keterlambatan pengiriman atau karena tidak adanya kesempatan bagi penerima untuk langsung membaca pesan. Komunikasi tak langsung dapat juga berbentuk penyebaran informasi baik dengan aktif mengirimkannya ke penerima (misalnya mengirimkan koran ke pelanggan) maupun pasif hanya dengan memasang papan pengumuman. Pihak penerima yang diminta untuk aktif datang ke tempat papan pengumuman untuk membaca isi pesan yang diumumkan.

Karena jaringan komputer memungkinkan pembacaan data di komputer-komputer lain yang terhubung, tersedianya jaringan komputer Internet yang mendunia memungkinkan kita untuk membaca data-data yang tersimpan di banyak komputer yang tersebar di segala penjuru dunia.

Disamping untuk membaca informasi di komputer lain, komputer sendiri yang terhubung ke Internet dapat diisi dengan data-data yang perlu dipublikasikan. Dengan mempublikasikan identitas komputer yang berisi data-data publikasi, maka semua pemakai Internet dapat membacanya. Informasi iklan dapat ditekan minimal tetapi cukup menarik masyarakat untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

Internet memungkinkan banyak orang dapat sekaligus membaca dokumen-dokumen yang kita publikasikan. Dari segi banyaknya anggota masyarakat yang dapat mengakses sumber informasi secara bersamaan, Internet lebih menguntungkan dibanding penyediaan informasi melalui saluran telpon.

2. Sebagai Media Pendidikan

Teknologi internet pada hakekatnya merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi generasi sebelumnya. Media seperti radio, televisi, video, multi media, dan media lainnya telah digunakan dan dapat membantu meningkatkan mutu pendidikan. Apalagi media internet yang memiliki sifat interaktif, bisa sebagai media massa dan interpersonal, dan gudangnya sumber informasi dari berbagai penjuru dunia, sangat dimungkinkan menjadi media pendidikan lebih unggul dari generasi sebelumnya. Khoe Yao Tung mengatakan bahwa setelah kehadiran guru dalam arti sebenarnya, internet akan menjadi suplemen dan komplemen dalam menjadikan wakil guru yang mewakili sumber belajar yang penting di dunia.

Dengan fasilitas yang dimilikinya, internet menurut Onno W. Purbo paling tidak ada tiga hal dampak positif penggunaan internet dalam pendidikan yaitu:

- a. Peserta didik dapat dengan mudah mengambil mata kuliah dimanapun di seluruh dunia tanpa batas institusi atau batas negara.
- b. Peserta didik dapat dengan mudah berguru pada para ahli di bidang yang diminatinya.
- c. Kuliah / belajar dapat dengan mudah diambil di berbagai penjuru dunia tanpa bergantung pada universitas/sekolah tempat si mahasiswa belajar. Di samping itu kini hadir perpustakaan internet yang lebih dinamis dan bisa digunakan di seluruh jagat raya.

Pendapat ini hampir senada dengan Budi Rahardjo. Menurutnya, manfaat internet bagi pendidikan adalah dapat menjadi akses kepada sumber informasi, akses kepada nara sumber, dan sebagai media kerjasama. Akses kepada sumber informasi yaitu sebagai perpustakaan on-line, sumber literatur, akses hasil-hasil penelitian, dan akses kepada materi kuliah. Akses kepada nara sumber bisa dilakukan komunikasi tanpa harus bertemu secara fisik. Sedangkan sebagai media kerjasama internet bisa menjadi media untuk melakukan penelitian bersama atau membuat semacam makalah bersama.

Penelitian di Amerika Serikat tentang pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi untuk keperluan pendidikan diketahui memberikan dampak positif (Pavlik, 19963)). Studi lain dilakukan oleh Center for Applied Special Technology (CAST), “bahwa pemanfaatan internet sebagai media pendidikan menunjukkan positif terhadap hasil belajar peserta didik”.

Internet sebagai media pendidikan memiliki banyak keunggulan,. Namun tentu saja memiliki kelemahan; seperti infrastruktur internet masih terbatas dan mahal, keterbatasan dana, dan budaya baca kita masih lemah. Di sinilah tantangan bagaimana mengembangkan model pembelajaran melalui internet.

3. Internet untuk Dakwah

Perkembangan dakwah melalui internet merupakan salah satu bentuk dakwah masa depan, persiapan sumber daya manusia dengan memberdayakan informasi teknologi terutama dalam menghasilkan tenaga dai yang kompetitif sangat mendesak keberadannya. Dakwah lewat internet merupakan fenemoma baru dalam dunia dakwah.

Fasilitas-fasilitas internet yang ada sudah pasti mampu menjadikan materi dakwah berkembang secara luas dan itu bias dinikmati oleh semua kalangan. Fasilitas Web Site Islami dapat di buka oleh siapapun dan beredar di seluruh dunia, Email dapat dilakukan dai kepada maduwnya yang membutuhkan nasehatnya, IRC dapat dilakukan langsung oleh dai kepada maduwnya tanpa ada orang yang mengetahuinya. Hal ini bisa dilihat dan didengar oleh dai dan maduw. Dan banyak lagi fasilitas-fasilitas yang lain yang bisa di gunakan oleh para Dai dalam melaksanakan tugasnya sebagai dai yang professional.

Dakwah dapat di gunakan dengan beberapa sarana internet, contohnya saja:

- a. Homepage: <http://www.ukhuwah.or.id>

<http://www.annida.co.id>

<http://www.myquran.com>

e-Dakwah adalah sebuah software/perangkat lunak yang bersifat MultiMedia persembahan **haadzaa.info** yang dibuat dengan maksud untuk memberikan layanan dan kemudahan pada pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam pelaksanaan pendidikan dan dakwah.

Saat ini **e-Dakwah** baru memasuki versi yang ke 0.2 (**e-Dakwah ver 0.2**). Hasil karya penggunaan **e-Dakwah ver 0.2** yang pertama berupa website dan dapat dilihat di situs www.smpit-nurhidayah.info (masih dalam tahap pengembangan).

e-Dakwah juga dapat didefinisikan sebagai pelaksanaan dakwah (penyebaran ajaran dan informasi tentang Islam) dengan bantuan teknologi informasi, terutama internet. **e-Dakwah** merupakan respon aktif-kreatif positif terhadap perkembangan teknologi informasi yang ada.

Umat Islam sepantasnya tidak menutup mata dengan perkembangan teknologi yang ada. Perkembangan Internet merupakan peluang yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin. Perdebatan tentang dampak negatif internet jangan sampai menjadikan kita skeptis dan melupakan sisi baik yang dapat dimanfaatkan.

Mengapa e-Dakwah?

- i. Sejak dulu Islam telah menyebar di seluruh penjuru dunia. Internet seharusnya dapat dijadikan sarana yang mudah dan murah untuk selalu berkomunikasi dengan komunitas muslim yang tersebar di seluruh penjuru dunia.
- ii. Citra islam yang diracuni dengan pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu sekali untuk dilawan. Internet menawarkan kemudahan penyebaran pemikiran-pemikiran serta pesan kebenaran islam ke seluruh dunia.
- iii. Pemanfaatan Internet untuk dakwah, dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan dengan perkembangan teknologi selama itu tidak bertentangan dengan akidah. Di negara-negara maju internet telah memudahkan muslim dalam mengelola dakwahnya dan berkomunikasi dengan anggota jama'ah lainnya.

6.6 Melek Media

A. Defenisi Melek Media

Menurut Jane Tallim Melek media adalah kemampuan untuk menyaring dan menganalisis pesan yang menginformasikan, menghibur dan menjual kepada kita setiap hari. Ini adalah kemampuan untuk membawa keterampilan berpikir kritis untuk menanggung semua media-dari video musik dan lingkungan Web untuk penempatan produk dalam film dan menampilkan virtual pada papan NHL hoki. Ini tentang menanyakan pertanyaan penting tentang apa yang ada di sana, dan melihat apa yang tidak ada. Dan itu naluri untuk mempertanyakan apa yang ada di balik media yang produksi-motif, uang, nilai-nilai dan kepemilikan-dan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi isi.

Media pendidikan mendorong pendekatan menyelidik ke dunia media: Siapa pesan ini ditujukan untuk? Siapa yang ingin menjangkau khalayak ini, dan mengapa? Dari perspektif yang menceritakan kisah ini? Suara siapa yang didengar, dan yang tidak hadir? Strategi apa dengan pesan ini gunakan untuk mendapatkan perhatian saya dan membuat saya merasa dilibatkan?

Dalam dunia kita multi-tasking globalisasi,, komersialisme dan interaktivitas, pendidikan media bukan tentang memiliki hak jawaban-tentang mengajukan pertanyaan yang tepat. Hasilnya adalah pemberdayaan seumur hidup dari peserta didik dan warga

B. Melek Media

Sebelum media berkembang pesat seperti dewasa ini, yang diperlukan oleh setiap warga masyarakat adalah cukup jika melek huruf (literate) yang memungkinkan mereka terampil membaca dan menulis. Ternyata sekarang kemampuan itu sudah tidak lagi memadai dan harus dilengkapi dengan melek yang lain, yaitu media literacy (melek media).

Pada dasarnya melek huruf di era pra-TV telah melatih pikiran untuk menjadi reflektif, bersuara untuk berartikulasi. Membandingkan hal itu dengan masa sekarang, Pei (1976) mengatakan bahwa membaca merupakan proses pembebasan, bersifat individual dan demokratis. Membaca tidak hanya memberikan

pilihan yang luas akan topik, tapi juga kesempatan menjadi kritikal untuk menelusuri kembali dan mengkaji apa yang disampaikan oleh penulis, membandingkannya dengan ide dan sikap Anda sendiri, lalu mencernanya dengan ramuan enzim Anda sendiri.

Amat berbeda dengan pembawaan sebagai khalayak TV dan media audiovisual lainnya (penerima yang bersifat pasif) yang memang diandalkan oleh para propagandis radio dan TV agar pesan-pesan mereka menenggelamkan dan menghasilkan efek yang mereka inginkan. Sebagai dampak dari kecanduan TV ada yang menyebutkan telah terjadinya "*the decline of literacy*". Dari sini muncul pendapat bahwa pengenalan yang terus-menerus terhadap TV telah menanamkan kepasifan pada diri khalayak.

Dalam pandangan Dahl (1983) dewasa ini jika seorang warga negara mau mampu mencerna pesan-pesan media massa, ia memerlukan basis untuk mengevaluasi. Dan basis itu haruslah ada sejak masih kecil. Karena itu, anak-anak perlu dilatih untuk mendekati teks visual seperti bagaimana mereka menguasai huruf dan angka. Sejak masa anak-anak seseorang perlu diakrabkan dengan lexicon atau peristilahan khas yang berlaku di dunia audio dan visual.

Tantangan pedagogis itu harus diatasi oleh institusi kultural bersama pemerintah, namun tanggung jawab utama tetap ada di rumah. Karena di rumahlah arena konsumen tempat dibentuknya kriteria tentang yang benar dan salah dalam kaitan hubungan kita dengan media.

Agar isi pesan dapat dicerna oleh anak, perlu diberikan informasi tentang ide yang ada di balik program; perlu penjelasan mengenai kata-kata asing dan informasi tentang efek khusus (special effects) seperti lighting dan angle kamera; perlu menciptakan situasi diskusi menyangkut pengalaman tiap anak yang diterima dari program TV dan isi pesannya.

C. Tahapan Melek Media

Melek media adalah istilah keseluruhan yang mencakup tiga tahapan kontinum yang mengarah ke media pemberdayaan:

Tahap pertama adalah hanya menjadi sadar akan pentingnya mengelola media yang banyak "diet" - yaitu, membuat pilihan dan mengurangi waktu yang dihabiskan dengan televisi, video, permainan elektronik, film dan media cetak berbagai bentuk.

Tahap kedua adalah belajar keterampilan khusus kritis melihat-belajar menganalisis dan mempertanyakan apa yang ada di frame, bagaimana dibangun dan apa yang mungkin telah ditinggalkan. Keterampilan untuk melihat kritis paling baik dipelajari melalui penyelidikan berbasis kelas atau kegiatan kelompok interaktif, serta dari menciptakan dan memproduksi pesan media sendiri.

Tahap ketiga yang terjadi di balik bingkai untuk mengeksplorasi isu-isu yang lebih dalam. Siapa yang memproduksi media yang kita alami-dan untuk tujuan apa? Siapa yang mendapatkan keuntungan? Siapa yang kalah? Dan siapa yang memutuskan? Tahap analisis sosial, politik dan ekonomi melihat bagaimana setiap orang dalam masyarakat membuat makna dari pengalaman kita media, dan bagaimana media massa mendorong perekonomian konsumen global kami. Permintaan ini kadang-kadang dapat mengatur panggung untuk advokasi upaya media untuk menantang atau meminta ganti kebijakan publik atau praktik berbagai perusahaan.

Meskipun televisi dan media elektronik mungkin tampak untuk menyajikan alasan yang paling menarik untuk mempromosikan pendidikan melek media dalam masyarakat kontemporer, prinsip-prinsip dan

praktek pendidikan melek media yang berlaku untuk semua media-dari televisi ke T-shirt, dari billboard ke Internet.

D. Pendidikan Media

Konsep melek media (media literacy) telah dikembangkan sejak pertengahan tahun 70-an. kemudian tahun 1976 sebuah konferensi yang disponsori oleh Ford Foundation, Markle Foundation, dan National Science Foundation mengusulkan agar yang menjadi komponen dari kurikulum melek media mencakup beberapa hal. Antara lain kebiasaan-kebiasaan produksi acara TV; analisis daya pikat (appeal) TV; karakter dan peran isyarat-isyarat non-verbal; overview sejarah dan struktur industri penyiaran; basis ekonomi untuk televisi; analisis format-format tipikal untuk programming hiburan; keprihatinan yang pokok tentang efek negatif programming; analisis nilai-nilai yang digambarkan dalam isi TV; standar-standar untuk kritik isi TV; dan jika mungkin, pengalaman langsung dengan peralatan TV.

Tahun 1978 United States Office of Education membiayai pengembangan paket kurikulum "critical TV viewing skills" berskala nasional untuk empat jenjang pendidikan: dasar, menengah, atas, dan kolej. Keterampilan menonton kritis ini didefinisikan sebagai: "Faktor-faktor yang memungkinkan seseorang untuk membedakan (to distinguish) di antara serangkaian unsur-unsur program yang luas sehingga mereka dapat membuat alasan yang sah untuk waktu yang digunakan buat menonton TV."

Kemudian pertemuan para pakar yang diselenggarakan oleh Unesco tahun 1979 merumuskan konsep pendidikan media sebagai mencakup "segala cara mengkaji, mempelajari dan mengajarkan pada semua tingkat (dasar, menengah, tinggi, dewasa dan pendidikan seumur hidup)... dan dalam semua konteks, sejarah, kreativitas, penggunaan dan evaluasi media sebagai suatu keterampilan teknis dan praktis sekaligus sebagai lahan yang ditempati oleh media dalam masyarakat, dampak sosialnya, implikasi komunikasi bermedia, partisipasi, modifikasi modus dari persepsi yang dihasilkannya, peran karya kreatif dan akses ke media".

Rumusan itu lantas diperjelas pada sidang umum Unesco ke-25, November 1989, bahwa "pengembangan pendidikan media yang kritis dengan menekankan pengembangan kesadaran kritis, kemampuan untuk bereaksi terhadap segala informasi yang diterima dan pendidikan bagi para pengguna media untuk mempertahankan hak-hak mereka, membentuk pendidikan media".

Untuk konkretnya, Masterman (1988) menyarankan agar pendidikan media hendaklah mengembangkan kepercayaan diri yang cukup dan kedewasaan yang kritis (critical maturity) pada diri anak agar mereka mau dan mampu menerapkan critical judgement terhadap program televisi dan sajian media lainnya.

Keberhasilan pendidikan media ditandai oleh sejauh mana murid-murid kritikal dalam penggunaan dan pemahaman media ketika guru tidak ada. Tujuan utama pendidikan media seumur hidup tidak hanya kesadaran dan pengertian yang kritikal (critical awareness) melainkan suatu otonomi yang kritis (critical autonomy). Kalau tujuan itu dapat dicapai, besar kemungkinan kita tidak lagi menjadi korban dari penyalahgunaan media. Dampak negatif dan pengaruh yang tidak diinginkan dari pesan-pesan media juga diharapkan bisa dikurangi.

E. Intervensi

Intervensi media massa --terutama televisi-- ke dalam kehidupan khalayak dari hari ke hari akan makin jauh. Sementara itu peran agen-agen sosialisasi mengalami pergeseran. Karena itu diperlukan sejumlah langkah konkret untuk mencegah dan mengatasi berbagai kemungkinan dampak yang tidak diinginkan.

Langkah-langkah yang dimaksud dapat ditempuh melalui penataan kebijakan program media dengan acara-acara yang dapat dipertanggungjawabkan kemanfaatannya bagi pertumbuhan anak yang sehat secara fisik dan mental, serta pembekalan anak dengan keterampilan menonton televisi secara benar. Yang belakangan ini dapat dimulai dengan menyusun suatu materi pelatihan kepada para orangtua agar mereka dapat membimbing anaknya menjadi pengguna media yang kritis, selektif, dan memahami isi pesan dengan tepat.

Untuk itu harus ada yang mengawasi isi media yang dikonsumsi oleh khalayak. Begitu pentingnya hal ini sehingga tidak bisa diserahkan atau dipercayakan begitu saja hanya kepada para penyelenggara media. Masyarakat harus turut serta mengawasinya, dengan: pertama, mencegah masuknya program media yang diperkirakan akan merusak; dan kedua, memberi "kekebalan" kepada khalayak.

6.6.6 Beberapa Pertanyaan tentang Media Literacy

1. Media Literacy Iklan

Jawablah Pertanyaan berikut ini tentang iklan favorit anda:

1. Pilihlah satu buah iklan favorit anda di televisi atau di media lainnya
2. Apakah iklan itu efektif untuk menyampaikan pesan.
Kalau **ya**, jelaskan kalau **tidak**, juga jelaskan
3. Siapa audiens yang dituju
4. Siapa yang akan mendapat keuntungan dari iklan itu
5. Apakah iklan itu lebih dari sekedar mempromosikan produk atau menanamkan Citranya
6. Apakah iklan itu membantu Anda mengidentifikasi adanya nilai-nilai sosial?
7. Kalau Ya nilai apa?
8. Apakah iklan itu mengagungkan-agungkan (glamorize) sebuah kehidupan tertentu?
9. Apakah iklan itu berhubungan dengan suatu komunitas?
10. Bagaimana upaya iklan itu untuk membentuk persepsi tentang realitas?

2. Media Literacy Surat Kabar

1. Ambil dua surat kabar yang berbeda, harian atau mingguan
Susun daftar karakteristik berikut untuk masing-masing koran
2. Berapa banyak berita yang ditulis staff? Berapa banyak yang berasal dari agen berita?
3. Seberapa beragamkah bagian opininya?
4. Apakah publikasi itu dimiliki rantai bisnis atau independent?
5. Apa kata atau frasa yang cocok untuk mendeskripsikan tampilan keseluruhan publikasi itu ?
6. Apa jenis berita yang dimuat ? Lokal, sport, hiburan atau yang lain?

3. Media Literacy Majalah

Ambillah dua buah majalah dan buat catatan tentang karakteristik sebagai berikut :

1. Berapa persenkah halaman untuk iklan dari setiap majalah.
2. Berapa banyak berita dalam majalah-majalah itu? Berapa panjangnya? Berapa banyak subjek yang kontroversial?
3. Berapa banyak foto atau ilustrasinya?
4. Apa demografi audien yang dituju berdasarkan gaya penulisan majalah tersebut, tata letaknya, dan iklan itu? Apa ada hubungan antara iklan dan beritanya?
5. Apa lagi hal yang lain menurut Anda membedakan majalah ini?

4. Media Literacy Musik

Tulis lagu favorit anda. Deskripsikan lagu tersebut

Deskripsi hal-hal berikut:

1. Mengapa Anda menyukai lirik dan jenis musik ini?
2. Apa yang disampaikan musik kesayangan Anda terhadap diri Anda?
3. Apa yang sama-sama disukai para fans dari lagu ini?
4. Apakah orang tua Anda akan menyukai lagu ini? Mengapa ya atau tidak?
5. Siapa yang mungkin akan keberatan dengan liriknya?

5. Media Literacy Film

Pilih salah satu film yang populer dan satu film independet

1. Baca beberapa ulasan kritis atas film pilihan Anda itu?
2. Cara penerimaan box office dari dua film itu?
3. Cari tahu berapa banyak penghargaan yang dimenangkan kedua film itu?
4. Apakah pujian kritis, popularitas, dan penghargaan film saling bergadengan tangan?
5. Menurut Anda apakah pujian kritis atau kemenangan penghargaan adalah cara yang baik untuk mengukur kualitas film?
6. Apakah penerimaan box office adalah alat ukur terbaik dari kesuksesan film? Mengapa

6. Media Literacy Radio

Masing-masing radio di Indonesia dimiliki swasta.

1. Renungkan sistem radio di Indonesia, mana yang lebih dikontrol oleh jaringan, korporasi dan pemerintah
2. Pelajari radio yang dikontrol pemerintah, dan yang tidak
3. Masing-masing dari model kepemilikan penyiaran tersebut punya kelebihan dan kekurangan. Buat daftar pro dan kontra tentang penyiaran yang dimiliki swasta. Buat daftar pro dan kontra tentang penyiaran yang dimiliki negara.
4. Model mana yang menurut Anda paling baik dalam melayani kepentingan publik? Apakah ada beberapa model lain, model baru atau kombinasi dari model

yang Anda analisis itu yang bisa melayani publik dengan lebih baik.

7. Media Literacy Televisi

Wawancari tiga atau empat kawan anda tentang dari mana mereka ingin mendapat:

1. Berita Lokal
2. Berita Global
3. Breaking News
4. Berita Olah raga
5. Berita Hiburan

Sebarapa banyak berita itu diperoleh dari:

1. Televisi lokal
2. Televisi Nasional (sebutkan nama televisinya)

Apa kesimpulan Anda tentang keadaan berita televisi berdasarkan sampel Anda?

8. Media Literacy Internet

Dapatkah Anda mempercayai apa yang anda Baca dan Lihat Di Internet

1. Pilih dua web site yang berbeda yang bisa di akses untuk mendapatkan informasi
2. Bagaimana situs-situs ini didanai
3. Apa tujuan informasi dari situs itu?
4. Apakah situs itu berorientasi pada pengguna atau pada produk?
5. Apakah situs itu tersebut menarik bagi emosi Anda. Jika Ya, Mengapa
6. Apa pesan-pesan dari situs tersebut
7. Apakah ada pesannya positif atau negatif
8. Apakah pesannya jelas atau ada sesuatu yang disembunyikan
9. Apakah daya tarik emosional dari sebuah situs adalah penting bagi pengguna yang mencari informasi

9. Media Literacy Public Relations

Ambil Koran yang Anda tandai

1. Tandai semua berita yang menurut Anda berasal dari press release, secara keseluruhan atau sebagian.
2. Pilih salah satunya, bisa subjek apa saja, misalnya konser, politik, olah raga.
3. Bagaimana berita itu bisa menguntungkan publik?
4. Publik yang mana
5. Siapa lagi yang mendapat keuntungan dari berita itu?
6. Apakah berita itu bisa dipertanggungjawabkan secara sosial?
7. Apakah press release itu bersifat proaktif?

10. media literacy reality show

Ambil acara reality show favorit Anda?

1. Renungkan mengapa Anda pada awalnya tertarik dengannya?
2. Mengapa Anda Masih Tetap Menontonnya
3. Apakah reality show favorit Anda telah mengubah masyarakat atau sekadar menrefleksikan masyarakat?
4. Kebutuhan apa yang terpenuhi dari acara itu?
5. Apakah acara itu memberi tahu Anda soal isu kemanusiaan?
6. Apakah acara itu memperkuat pandangan personal Anda? Jika ya, yang mana?
7. Apakah anda ingin meniru orang-orang yang tampil di acara itu

11. Media Literacy Buku

Perhatikan perubahan-perubahan yang telah terjadi dalam industri buku

1. Buatlah daftar sebanyak mungkin dimana teknologi, internet dan media lainnya telah mengubah industri buku
2. Apa yang lebih penting bagi industri buku: isi aktual buku atau kertas, tinta dan binding dari buku?
3. Apa dampaknya jika kedua hal itu dipisahkan?
4. Apakah teknologi elektronik akan memperkuat atau malah melemahkan industri buku?

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Bungin, H.M, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Cangara, H. Hafield. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Croteau, David and William Hoynes. 1997. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. United States: Pine Forge Press
- Dizard, WP. 1981. *The Coming Information Age: An Overview of Technology, Economy and Policy*. New York: Longman Inc
- Djawatan Radio Republik Indonesia. 1953. *Sejarah Radio di Indonesia*. Djakarta
- Effendy. Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- . 1984. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni
- Ensiklopedi Nasional Indonesia*. 1997. Jakarta: PT Delta Pamungkas
- Hamidy, H.M. 1997. *Sekilas Sejarah Pers Indonesia*. Almanak Pers "Antara"
- Fisher, B. Aubrey. Penerjemah Soejono Trimo. 1990. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Jahi, Amri. 1992. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia ketiga: Suatu Pengantar*: Jakarta: Gramedia
- Klapper, Joseph. 1960. *The Effect of Mass Communication: The Free Press of Glencoe*
- Malik, Oemar. 1985. *Media Pendidikan*. Bandung: Alumni
- McLuhan, Marshall, 1964. *Understanding Media*. New York: New American Litrary
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Nasution, Zulkarnain. 1989. *Teknologi Komunikasi. Dalam Perspektif Latar Belakang dan Perkembangannya*. Jakarta: UI
- Nurudin, 2005. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rivers, William L. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modren*. Jakarta: Kencana
- Rogers, E.M. 1986. *Communication Technology. New Media in Society*. New York: Free Press
- . 1982. *Communication and Development: Critical Perspective*. Cetakan keempat. California: Sage Publication.

- Saydam, Gouzali. 2005. *Teknologi Komunikasi Perkembangan dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Straubhaar, Joseph. 2004. *Media Now: Communication Media in the Information Age*. Australia: Wordsworth
- Sunardjo, Djoenaesih S. 1983. *Himpunan Istilah Komunikasi. Seri Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Susanto, Astrid S. 1977. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek 1*. Jakarta: Binacipta
- Wahdyudi, J.B. 1991. *Komunikasi Jurnalistik: Pengetahuan Praktis Kewartawanan Surat Kabar, Majalah, Radio dan Televisi*. Bandung: Alumni
- Zen, M.T. Editor. 1981. *Sains, Teknologi dan Hari Depan Manusia*. Jakarta: Gramedia
- <http://www.suarapembaruan.com/News/2004/11/08/Editor/edi03.htm>
- <http://ashadisiregar.files.wordpress.com/2008/08/prakata-buku-jalan-ke-media-film.doc>

Teori Komunikasi Massa. John Vivian. 2010. Kencana Persada . Media Group.