

PERAN MEDIA MASSA DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK

Oleh

SRI CHOIRIYATI

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Lampung

Email: srichoiriyati@gmail.com

ABSTRAK

Kehadiran teknologi tak pelak memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Media massa masih diyakini memiliki kekuatan besar dalam pembentukan opini public. Dengan media massa, seseorang atau kelompok tertentu menanamkan pesan tertentu melalui informasi-informasi yang penyajiannya seringkali disetting terlebih dulu. Dengan media massa orang bisa mencitrakan dirinya, menaikkan pamor tokoh tertentu atau bahkan menjatuhkan figur lawan. Media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang maupun sekelompok orang ataupun masyarakat. Media mempengaruhi pandangan masyarakat dalam proses pembentukan opini atau sudut pandangnya. Media massa dapat dikatakan merupakan senjata yang ampuh bagi perebutan citra (*image*).

Kata Kunci : Peran Media massa, Opini Publik.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kehadiran teknologi tak pelak memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia menarik perhatian seorang pemikir berkebangsaan Kanada, Marshall McLuhan, dan melalui bukunya *Understanding Media* (1964) ia menulis mengenai pengaruh teknologi.

Opini Publik atau *public opinion* sebagai sebuah fenomena dalam kehidupan sosial dan politik mulai banyak dikenal dan dipakai pada akhir abad ke-18 di Eropa dan Amerika Serikat. Pemakaian istilah itu berkaitan dengan politik dan komunikasi politik ketika Alquin menyerukan, “*vox populi, vox dei*” (*suara rakyat adalah suara tuhan*). Hal ini berkaitan dengan berkembangnya gagasan tentang pentingnya kemerdekaan

berserikat dan kebebasan menyatakan pendapat di depan umum sebagai salah satu elemen penting dalam membangun demokrasi (Anwar : 2013;115).

Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi, dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Ia melihat media berperan menciptakan dan mengelola budaya (Morisson : 2014;486).

Beberapa sarjana menyebut pemikiran McLuhan mengenai hubungan antara teknologi, media dan masyarakat ini dengan sebutan *technological determinism*, yaitu paham bahwa teknologi bersifat *determinan* (menentukan) dalam membentuk kehidupan manusia.

Pemikiran McLuhan sering juga dinamakan teori mengenai ekologi media (*media ecology*) yang didefenisikan

sebagai: “*the study of media environment, the idea that technology and techniques, modes of information and codes of communication play a leading role in human affairs*” (study mengenai lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia).

Sejarah Media

Media massa pada awalnya dikenal dengan istilah pers yang berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara harafiah pers berarti cetak, dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (*print publications*). Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti luas adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran, sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita.

McLuhan bersama Quentin Fiore menyatakan bahwa media pada setiap zamannya menjadi esensi masyarakat. Mereka mengemukakan adanya empat era atau zaman (*epoch*) dalam sejarah media, dan masing-masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan. Lebih jauh, McLuhan menyatakan bahwa media berfungsi sebagai kepanjangan indra manusia pada masing-masing era yaitu : kesukuan (*tribal*); tulisan (*literate*); cetak (*print*); dan elektronik (Morisson : 2014;488).

Era Kesukuan.

Pada era ini indra pendengaran, penciuman, dan perasa merupakan indra yang lebih banyak digunakan manusia. Era ini memiliki ciri lisan yaitu bercerita di

mana orang menjalankan atau mengungkapkan tradisi, ritual, dan nilai-nilai mereka melalui kata-kata yang diucapkan. Identifikasi kelompok dan kesatuan kelompok menjadi sangat tinggi ketika masyarakat hanya mengandalkan pada komunikasi lisan.

Era Tulisan.

Ditandai dengan diperkenalkannya huruf abjad (*alfabet*) dan karenanya mata menjadi indra yang dominan dalam berkomunikasi. Mereka yang dapat membaca dan menulis memiliki status khusus sehingga pendidikan formal memegang peran penting. Tulisan telah menyebabkan orang menjadi terlepas dari lingkungan kesukuan yang bersifat kolektif dan memasuki lingkungan yang bersifat privat. Munculnya tulisan menjadi awal dari era dimana komunikasi tidak perlu dilakukan secara tatap muka.

Era cetak.

Ditandai dengan penemuan mesin cetak (*print era*) dan merupakan awal revolusi industri. Akibat dari era cetak ini adalah munculnya masyarakat yang semakin terkotak-kotak atau terfragmentasi. Hasil cetakan berupa buku atau bentuk tulisan lainnya bersifat mudah dipindahkan, dapat dibawa-bawa, dan dapat dibaca dimana saja secara lebih privat. Hal ini membuat orang menjadi terisolasi dari lingkungan komunitasnya dan mendorong munculnya individualisme.

Era Elektronika.

Media elektronik memperluas persepsi orang melampaui batas-batas tempat di mana mereka berada pada setiap saat sehingga menciptakan “desa global” (*global village*). Jika pada era cetak, buku menjadi sumber informasi penting, maka pada era elektronik yang terjadi adalah desentralisasi informasi di mana individu sekarang telah menjadi salah satu sumber informasi utama. Teknologi elektronik dapat digambarkan dengan : telepon

(berbicara tanpa dinding), fotografi (museum tanpa dinding), cahaya (ruang tanpa dinding), film, radio dan TV (ruang kelas tanpa dinding), phonograph/alat pemutar lagu (gedung pertunjukan musik tanpa dinding).

Peran Media Massa.

Media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang maupun sekelompok orang ataupun masyarakat (Waziz : 2012;21). Media mempengaruhi pandangan masyarakat dalam proses pembentukan opini atau sudut pandangnya. Media massa dapat dikatakan merupakan senjata yang ampuh bagi perebutan citra (*image*) (Bungin : 2001;31).

Peran Media Massa Media merupakan sarana bagi komunikasi dalam menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak. Hal ini menunjukkan media massa merupakan sebuah institusi yang penting bagi masyarakat. Asumsi ini didukung oleh McQuail dengan mengemukakan pemikirannya tentang media massa :

Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait, media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya, di lain pihak, institusi diatur oleh masyarakat.

Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat di dayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

Media merupakan lokasi atau forum yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa peristiwa kehidupan masyarakat,

baik bertaraf nasional maupun internasional.

Media sering sekali sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.

Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dileburkan dengan berita dan hiburan.

Pada abad ke-18 dan 19, media dijadikan sebagai alat propaganda, dan itu menjadi penting di dunia politik seiring dengan adanya pertumbuhan informasi, permintaan kebebasan pers, berpendapat, berorganisasi, dan terlibat di lembaga pemerintahan (Nuruddin : 2001;32).

Opini Publik

Opini public menurut Noelle-Neumann (Morisson: 2014;527) adalah : *“attitudes or behaviors one must express in public if one is not to isolate oneself; in areas of controversy or change, public opinion are those attitudes one can express without running the danger of isolating oneself”* (sikap atau perilaku yang harus dikemukakan seseorang di depan public jika ia tidak ingin dirinya terisolasi; dalam wilayah kontroversi atau perubahan, opini public adalah sikap yang dapat ditunjukkan seseorang tanpa bahaya isolasi terhadap dirinya).

Kita dapat melukiskan opini public sebagai proses yang menggabungkan pikiran, perasaan, dan usulan yang diungkapkan oleh warga Negara secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat oleh pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas tercapainya ketertiban social dalam situasi yang

mengandung konflik, perbantahan, dan perselisihan pendapat tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya (Nimmo : 2000;3).

Istilah *public opinion* dalam pengertian yang modern pertama kali digunakan oleh Machiavelli. Dalam bukunya *Discourses*, Machiavelli mengatakan bahwa orang yang bijaksana tidak akan mengabaikan Opini Publik mengenai soal-soal tertentu, seperti pendistribusian jabatan dan kenaikan jabatan. Rosseau pernah menyebut Opini Publik sebagai “ratu dunia”, karena Opini Publik itu tidak dapat ditakhlukkan oleh raja-raja di zaman otoritarian pada abad ke-17 dan ke-18, kecuali bila sang “ratu dunia” itu mau dibeli sehingga menjadi “budak” dari raja. Rosseau menyatakan bahwa dalam perubahan sosial dan politik, pemerintah tidak boleh terlalu jauh di depan pendapat rakyat. Meskipun demikian ia juga menyadari bahwa kebijakan pemerintah secara timbal balik membentuk opini publik.

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif. Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsirkan secara jelas, ataupun melalui pilihan-pilihan kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan (konotatif). Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan oleh tanda-tanda lain yang tak terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap, dan kesetiaan (Sunarjo,Djoenaesih : 1997;12).

Opini publik itu identik dengan pengertian kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide, pendapat, keinginan, keluhan, kritik yang membangun, dan kebebasan di dalam penulisan. Dengan kata lain, opini publik itu merupakan efek dari kebebasan dalam mengungkapkan ide-ide dan pendapat.

Teori Agenda Setting

Hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh public merupakan salah satu jenis efek media massa yang paling populer yang dinamakan dengan agenda setting. Agenda setting terjadi karena media massa sebagai penjaga gawang informasi (*gatekeeper*) harus efektif dalam menyampaikan berita. Media harus melakukan pilihan mengenai apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Apa yang diketahui publik mengenai suatu keadaan pada waktu tertentu sebagian besar ditentukan oleh proses penyaringan dan pemilihan berita yang dilakukan media massa. Agenda setting dapat membangun isu umum yang dinilai penting dan juga dapat menentukan bagian-bagian atau aspek-aspek dari isu umum tersebut yang dinilai penting (McQuail : 2011;276).

Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik

Karakteristik media massa seperti keberadaan khalayak yang luas, heterogen, dan penyebaran pesan yang cepat serta serentak menjadi alasan kuat banyak pihak akhirnya melirik media massa sebagai alat penyebaran pesan tertentu.

Kekuatan media massa dalam membentuk isu tak bisa diragukan lagi. Dalam hal ini tentu saja pesan media tak bisa dipisahkan begitu saja dari keberadaan institusi media itu sendiri. Dalam perkembangannya kemudian diakui bahwa media massa dalam prakteknya berada diantara kepentingan negara dan pasar, elite tertentu atau pemilik media itu sendiri.

Media massa membawa kepentingan dari pihak tertentu. Melalui kontennya, media massa menyusupkan kepentingan dari kelompok tertentu untuk merebut perhatian publik. Dengan serangan informasi yang sama secara bertubi, media

massa berusaha mempengaruhi sikap publik. Media massa juga memiliki pengaruh yang begitu kuat dalam kehidupan politik.

Media massa memiliki daya jangkauan yang luas dalam menyebarkan informasi politik, bahkan mampu melewati batas wilayah, kelompok umur, jenis kelamin, dan status sosial-ekonomi. Dengan demikian, status politik yang dimediasikan akan menjadi perhatian bersama di berbagai tempat dan kalangan.

Media massa memiliki kemampuan untuk melipatgandakan pesan yang begitu mengagumkan. Dilipatgandakan atau tidaknya pesan memiliki korelasi yang begitu erat dengan respons masyarakat terhadap isu tersebut. Apabila responnya positif, kecenderungan media massa akan melipatgandakan isu tersebut. Dampak pelipatgandaan ini tentu sangat besar di tengah masyarakat.

Setiap media dapat mewacanakan sebuah peristiwa politik sesuai pandangannya masing-masing. Media massa memiliki kebijakan redaksional terkait isi peristiwa politik yang ingin disampaikan. Kebijakan ini membuat media banyak diincar oleh pihak-pihak yang ingin memanfaatkannya, begitu juga sebaliknya.

Pemberitaan peristiwa oleh suatu media kecenderungannya akan berkaitan dengan media lainnya, sehingga terbentuk suatu rantai informasi yang menambah kekuatan media massa dalam menyebarkan informasi dan mampu memperbesar dampak yang diberikan kepada publik.

Pada masa Plato, media massa sudah diyakini mempunyai pengaruh. Karena itu, ia membatasi bahan-bahan bacaan untuk masyarakat tertentu. Di Amerika Serikat (AS), sejak 1960-an, studi media sudah membuktikan bahwa media massa mempunyai efek terhadap tindakan masyarakat, termasuk dalam tindakan-

tindakan yang agresif dan revolusioner. Sejauh studi yang dilakukan para ahli, interpretasi media massa menjadi pertimbangan bagi sebuah gerakan sosial.

Sekitar abad ke-18 dan 19, media dijadikan sebagai alat propaganda dalam lembaga pemerintahan. Politikus dan pemerintah, pada saat itu, menyadari betapa pentingnya media sebagai propaganda dan metode-metode persuasif lainnya untuk memenangkan/mengamankan posisi mereka. Guna mencapai tujuan itu, yaitu memegang kendali atas masyarakat, mereka mulai menciptakan, mendirikan dan mendanai media-media publikasi (koran) untuk menyebarkan segala bentuk informasi. Hingga akhirnya, media-media tersebut berubah menjadi medan tempur opini publik tentang sosial, politik, dan agama.

Pada perang dunia pertama, peran media sebagai alat propaganda dijadikan sebagai senjata yang sangat kuat dalam pembentukan opini dan tingkah laku publik. Seluruh negara-negara besar yang terlibat dalam perang tersebut (Inggris, Perancis, Rusia, Italia, Amerika, Jerman, dan Austria-Hungaria) mempekerjakan sejumlah penulis, artis, dan pembuat film untuk “mengarang” dan menyampaikan pesan-pesan politis guna memobilisasi dukungan masyarakat mereka atas perang yang mereka lakukan, melemahkan moral dan semangat lawan mereka untuk bertempur, serta mengambil alih dukungan negara-negara netral.

Di masa itu, wartawan-wartawan Inggris, Amerika dan Perancis menggambarkan Jerman serupa dengan suku Barbar yang biadab dan brutal yang berkeinginan mendominasi dunia dan menghancurkan negara-negara barat. Propaganda tersebut, sebagian memperkuat tentang kekejaman yang Jerman lakukan, dan sebagian lagi adalah kebohongan yang dilebih-lebihkan untuk meyakinkan masyarakat mereka (Inggris,

Amerika, dll) atas kebenaran langkah mereka dan kelanjutan perang yang akan mereka lakukan hingga musuh berhasil dikalahkan.

Dalam dunia politik, misalnya dalam pemilu, media massa juga bisa di jadikan alat kepentingan dan propaganda untuk mendapatkan kekuasaan. Dalam teori analisis media, Louis Althusser mengemukakan tentang struktural Marxisme yaitu media massa bagian dari aparatus ideologis negara. Media dan kekuasaan negara saling terkait. Tidak hanya dengan negara, media massa dalam kancah politik bisa saja menyajikan berita yang memihak. Tentu saja dalam pemberitaannya, Metro TV tidak akan lepas dengan sosok Surya Paloh, atau TV One dengan Bakrie. Kepemilikan media oleh elit politik inilah yang menjadikan media massa tersebut sebagai alat propaganda pemiliknya dalam kepentingan politiknya.

Kaitannya dengan teori *Agenda Setting*, media massa memiliki fungsi *agenda setting*. Media massa memiliki hak untuk menyiarkan suatu peristiwa atau tidak menyiarkannya. Sehingga media massa mampu menggiring opini publik dalam suatu diskusi. Output dari diskusi inilah yang akan menentukan agenda-agenda dalam politik pemerintahan, dengan cara mengangkat sebuah isu seolah-olah penting untuk dimunculkan sebagai opini publik. Media massa melakukan setting berita untuk diwacanakan penting, yang akhirnya bisa mempengaruhi masyarakat dan sependapat, dengan mudah saja mengikuti dan menyetujui apa yang disampaikan dalam media massa. Media massa membuat penting isu-isu yang diangkat walaupun tak sepenuhnya dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan demikian masyarakat seolah membutuhkan pesan dan informasi yang pada akhirnya mengubah pemikiran dan bahkan kebudayaan dalam masyarakat tersebut.

Media massa memang memiliki pengaruh yang sangat sentral dalam pembentukan opini publik sehingga dalam hal ini informasi yang diberikan dapat mempengaruhi keadaan komunikasi sosial pada masyarakat.

Dengan media massa, seseorang atau kelompok tertentu menanamkan pesan tertentu melalui informasi-informasi yang penyajiannya seringkali disetting terlebih dulu. Dengan media massa orang bisa mencitrakan dirinya, menaikkan pamor tokoh tertentu atau bahkan menjatuhkan figur lawan.

Hingga saat ini, media massa masih diyakini memiliki kekuatan besar dalam pembentukan opini publik.

Penutup.

Opini publik dan media massa memang memiliki hubungan yang erat. Media massa menjadi unsur terpenting dalam kegiatan komunikasi untuk menjalankan berbagai kepentingan tertentu. Kepentingan-kepentingan inilah yang kemudian menjadi masalah karena kerap kali disebarkan dengan tak berimbang.

Media massa digunakan oleh seseorang atau kelompok tertentu, termasuk negara untuk melancarkan isu-isu tertentu sebagai upaya untuk mempengaruhi masyarakat agar memberikan dukungannya terhadap mereka.

Media massa digunakan untuk menyebarkan informasi, baik sebagai pencitraan diri, ataupun dalam upaya menjatuhkan lawan atau pihak tertentu. Media massa beroperasi dengan berbagai kepentingan yang ada di belakangnya. Bagi elit politik yang menjadi pemilik media, media massa bisa menjadi alat propaganda untuk pencitraan dirinya.

Media massa menjadi salah satu hal yang dapat memicu terbentuknya opini publik dan reaksi publik dengan hanya membaca koran atau melihat pemberitaan di televisi. Media memiliki pengaruh yang kuat dalam dunia perpolitikan, bisa memberikan keuntungan tersendiri bagi negara-negara yang terkait karena apabila berita yang mereka sampaikan berhasil, maka mereka akan mendapatkan dukungan dari banyak lapisan demi tercapainya tujuan negara-negara yang bersangkutan.

Dengan agenda setting, media massa melakukan setting berita untuk diwacanakan penting, yang akhirnya bisa mempengaruhi masyarakat dan sependapat, dengan mudah saja mengikuti dan menyetujui apa yang disampaikan dalam media massa. Media massa memiliki kekuatan besar untuk menggiring masyarakat ke sebuah wacana, dan mempengaruhi mereka untuk mengikutinya.

Dengan kekuatan besarnya tersebut, media massa lantas berkembang menjadi alat bagi negara, elit politik, dan kelompok-kelompok tertentu untuk menguntungkan kepentingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin, 2003, *Komunikasi Politik, Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.
- Burhan Bungin, 2001, *Imaji Media Massa*, Yogyakarta: Jendela.
- Dan Nimmo, 2000, *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Denis McQuail, 1994, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Cetakan ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Kun Wazis, 2012, *Media Massa dan Konstruksi Realitas*, Malang: Aditya Media Publishing.
- Morissan, 2014, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta
- Nurudin. 2001. *Komunikasi Propaganda*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Sunarjo.Djoenaesih.S,1997, *Opini Publik*, Cetakan Pertama, Penerbit Liberty Offset Yogyakarta.