

# TEORI KOMUNIKASI 2

Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

Pengantar

Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D.

Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA.



# **TEORI KOMUNIKASI 2**

**Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.**

**Pengantar**

**Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D.**

**Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA.**



Tuti Widiastuti, Dr., M.Si.

Teori Komunikasi 2, Jakarta: Penerbit Universitas Bakrie,  
2013. ISBN 978-602-7989-01-6

@ Hak pengarang dan penerbit dilindungi Undang-undang  
Cetakan Pertama, 2013

Dicetak oleh: Penerbit Universitas Bakrie

Editor/penyunting: Ananda Fortunisa, SE, M.Si.

Kredit gambar sampul depan: <http://augustturak.com/>

Lay-Out/Atak: Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si.

Sanksi pelanggaran Pasal 72

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002

Tentang HAK CIPTA

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Ku persembahkan karya ini untuk Adri, Aude Ilman Rasjiddin,  
Eartha Annafi Rasjiddin, Arfa Isham Rasjiddin



# KATA PENGANTAR

Kehadirat Allah SWT, penulis sampaikan puji syukur atas selesainya buku Teori Komunikasi 2. Ilmu komunikasi adalah ilmu pengetahuan tentang produksi, proses, dan pengaruh dari sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori yang dapat diuji dan berisikan generalisasi-generalisasi yang sah yang menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan reproduksi, proses, dan pengaruh tanda dan lambang tersebut. Ilmu komunikasi berkenaan dengan pemahaman tentang bagaimana orang berperilaku dalam menciptakan, mempertukarkan, dan menginterpretasi pesan-pesan. Karakteristik ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu sosial bersifat multi-disipliner, maksudnya adalah bahwa ilmu pengetahuan tersebut terkait dan berasal dari teori-teori yang perspektifnya bukan hanya di komunikasi, tetapi bisa saja dari ilmu ekonomi, politik, matematika, fisika, kedokteran, hukum, sosiologi, dan linguistik. Selain itu, ilmu komunikasi juga berbasis multi-paradigma, termasuk metodologinya.

Untuk mendapatkan suatu pemahaman yang komprehensif mengenai perilaku komunikasi, maka ilmu komunikasi dipelajari dari berbagai aspek kehidupan manusia di antaranya mengenai teori dan penelitian, kualitas teori, teori *social exchange*, *groupthink*, *structuration*, *organizational information*, *rhetoric*, *dramatism*, *narrative paradigm*, *media ecology*, *agenda setting*, *spiral of silence*, *cultivation*, *uses and gratifications*, *communication accommodation*, *face negotiation*, *semiotics*, *cultural studies*, *speech codes*, *genderlect*, *standpoint*, *muted group*, dan perkembangan teori komunikasi. Semua ini terangkum dalam bahasan Teori Komunikasi 2.

Tujuan dari buku Teori Komunikasi 2 ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang konteks dan tradisi-tradisi

teoretis yang dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai perbedaan dan keragaman komunikasi. Pemahaman yang komprehensif ini kemudian dikembangkan dalam bahasan mengenai komposisi dan proses pesan, dan hubungan, alur dan hubungan antarteori dalam kluster komunikasi massa, komunikasi lintas budaya, dan komunikasi sosial. Keunggulan ilmu komunikasi dibandingkan dengan bidang ilmu sosial lainnya adalah bahwa ilmu komunikasi tidak hanya merupakan ilmu pengetahuan yang bersifat murni teoretis, namun juga ilmu pengetahuan terapan praktis. Sehingga teori-teori dalam komunikasi, ada yang disebut sebagai teori sains dan teori professional, seperti menulis berita dan berbicara di depan publik.

Terima kasih penulis sampaikan kepada para pihak yang telah banyak membantu karena buku ini hadir berkat kebaikan hati dari Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc, Ph.D., Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA., Dr. Darminto, MBA, Tony Bambang Trihartanto, M.Sc, Ph.D.; Suharyanti, MSM; Dessy Kania, MA; Tri Susanto, MT; Bambang Sukma Wijaya, M.Si.; Monica Weni Pratiwi, M.Si.; Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si.; Mirana Hanasthasia, MMediaPrac; Aryo S. Eddyono, M.Si.; Insan Harahap, S.Sos.; Ayudya Prafitri, S.Sos.; Edwina L. Arthaningrum; dan Prita Indah Listyarini. Terima kasihku kepada keluarga tercinta Bapak Asmari, Ibu Siti Djulaeha, Abang Adri, Aude Ilman Rasjiddin, Eartha Annafi Rasjiddin, dan Arfa Isham Rasjiddin. Terima kasih penulis sampaikan kepada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 atas bantuan pencarian dan pengadaan bahan bacaan.

Atas segala kekurangan dalam buku ini, penulis mohon maaf. Untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Jakarta, Juni 2013

Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

# **PENGANTAR**

## **REKTOR UNIVERSITAS BAKRIE**

Teori tidak lain adalah sekumpulan asumsi yang sistematis mengenai bagaimana sesuatu hal berjalan atau berlangsung. Jika teori hanyalah berupa sekumpulan asumsi, maka kita tidak akan yakin bahwa kita telah menemukan jawabannya. Namun perlu diingat bahwa di dalam teori selalu ada spekulasi atau dugaan, sehingga pekerjaan menjadi seorang ilmuwan bukan hal yang mudah. Karena itu pada saat seorang ilmuwan mengeluarkan idenya untuk pertama kali, terdapat spekulasi dalam teorinya. Para ahli mengartikan teori sebagai sistem konsep yang terintegrasi (*integrated system of concepts*). Teori tidak hanya terdiri dari beberapa idea atau asumsi tapi secara spesifik merupakan hubungan antara ide-ide tersebut, satu sama lain.

Teori bagaikan jaring untuk menangkap apa yang kita sebut 'dunia'. Kita berusaha untuk membuat jaring tersebut semakin baik. Para ilmuwan mengumpamakan konstruksi teoretikal seperti lensa kamera atau kacamata yang sangat berkebalikan dengan cermin yang menampilkan refleksi secara apa adanya. Perumpamaan ini menggaris-bawahi bahwa teori membentuk ide berdasarkan beberapa aspek yang benar-benar diamati. Teori adalah peta yang menggambarkan bagaimana sesuatu terjadi.

Ada begitu banyak dan beragam definisi menyangkut apa itu komunikasi. Namun secara sederhana komunikasi dapat dikatakan sebagai sebuah proses yang saling berhubungan antara membuat dan menginterpretasi pesan untuk mendapatkan respon. Pesan merupakan inti dari komunikasi. Berbicara dan mendengarkan, menulis dan membaca,



melakukan sesuatu dan bersaksi atau secara garis besar, melakukan apapun yang melibatkan pesan dalam media dan situasi apapun.

Kajian ilmu lain seperti psikologi, sosiologi, antropologi dan sebagainya berhubungan dengan aktivitas simbolik manusia, dan saat inilah kajian ilmu tersebut memiliki titik temu dengan kajian ilmu komunikasi. Atau yang biasa disebut lintas disiplin. Perbedaannya terletak pada minat masing-masing kajian. Apabila kajian lain hanya menggunakan ilmu komunikasi sebagai cara mereka menyampaikan hal yang berhubungan dengan kajian ilmu mereka, kajian ilmu komunikasi lebih memperhatikan dan mendalami tentang pesan yang ada. Para ahli ilmu komunikasi biasanya menggunakan teks sebagai sinonim dari pesan, apapun pesan itu dan berasal dari medium apapun.

Aspek penting dari komunikasi adalah efek dari pesan yang disampaikan pada penerima pesan. Apapun alasannya, apabila pesan tersebut gagal untuk menstimulasi kognitif, emosional atau reaksi perilaku, tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi. Karena dalam komunikasi, berhasil atau tidaknya komunikasi tersebut tercermin dari respon yang diberikan oleh penerima pesan.

Pada kesempatan ini, kami mengucapkan selamat kepada penulis atas terbitnya buku Teori Komunikasi 2. Semoga kehadiran buku ini dapat menjadi acuan dalam mempelajari dan merancang kegiatan komunikasi di berbagai bidang kehidupan dan profesi.

Jakarta, Juni 2013

Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D.

Rektor Universitas Bakrie

# PENGANTAR

Peribahasa mengatakan bahwa “*words don’t mean things, people means things*” yang berarti, pada dasarnya kata-kata (pesan) tidak memiliki arti yang khusus namun kita lah sebagai komunikator yang memberikan arti pada pesan tersebut. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa manusia adalah makhluk aktif yang mampu menyusun dan menafsirkan pesan (*encoding* dan *decoding*) pesan tersebut kepada lawan bicara. Selain itu, yang perlu diingat adalah sebuah kata dapat menimbulkan arti yang berbeda-beda tergantung pada penafsiran masing-masing pelaku komunikasi.

Komunikasi adalah proses sehingga tidak mungkin ada sebuah proses yang sama persis dan mengacu pada apa yang terjadi sebelumnya dan apa yang akan terjadi setelah proses tersebut. Sama halnya seperti sungai yang tidak pernah memiliki arus gelombang yang sama persis. Dalam memahami proses komunikasi, ada dua pendekatan yang dapat digunakan yaitu *objective approach* dan *interpretive approach*.

Pendekatan objektif (*objective approach*) berasumsi bahwa kebenaran itu tunggal dan dapat diperoleh melalui *sensory observation* yang tidak berpihak. Seorang peneliti pendekatan objektif berkeinginan untuk menjelaskan sebaik mereka memprediksi. Dilihat dari kompetensi seorang pembicara dan bagaimana ia dapat dipercaya, di mana dua hal tersebut memengaruhi bagaimana pesan diterima. Secara logis, semakin pembicara atau sumber tersebut kompeten dan dapat dipercaya, semakin mudah pesan diterima oleh *receiver* karena tidak ada hambatan atau penyangkalan dalam proses penerimaan pesan. Selain itu, mempresepsikan *role relationship* yang memengaruhi *self-image* dan juga perilaku berdasarkan pada seberapa menarik

*role model* dan juga kesinambungan apabila hubungan tersebut tetap terpelihara.

Pendekatan interpretif (*interpretive approach*), misalnya pekerjaan linguistik yang mencari makna dan juga nilai dari teks (pesan) komunikasi, dengan asumsi bahwa banyak (lebih dari satu) makna atau kebenaran adalah sesuatu hal yang mungkin. Pada dasarnya pendekatan interpretatif lebih kepada bagaimana kita menganalisa pesan-pesan simbolik yang ada kemudian mempersepsikannya.

Pada dasarnya semua teori komunikasi pada umumnya, memiliki dua prioritas: keefektifan dan partisipasi. Keefektifan lebih mengacu kepada suksesnya penyampaian informasi, ide dan juga makna kepada khalayak. Termasuk juga di dalamnya aspek persuasi. Partisipasi menitik-beratkan pada bagaimana meningkatkan kemungkinan bahwa seluruh pandangan akan berakibat pada keputusan kolektif dan bagaimana seseorang menjadi terbuka akan ide baru. Termasuk juga di dalamnya dorongan, oposisi dan independen. Dikaitkan kembali dengan dua pendekatan yang ada, objektif dan interpretif, maka objektif lebih mengedepankan keefektifan dibandingkan dengan partisipasi. Sedangkan pendekatan interpretatif lebih fokus kepada partisipasi dan mengesampingkan keefektifan.

Karena kita tidak dapat memahami secara menyeluruh sebuah teori apabila kita tidak *familiar* dengan asumsi yang pokok mengenai kebenaran, tujuan dari sebuah teori, dan nilai yang dikandung. Dengan begitu banyaknya teori yang ada, terkadang batasan-batasan antara teori satu dengan yang lainnya menjadi hilang. Pengelompokkan ke dalam objektif dan interpretif memudahkan kita untuk menjaga batasan-batasan antara satu teori dengan teori lainnya.

Buku ini terutama ditulis untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa, karena saat ini matakuliah Teori Komunikasi 2 merupakan matakuliah wajib Program Studi Ilmu Komunikasi. Saya yakin buku ini bisa memberikan gambaran teoretis yang jelas tentang kluster komunikasi massa, komunikasi lintas budaya, dan komunikasi sosial. Buku ini ditulis dengan bahasa

yang jelas dan mudah dimengerti karena ditunjang dengan contoh-contoh yang sudah sangat dikenal baik oleh masyarakat luas. Sebagai bahan acuan perkuliahan, buku ini layak dijadikan referensi oleh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi khususnya, umumnya mahasiswa ilmu-ilmu sosial, para akademisi, para praktisi komunikasi, dan masyarakat luas yang tertarik mempelajari perilaku komunikasi manusia.

Penulis buku ini, Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. adalah lulusan Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi FISIP UI, dan sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Bahasan dalam buku ini juga dilengkapi dengan contoh dan aplikasi pada perilaku komunikasi manusia, sehingga ada keseimbangan antara bahasan teori dengan praktik komunikasi di lapangan.

Akhirnya saya ucapkan selamat kepada Dr. Tuti Widiastuti atas terbitnya buku ini. Saya berharap mudah-mudahan Dr. Widiastuti terus berkiprah dalam penulisan buku dan pengembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia.

Jakarta, Juni 2013

Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA.  
Guru Besar Ilmu Komunikasi FISIP UI



# DAFTAR ISI

## **1 TEORI DAN PENELITIAN**

- 1.1. Mendefinisikan Teori (2)
- 1.2. Hubungan antara Teori dan Pengalaman (6)
- 1.3. Pendekatan untuk Mendapatkan Pengetahuan (7)
- 1.4. Proses Penelitian (11)

## **2 STANDAR EVALUASI TEORI**

- 2.1. Cakupan/*Scope* (20)
- 2.2. Konsistensi Logis/*Logical Consistency* (21)
- 2.3. Kesederhanaan Teori/*Parsimony* (22)
- 2.4. Kegunaan/*Utility* (22)
- 2.5. Keakuratan/*Testability* (23)
- 2.6. Menggugah Riset Berikutnya/*Heurism* (23)
- 2.7. Usia Teori/*Test of Time* (24)

## **3 TEORI SOCIAL EXCHANGE**

- 3.1. Tentang Teori *Social Exchange* (25)
- 3.2. Asumsi-asumsi Teori *Social Exchange* (27)
- 3.3. Perhitungan Ekonomi dalam Interaksi Sosial (36)
- 3.4. Evaluasi terhadap Teori *Social Exchange* (39)

## **4 TEORI GROUPTHINK**

- 4.1. Pengertian Teori *Groupthink* (47)
- 4.2. Asumsi-asumsi Teori *Groupthink* (50)
- 4.3. Kondisi-kondisi Antiseden *Groupthink* (56)
- 4.4. Gejala Terjadinya *Groupthink* (61)
- 4.5. Strategi Mencegah *Groupthink* (63)

## **5 TEORI STRUCTURATION**

- 5.1. Pengertian Teori *Structuration* (69)
- 5.2. Asumsi-asumsi Teori *Structuration* (74)
- 5.3. Elemen-elemen Teori *Structuration* (78)
- 5.4. Aplikasi Waktu dan Jarak (84)

## **6 TEORI ORGANIZATIONAL INFORMATION**

- 6.1. Perubahan dalam Pandangan Organisasi (92)
- 6.2. Asumsi-asumsi Teori *Organizational Information* (99)
- 6.3. Konseptualisasi Informasi (102)
- 6.4. Prinsip *Equivocality* (108)
- 6.5. Mereduksi *Equivocality* (112)

## **7 TEORI RHETORIC**

- 7.1. Sejarah Retorika (117)
- 7.2. Retorika dan Persuasi (125)
- 7.3. Asumsi-asumsi Retorika (130)
- 7.4. *Ethos, logos, dan Phatos* (134)
- 7.5. Ragam Retorika (141)

## **8 TEORI DRAMATISM**

- 8.1. Tentang Teori *Dramatism* (147)
- 8.2. Asumsi-asumsi *Dramatism* (152)
- 8.3. Identifikasi (158)
- 8.4. *Dramatistic Pentad* (159)
- 8.5. Siklus *Guilt-Redemption* (165)

## **9 TEORI NARRATIVE PARADIGM**

- 9.1. Pemahaman tentang *Narrative Paradigm* (175)
- 9.2. Asumsi-asumsi *Narrative Paradigm* (180)
- 9.3. Konsep-konsep Kunci *Narrative Paradigm* (190)

## **10 TEORI MEDIA ECOLOGY**

- 10.1. Evolusi Media (199)
- 10.2. Asumsi-asumsi Teori *Media Ecology* (210)
- 10.3. *The Medium is the Message* (215)
- 10.4. *Hot Media vs. Cool Media* (219)
- 10.5. Tetrad Hukum-hukum Media (222)

## **11 TEORI AGENDA SETTING**

- 11.1. Sejarah Teori *Agenda Setting* (229)
- 11.2. Agenda Media dan Agenda Publik (232)
- 11.3. Framing Media (236)

## **12 TEORI SPIRAL OF SILENCE**

- 12.1. Opini Publik (245)
- 12.2. Suara Publik di Media (248)
- 12.3. Asumsi-asumsi Teori *Spiral of Silence* (250)
- 12.4. Pengaruh Media (254)

- 12.5. *The Train Test* (258)
- 12.6. *The Hard Core* (260)

### **13 TEORI CULTIVATION**

- 13.1. Pengertian *Cultivation* (265)
- 13.2. Asumsi-asumsi Teori *Cultivation* (270)
- 13.3. Proses Kultivasi (274)
- 13.4. Analisis Kultivasi (279)
- 13.5. *Mainstreaming* dan *Resonance* (282)
- 13.6. *The Mean World Index* (287)

### **14 TEORI USES AND GRATIFICATIONS**

- 14.1. Khalayak Pasif vs. Khalayak Aktif (295)
- 14.2. Tahapan dalam Penelitian *Uses and Gratifications* (300)
- 14.3. Asumsi-asumsi Teori *Uses and Gratifications* (305)
- 14.4. Efek Media (314)
- 14.5. *Uses and Gratifications* dan Media Baru (317)

### **15 TEORI COMMUNICATION ACCOMODATION**

- 15.1. Sejarah Teori *Communication Accomodation* (321)
- 15.2. Asumsi-asumsi Teori *Communication Accomodation* (327)
- 15.3. Strategi *Communication Accomodation* (330)
- 15.4. Teori *Social Identity* (341)
- 15.5. Teori *Attribution* (347)
- 15.6. Pengembangan Teori *Communication Accomodation* (350)

### **16 TEORI FACE-NEGOTIATION**

- 16.1. Tentang Teori *Face-Negotiation* (355)
- 16.2. Asumsi-asumsi Teori *Face-Negotiation* (359)
- 16.3. Budaya Kolektivistik dan Individualistik (370)
- 16.4. *Self-Construla* (376)
- 16.5. Prediksi Gaya Manajemen Konflik (379)
- 16.6. Jarak Kekuasaan (382)

### **17 TEORI SEMIOTICS**

- 17.1. Pengertian Semiotika (389)
- 17.2. Studi-studi tentang Tanda (392)
- 17.3. Terjadinya Mitos (397)
- 17.4. Semiotika Komunikasi Massa (400)

### **18 TEORI CULTURAL STUDIES**

- 18.1. Pengertian *Cultural Studies* (405)
- 18.2. *The Marxist Legacy* (416)



- 18.3. Asumsi-asumsi *Cultural Studies* (419)
- 18.4. Hegemoni (423)
- 18.5. *Counter Hegemony* (429)

### **19 TEORI SPEECH CODES**

- 19.1. Mengenai Teori *Speech Codes* (439)
- 19.2. Proposisi-proposisi *Speech Codes* (442)
- 19.3. Kinerja Etnografi (448)
- 19.4. *Speech Codes* yang Berbeda dalam Teori Komunikasi (454)

### **20 TEORI GENDERLECT STYLE**

- 20.1. Pengertian *Genderlect Style* (459)
- 20.2. Gaya Komunikasi Wanita dan Pria (465)
- 20.3. *Rapport Talk vs. Report Talk* (467)
- 20.4. Memahami dengan Pelatihan Sensitivitas (472)

### **21 TEORI STANDPOINT**

- 21.1. Sejarah Teori *Standpoint* (475)
- 21.2. Asumsi-asumsi Teori *Standpoint* (488)
- 21.3. Konsep-konsep Kunci dari Teori *Standpoint* (491)
- 21.4. Kaitan Teori *Standpoint* dengan Ilmu Komunikasi (501)
- 21.5. Rekomendasi untuk Teori *Standpoint* (509)

### **22 TEORI MUTED GROUP**

- 22.1. Sejarah Teori *Muted Group* (516)
- 22.2. Asumsi-asumsi Teori *Muted Group* (519)
- 22.3. *Muted Group* (534)
- 22.4. Membuat *Muted Group* Bersuara (542)

### **23 PERKEMBANGAN TEORI KOMUNIKASI**

- 23.1. Persamaan dan Perbedaan Antarteori (549)
- 23.2. Mempertimbangkan tentang Masa Depan (577)
- 23.3. Karir di Bidang Komunikasi (582)
- 23.4. Aspek Etika Komunikasi (583)

### **DAFTAR PUSTAKA (587)**



# 1

## TEORI DAN PENELITIAN

Dalam buku ini di awal akan dibicarakan mengenai teori dan penelitian seperti yang digunakan para profesional dalam pekerjaannya. Sebagian besar dari kita dalam kehidupan sehari-hari berpikir seperti peneliti, menggunakan teori secara implisit untuk membantu kita mengerti tentang pertanyaan seputar fenomena di sekitar kita. Fritz Heider (1958; West & Turner, 2010: 45) menunjuk kepada interaksi sehari-hari yang melibatkan pemikiran teoretis sebagai "*naive psychologist*". Meskipun kita bukan seorang peneliti, namun seringkali kita bertanya pada diri sendiri, mengapa kita bertindak seperti apa yang kita lakukan sekarang? Mengapa kita mendiskusikan hal tertentu, sedangkan hal lain tidak? Mengapa terkadang kita sukses dalam berkomunikasi, dan mengapa terkadang tidak? Para ilmuwan percaya bahwa kita bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan ini dengan teori. Ketika kita melakukan pengamatan dan membandingkannya dengan teori, kita melakukan riset untuk membantu kita memahami situasi dan memecahkan masalah. Teori dan riset adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan.

Sebelum mempelajari berbagai macam teori komunikasi, kita perlu memahami terlebih dahulu apa saja yang ada dalam teori-teori tersebut. Dalam banyak cara, tulisan ini menunjukkan persamaan dan perbedaan antara berpikir sebagai teoritikus naif dan berpikir sebagai teoritikus profesional. Pertama, kita dapat menyebutkan bahwa mereka sama karena kedua teka-teki pertanyaan bertemu melalui pengamatan dan keduanya juga mencari jawaban dari suatu pertanyaan. Keduanya juga membentuk kriteria tertentu yang mendefinisikan jawaban apa yang dapat diterima. Di dalam semua proses, komunikasi setiap hari mengikuti garis besar dasar yang dikembangkan oleh pengetahuan

sosial. Bagaimanapun, terdapat perbedaan dalam deskripsi tersebut. Ilmuwan sosial menguji teori secara sistematis sedangkan ilmuwan non sosial menguji secara selektif. Peneliti lebih teliti dalam menguji dan lebih ingin untuk mengembangkan teori, menemani informasi yang timbul dari ketidak konsistensian pada rumusan teori asli.

## **1.1. Mendefinisikan Teori**

Teori adalah suatu sistem abstrak dari konsep dengan indikasi adanya hubungan antar konsep yang membantu kita untuk memahami suatu fenomena. Stephen Littlejohn dan Karen Foss (2008: 39-41) menyarankan bahwa sistem abstrak ini diturunkan melalui observasi secara sistematis. Secara umum, teori adalah sebuah sistem konsep abstrak dengan indikasi-indikasi hubungan antara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Littlejohn dan Foss (2008: 39-41) menyatakan bahwa sistem abstrak ini didapatkan dari pengamatan sistematis. Dalam diskusi yang lebih jauh, mungkin kita akan menemukan bahwa para teoritis mendefinisikan teori dengan cara yang berbeda. Mencari definisi universal dari istilah teori sangatlah sulit. Sehingga, dalam mendefinisikan teori, semuanya bergantung pada bagaimana sebuah teori dapat diklasifikasikan. Dalam buku ini, definisi teori dapat dilihat dengan memahami fitur-fitur dan atribut-atribut teori di bawah ini. Jonathan H. Turner (1986; West & Turner, 2010: 69) mendefinisikan teori sebagai suatu proses mengembangkan ide-ide yang membolehkan kita untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi. Definisi ini fokus kepada sifat dasar pemikiran teoretis tanpa menspesifikkan secara pasti apa hasil yang didapatkan. Kesulitan dalam mendefinisikan teori disebabkan oleh banyak cara di mana suatu teori dapat diklasifikasikan atau dikategorikan.

Secara umum, teori adalah sistem abstrak tentang konsep dengan indikasi hubungan antara konsep-konsep tersebut yang membantu kita untuk memahami sebuah fenomena. Turner (West & Turner, 2010: 69) menjelaskan teori merupakan proses membangun ide yang membuat kita dapat menjelaskan bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi. Definisi ini fokus kepada sifat berpikir teoritis tanpa

menspesifikasikan apa hasil dari pemikiran tersebut. William Doherty dan koleganya (1993; West & Turner, 2010: 46) telah mengelaborasi definisi Turner dengan menyatakan bahwa teori merupakan proses dan produk: “berteoris merupakan proses memformulasikan dan menyusun ide secara sistematis untuk memahami fenomena tertentu. Sebuah teori merupakan satu set ide yang saling berhubungan yang muncul dari proses tersebut.” Mereka tidak menggunakan kata “menjelaskan” seperti Turner karena tujuan dari teori bisa lebih dari sekedar penjelasan. Dari sini kita dapat melihat bahwa teoretikus yang berbeda memiliki pandangan yang berbeda pula mengenai definisi teori. Kesulitan dalam mendefinisikan teori mengacu pada banyak cara di mana teori dapat diklasifikasikan atau dikategorikan. Berikut penyempurnaan definisi dengan menguji beberapa fitur dan atribut teori, yaitu *level of generality*, *components*, dan *goals* (West & Turner, 2010: 47-49).

#### 1. *Level of Generality*

Satu cara untuk memahami perbedaan di antara teori adalah dengan menyinggung *level of generality*. *Level of generality* ini merujuk kepada bagaimana teori dapat diaplikasikan secara luas. Teori dapat menjadi *grand* (besar), *mid-range* (sedang), atau *narrow* (sangat spesifik). *Grand theories* memiliki inti untuk menjelaskan semua perilaku komunikasi yang dibenarkan secara umum. *Mid-range theory* menjelaskan tentang perilaku dari grup tertentu, bukan seperti yang dilakukan grand teori. *Narrow theory* berkonsentrasi hanya kepada orang-orang tertentu pada situasi tertentu.

*Level of generality*. Istilah ini mengacu pada seberapa luas sebuah teori dapat diaplikasikan. Teori dapat berbentuk *grand* (universal), *mid-range* (cukup umum), atau *narrow* (sangat spesifik). *Grand theories* menjelaskan semua perilaku komunikasi dengan cara yang secara universal benar. Sebuah *grand theory* memiliki kemampuan untuk menyatukan semua pengetahuan yang kita miliki tentang komunikasi ke dalam satu kerangka teoritis yang terintegrasi. Sebagian besar setuju bahwa teori jenis ini dalam komunikasi tidak ada, karena terlalu banyak kasus di mana komunikasi berbeda dari satu grup dengan grup lain atau ketika perilaku komunikasi

termodifikasi oleh perubahan konteks dan waktu, sehingga sulit untuk menciptakan *grand theory*. *Mid-range theory* menjelaskan perilaku dari sekelompok orang yang spesifik daripada keseluruhan orang seperti yang dilakukan *grand theory*. Banyak teori komunikasi yang termasuk ke dalam jenis ini. *Mid-range theory* menjelaskan aspek perilaku komunikasi yang terfokus, seperti bagaimana orang berperilaku dalam pertemuan pertama dengan orang asing, bagaimana orang menyetujui keputusan dalam grup, atau bagaimana orang-orang dari budaya yang berbeda menghadapi konflik. Teori-teori ini dibatasi oleh beberapa pertimbangan seperti waktu, konteks, atau tipe perilaku komunikasi.

Yang terakhir, *narrow theory* yang menyangkut tentang hanya orang-orang tertentu dalam situasi tertentu, contohnya komunikasi mengatur yang bersangkutan untuk berdiri di elevator (Stacks, Hill, & Hickson, 1991: 284; West & Turner, 2010: 48). Pada intinya, teori saling berbeda pada *level of generality*-nya karena mengacu pada perbedaan mereka dalam fokus atau hal apa yang mereka jelaskan.

## 2. *Components*

Untuk memahami teori, kita juga butuh untuk memahami komponen dari teori. Teori terbentuk dari beberapa bagian kunci, dua bagian yang paling penting adalah *concept* (konsep) dan *relationship* (hubungan). Konsep adalah kata-kata atau istilah yang melabelkan elemen terpenting dalam teori. Konsep dalam teori contohnya *cohesiveness (groupthink)*, *dissonance (cognitive dissonance theory)*, *self (symbolic interaction theory)* dan *scene (dramatism)*. Kadang, teori juga dinamakan dengan menggunakan nama konsep kunci mereka. Konsep dibagi menjadi nominal dan riil. Konsep nominal adalah konsep yang tidak dapat diamati, contohnya demokrasi dan cinta. Konsep riil dapat diamati, seperti ritual pribadi dan jarak spasial. *Relationship* mengkhususkan cara di mana konsep dalam teori dikombinasikan. Teori terbentuk dari beberapa bagian kunci, dan yang paling penting adalah *concepts* dan *relationship*. *Concepts* adalah kata atau istilah yang melabeli element paling penting dalam sebuah teori. Konsep dalam beberapa teori antara lain adalah *cohesiveness* (dalam *groupthink*), *dissonance* (dalam teori disonansi

kognitif) dan *self* (dalam teori interaksionisme simbolis). Sebuah konsep seringkali memiliki definisi spesifik yang unik, dan membedakan definisinya dengan definisi yang biasa kita pakai di percakapan sehari-hari. Konsep bisa berupa *nominal* atau *real concepts*. *Nominal concepts* adalah konsep yang tidak bisa diamati, seperti demokrasi dan cinta. Sedangkan *real concepts* adalah konsep yang bisa diamati, seperti ritual pribadi dan jarak pribadi.

Hal lain yang penting dalam teori adalah hubungan. Hubungan menspesifikkan cara di mana konsep dalam teori dikombinasikan. Contohnya, terdapat tiga model komunikasi di mana konsep di antara ketiganya sangat serupa, namun bedanya terdapat pada hubungan yang terspesifikkan di antara mereka. *Relationships* adalah cara di mana konsep dalam sebuah teori dikombinasikan. Misalnya, konsep dalam model-model komunikasi. Meskipun pada umumnya konsep yang dipakai sama, namun yang membedakan adalah hubungan antar konsep tersebut di tiap model komunikasi. Teori terdiri dari beberapa bagian utama, dua hal yang paling penting adalah konsep dan hubungan. Konsep merupakan kata-kata atau istilah yang menamai elemen yang paling penting dalam sebuah teori. Sebuah konsep seringkali memiliki definisi spesifik yang unik untuk penggunaannya dalam teori, yang berbeda dari bagaimana kita mengartikan istilah tersebut sehari-hari. Misalnya konsep kultivasi yang digunakan dalam *cultivation analysis* mengacu secara spesifik pada cara media, terutama televisi, menciptakan gambaran tentang realitas sosial dalam pikiran konsumen media tersebut. Dalam teori, kultivasi memiliki definisi yang unik dan sempit. Konsep juga bias berbentuk nominal atau real. Konsep nominal adalah konsep yang tidak tampak seperti cinta dan demokrasi. Konsep yang riil adalah konsep yang tampak seperti ritual pribadi atau jarak spasial.

### 3. *Goals*

Kita dapat mengklarifikasi definisi teori dengan memahami tujuannya. Dalam cakupan yang luas, rasa inklusif, tujuan dari teori dapat meliputi penjelasan, pemahaman, prediksi, dan perubahan sosial. Kita juga dapat memperjelas definisi sebuah teori dengan

memahami tujuan dibuatnya teori itu. Tujuan sebuah teori bisa berupa *explanation, understanding, prediction, dan social change*. Sebuah teori bisa menjelaskan sesuatu karena konsep dan hubungannya dalam sebuah teori secara jelas dispesifikasikan. Teori juga bisa membantu kita memahami sesuatu dengan berpikir teoritis. Teori juga bisa membantu kita dalam memprediksi sesuatu berdasarkan pola-pola yang disugestikan dalam teori. Dan, sebuah teori bisa menghasilkan perubahan sosial atau pemberdayaan melalui penyidikan teoritis. Meskipun begitu, tujuan dari sebuah teori bisa saja gabungan dari tujuan-tujuan di atas.

Tujuan dari teori dapat mencakup penjelasan, pemahaman, prediksi, dan perubahan sosial. Kita bisa menjelaskan sesuatu karena konsep dan hubungannya telah dispesifikkan dalam teori. Kita bisa memahami sesuatu karena pemikiran teoritis. Kita bisa memprediksikan sesuatu berdasarkan pola yang diajukan dari teori. Terakhir, kita bisa memberikan dampak pada perubahan sosial atau pemberdayaan melalui pemeriksaan teoretikal. Walaupun sebuah teori biasanya mencoba untuk mencapai keseluruhan tujuan tersebut, namun kebanyakan mengutamakan satu tujuan daripada yang lain, misalnya teori retorika, teori media, dan banyak teori antarpribadi mengutamakan tujuan memberikan penjelasan dan pemahaman.

## **1.2. Hubungan antara Teori dan Pengalaman**

Tahun 1952, Carl Hempel (West & Turner, 2010: 50) membandingkan teori saintifik dengan suatu jaringan spasial yang kompleks mengatakan bahwa sebuah teori adalah *“terms are represented by the knots, while the threads connecting the latter correspond, in part, to the definitions, and, in part, to the fundamental and derivative hypothesis included in the theory”*. Hempel menyarankan bahwa walaupun suatu teori itu abstrak, namun hal tersebut dapat memungkinkan kita untuk memahami pengalaman konkrit dan pengamatan, dan bahwa sebuah teori itu mampu untuk dimodifikasi dengan observasi. Hempel menjelaskan bahwa meskipun teori berbentuk abstrak, namun bisa membuat kita memahami pengalaman dan pengamatan nyata, dan teori



itu sendiri dapat dimodifikasi dengan pengamatan. Sebagai tambahan, pernyataannya menegaskan bahwa pengalaman dan pengamatan konkrit kita diinterpretasikan oleh kita melalui lensa teori yang sedang kita gunakan.

Janet Yerby (1995; West & Turner, 2010: 50) mengatakan bahwa teori bertindak sebagai lensa, membolehkan kita untuk melihat beberapa hal dan mengabaikan yang lainnya, merujuk kepada definisi teori sebagai cerita yang kita kembangkan untuk menjelaskan pandangan kita mengenai kenyataan. Dalam pendekatan ini, kita harus menyadari, seperti yang dikatakan Yerby, bahwa teori sama seperti cerita, berubah dan berevolusi dari waktu ke waktu seperti modifikasi informasi baru dan menyaring mereka. Yerby berkomentar atas pernyataan teori sebagai lensa, membuat kita bisa melihat beberapa hal dan tidak mengindahkan yang lain, mengacu pada teori sebagai “cerita yang kita bangun untuk menjelaskan pandangan kita tentang realitas”. Interpretasi yang dikatakan Hempel, dapat dilihat sebagai elemen dalam cerita yang telah kita pilih sebagai penjelasan yang memuaskan untuk perilaku komunikasi. Dalam mengambil pendekatan ini, kita harus waspada, seperti yang dikatakan Yerby, bahwa teori-sama seperti cerita-berubah dan berevolusi dari waktu ke waktu saat informasi baru memodifikasi dan memperbaikinya.

### **1.3. Pendekatan untuk Mendapatkan Pengetahuan**

Banyak para ahli (Baxter & Babbie, 2004; Baxter & Braithwaite, 2008; White & Klein, 2008) telah mendiskusikan tentang bagaimana peneliti berpikir dan berbicara mengenai dunia dan pekerjaan mereka. Kebanyakan para ahli telah mengidentifikasi tiga pendekatan umum (West & Turner, 2010: 50-52), antara lain:

#### *1. The Positivist, or Empirical Approach*

Mengasumsikan bahwa kebenaran objektif dapat dirahasiakan dan proses penyelidikan yang dapat menemukan kebenaran ini, paling tidak dalam suatu bagian, penelitian bernilai netral. Tradisi ini menganjurkan metode dari pengetahuan alam, dengan tujuan membangun hukum umum yang mengatur interaksi manusia.

Pendekatan ini mengasumsikan bahwa kebenaran objektif dapat dibuka dan proses pemeriksaan yang mengungkap kebenaran tersebut dapat bersifat *value-neutral*. Peneliti empiris berusaha untuk objektif dan bekerja dalam kontrol atau arahan di samping konsep-konsep penting dalam teori. Dengan kata lain, ketika peneliti masuk ke dalam sebuah penelitian, ia secara berhati-hati menyusun situasi sehingga hanya ada satu variasi elemen. Hal ini membantu peneliti dalam membuat pernyataan yang relatif pasti tentang elemen tersebut.

Pendekatan positivis atau empiris mengasumsikan bahwa kebenaran objektif dapat diungkap dan proses dari pengungkapan bisa jadi adalah *value-neutral*. Tradisi ini menyuguhkan metode ilmu alam, dengan tujuan untuk mengkonstruksi hukum general yang mengatur interaksi manusia. Seorang pengamat empiris berusaha untuk bersikap objektif dan bekerja untuk kontrol, atau pengarahan konsep-konsep penting dalam teori.

## 2. *The Interpretive Approach*

Melihat kebenaran sebagai sesuatu yang subjektif dan diciptakan kembali oleh peserta/anggota, dengan peneliti secara jelas merupakan salah satu anggota/peserta. Terdapat lebih sedikit tekanan dalam objektifitas dalam pendekatan ini dibandingkan dengan pendekatan empiris karena objektifitas yang komplit dipandang tidak mungkin.

Pendekatan ini memandang kebenaran sebagai sesuatu yang subjektif dan diciptakan bersama oleh para partisipan, dengan peneliti sebagai salah satu partisipannya. Objektivitas kurang ditekankan di sini karena dalam pendekatan ini, objektivitas penuh dipandang sebagai hal yang mustahil. Peneliti interpretif meyakini bahwa nilai adalah relevan dalam studi komunikasi dan bahwa peneliti perlu memperhatikan nilai pribadi mereka dan menyatakannya secara jelas pada pembaca, karena nilai akan secara alami menembus ke dalam penelitian.

Pendekatan interpretif memandang kebenaran sebagai suatu hal subjektif dan dibentuk bersama-sama, dengan pengamat adalah seseorang yang turut membentuk kebenaran tersebut. Dalam pendekatan ini, kebenaran bersifat lebih subjektif karena para

pengamat interpretif berpendapat bahwa kebenaran mutlak adalah hal yang tidak mungkin ada. Bagi pengamat interpretif, teori paling baik jika dihasilkan dari observasi dan pengalaman yang dialami pengamat sendiri kepada respondennya.

### 3. *The Critical Approach*

Suatu pemahaman tentang pengetahuan yang berhubungan dengan kekuasaan. Seperti yang dikatakan Bochner (1958) mengatakan bahwa pendekatan ini mengasumsikan bahwa pengetahuan tidak dapat bertahan hidup tanpa ideologi. Peneliti kritis percaya bahwa mereka yang memiliki kekuasaan membentuk pengetahuan untuk mengabadikan status quo mereka. Orang yang memiliki kekuasaan besar berusaha untuk mempertahankan kekuasaannya, yang membutuhkan kediaman suara minoritas yang menanyakan tentang distribusi kekuasaan dan pemegang kekuasaan versi kebenarannya.

Dalam pendekatan ini, pemahaman atas pengetahuan berhubungan dengan kekuatan. Peneliti kritis meyakini bahwa mereka yang memiliki kekuasaan membentuk pengetahuan dalam cara tertentu yang dapat melanggengkan status quo. Sehingga, orang-orang yang berkuasa berusaha untuk tetap mempertahankan kekuasaan mereka, yang mana memerlukan aksi mendiamkan suara minoritas yang mempertanyakan distribusi kekuasaan dan kebenaran versi si pemegang kekuasaan tersebut. Dalam pendekatan kritis, sebuah pemahaman pengetahuan berhubungan dengan kekuasaan. Pengamat kritis percaya bahwa mereka yang memiliki kekuasaan membentuk pengetahuan dalam cara yang bisa mengubah status quo.

Implisit pada tiga pendekatan untuk mengetahui sesuatu merupakan jawaban untuk pertanyaan tentang *nature of reality (ontology)*, pertanyaan mengenai bagaimana kita mengetahui sesuatu (*epistemology*), dan pertanyaan mengenai apa yang bernilai untuk diketahui (*axiology*). Penting untuk mengenali setiap pendekatan untuk mengetahui jawaban (*empirical, interpretive, dan critical*) dari pertanyaan tentang ontologi, epistemologi, dan perbedaan aksiologi. *Ontology* merupakan ilmu tentang makhluk hidup dan beda mati, atau dalam kata lainnya ilmu tentang realitas/kenyataan. Kata ontologi berasal dari bahasa Yunani

dan berarti pengetahuan tentang makhluk hidup atau prinsip umum dari makhluk hidup. *What is Ontology?* Mengatakan bahwa definisi ontologi adalah suatu pengetahuan atau ilmu tentang makhluk hidup, suatu cabang metafisika yang berhubungan dengan alam dan hubungan makhluk hidup; sistem tertentu menurut masalah sifat makhluk hidup yang diinvestigasi, filosofi pertama. Definisi ini fokus kepada ide bahwa ontologi memberikan kita suatu pandangan tertentu tentang dunia dan apa yang mendasari bagian pentingnya. Dikatakan filosofi pertama karena tidak mungkin untuk memfilosofikannya sampai sifat dasar kenyataan ditentukan.

Pertanyaan seputar *epistemology* fokus kepada bagaimana kita mengetahui tentang; apa yang dihitung sebagai pengetahuan secara intim berhubungan dengan ontologi. Bagaimana peneliti melihat dunia, kebenaran, dan sifat manusia perlu memengaruhi bagaimana mereka percaya bahwa mereka seharusnya mencoba untuk belajar mengenai masalah ini. Pertanyaan seputar *epistemology* fokus pada bagaimana kita mengetahui; apa yang dihitung sebagai pengetahuan sangat berkaitan erat dengan *ontology*. Pendekatan yang seorang peneliti gunakan akan memengaruhi caranya dalam mengumpulkan informasi, sebuah pilihan epistemologik.

Pertanyaan terakhir fokus kepada tempat nilai berada di dalam teori dan penelitian. Posisi empiris di dalam *axiology* adalah bahwa pengetahuan itu harus memiliki *value-free*. Bagaimanapun, kebanyakan peneliti tidak mengambil posisi ekstrim ini dan menerima beberapa subjektivitas itu, dalam bentuk nilai, menginformasikan proses penelitian (Bostrom, 2003; West & Turner, 2010: 53). Pertanyaan yang masih diperdebatkan adalah fokus kepada apakah nilai yang menyerap teori dan penelitian tetapi bagaimana seharusnya nilai menyerap teori dan penelitian itu.

Terdapat tiga posisi dalam perdebatan yang sesuai dengan tiga cara untuk mengetahuinya: sedapat mungkin menghindari nilai dalam penelitian (empiris) mengenali bagaimana nilai memengaruhi keseluruhan proses penelitian (*interpretive*) dan menganjurkan bahwa nilai seharusnya dengan lekat menjalin dengan pekerjaan para ahli

(*critical*). Posisi kedua berpendapat bahwa tidak mungkin untuk dapat mengeliminasi nilai dari banyak bagian teori dan penelitian. Faktanya, beberapa nilai sangat menempel dalam penelitian seperti budaya yang tanpa disadari oleh peneliti bahwa mereka bahkan memegangnya. Sandra Bem (1993; West & Turner, 2010: 54) mengamati bahwa kebanyakan peneliti dengan perbedaan gender; wanita dan pria dipengaruhi oleh bias yang ada pada saat itu. Posisi terakhir berpendapat bahwa tidak hanya nilai yang tidak dapat dihindari, tetapi nilai juga merupakan sebuah aspek yang sangat diperlukan dalam proses penelitian.

#### 1.4. Proses Penelitian

Salah satu proses tradisional dalam penelitian adalah *scientific method* mengikuti logika deduktif di mana peneliti bergerak dari hal yang umum (teori) ke hal yang spesifik. Ketika peneliti telah melakukan hipotesa terhadap apa yang ia temukan di lapangan, maka kemudian ia harus mengoperasionalkan konsepnya. Artinya, di sini seorang peneliti harus menspesifikasikan bagaimana ia akan mengukur konsep yang penting dalam penelitiannya. Langkah selanjutnya dalam *traditional scientific model* adalah melakukan observasi dan mengumpulkan data.

Wallace (1983; West & Turner, 2010: 62) telah memperlebar roda sains dengan memasukkan dua tipe riset: *pure* dan *applied*. Dalam *pure research*, peneliti dipandu dengan tujuan yang menghasilkan pengetahuan. Mereka tertarik pada pengujian atau penghasilan teori untuk kepentingan teori tersebut dan untuk memajukan pengetahuan kita dalam area tersebut. Dalam *applied research*, peneliti ingin menyelesaikan masalah yang spesifik dengan pengetahuan yang mereka atau peneliti lain hasilkan.

Dalam melakukan riset, kunci utama yang membedakan peneliti profesional dan yang tidak terdapat pada definisi dari dua istilah: *reliability* dan *validity*. Peneliti mengatakan bahwa sesuatu memiliki keandalan atau reliabilitas ketika kita dapat mendapatkan hasil yang sama dari waktu ke waktu. Validitas bahkan lebih penting lagi dalam

proses riset. Untuk mendapatkan kesimpulan yang berguna dari riset, observasi harus dapat diandalkan dan valid. Validitas mengacu pada fakta bahwa metode observasi sebenarnya menangkap apa yang seharusnya terjadi. Peneliti profesional memperhatikan validitas dari observasi mereka dan bekerja dengan tekun untuk mendemonstrasikan validitas. Peneliti yang naif tidak terlalu memikirkan tentang validitas kecuali jika entah bagaimana mereka menemukan bahwa mereka telah mendasarkan penyamarataan mereka pada gagasan yang salah. Pada akhirnya, proses riset pada peneliti yang naif dan profesional sama saja, namun peneliti profesional lebih teliti dalam setiap langkah prosesnya.

Ketika peneliti mencoba untuk menciptakan teori, mereka berpedoman kepada semua isu yang telah kita diskusikan tadi (pendekatan general mereka dalam mengetahui sesuatu (*empirical, interpretive, atau critical*) dan jawaban terhadap pertanyaan mengenai kebenaran atau realita, mengumpulkan informasi dan nilai (ontologi, epistemologi, dan aksiologi). Selain itu, mereka juga memiliki panduan mengenai bagaimana untuk menciptakan teori. Ada tiga panduan tradisi (West & Turner, 2010: 55-60), yaitu:

1. *The covering law approach*

Pendekatan ini berusaha untuk menjelaskan sebuah kejadian di dunia nyata dengan mengacu pada hukum umum. Peneliti yang menggunakan pendekatan ini menyakini bahwa perilaku komunikasi diatur oleh kekuatan yang dapat diprediksi dan digeneralisasikan. Berusaha menjelaskan tentang suatu peristiwa dalam dunia nyata dengan menunjuk kepada hukum publik. Peneliti menerapkan suatu cakupan pendekatan hukum percaya bahwa perilaku komunikasi dikuasai oleh kekuatan dapat diprediksi dan dapat digeneralisasi. Model ini menjelaskan pilihan manusia dengan mencari kondisi sebelumnya (biasanya suatu sebab) yang menentukan pilihan yang dibuat (biasanya efek). Atribut kritis dari penjelasan pendekatan ini adalah mereka menyediakan pernyataan eksplisit mengenai batasan kondisi dan bahwa mereka akan memberikan hipotesis (prediksi yang hubungannya dapat diuji, dari

tingkat kekhususan yang berbeda, diharapkan dapat menghasilkan batasan kondisi).

*Covering law approach* adalah sebuah panduan untuk menciptakan teori yang menyugestikan bahwa teori menyesuaikan pada hukum general yang universal. Beberapa penjelasan mengenai *covering law* merujuk pada hukum universal yang menyatakan bahwa semua  $x$  adalah  $y$ . Hukum seperti ini tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Namun, seiring dengan adanya informasi-informasi baru, hukum ini harus dimodifikasi. *Covering law explanation* tidak selalu berupa sebab-akibat, tetapi bisa juga menspesifikasikan hubungan dari *coexistence*. Atribusi kritis dari *covering law explanations* adalah bahwa mereka menyediakan sebuah pernyataan eksplisit dari sebuah kondisi tertutup dan bahwa mereka memungkinkan hipotesis, yaitu prediksi yang dapat diuji mengenai hubungan antara konsep-konsep yang mengikuti prediksi umum dari sebuah teori—dari level spesifikasi yang beragam, untuk digeneralisasikan di dalam kondisi tertutup ini.

## 2. *The rules approach*

Menyatakan bahwa perilaku komunikasi diatur oleh peraturan, bukan hukum. Perbedaannya dengan yang pertama adalah peneliti yang memegang pendekatan ini mengakui kemungkinan orang bebas untuk mengubah pikiran mereka, untuk berperilaku secara irasional, untuk memiliki makna istimewa untuk perilaku-perilaku, dan untuk mengubah peraturan. Perbedaan keduanya terletak pada perbedaan pilihan. Dalam *covering law approach* dijelaskan pilihan manusia dengan mencari kondisi sebelumnya yang menentukan pilihan yang dibuat (biasanya berupa efek). Dari model *rules*, peraturan mengikuti hasil dari pilihan yang dibuat oleh pengikut namun tidak terlalu bersangkutan dengan kondisi terdahulunya atau aspek apapun dari logika sebab-akibat.

Pendekatan ini mengasumsikan bahwa orang-orang secara tipikal berperilaku dengan sengaja dan mengarah ke tujuan, dan bisa lebih bisa bertindak dibanding diberi tindakan. Kita dapat dibatasi oleh pilihan sebelumnya yang telah kita buat, oleh pilihan orang lain, dan oleh kondisi sosial dan budaya, tetapi kita selalu ingin tahu dan pembuat pilihan yang aktif. Perilaku manusia dibagi menjadi dua

kategori, yaitu *movements* (perilaku yang berdasar pada stimulus-respon) dan *actions* (perilaku yang berdasar pada respon pilihan yang disengaja). *Rules theories* melihat ke dalam komunikasi atau budaya untuk memahami bagaimana orang mengatur interaksi mereka dengan orang lain. *Rules* merujuk pada standar atau kriteria yang digunakan orang ketika berperilaku dalam aturan tertentu.

Teoretikus *rules* melihat ke dalam komunitas atau budaya untuk memahami bagaimana orang mengatur interaksi mereka dengan orang lain. Di lain akhir dari kontinum ontological menempatkan perilaku komunikasi itu diatur oleh kekuasaan, bukan semacam hukum. Pendekatan *rules* ini berbeda dari pendekatan *covering law*, pada peneliti yang memegang pendekatan *rules* menerima kemungkinan bahwa orang-orang secara bebas dapat mengubah pikiran, berperilaku irasional, memiliki makna *idiosyncratic* pada perilakunya, dan untuk mengubah aturan. Beberapa peneliti (Lull, 1982; Wolf, Meyer, & White, 1982; West & Turner, 2010: 55-60) telah mengidentifikasi tiga tipe peraturan yang mengatur tontonan televisi. Pertama adalah *habitual rules*, yang tidak bisa dinegosiasikan dan dibentuk oleh figur yang berkuasa dalam keluarga. Kedua, *parametric rules*, juga dibentuk oleh orang dengan kekuasaan dalam keluarga namun lebih bisa dinegosiasikan. Terakhir, *tactical rules*, peraturan yang dimengerti sebagai saran untuk mencapai tujuan pribadi atau antarpribadi, namun tidak dinyatakan. Perbedaan mereka fokus kepada konsep pilihan. Dari ketiganya: *habitual rules*, yang tidak dapat dinegosiasikan dan biasanya didirikan oleh figur otoritas di dalam keluarga. *Parametric rules*, juga dibangun oleh figur otoritas dalam keluarga, tetapi mereka lebih dapat dinegosiasikan dibanding *habitual rules*. *Tactical rules*, atau aturan yang dipahami sebagai pencapaian tujuan personal atau interpersonal, tetapi tidak ditetapkan.

### 3. *The System approach*

Menganut kepercayaan terhadap pendekatan *rules* sementara itu juga menyarankan kepada kemauan bebas manusia mungkin akan dibatasi oleh sistem di mana mereka beroperasi. Sependapat dengan apa yang diyakini dalam *rules approach* dan di saat yang sama juga menyatakan bahwa kebebasan orang mungkin akan dipaksa oleh



sistem yang mereka operasikan. Pendekatan ini menyatakan ketidakmungkinan dalam mencapai apa yang diperlukan oleh *covering law approach*: hukum tentang komunikasi manusia yang tidak bervariasi dan umum.

Berpikir sistem dalam komunikasi berasal dari *General Systems Theory* (GST), yang merupakan sebuah teori sistem dan juga sebuah program konstruksi teori. *System thinking* telah menggantikan asumsi mengenai *covering law* menjadi lebih realistis. *System thinking* memerlukan sistematis, generalisasi nonuniversal yang tidak bergantung pada alasan induktif, memisahkan yang logis dengan yang empiris, memungkinkan penjelasan alternatif untuk fenomena yang sama, dan memungkinkan adanya penjelasan parsial.

Pemikiran sistem bersandar kepada beberapa properti, meliputi: *wholeness*, yaitu konsep fundamental dari pendekatan sistem. Hal ini merujuk kepada ide bahwa sistem tidak dapat sepenuhnya dipahami oleh pembelajaran pada bagian individu yang terisolasi satu sama lain. *Interdependence*, artinya adalah perilaku dari anggota dalam sistem mengonstruksikan sistem tersebut secara bersama-sama, dan seluruh anggota dipengaruhi oleh pergeseran dan perubahan dalam sistem karena elemen dari sistem saling berkaitan, maka mereka menciptakan interdependensi. Hal ini berarti bahwa perilaku sistem anggota membangun sistem bersama, dan semua anggota dipengaruhi oleh perubahan di dalam sistem. *Hierarchy*, semua sistem memiliki level, atau subsistem, dan semua sistem menempel pada sistem lain, atau suprasistem. Sistem tersebut merupakan hierarki, suatu organisasi kompleks. Seluruh sistem memiliki tingkatan atau subsistem, dan setiap sistem melekat pada sistem lain, atau suprasistem. Sehingga, sistem merupakan hierarki, organisasi yang kompleks. Masing-masing subsistem dapat berfungsi secara sendiri-sendiri dalam keseluruhan sistem, namun masing-masing subsistem merupakan satu kesatuan juga dengan yang lain membentuk satu sistem yang utuh. *Boundaries*, implisit dalam diskusi sebelumnya mengenai hierarki dan kompleksitas adalah prinsip bahwa sistem mengembangkan *boundaries* (batasan) di sekelilingnya dan subsistem yang dimuatnya. Sistem membangun

batasan di sekitarnya dan subsistem di dalamnya. Karena sistem manusia merupakan sistem yang terbuka (tidak mungkin bisa mengontrol semua sepenuhnya yang datang dan keluar dari mereka), batasan ini relatif dapat ditembus. Contohnya seperti informasi yang sebisa mungkin ditahan agar tidak terdengar orang lain, namun masih bisa juga menembus batasan tersebut.

*Calibration/feedback*, seluruh sistem butuh stabilitas dan ketetapan dengan suatu jangkauan yang terdefinisi. Kalibrasi (*calibration*) atau memeriksa skala, dan *feedback* berikutnya untuk mengganti atau menstabilkan sistem, membolehkan kontrol jangkauan. *Calibration* atau pengecekan skala dan *feedback* yang menyusul untuk mengubah atau menstabilkan sistemnya membuat rentang yang bisa dikontrol. Mengubah standar dapat dicapai melalui *feedback*. *Feedback*, dalam pemikiran sistem, bersifat positif ketika bisa memproduksi perubahan dan negatif jika mempertahankan status quo. Ketika sistem berubah maka disebut *morphogenic*, jika tidak berubah maka disebut *homeostatic*. *Equifinality*, sistem terbuka dicirikan oleh kemampuan untuk mencapai tujuan yang sama melalui perbedaan makna, atau *equifinality*. Sistem yang terbuka memiliki karakter yaitu berkemampuan untuk mencapai tujuan yang sama melalui makna yang berbeda atau *equifinality* (von Bertalanffy, 1968; West & Turner, 2010: 55-60). Prinsip ini diaplikasikan pada kelompok manusia dalam dua cara. Pertama, kelompok dapat mencapai tujuan melalui banyak jalur yang berbeda. Kedua, *equifinality* menyiratkan bahwa kelompok yang berbeda dapat mencapai tujuan yang sama melalui banyak jalan.

Berdasarkan spekulasi dari Dr. Stevens (West & Turner, 2010: 60), bahwa terdapat proses dalam penelitian. *Scientific method*, yaitu metode tradisional untuk melakukan penelitian meliputi kontrol pengamatan dan analisis untuk menguji prinsip suatu teori, mengikuti *deductive logic* di mana Steven berpindah dari teori umum (general) menjadi lebih spesifik contohnya (percakapan aktual yang digabung di dua tempat kerja). *Inductive logic* berpindah dari yang spesifik (observasi) ke general (teori). Setelah itu, Steven butuh untuk *operationalize* seluruh konsepnya. *Operationalize* yaitu membuat suatu

ide abstrak yang dapat diukur dan dapat diamati. *Scientific methods* adalah metode tradisional untuk melakukan riset, yang meliputi pengamatan dan analisis terkendali untuk menguji prinsip-prinsip dari sebuah teori. Metode ilmiah ini mengikuti *deductive logic* yaitu pergerakan dari hal general ke hal spesifik (dari teori ke pengamatan). Jika pengamat menggunakan *inductive logic*, artinya ia bergerak dari hal spesifik (pengamatan) ke hal umum (teori). Seorang pengamat kemudian membuat hipotesis tentang apa yang ia temukan dari data yang ia peroleh. Kemudian ia akan melakukan penelusuran kembali untuk menemukan pola-pola dari data yang telah ia peroleh. Sehingga, kemudian ia akan membuat generalisasi berdasarkan pengamatan mereka. Setelah si peneliti membuat hipotesis, kemudian ia akan melakukan operasionalisasi dari konsep-konsep yang ia miliki. Ia harus menspesifikasi bagaimana ia bisa mengukur konsep yang penting untuk studi mereka. Pada tahapan ini, ia akan mengubah konsep abstrak dari sebuah teori menjadi variabel-variabel konkret yang dapat diamati dan diukur.

Tahapan selanjutnya dalam metode ilmiah tradisional membawa peneliti untuk membuat *observations* dan mengumpulkan *data*. Data yang diperoleh harus dibuat *code* oleh peneliti menggunakan operasionalisasi untuk istilah-istilah tertentu. Pendekatan deduktif memungkinkan peneliti untuk menguji prediksi atau hipotesis spesifik yang dikeluarkan dari teori. Hasilnya adalah modifikasi atau koreksi tentang teori itu. Sedangkan pendekatan induktif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan contoh spesifik yang diharapkan dapat dibentuk menjadi teori. Pendekatan ini disebut dengan *grounded theory*. Pendekatan ini tidak berusaha untuk menguji hipotesis untuk mendukung teori, tetapi teori ditemukan, dikembangkan, dan diverifikasi melalui pengumpulan data sistematis dan analisis data-data tersebut yang berhubungan dengan fenomena. *Observation* yaitu pengamatan fokus dengan konteks ketertarikan, dapat dipandu oleh hipotesis atau pertanyaan penelitian. *Data* yaitu material kasar yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan yang diajukan atau untuk menguji hipotesis. *Code* yaitu mengubah data kasar menjadi sistem kategori. *Grounded theory* yaitu teori yang timbul dari data dan

analisis. *Pure research* yaitu penelitian untuk menghasilkan pengetahuan. *Applied research* yaitu penelitian untuk menyelesaikan suatu masalah atau untuk menciptakan aturan. *Reliability* stabilitas dan prediktabilitas dari suatu pengamatan. *Validity* yaitu kebenaran nilai dari pengamatan.

*Pure research* adalah riset yang dilakukan untuk menghasilkan pengetahuan. Peneliti tertarik untuk menguji atau menghasilkan teori untuk dirinya sendiri atau untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Dalam *applied research*, pengamat akan menyelesaikan masalah spesifik dengan pengetahuan yang telah ditemukan pengamat lainnya. Dalam membuat riset, salah satu perbedaan kunci antara pengamat profesional dan pengamat naïf adalah definisi dari dua istilah: *reliability* dan *validity*. Peneliti mengatakan bahwa sesuatu memiliki *reliability* ketika kita dapat menemukan hasil yang sama dari waktu ke waktu. Pengamat profesional melakukan pengujian statistik untuk menguji reliabilitas, atau mereka bisa saja meminta partisipan jika mereka masih merasa sama seperti mereka meneliti pertama kali. Sedangkan pengamat naïf biasanya beroperasi sepanjang mereka merasa bahwa pengamatan mereka *reliable* tanpa mengujinya. Meskipun reliabilitas penting, namun *validity* lebih krusial dalam proses riset. *Validity* adalah nilai kebenaran dari sebuah observasi. Pengamat profesional fokus pada validitas pengamatan mereka dan bekerja dengan rajin untuk menunjukkan validitas. Pengamat naïf tidak terlalu memikirkan tentang validitas kecuali mereka menemukan mereka telah mendasari generalisasi mereka pada sebuah pernyataan yang salah.

## 2

# STANDAR EVALUASI TEORI

Berpikir tentang teori dan penelitian merupakan suatu tantangan dan juga hal yang menyenangkan. Setelah mengetahui bagaimana cara mengevaluasi teori dan panduan-panduan tentang teori lainnya yang akan dipaparkan dalam bab-bab berikutnya, penulis mengatakan bahwa kini kita memiliki alat-alat untuk memulai perjalanan kita dalam mempelajari teori komunikasi lainnya. Kita membutuhkan struktur untuk membantu kita memahami teori komunikasi dan standar yang digunakan untuk mengujinya. Materi yang telah dibahas di bab ini bertujuan untuk membantu kita memahami teori dan menemukan apa yang dibicarakan oleh tiap teori, serta mengevaluasi bagaimana teori itu memberi kontribusi pemahaman kita tentang perilaku komunikasi.

Setelah mempelajari teori pada bab sebelumnya, butuh beberapa standar untuk menilai manfaatnya. Memahami suatu teori ternyata rumit karena faktanya teori menggambarkan begitu banyak hal yang berbeda. Dua teori bisa saja menggunakan pendekatan yang berbeda dengan pandangan yang berbeda dan berakar dari tradisi intelektual yang berbeda pula. Robert Craig dan Heidi Muller (West & Turner, 2010: 21-27) mengamati bahwa teori yang berbeda esensinya seperti menulis dalam dua bahasa yang berbeda dan inilah yang mengakibatkan subjek teori komunikasi menjadi begitu kompleks. Di bawah ini terdapat kriteria yang secara umum diterima sebagai alat ukur yang berguna untuk mengevaluasi teori komunikasi, yaitu:

**Tabel 1: Kriteria Penilaian Teori**

<b>Kriteria</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Scope</i>	Apa saja batasan dari penjelasan mengenai teori?
<i>Logical consistency</i>	Apakah klaim tentang teori sesuai dengan asumsinya? Apakah prinsip teori bertentangan satu sama lain?
<i>Parsimony</i>	Apakah teori yang sederhana dapat menjelaskan fenomena di bawah pertimbangan?
<i>Utility</i>	Apakah teori itu berguna atau dapat dipraktikkan?
<i>Testability</i>	Dapatkah teori itu terlihat salah?
<i>Heurism</i>	Apakah teori telah digunakan dalam penelitian secara ekstensif untuk menstimulasi cara baru dalam berpikir tentang komunikasi?
<i>Test of time</i>	Berapa lama teori digunakan dalam penelitian komunikasi?

## **2.1. Cakupan/Scope**

*Scope* (cakupan), ini terkait dengan keluasan dari perilaku komunikasi yang dapat dicakup oleh teori tersebut. *Boundaries* merupakan batasan dari cakupan teori tersebut. Meskipun suatu teori dapat menjelaskan komunikasi secara bermakna, mereka juga harus memiliki batasan yang jelas untuk menspesifikasi batasan dari *scope* teori tersebut. Semakin sering teori itu digunakan oleh para peneliti, maka akan semakin berkembang pula cakupan dan batasannya. *Logical consistency*, teori yang baik harus masuk akal dan mempunyai konsistensi internal yang jelas dan tidak saling kontradiksi. Teori harus

memberi kita penjelasan yang baik yang menunjukkan bahwa konsepnya bekerja sama dan hasil apa yang diperoleh dari interaksi tersebut. Pernyataan yang dibuat oleh teori harus sejalan dengan asumsinya. Jika teori menggunakan pendekatan *covering law*, maka akan menjadi tidak konsisten jika ia menjelaskan tentang pilihan bebas manusia.

*Scope* mengacu pada luasnya perilaku komunikasi yang dicakupi oleh teori. Meskipun teori harus menjelaskan komunikasi yang cukup untuk menjadi berarti, namun teori juga harus memiliki batasan yang jelas yang menspesifikkan batasan dari lingkup mereka. Misalnya, *uncertainty reduction theory* (URT) aslinya dibatasi oleh pertemuan pertama dengan orang asing. Hal ini menunjukkan adanya batasan ruang lingkup dalam teori tersebut. Namun, meskipun durasi pertemuan pertama tersebut pendek, benar bahwa orang menghabiskan banyak waktu untuk dalam hidup mereka bertemu dan bercakap-cakap dengan orang baru. Sehingga, lingkup teori seperti lebih luas setelah dipikirkan lebih dalam lagi. *Scope* merujuk kepada luasnya perilaku komunikasi yang dicakup oleh teori. *Boundaries* atau batasan merupakan batas jangkauan teori. Walaupun teori seharusnya cukup menjelaskan komunikasi yang bermakna, mereka juga seharusnya memiliki batasan jelas mengenai jangkauannya.

## **2.2. Konsistensi Logis/Logical Consistency**

*Logical Consistency* di mana teori harus logis dan memiliki konsistensi logikal secara internal yang jelas dan tidak berkontradiksi. Teori harus memberikan kita penjelasan yang menunjukkan bagaimana konsep-konsep di dalamnya bekerja bersama dan hasil apa yang mengikuti dari interaksi mereka. Sebagai tambahan, klaim yang dibuat oleh teori harus konsisten dengan asumsi teori. *Logical consistency* berarti bahwa teori “menggantung bersama-sama” dan tidak mengontradiksikan dirinya sendiri, baik dengan memajukan dua proposisi yang sedang berada dalam konflik satu sama lain atau dengan gagal beroperasi dalam parameter dari asumsinya. Teori seharusnya dapat dipahami dan memiliki internal *logical consistency* yang jelas dan

tidak bertentangan. Teori seharusnya menyediakan penjelasan yang baik yang menunjukkan kita bagaimana konsep bekerja bersama dan hasil apa yang didapatkan dari interaksi. *Logical consistency* yaitu kriteria untuk mengevaluasi teori, merujuk kepada logika internal dalam pernyataan teoretikal.

### **2.3. Kesederhanaan Teori/*Parsimony***

*Parsimony* mengacu pada kegunaan teori, atau nilai praktisnya. Teori yang baik memiliki kegunaan di dalamnya yang memberitahukan kita hal-hal tentang komunikasi dan perilaku manusia. Teori membuat kita bisa memahami beberapa elemen komunikasi yang sebelumnya kurang jelas. *Parsimony* merujuk kepada kesederhanaan penjelasan yang disediakan oleh teori. Teori seharusnya hanya berisi jumlah konsep yang dibutuhkan untuk menjelaskan fenomena di bawah pertimbangan. Jika suatu teori dapat menjelaskan perilaku komunikasi seseorang dengan memuaskan dengan menggunakan satu konsep.

*Parsimony*, ini merupakan kesederhanaan dari penjelasan yang disediakan oleh teori tersebut. Sebaiknya, teori hanya mengandung konsep-konsep yang penting untuk dijelaskan tentang fenomena itu dengan berbagai pertimbangan. Akan lebih bermanfaat jika kita dapat menjelaskan suatu perilaku manusia hanya dengan menggunakan satu konsep daripada harus menggunakan enam konsep. Hal ini dikarenakan teori komunikasi dan perilaku sosial terkait dengan fenomena-fenomena yang sifatnya sudah kompleks. *Parsimony* ini mengharuskan kesederhanaan tanpa harus menghilangkan kelengkapan.

### **2.4. Kegunaan/*Utility***

*Utility* juga menjalin bagian-bagian informasi menjadi satu dalam cara yang bisa kita lihat polanya, di mana pola tersebut belum jelas bagi kita sebelumnya. Kriteria ini merujuk kepada kegunaan teori, atau nilai praktis. Teori yang baik memiliki kegunaan yang memberitahukan kita mengenai pengaruh besar mengenai komunikasi



dan perilaku manusia. *Utility*, kriteria ini mengarah kepada kegunaan dari teori tersebut atau nilai praktikal. Teori yang bermanfaat dapat digunakan untuk menghadapi berbagai komunikasi dan perilaku manusia dengan memahami berbagai elemen komunikasi yang sebelumnya masih tidak jelas. Maka dari itu, teori dapat membentuk dan mengubah perilaku kita.

## 2.5. Keakuratan/*Testability*

*Testability* mengacu pada kemampuan kita untuk menginvestigasi keakuratan teori. Salah satu masalah terbesar dalam *testability* mengkhawatirkan spesifisitas konsep yang merupakan pusat dari teori. Misalnya, *social exchange theory* dipredikatkan pada konsep *cost* dan *reward*. Teori ini memprediksikan bahwa orang akan terlibat dalam perilaku yang menurut mereka memberikan hadiah atau sesuatu bagi mereka dan menghindari perilaku yang membuat mereka harus mengeluarkan sesuatu. Bagaimanapun, teori ini tidak secara jelas mendefinisikan *cost* dan *reward*. Faktanya, istilah tersebut didefinisikan dalam gaya sirkuler: perilaku yang dilakukan seseorang secara berkesinambungan memberikan *reward*, dan perilaku yang mereka hindari mengeluarkan biaya (*cost*). *Testability* merujuk kepada kemampuan kita untuk menginvestigasi ketelitian teori. Satu dari isu terbesar yang melibatkan *testability* memberikan perhatian kepada kekhususan konsep yang berpusat kepada teori. Hal ini membolehkan kita untuk memahami beberapa elemen komunikasi yang sebelumnya kurang jelas. *Testability*, ini terkait dengan kemampuan kita untuk menginvestigasi suatu teori secara akurat, terutama lewat pengujian konsep utama dari teori tersebut. Misalnya, dalam teori pertukaran sosial, seharusnya peneliti dapat dengan jelas mendefinisikan ukuran dari *cost* dan *reward* yang merupakan konsep utama teori tersebut.

## 2.6. Menggugah Riset Berikutnya/*Heurism*

*Heurism* mengacu pada jumlah riset dan pemikiran baru yang distimulasi oleh teori. Teori dianggap baik jika menghasilkan *insight* dan

penelitian baru. Walaupun tidak semua teori menghasilkan banyak riset, sebuah teori yang efektif akan mendorong beberapa aktivitas riset. *Heurism* merujuk kepada jumlah penelitian dan pemikiran baru yang distimulasikan oleh teori. Teori itu dinilai baik ketika sebuah teori dapat menghasilkan *insight* dan penelitian baru. Walaupun tidak semua teori menghasilkan pengaruh yang besar dalam penelitian, suatu teori yang efektif mendorong beberapa aktivitas penelitian. *Heurism*, ini terkait dengan jumlah penelitian dan pemikiran baru yang distimulasi oleh teori tersebut. Teori yang baik dapat menstimulasi pandangan dan penelitian baru. Setidaknya, suatu teori harus pernah dilibatkan dalam penelitian lain.

## 2.7. Usia Teori/*Test of Time*

*Test of time* merupakan kriteria terakhir ini hanya bisa digunakan setelah beberapa lama berselang dari pembuatan teori. Apakah teori-teori tersebut masih menghasilkan riset atau apakah mereka telah dianggap kuno? Memutuskan apakah teori telah bertahan atas *test of time* terkadang sewenang-wenang karena menilai kriteria dalam teori merupakan proses yang subjektif. Apakah teori itu masih menghasilkan penelitian atau mereka telah dibuat sebagai hal yang ketinggalan zaman? *Test of time* dapat digunakan hanya setelah beberapa lama teori diciptakan. *Test of Time*, meskipun teori itu sudah dibuat beberapa tahun yang lalu, namun teori yang baik biasanya masih dilibatkan dalam berbagai penelitian. Namun pengujian waktu dari suatu teori biasanya melalui proses yang subjektif dan sewenang-wenang. Kriteria ini tidak dapat digunakan untuk menganalisa suatu teori yang baru.

## 3

# TEORI SOCIAL EXCHANGE

### 3.1. Tentang Teori *Social Exchange*

*Social exchange theory* (SET) atau teori pertukaran sosial ingin melihat bahwa suatu hubungan dapat diprediksi karena adanya beberapa masalah di mana hubungan tersebut lebih mengeluarkan banyak *cost* daripada mendapatkan *reward*. SET merupakan teori yang berdasarkan pada pengertian bahwa orang berpikir tentang hubungan tersebut karena adanya istilah ekonomi. Orang akan memperhitungkan biaya yang akan dikeluarkan dalam suatu hubungan dan membandingkannya dengan *reward* yang ditawarkan dalam hubungan tersebut. *Cost* merupakan sebuah elemen dalam suatu hubungan di mana *cost* ini dianggap sebagai nilai yang negatif, seperti usaha dalam sebuah hubungan dan bersifat negatif. *Reward* merupakan sebuah elemen dalam suatu hubungan yang dianggap sebagai nilai yang positif. SET mengatakan bahwa orang menilai suatu hubungan berdasarkan *cost and reward* (Stafford, 2008; West & Turner, 2010: 186). Setiap hubungan sangat membutuhkan waktu dan usaha, ketika seseorang mengeluarkan waktunya dengan orang lain, maka kita harus menjaga hubungan tersebut, sehingga dalam arti ini waktu yang dihabiskan ini adalah biaya. SET lebih jauh memprediksi bahwa suatu hubungan dipengaruhi oleh *outcome*, atau apakah orang akan melanjutkan hubungan tersebut atau mengakhirinya.

Teori pertukaran sosial dibuat berdasarkan gagasan bahwa manusia berpikir tentang hubungannya dengan orang lain dalam suatu pola ekonomi. Manusia memperhitungkan *cost* yang harus mereka tanggung dalam hubungan tersebut dan membandingkannya dengan *reward* yang ditawarkan kepadanya. *Cost* merupakan elemen dari

kehidupan relasional yang mempunyai nilai negatif kepada seseorang, misalnya usaha yang harus dilakukan dalam suatu hubungan. *Reward* merupakan elemen dari suatu hubungan yang mempunyai nilai positif. Dalam perspektif teori pertukaran sosial, orang akan mengkalkulasi seberapa berharga hubungan yang ia bina dengan mengurangi *costnya* dari *reward* yang ia terima.

$$\text{worth} = \text{rewards} - \text{costs}$$

(sumber: West & Turner, 2010: 186)

Hubungan yang positif adalah yang menghasilkan angka *worth* yang positif pula, dan sebaliknya. Teori ini kemudian memprediksi bahwa *worth* dari hubungan tersebut akan memengaruhi *outcome* (apakah orang tersebut akan melanjutkan hubungan tersebut atau tidak). Hubungan yang positif dinyatakan akan lebih bertahan daripada yang bernilai negatif. Namun ternyata situasinya lebih kompleks daripada ini. John Thibaut dan Harrold Kelley (West & Turner, 2010: 187) menyatakan bahwa setiap individual secara sukarela masuk dan bertahan dalam berbagai hubungan selama itu cukup memuaskan baginya dengan basis *reward* dan *cost* menurut pribadinya sendiri.

Ronald Sabatelli dan Constance Shehan (West & Turner, 2010: 187) menyatakan bahwa pendekatan pertukaran sosial memandang hubungan lewat metafora suatu pasar di mana setiap orang bertindak untuk orientasi mendapatkan profit. Namun menurutnya, pertukaran ekonomi dan pertukaran sosial itu memiliki beberapa perbedaan. Pertukaran sosial meliputi suatu koneksi dengan orang lain, kepercayaan, kewajiban yang tidak legal, pertukaran sosial lebih fleksibel dan tidak seperti transaksi yang dilakukan secara eksplisit. Thibaut dan Kelley juga menyebut teori ini dengan istilah *Theory of Interdependence*.

*Social exchange theory* (SET) berdasarkan gagasan bahwa orang-orang berpikir mengenai hubungannya dalam istilah ekonomi. Orang-orang menghitung jumlah *cost* (biaya) dalam hubungan dan membandingkannya dengan *rewards* (untung) yang ditawarkan dalam hubungan tersebut. *Cost* yaitu elemen dari hubungan kehidupan dengan nilai negatif. *Rewards* yaitu elemen dari hubungan kehidupan dengan

nilai positif. Semua hubungan membutuhkan beberapa waktu dan usaha pada bagian dari partisipannya. Ketika dua orang menghabiskan waktu satu sama lain, yang harus mereka lakukan untuk menjaga hubungan mereka tidak dapat melakukan hal lain di waktu tersebut, maka waktu yang dihabiskan itu adalah *cost* dalam hubungan mereka. Selain itu, hubungan juga memberikan kita *rewards* juga. Keluarga, teman, dan orang tersayang secara umum memberikan kita rasa penerimaan, dukungan, dan persahabatan, dan lain-lain.

Hubungan positif adalah hubungan yang bernilai positif; yaitu *rewards* lebih besar dibanding *cost*. Hubungan yang bernilai negatif; yaitu *cost* lebih besar dibanding *rewards* cenderung negatif terhadap partisipan. John Thibaut dan Harold Kelley (West & Turner, 2010: 187) mengatakan bahwa “setiap individu secara sukarela masuk dan tinggal dalam suatu hubungan hanya selama ia merasa cukup terpuaskan dalam hal *rewards* dan *cost*. Ronald Sabatelli dan Constance Shehan (1993; West & Turner, 2010: 187) mengatakan bahwa pendekatan *social exchange* melihat hubungan melalui metafora pasar, di mana setiap orang bertindak dengan tujuan sendiri dalam mencari keuntungan. Sedangkan Laura Stafford (2008; West & Turner, 2010: 186) mengkualifikasikan bahwa pertukaran ekonomi dan pertukaran sosial memiliki beberapa perbedaan; *social exchange* melibatkan sebuah koneksi dengan orang lain; *social exchange* meliputi kepercayaan, kewajiban tidak legal; *social exchange* lebih fleksibel dan jarang melibatkan penawaran eksplisit.

### **3.2. Asumsi-asumsi Teori *Social Exchange***

Semua teori pertukaran sosial dibentuk berdasarkan beragam asumsi terkait dengan sifat manusia dan sifat dari hubungan tersebut. Karena teori ini dibuat berdasarkan metafora pertukaran ekonomi, banyak asumsi yang beredar menyatakan bahwa manusia memandang kehidupan ini seperti pasar. Mereka mencoba untuk mereduksi, suatu motivator internal, untuk memahami individual, dan menggambarkan hubungan yang terbentuk di antara mereka.

*Social exchange theory* dibangun atas beberapa asumsi tentang sifat manusia dan sifat hubungan. Beberapa asumsi ini sebaiknya telah jelas dalam memberikan pengantar tentang teori ini, karena SET ini berada pada metafora dari perubahan ekonomi, banyak dari asumsi ini mengalir dari gagasan bahwa orang melihat kehidupan sebagai sebuah pasar. Thibaut dan Kelly (West & Turner, 2010: 188) juga mengembangkan tiga asumsi ini menjadi satu prinsip yang dinamakan sebagai *game theory* di mana prinsip ini diilustrasikan sebagai suatu hubungan yang disebut *Prisoner's Dilemma*. Thibaut dan Kelley (West & Turner, 2010: 188) membuat teorinya berdasarkan dua konseptualisasi berikut, yaitu:

1. *Nature of Individuals.*

- Manusia mencari *reward* dan menghindari *punishment*.

Pendekatan ini menyatakan bahwa perilaku manusia dimotivasi oleh mekanisme tujuan. Jika ia merasa ini bermanfaat, maka manusia akan mempertahankan sebuah hubungan. Manusia melihat penghargaan dan menghindari hukuman: di mana hal ini konsisten dengan konseptualisasi dari mendorong penghematan. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa perilaku orang merupakan motivasi dari beberapa mekanisme pendorong tersebut. Ketika kita merasakan pendorong ini, maka kita termotivasi untuk mengurangi dan proses dalam melakukan hal tersebut merupakan hal yang menyenangkan.

- Manusia merupakan makhluk rasional.

Manusia merupakan makhluk yang rasional: di mana hal ini merupakan kritik dari SET. Teori ini terletak pada gagasan bahwa dengan batasan dari sebuah informasi yang tersedia, orang akan mengkalkulasi *cost* dan *reward* dan membimbing mereka sesuai dengan perilaku mereka sendiri. James White dan David Klein (2002; West & Turner, 2010: 188-189) menunjukkan bahwa asumsi rasionalitas tidak sama dengan mengatakan bahwa orang-orang terlibat dalam rasionalisasi. Dengan mengasumsikan bahwa orang merupakan makhluk rasional, maka SET ini menegaskan bahwa orang menggunakan

pemikiran rasionalnya untuk membuat sebuah pilihan, tetapi ketika kita merasionalisasi kita berusaha untuk memberikan pembenaran untuk perilaku kita setelah perilaku kita terjadi. Dalam keterbatasan informasi yang ia miliki, manusia akan mencoba untuk mengkalkulasi *reward* dan *cost* dalam situasi tertentu dan kemudian hasilnya akan menentukan perilakunya. Jika ia menghadapi situasi di mana tidak ada yang *rewarding*, maka ia akan memilih alternatif *cost* terkecil.

- Standar yang digunakan manusia untuk mengevaluasi *cost* dan *reward* itu beragam sepanjang waktu dan beragam dalam diri setiap orang.

Standar yang digunakan manusia untuk mengevaluasi biaya dan penghargaan sangat bervariasi dari waktu ke waktu dan dari orang ke orang, di mana asumsi ketiga ini menyarankan bahwa teori ini harus mengambil keragaman menjadi suatu pertimbangan. Tidak ada satupun standar yang dapat diterapkan oleh seseorang untuk menentukan apa itu *cost* dan apa itu *reward*. Tidak ada standar tertentu yang dapat diaplikasikan untuk mendeterminasikan apa itu *cost* dan apa itu *reward*. SET merupakan teori *lawlike* karena SET menyatakan bahwa meskipun definisi *reward* bagi setiap orang itu berbeda, asumsi pertama masih dianggap benar bagi setiap orang di mana kita berusaha untuk memaksimalkan profit dan *rewards* kita serta meminimalisasi *cost*.

## 2. *Nature of the relationships between two people.*

- Hubungan itu bersifat interdependen.  
Hubungan itu saling bergantung, artinya apapun yang dilakukan oleh anggota dalam suatu hubungan, maka yang lainnya atau hubungan tersebut akan dipengaruhi satu sama lain.
- Hubungan relasional merupakan suatu proses.

Hubungan itu merupakan sebuah proses, di mana asumsi ini mengakui bahwa pentingnya waktu dan perubahan dalam kehidupan relasional. Lebih khususnya bahwa waktu

memengaruhi pertukaran karena pengalaman masa lalu tentang *reward* dan *cost*, dan penilaian ini akan berdampak pada penilaian berikutnya.

Gagasan yang menyatakan bahwa manusia mencari *reward* dan menghindari *punishment* tersebut konsisten dengan konseptualisasi dari "*drive reduction*". Pendekatan ini berasumsi bahwa perilaku manusia dimotivasi oleh beberapa tujuan mekanisme internal. Ketika orang merasakan penggerak tujuan tersebut, mereka akan termotivasi untuk mengurangi itu dan prosesnya dirasa sebagai suatu yang menyenangkan. Ketika kita haus, kita akan minum untuk mereduksi dan prosesnya itu bersifat *rewarding*. Untuk merasakan *reward* tersebut, seseorang harus bergerak untuk mereduksi atau membutuhkan pemenuhan. Misalnya, pada sepasang sahabat, mereka merasa membutuhkan pemahaman dan pengertian satu sama lain dan kebutuhan (penggerak) itu dipenuhi (direduksi) dengan menghabiskan waktu bersama.

Asumsi kedua adalah bahwa manusia itu rasional. Dalam keterbatasan informasi yang mereka terima, manusia akan mengkalkulasi *cost* dan *reward* dalam situasi yang dihadapinya dan membimbing perilakunya sendiri berdasarkan situasi tersebut. Jika mereka tidak dapat menghadapi sesuatu yang *rewarding*, setidaknya mereka akan memilih yang paling sedikit *cost*. James White dan David Klein (West & Turner, 2010: 189) menyatakan bahwa dengan mengasumsikan rasionalitas, bukan berarti sama dengan menyatakan bahwa orang terlibat dalam rasionalisasi. Dengan berasumsi bahwa manusia merupakan makhluk rasional, teori pertukaran sosial menekankan bahwa orang-orang menggunakan pemikiran rasional untuk membuat pilihan. Namun, ketika kita merasionalisasi, kita mencoba untuk menyediakan suatu penilaian yang tampaknya rasional untuk perilaku kita setelah perilaku itu terjadi. Rasionalisasi ini memberikan suatu upaya yang terkesan dibuat-buat agar pilihan tersebut tampak rasional.

Asumsi ketiga yang menyatakan bahwa standar yang orang gunakan untuk mengevaluasi *cost* dan *reward* tersebut beragam



sepanjang waktu pada setiap orang, jadi teori ini sebenarnya harus mempertimbangkan adanya perbedaan dan keberagaman tersebut. Tidak ada satu standar pun yang bisa diaplikasikan kepada semua orang untuk mendeterminasi apa itu *cost* dan apa itu *reward*. Namun meskipun pengertian *reward* itu berbeda bagi semua orang, asumsi pertamanya yang menyatakan bahwa setiap orang akan berusaha memaksimalkan profit dan *reward* serta meminimalisasi *cost* itu tetaplah benar.

Thibaut dan Kelley membuat ketiga asumsi tentang sifat manusianya berdasarkan prinsip *drive reduction* (West & Turner, 2010: 191-196). Dalam pendekatannya dengan hubungan itu sendiri, mereka mengembangkan seperangkat prinsip yang diberi nama *game theory*. Dari permainan itu ditemukan bahwa dalam hubungan antar kedua orang tersebut terdapat interdependensi di mana satu sama lain saling memengaruhi, itulah sebabnya Thibaut dan Kelley kemudian menamakan teori ini sebagai *Interdependence Theory*. Mereka melakukan penamaan itu karena mereka ingin menekankan bahwa pertukaran sosial merupakan suatu fungsi interdependensi dan menghindari adanya hasil *win-lose* di antara kedua orang yang berhubungan tersebut.

Asumsi berikutnya dari Thibaut dan Keley adalah mengenai hidup relasional yang merupakan suatu proses (West & Turner, 2010: 191-196). Para peneliti kemudian menemukan betapa pentingnya waktu dan perubahan dalam kehidupan relasional. Secara spesifik, waktu memengaruhi pertukaran karena pengalaman masa lampau akan membimbing penilaian kita tentang *cost* dan *rewards* di mana penilaian ini berdampak berikutnya terhadap pertukaran. Misalnya, ketika kita tidak menyukai perkuliahan dan beropini rendah tentang itu dan kemudian kita mengambil kelas yang melebihi ekspektasi kita dan menemukan bahwa kita akhirnya suka dengan perkuliahan itu. Misalnya hubungan mahasiswa dengan dosen itu dan ekspektasi akan masa depan dari hubungan itu akan dibentuk seiring proses. Lebih jauh, gagasan proses ini memungkinkan kita untuk melihat bahwa hubungan akan terus berubah dan berkembang. Kemudian kita akan membahas dua bagian penting dalam teori ini (West & Turner, 2010: 191-196), yaitu:

## 1. *Evaluation of a Relationship: Why We Stay or Go*

Pertukaran sosial itu meliputi gagasan tentang suatu hubungan dan berbagai gagasan lain tentang kewajiban yang harus dibagikan oleh kedua pihak untuk diberikan tanggung jawab satu sama lain. Ketika seseorang mempertimbangkan kelayakan hubungannya dan harus membuat keputusan apakah ia tetap diam atau tidak, ia akan menghadapi berbagai pertimbangan. Thibaut dan Kelley menyatakan bahwa ada dua pertimbangan yang akan diperhatikan ketika seseorang akan mengevaluasi kelayakan dari hubungannya:

- *The comparison level* merupakan suatu standar yang merepresentasikan apa yang dirasakan orang itu tentang apa yang harus dia terima terkait dengan *reward* dan *cost* dari hubungan tertentu. CL ini beragam pada setiap individu karena sifatnya yang subjektif. CL individual dibuat berdasarkan pengalaman masa lampau dalam suatu hubungan tertentu. Karena kita sering berinteraksi dengan orang-orang yang sebudaya dengan kita, maka kita akan membagikan berbagai ekspektasi relasional yang sesuai dengan pesan yang kita terima dari budaya yang kita kenali tersebut. Maka dari itu, ekspektasi kita dengan orang lain tentang suatu hubungan tidak akan berbeda secara keseluruhan. Misalnya, jika selama ini kita berada di dalam hubungan persahabatan yang mengharuskan kita untuk saling mendengarkan satu sama lain, maka kita tidak akan menganggapnya menjadi suatu *cost* yang mahal ketika kita akan menghadapi hubungan seperti itu lagi di masa depan, dan sebaliknya.

Thibaut dan Kelley menyatakan bahwa kepuasan kita dengan hubungan kita saat ini bersumber dari perbandingan *reward* dan *cost* yang kita buat terkait dengan CL. Jika hubungan kita sekarang sesuai atau melebihi CL kita, teori ini memprediksi bahwa kita akan merasa puas dengan hubungan tersebut. Terkadang orang mau mengacuhkan hubungannya yang memuaskan dan bertahan di dalam hubungan yang justru tidak memuaskan (bertentangan dengan  $CL_{ALT}$ ).

- *The comparison level for alternative (CL<sub>ALT</sub>)* ini merupakan *relational reward* terendah yang bersedia diterima oleh seseorang dari hubungannya saat ini, jika ia menemukan alternatif hubungan lain yang lebih baik maka ia akan meninggalkan hubungan tersebut (ia takut sendiri). Jika ia tidak menemukan yang lebih baik, maka SET memprediksi bahwa ia akan tetap dalam hubungan tersebut. Dengan kata lain, CL<sub>ALT</sub> memperhitungkan bagaimana orang mengevaluasi suatu hubungan dengan membandingkannya dengan alternatif lain yang realistis dengan hubungan tersebut. CL<sub>ALT</sub> ini lebih terkait dengan kestabilan, bukannya kepuasan.

## 2. *Exchange Patterns: SET in Action*

Thibaut dan Kelley tertarik untuk mengetahui bagaimana orang akan menyesuaikan perilakunya di dalam berinteraksi dengan rekannya. Mereka menyatakan bahwa ketika orang berinteraksi, mereka pasti diarahkan oleh tujuan. Ini terkait dengan pernyataan sebelumnya yang menyatakan bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional. Thibaut dan Kelley menyatakan bahwa manusia terlibat di dalam *behavioural sequence* yang merupakan seperangkat aksi yang dirancang untuk mencapai tujuan mereka. Ketika orang-orang terlibat di dalam suatu *behavioural sequence*, mereka akan bergantung pada suatu batasan tertentu terhadap rekannya. Ketergantungan ini akan membawa kita pada konsep *power* yang merupakan ketergantungan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain untuk mendapatkan *outcome* tertentu. Ada dua tipe *power*. Pertama *fate control* yang berarti kemampuan untuk memengaruhi *outcomes* dari rekan kita. *Behavioural control* merupakan kekuasaan untuk menyebabkan orang lain mengubah perilakunya dengan cara mengubah perilakunya sendiri.

*Given Matrix* merepresentasikan pilihan perilaku dan *outcomes* yang dideterminasi oleh suatu kombinasi dari faktor eksternal (lingkungan) dan faktor internal (keahlian tertentu dari orang yang terlibat dalam interaksi tersebut). Ketika dua orang terlibat dalam suatu pertukaran, lingkungan akan memberikan berbagai pilihan yang lebih sulit daripada yang lain. Matriks ini juga bergantung

pada keahlian seseorang yang ia bawa ke dalam pertukaran sosial tersebut. Misalnya, jika anda tidak bisa dansa, maka akan sangat tidak mungkin anda berdansa dengan sahabat anda tersebut.

Orang mungkin akan dibatasi oleh *given matrix* tersebut, namun mereka tidak terjebak di dalamnya dan mencoba mentransformasikannya ke dalam *effective matrix* yang merepresentasikan perluasan dari perilaku alternatif dan atau *outcomes* yang dapat mendeterminasikan pilihan perilaku dalam pertukaran sosial tersebut. Misalnya, jika tidak dapat berdansa, maka kita dapat belajar agar menjadi bisa dan dapat melakukan kebiasaan itu dengan sahabat kita.

Terakhir, ada *dispositional matrix* yang merepresentasikan cara di mana dua orang percaya bahwa *rewards* harus dipertukarkan di antara mereka. Thibaut dan Kelley menekankan bahwa jika kita mengetahui jenis disposisi (*dispositional matrix*) yang dimiliki seseorang dan sifat dari situasi di mana dia beroperasi (*given matrix*), kemudian kita akan mengetahui bagaimana memprediksi transformasi yang akan dibuat orang tersebut (*the effective matrix*) untuk memengaruhi pertukaran sosial tersebut.

Secara implisit, Thibaut dan Kelley menyertakan perilaku komunikasi lain, seperti pengungkapan diri. Seperti yang diamati oleh Rollof bahwa pengungkapan diri kelihatannya akan berimplikasi terhadap disposisi dan strategi transformasi yang berusaha untuk dipakai di dalam pertukaran tersebut (West & Turner, 2010: 191-196). Karena disposisi itu memengaruhi strategi seseorang, kita mengasumsikan bahwa pengetahuan akan disposisi ini akan memungkinkan kita untuk memprediksi transformasi. Pengungkapan diri ini mengandung resiko di mana informasi yang kita ungkapkan mungkin saja berlawanan dengan orang tersebut. Jika kita mengetahui bagaimana cara orang lain mentransformasi *given matrix*, maka kita memiliki kelebihan di dalam pertukaran sosial tersebut.

Semua teori *social exchange* dibangun berdasarkan beberapa asumsi tentang sifat dasar manusia (*human nature*) dan sifat dasar hubungan (*nature of relationship*). Karena teori *social exchange* itu

berdasarkan metafora pertukaran ekonomi, beberapa asumsi ini disalurkan dari gagasan bahwa orang melihat kehidupan sebagai sebuah pasar atau *marketplace*. Gagasan bahwa manusia mencari *reward* dan menghindari *punishment* konsisten dengan konseptualisasi tentang *drive reduction* (Rolloff, 1981; West & Turner, 2010: 192). Pendekatan ini mengasumsikan bahwa perilaku manusia dimotivasi oleh beberapa *internal drive* mekanisme. Ketika seseorang merasakan *drive* ini, mereka akan termotivasi untuk menguranginya, dan proses melakukannya itu menyenangkan. Jika George merasa haus, maka ia akan mengurangi hausnya dengan mendapatkan minuman. Asumsi ini membantu teoritikus *social exchange* untuk memahami contoh kasus LaTasha dan Meredith menikmati kebersamaan mereka: mereka merasa membutuhkan pemahaman dan pertemanan, dan kebutuhan (*drive*) dipenuhi (atau dikurangi) dengan menghabiskan waktu bersama.

Para ilmuwan sangat kritis terhadap teori *social exchange* karena teori ini berada pada gagasan bahwa dengan adanya informasi terbatas yang dapat dimiliki, orang-orang akan menghitung *cost* (biaya) dan *rewards* (untung) dari suatu situasi dan memandu perilaku mereka berdasarkan hal tersebut. Bahwa standar yang digunakan manusia untuk mengevaluasi *cost* dan *rewards* bervariasi dari waktu ke waktu dan dari satu orang ke orang lain. Hal ini menyarankan bahwa teori ini harus mengambil keragaman dalam pertimbangan. Tidak ada standar seseorang yang dapat digunakan oleh setiap orang untuk menentukan mana *cost* dan mana *rewards*.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya pada bab ini, Thibaut dan Kelly mengambil ketiga asumsi tentang *human nature* dari prinsip *drive reduction*. Dalam pendekatannya terhadap hubungan, mereka menembangkan suatu kumpulan prinsip yang disebut *game theory*. Permainan klasik yang mereka kembangkan yang mengilustrasikan asumsi pertama mereka tentang hubungan disebut dengan *Prisoner's Dilemma*. Permainan ini berisi tentang dua orang tahanan yang ditanyakan tentang kejahatan yang mereka sangkal melakukannya. Mereka dipisahkan dan mereka diberikan dua pilihan: mereka dapat mengakui kejahatannya, atau mereka dapat tetap bertahan dengan sangkalannya. Situasi ini menjadi rumit dengan

adanya fakta bahwa hasil mereka tidak berada pada tangan mereka. sebaliknya setiap hasil dari tahanan tersebut adalah kombinasi dari respon keduanya. Konfigurasi dari kemungkinan pilihan mereka disebut 2 x 2 matrix karena jumlah mereka ada dua dan keduanya memiliki pilihan masing-masing: mengakui atau menyangkal. Jika kita menyebut mereka dengan nama Jones dan Smith, kita dapat melihat pilihan dan hasil mereka (West & Turner, 2010: 190), yaitu:

1. Jones mengaku dan Smith mengaku = keduanya bebas
2. Jones mengaku dan Smith menolak = Jones bebas, Smith dihukum
3. Jones menolak dan Smith mengaku = Jones dihukum, Smith bebas
4. Jones menolak dan Smith menolak = keduanya dihukum

Hal tersebut jelas bahwa hasil jawaban dari Smith dan Jones itu saling ketergantungan. Hasil dari kasus tersebut tergantung dari hubungan antara jawaban dari Smith dan Jones, bukan dari salah satu jawaban saja. Asumsi yang dibuat Thibaut dan Kelly yaitu bahwa hubungan dalam kehidupan itu adalah sebuah proses. Dalam menyatakan ini, peneliti dikenalkan dengan kepentingan waktu dan perubahan dalam hubungan kehidupan. Secara spesifik, waktu memengaruhi pertukaran karena pengalaman masa lalu menuntun penilaian terhadap *rewards* dan *costs*, dan penilaian ini memengaruhi pertukaran berikutnya.

### **3.3. Perhitungan Ekonomi dalam Interaksi Sosial**

SET merupakan teori yang kompleks, di mana teori ini termasuk gagasan di dalam suatu hubungan dan beberapa gagasan ini saling berbagi kewajiban di mana kedua belah pihak memandang tanggung jawab satu sama lain (Lavelle, Rupp, & Brockner, 2007: 845; West & Turner, 2010: 191). Ketika orang mengkalkulasi tentang suatu hubungan dan membuat suatu keputusan, maka beberapa orang akan melakukan pertimbangan tersebut. Salah satu bagian yang paling menarik dari teori Thibaut dan Kelly yaitu mereka menjelaskan tentang bagaimana orang menghitung sebuah hubungan dengan referensi

apakah mereka akan tetap dalam hubungan tersebut atau mengakhiri hubungan itu. Thibaut dan Kelly menjelaskan tentang dua tipe *comparison*, yaitu *comparison level (CL)* merupakan standar yang mewakili apa yang dirasakan orang maka mereka harus menerima bahwa *cost* dan *reward* selalu terdapat dalam suatu hubungan yang tertentu. *Comparison level for alternatives* merupakan standar yang mewakili bagaimana orang mengevaluasi suatu hubungan berdasarkan pada alternatif apa yang ditawarkan dalam hubungan tersebut.

### 1. *Exchange Patterns: SET in Action*

Thibaut dan Kelly tertarik dalam mempelajari tentang bagaimana orang menyesuaikan perilaku mereka dalam berinteraksi dengan rekannya. Oleh karena itu mereka menyarankan bahwa ketika kita berinteraksi, maka akan mengarahkan kita pada tujuan yang ingin kita capai. Hal ini selaras dengan asumsinya bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional dan ini berkaitan dengan *behavioral sequences* atau serangkaian tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan mereka. Rangkaian ini merupakan jantung dari konseptualisasi *game theory*, di mana ketika orang terlibat dalam rangkaian perilaku maka mereka akan saling bergantung sampai batas tertentu pada pasangan relasional mereka. Misalnya, jika satu orang sedang bermain maka kerjasama merupakan hal yang sangat diperlukan. Hal ini bergantung pada *power* atau ketergantungan seseorang bergantung pada hasil yang didapatkan.

Terdapat dua kekuatan menurut Thibaut dan Kelly (West & Turner, 2010: 193) yaitu *fate control* merupakan kemampuan yang berpengaruh dengan hasil yang didapatkan oleh pasangan kita, dan yang kedua yaitu *behavior control* merupakan kekuatan untuk mengubah perilaku orang lain. Thibaut dan Kelly juga mengatakan bahwa orang berkembang berdasarkan pada pola pertukaran untuk mengatasi perbedaan kekuasaan dan untuk berurusan dengan biaya yang terkait dengan kekuasaan. Pola ini menjelaskan aturan perilaku atau norma-norma yang menunjukkan bagaimana upaya orang dalam memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya. Thibaut dan Kelly menjelaskan tiga matriks dalam *social exchange theory* ini

yaitu *given matrix* merupakan suatu kendala dalam sebuah pilihan karena adanya lingkungan dan tingkat keahlian yang kita miliki. *Effective matrix* merupakan transformasi yang kita buat untuk menunjukkan matriks yang diberikan dengan mempelajari keterampilan baru. *Dispositional matrix* merupakan keyakinan yang kita miliki tentang suatu hubungan. Thibaut dan Kelly berpendapat bahwa jika kita mengetahui jenis disposisi seseorang (*the dispositional matrix*) dan mengetahui sifat dari situasi yang sedang beroperasi (*the given matrix*) maka kita akan mengetahui bagaimana memprediksi transformasi seseorang yang akan dibuat (*the effective matrix*) untuk berdampak pada pertukaran sosial. Tetapi SET ini mendapatkan sebuah kritik, karena teori ini tidak secara eksplisit berurusan dengan komunikasi perilaku, seperti *self-disclosure*.

## 2. *Exchange Structures*

Pertukaran ini memiliki beberapa bentuk, yaitu *direct exchange* merupakan pertukaran di mana dua orang saling memberi *cost* dan *reward*, *generalized exchange* merupakan pertukaran di mana pemberian tersebut melibatkan jaringan sosial dan tidak terbatas pada dua individu, *productive exchange* merupakan pertukaran di mana kedua pasangan dikenakan *cost* dan *reward* secara bersamaan.

Pertukaran terjadi dalam berbagai bentuk matriks, yaitu:

### 1. *Direct exchange*

Timbal balik dibatasi oleh kedua aktor. Salah satu aktor sosial memberikan nilai tertentu kepada rekannya dan rekannya langsung merespon dengan memberikan nilai juga sebagai timbal balik. Misalnya, karena saya mencuci mobil ayah, ayah megijinkan saya menggunakan mobilnya di malam minggu.

### 2. *Generalized exchange*

Di sini timbal balik tidak terjadi secara langsung. Orang pertama memberi, namun penerimanya merespon bukan kepada orang pertama. Pertukaran ini lebih melibatkan komunitas atau jaringan sosial bukannya kepada dua orang secara spesifik. Misalnya, ketika kita pindah rumah dan dibantu oleh tetangga, kita tidak akan lagi dapat membantu tetangga kita tersebut lagi



di kemudian hari, melainkan kita membantu tetangga kita di lingkungan yang baru.

3. *Productive exchange*

Ini berarti kedua aktor harus berkontribusi agar salah satu dari mereka mendapatkan keuntungan. Di dalam kedua pertukaran yang lain, salah satu akan diuntungkan dan yang lain akan berkorban. Di dalam pertukaran produktif, keduanya akan merasakan keuntungan dan pengorbanan secara berkesinambungan. Misalnya dalam tugas kuliah yang harus dikerjakan berdua di mana keduanya harus berkorban merata dan akan memperoleh nilai yang sama.

### 3.4. Evaluasi terhadap Teori *Social Exchange*

*Social Exchange Theory* telah menghasilkan banyak penelitian dan telah disebut sebagai salah satu perspektif teoritis utama dalam bidang psikologi sosial (Cook & Rice, p. 53; West & Turner, 2010: 197). Bagaimanapun, hal tersebut bukan merupakan kritikan untuk teori tersebut, *scope, utility, testability, heurism* merupakan hal yang penting dalam SET ini. SET memeriksa ruang lingkup dasar dari teori ini, di mana menghasilkan beberapa kritik yaitu teori ini gagal untuk menjelaskan hal yang penting dalam kesolidaritasan kelompok dan hal ini merupakan penekanan dalam pemenuhan kebutuhan (England, 1989; West & Turner, 2010: 197). Kritik ini menggabungkan beberapa isu yang diangkat sebelumnya dan menyatakan bahwa kerangka dari pertukaran ini dapat dipandang sebagai *separative self* dengan rasionalitas yang masih ada dan juga kepentingan pribadi ditekankan (Sabatelli & Shehan, 1993: 397; West & Turner, 2010: 197). SET hanya mempertimbangkan individu sebagai kesatuan yang unik tanpa berfokus pada individual sebagai anggota dalam kelompok, karena SET ini tidak dapat menghitung hubungan dalam budaya yang memprioritaskan hubungan individual.

Kriteria dari *utility* ini menyarankan bahwa teori ini tidak dapat menyajikan gambaran yang akurat tentang orang dan ini akan tidak berguna. SET dikritik untuk konseptualisasi yaitu manusia merupakan

maju. Dalam teori ini, manusia merupakan perhitungan rasional yang datang dengan persamaan numerik untuk mewakili kehidupan mereka. Banyak orang memahami manusia dan menanyakan apakah orang benar-benar menghitung secara rasional *cost and reward* yang akan didapatkan dalam hubungan tersebut. SET mengasumsikan bahwa kesadaran kognitif dan aktivitas merupakan pertanyaan yang ditanyakan oleh beberapa peneliti (Berger & Roloff, 1980; West & Turner, 2010: 198). Peneliti tidak dapat menjelaskan pertanyaan tersebut tentang bagaimana orang menghitung hidupnya tetapi perhitungan tersebut mungkin menurun dan mengalir sesuai dengan banyak faktor yang terjadi. Pertama, beberapa konteks dapat membuat orang lebih sadar diri daripada orang lain, dan yang kedua yaitu perbedaan individu dapat memengaruhi bagaimana orang memproses sebuah informasi.

SET ini juga mendapat sebuah kritik karena teori ini tidak diuji. Sebuah teori sangat penting untuk diuji kebenarannya. Kesulitan dalam teori ini adalah karena teori ini merupakan konsep utama dari *cost and reward*. Ketika sebuah teori mengatakan bahwa orang melakukan apa yang mereka dapat lakukan untuk memaksimalkan keuntungan dan kemudian orang melakukan perilaku keuntungan tersebut, dan di antara kedua perlakuan tersebut sangat sulit untuk diuraikan dalam dua konsep. Isu ini berkaitan dengan perbedaan antara rasionalisasi dan rasionalitas. Sepanjang SET ini dioperasikan dengan definisi yang melingkar, tetapi teori ini tidak diuji dan tidak menguntungkan.

Orang yang mendukung SET ini menunjukkan bahwa mereka telah mengalami *heuristic*. Penelitian yang dilakukan beragam mulai dari perusahaan (Muthusamy & White, 2005; West & Turner, 2010: 199) untuk mendorong perawatan (Timmer, Sedlar & Urquiza, 2004; West & Turner, 2010: 199) telah dibingkai dengan menggunakan prinsip pertukaran sosial. Thibaut dan Kelly (West & Turner, 2010: 199) menekankan teori ini pada ketergantungan satu sama lain yang selanjutnya dibangun dengan hubungan interpersonal. SET telah memacu beragam penelitian dan telah disebut sebagai salah satu perspektif teoritikal dasar di dalam psikologi sosial, namun masih ada berbagai kekurangan. Kita membahasnya berdasarkan kriteria berikut:

Beberapa pihak menyatakan bahwa teori ini gagal dalam menjelaskan betapa pentingnya solidaritas kelompok dalam penekanannya akan pemenuhan kebutuhan individual. Kerangka pertukaran dipandang menilai diri secara terpisah hingga pada titik di mana rasionalitas dan ketertarikan diri ditekankan. Dengan memprioritaskan hal tersebut, diri yang terhubung menjadi tidak teramati dan dianggap kurang bernilai. Keberatan ini mempunyai pertimbangan ontologis, dan ini berarti bahwa ruang lingkup dari teori ini terlalu sempit. SET hanya menganggap individu sebagai seorang yang unik tanpa melihatnya sebagai bagian dari kelompok. Karena itulah, SET ini tidak dapat diperhitungkan di dalam hubungan yang berada dalam konteks budaya yang memprioritaskan koneksi antarindividu.

Kriteria ini menyatakan bahwa jika teori tidak menggambarkan gambaran akurat tentang manusia, maka teori itu tidak berguna. Di dalam teori ini manusia dipandang sebagai kalkulator rasional yang datang dengan perhitungan numerikal yang menggambarkan kehidupan relasional mereka. Banyak orang menolak pemahaman ini dan mempertanyakan apakah manusia benar-benar memperhitungkan *cost* dan *reward* secara sadar di dalam suatu hubungan. Peneliti tidak dapat menjawab bagaimana sebenarnya manusia mengkalkulasi kehidupannya, namun kalkulasi ini datang dan pergi karena berbagai faktor. Pertama, konteks tertentu akan membuat orang menjadi lebih sadar diri. Kedua, perbedaan individual dapat memengaruhi bagaimana orang-orang memproses informasi di mana orang tertentu mungkin akan lebih sadar diri daripada orang lain. Peneliti juga harusnya memperhitungkan hal ini dan berbagai faktor yang terkait di dalam kalkulasinya.

Selanjutnya, Steve Duck (West & Turner, 2010: 198) menyatakan bahwa dengan mengaplikasikan pemahaman kehidupan relasional kita sebagai suatu pasar maka akan terjadi misrepresentasi tentang apa yang terjadi di dalam suatu hubungan. Ia menyatakan bahwa kita tidak dapat memikirkan hubungan personal dengan cara yang sama seperti kita melihat transaksi bisnis. Untuk beberapa orang mungkin ini berlaku, namun sebagian lain mungkin akan tersinggung. Maka dari itu, teori ini

dianggap sangat berguna bagi para ahli di bagian komunikasi pemasaran.

Kritik lain terhadap teori ini adalah karena itu belum teruji. Kesulitan dari teori ini adalah konsep pusatnya, yaitu *cost* dan *reward* tidak didefinisikan secara jelas karena orang akan menilai *reward* dan *cost* dalam cara yang berbeda-beda. Studi di dalam berbagai bidang dibingkai dengan menggunakan konsep-konsep dari teori ini. Teori ini kemudian terus mendorong adanya penelitian-penelitian terbaru terkait hubungan antarpribadi.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya SET itu lebih kompleks dibandingkan dengan persamaan nilai yang telah dijelaskan. Social Exchange termasuk kedua gagasan dari suatu hubungan, dan beberapa gagasan dari pembagian kewajiban dimana kedua belah pihak merasa bertanggung jawab terhadap satu sama lain. *The Comparison Level (CL)* yaitu suatu standar yang merepresentasikan rasa apa yang seharusnya diterima dalam hal *rewards* dan *cost* dari suatu hubungan tertentu. Thibaut dan Kelley berpendapat bahwa kepuasan kita terhadap hubungan saat ini berasal dari perbandingan *rewards* dan *cost* yang masuk ke dalam *comparison level* kita. Thibaut dan Kelley juga menjelaskan mengenai standar perbandingan kedua, yaitu *The comparison Level for Alternatives (Clalt)*. Hal ini merujuk kepada tingkat terendah dalam memberikan *rewards* kepada seseorang adalah kemauan untuk menerima *rewards* yang disediakan dari hubungan alternatif atau memilih untuk sendiri. *Comparison Level for Alternatives (Clalt)* yaitu bagaimana orang menilai suatu hubungan berdasarkan alternatif mereka terhadap hubungan tersebut. Clalt menetapkan suatu pengukuran stabilitas dibandingkan kepuasan. Jika orang-orang melihat tidak terdapat alternatif dan ketakutan untuk sendiri lebih besar dibandingkan berada dalam suatu hubungan, *social exchange theory* memprediksikan bahwa mereka akan tetap bertahan. Beberapa telah menulis tentang wanita dalam hubungan yang terdapat kekerasan, menggunakan alasan teoretis untuk menjelaskan mengapa wanita tetap bertahan/tinggal dengan laki-laki yang melakukan kekerasan.

Thibaut dan Kelley menyarankan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka mengarah kepada tujuannya. Hal ini sejalan dengan asumsi mereka bahwa manusia itu rasional. Menurut Thibaut dan Kelley, orang-orang terlibat dalam *behavioral sequences*, atau suatu rangkaian kegiatan yang dibentuk untuk mencapai suatu tujuan. Rangkaian ini merupakan pusat dari apa yang dikatakan Thibaut dan Kelley sebagai *social exchange*. Ketika orang terlibat dalam *behavioral sequences* ini, mereka bergantung kepada luasnya hubungan dengan pasangannya. Saling ketergantungan ini membawa konsep *power*, yaitu derajat ketergantungan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain untuk hasil/*outcomes* yang didapatkan.

Terdapat dua tipe *power* pada teori Thibaut dan Kelley: *fate control* dan *behavioral control*. *Fate control* adalah kemampuan untuk memengaruhi hasil/*outcomes* pasangan. *Behavioral control* yaitu kekuatan untuk mengubah perilaku orang lain. *Given matrix* merepresentasikan pilihan perilaku dan *outcome*/hasil yang ditentukan oleh suatu kombinasi faktor eksternal (lingkungan) dan faktor internal (skill spesifik yang dimiliki masing-masing). Ketika dua orang terlibat dalam suatu pertukaran, lingkungan mungkin akan membuat beberapa pilihan yang lebih sulit dibandingkan yang lain.

Orang-orang mungkin akan dibatasi oleh adanya *given matrix*, tetapi mereka tidak akan terperangkap olehnya. Mereka dapat mengubahnya menjadi *effective matrix*, yaitu suatu transformasi atau perubahan yang dapat kita lakukan terhadap *given matrix*, dengan cara belajar keterampilan baru contohnya. Hal ini merepresentasikan suatu ekspansi dari perilaku alternatif dan/atau *outcome* yang menentukan pilihan perilaku dalam pertukaran sosial. Matrix terakhir, yaitu *the dispositional matrix*, (kepercayaan yang dimiliki mengenai hubungan) merepresentasikan cara bagaimana dua orang percaya bahwa *rewards* itu dapat ditukar satu sama lain.

Pertukaran mungkin dapat mengambil beberapa bentuk dalam matrix ini. Termasuk di dalamnya *direct exchange*, *generalized exchange*, dan *productive exchange*. Pada *direct exchange*, pertukaran timbal balik terbatas pada dua aktor. *Direct exchange* yaitu suatu pertukaran di mana

dua orang bertukar (timbang balik) *cost* dan *rewards*. Contohnya ketika Brad mencuci mobil ayahnya dan kemudian ayahnya membiarkannya menggunakan mobilnya pada malam minggu, maka pertukaran terjadi secara langsung/direct. *Generalized exchange* termasuk *indirect reciprocity*. Satu orang memberi kepada orang lain, dan penerima merespon tetapi tidak kepada orang pertama tadi. *Generalized exchange* yaitu suatu pertukaran di mana timbal balik melibatkan jaringan sosial dan tidak terbatas pada dua individu saja. Pertukaran juga dapat menjadi produktif. Hal ini berarti bahwa kedua aktor harus berkontribusi untuk salah satu dari mereka untuk mendapatkan keuntungan. Dalam *productive exchange*, kedua orang mendapatkan keuntungan dan biaya secara bersamaan. *Productive exchange* yaitu pertukaran yang terjadi di mana kedua partner mendapatkan *cost* dan *benefit* secara bersamaan.

Teori *social exchange* telah menghasilkan suatu perjanjian besar dari penelitian dan disebut "satu dari perspektif teoretis secara umum dalam bidang psikologi sosial." Bagaimanapun, terdapat hal sebagai pencelanya. Seperti yang direfleksikan pada SET, kriteria dari *scope* (jangkauan), *utility*, *testability*, dan *heurism* itu penting untuk dibicarakan. Integrasi dari tradisi komunikasi (*rethoric*, *semiotic*, *phenomenological*, *cybbernetic*, *sociopsychological*, *sociocultural*, *critical*), konteks komunikasi (*intrapersonal*, *interpersonal*, *small group*, *organizational*, *public/rethoric*, *mass/media*, *cultural*), *approach to knowing* (*positivistic/empirical*, *interpretive/hermeneutic*, *critical*).

Ketika memeriksa SET pada dasar *scope*, beberapa komentar kritik yang gagal menjelaskan kepentingan dari solidaritas kelompok pada penekanannya terhadap pemenuhan kebutuhan individu. Kritik ini mengombinasikan beberapa isu yang didapatkan sebelumnya dan berpendapat bahwa kerangka pertukaran dapat dilihat sebagai penilaian terhadap sebagian diri untuk memperluas penekanan pada rasionalitas dan *self-interest*.

Standar dari utilitas menyarankan bahwa jika teori tidak menampilkan suatu gambaran akurat tentang seseorang, hal ini akan dikatakan tidak berguna. SET telah dikritik mengenai

konseptualisasinya terhadap kemajuan manusia. Pada teorinya, manusia dilihat sebagai penghitung rasional, datang dengan persamaan angka untuk merepresentasikan hubungan kehidupan mereka. Banyak orang bertujuan untuk memahami manusia, bertanya apakah orang-orang memang secara rasional menghitung *cost* dan *rewards* dengan sadar dalam suatu hubungan.

Kritik umum dalam teori *social exchange* bahwa teori ini tidak dapat diuji. Seperti yang didiskusikan di atas, satu atribut penting dari suatu teori adalah teori tersebut harus dapat diuji dan mampu untuk dibuktikan jika salah. Kesulitan dalam teori *social exchange* adalah bahwa konsep inti, *cost* dan *rewards* itu tidak didefinisikan secara jelas. Ketika teori berpendapat bahwa orang melakukan apa yang dapat mereka lakukan untuk memaksimalkan *rewards* dan juga berpendapat bahwa apa yang dilakukan manusia adalah memberi penghargaan terhadap perilaku, hal tersebut sulit untuk melepaskan kedua konsep tersebut. Isu ini berhubungan dengan perbedaan antara rasionalisasi dan rasionalitas yang telah didiskusikan sebelumnya pada bab ini. Selama teori *social exchange* berjalan dengan tipe definisi sirkular, teori ini akan tetap tidak dapat diuji, dan tidak memuaskan.

Orang-orang yang mendukung teori SET ini menyimpulkan bahwa teori ini telah menjadi heuristik. Studi dalam banyak perbedaan wilayah, dari *corporations* (Muthusamy & White, 2005; West & Turner, 2010: 199) sampai *foster care* (Timmer, Sedlar, & Urquiza, 2004; West & Turner, 2010: 199) telah dikerangkakan dengan menggunakan prinsip *social exchange*. Peneliti juga menguji komunikasi dalam hubungan romantis (Markey & Markey, 2007; West & Turner, 2010: 199), *theater groups* (Kramer, 2005; West & Turner, 2010: 199) dan *online* (Metzger, 2004; West & Turner, 2010: 199) dengan menggunakan SET. Sejauh ini, penekanan bahwa Thibaut dan Kelley menempatkan bahwa ketergantungan itu sama dengan gagasan peneliti mengenai hubungan interpersonal. Sebagai teori yang menguji hubungan manusia, teori *social exchange* ini telah menarik beberapa kritik. Bagaimanapun, hal ini menjadi kekal dalam bidang komunikasi dan akan berlanjut untuk membangkitkan minat peneliti dan praktisi.

## 4

# TEORI *GROUPTHINK*

### 4.1. Pengertian Teori *Groupthink*

Berpartisipasi di dalam kelompok kecil merupakan fakta kehidupan. Baik di antara orang yang bersekolah atau pekerjaan, mereka umumnya menghabiskan waktu mereka di dalam sebuah kelompok. Untuk mengetahui pemahaman ini dalam pengambilan keputusan, Irving Janis dalam bukunya *Victims of Groupthink* (1972; West & Turner, 2010: 240) yang menjelaskan tentang apa yang terjadi dalam sebuah kelompok jika anggota kelompoknya sangat menyenangkan antara satu dengan yang lainnya. *Groupthink* merupakan cara yang membahas bahwa anggota kelompok menggunakan keinginan mereka untuk suara bulat dan mengesampingkan motivasi mereka untuk menilai semua rencana aksi yang tersedia. Janis mempercayai bahwa ketika anggota kelompok memiliki kesamaan yang besar dan kelompok tersebut gagal untuk mempertimbangkan secara penuh setiap pendapat ketika mereka menekankan konflik hanya supaya mereka dapat akur ketika anggota kelompok tidak mempertimbangkan semua solusi mereka, dan hal ini sangat cenderung dapat terjadi dalam *groupthink*.

*Groupthink* merupakan teori yang memberikan pemahaman tentang proses pembuatan keputusan dalam kelompok yang kecil. Janis mempercayai bahwa kelompok dalam membuat suatu keputusan selalu mendalam, dan oleh karena itu penelitiannya berfokus pada kebijakan luar kelompok. Manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa berpartisipasi di dalam kelompok kecil merupakan suatu fakta kehidupan, baik di sekolah maupun dunia kerja kita akan menghabiskan beberapa waktu kita di dalam suatu kelompok. Untuk memahami sifat dari pembuatan keputusan di dalam kelompok kecil,



Irving Janis menjelaskan bahwa di dalam kelompok anggotanya sangat saling setuju satu sama lain. Janis menyatakan bahwa ketika anggota kelompok berbagai satu takdir (hari-hari) bersama, ada tekanan yang membuat mereka harus saling sesuai satu sama lain. Tekanan ini disebut sebagai *groupthink*.

*Groupthink* (West & Turner, 2010: 240) dapat didefinisikan sebagai suatu cara berunding di mana anggota kelompok menggunakan hasrat mereka akan kebulatan suara untuk meminimalisasi konflik yang mengakibatkan mereka mengabaikan motivasi untuk mendapatkan berbagai rencana aksi yang memungkinkan. Janis berargumen bahwa anggota kelompok secara frekuentif akan terlibat dalam suatu gaya berunding yang cenderung mencari kesepakatan (butuh persetujuan dari semua anggota). Anda mungkin berpartisipasi di dalam kelompok di mana hasrat untuk mencapai tujuan atau tugas menjadi lebih penting daripada mengembangkan alasan yang tepat untuk setiap solusi permasalahan. Janis meyakini bahwa ketika kelompok yang saling sama dan setuju gagal untuk mempertimbangkan berbagai opini yang berbeda, ketika mereka menghilangkan konflik agar mereka tetap bisa bersama, atau ketika anggota kelompok tidak mempertimbangkan semua solusi, mereka cenderung *groupthink*. Ketika mereka berada di dalam *groupthink*, mereka akan segera berada dalam mental untuk “pemeliharaan harmoni kelompok”. Menciptakan kedamaian dianggap lebih penting daripada pembuatan keputusan yang jelas dan tepat. Biasanya, pembuatan keputusan secara *groupthink* itu bersifat historikal.

Meskipun fakta mengatakan bahwa prinsip dari *groupthink* dapat digunakan untuk beberapa tipe kelompok, tetapi Janis menjelaskan bahwa konsep asli dari *Groupthink* itu dapat digunakan hanya semata-mata dalam pembentukan suatu keputusan dalam waktu yang krisis, dia tidak menjelaskan bahwa *groupthink* tersebut dapat dengan mudah diterapkan untuk setiap tipe kelompok. *Groupthink* ini memiliki ruang yang sempit karena hanya berfokus pada kelompok dalam pembuatan keputusan. *Group scholars* menunjukkan beberapa masalah tentang kebenaran dari teori *Groupthink* ini, di mana disebut sebagai *testability*. Jeanne Longley dan Dean Pruitt (1980; West & Turner, 2010: 255) mengkritisi tentang kebenaran dari teori *groupthink* ini. Mereka

mengatakan bahwa sebagian dari gejala *groupthink* tidak berhubungan dengan *concurrency seeking* yaitu fitur utama dari teori ini. Mereka mengatakan bahwa sebuah teori sebaiknya memiliki perkembangan ide yang logis, tidak mengambil sebuah fenomena yang berhubungan dengan setiap sampel dari enam kasus tersebut. Selanjutnya, Jannis juga menggabungkan *self-esteem* dalam *Groupthink* ini, tetapi Jannis gagal untuk menjelaskannya.

Teori dari *groupthink* merupakan usaha heuristik; di mana teori dan banyak elemennya telah digunakan dalam berbagai studi dan telah mengambil perhatian dari berbagai komunikasi dan sarjana psikologi sosial. Teori ini juga menghasilkan sejumlah asumsi tentang perilaku kelompok dan *groupthink* juga menjadi bagian yang penting dari literatur dalam pembuatan keputusan kelompok (Myers & Anderson, 2008; West & Turner, 2010: 256). Teori dari *groupthink* telah bertahan dalam ujian waktu. Para sarjana terus melakukan banyak investigasi untuk mendapatkan fitur utama dan teori ini juga terus didiskusikan dalam media populer (Ginnett, 2005; West & Turner, 2010: 256). Pada perayaan ketigapuluh tahun *groupthink*, Schwartz dan Wald (2003: 4 West & Turner, 2010: 256) mengatakan Janis merupakan pelopor dalam mempelajari dinamika sosial. Bagaimanapun, teori ini terus menerima perhatian dalam penelitian serta dalam pers. Faktanya, Janis berfikir bahwa *groupthink* telah cukup berpengaruh dalam beberapa studi, termasuk dalam komunikasi, kognitif, dan psikologi sosial, antropologi, dan ilmu politik. Oleh karena itu, teori yang dikemukakan oleh Janis ini dapat membantu kita untuk mengidentifikasi dan memeriksa satu jenis dari kelompok untuk menyelesaikan permasalahan mereka dalam prose pengambilan keputusan.

Teori *groupthink* ini didedikasikan untuk memahami proses pembuatan keputusan di dalam kelompok kecil. Janis meyakini bahwa pembuatan keputusan akan mengakibatkan konsekuensi dan meskipun ia fokus pada *foreign policy groups*, namun terminologi *groupthink* ini tetap memengaruhi berbagai *decision making groups*. Cakupan teori ini dianggap masih sempit karena hanya membatasi dirinya pada *decision making group* saja, bukan dalam semua tipe kelompok. Para ahli juga mempertanyakan masalah validitas teori ini. Menurut Jeanne Longley

dan Dean Pruitt (West & Turner, 2010: 255) sebagaimana gejala *groupthink* tidak berhubungan dengan *concurrency seeking* (fitur utama teori ini). Mereka menyatakan bahwa suatu teori seharusnya merupakan pengembangan logis dari suatu ide bukannya penangkapan fenomena yang saling berkorelasi satu sama lain di dalam enam sampel kasus. Selanjutnya, mereka mencatat bahwa Janis menggabungkan pembahasan *self-esteem*, namun gagal untuk menjelaskannya lebih jauh padahal ia sudah menyatakan bahwa *self-esteem* merupakan kondisi awal *groupthink*. Teori ini dianggap heuristik karena sudah digunakan di dalam sejumlah studi dan sudah mendapat perhatian dari berbagai ahli komunikasi dan psikologi sosial. Setelah diuji kembali fitur dasarnya oleh para ahli dan didiskusikan ulang di berbagai media terkemuka, pada tahun ke-13 teori ini dianggap sebagai studi awal bagi dinamika sosial. Teori ini lebih bersifat intuitif daripada empiris. Janis menganggap bahwa teori ini juga sudah memengaruhi berbagai bidang studi seperti komunikasi.

## 4.2. Asumsi-asumsi Teori *Groupthink*

*Groupthink* merupakan teori yang terkait dengan kelompok kecil komunikasi. Dalam bagian sebelumnya telah mempelajari bahwa kelompok kecil merupakan bagian yang hampir setiap segmennya merupakan masyarakat. Faktanya, penekanan terhadap kelompok kecil ini, menurut Marshall Scott Poole (1998: 94; West & Turner, 2010: 242) mengatakan bahwa kelompok kecil seharusnya merupakan unit dasar dari sebuah analisis. Janis berfokus pada *problem-solving* merupakan aturan individu yang tugas utamanya adalah untuk membuat keputusan dan memberikan rekomendasi kebijakan dan *oriented groups* merupakan aturan individu yang tujuan utamanya untuk bekerja menyelesaikan pekerjaannya yang ditugaskan kepada mereka. Pengambilan keputusan merupakan bagian yang dibutuhkan dari kelompok kecil. Aktivitas lain dari kelompok kecil ini termasuk *sharing* informasi, sosialisasi, berhubungan dengan orang dan kelompok eksternal, mengedukasi anggota baru, menemukan peran, dan

menceritakan sebuah kisah (Engleberg & Wynn, 2007; Harris & Sherblom, 2008; West & Turner, 2010: 242).

*Groupthink* merupakan suatu teori yang berkaitan dengan komunikasi di grup kecil. Marshall Scott Poole (1998; West & Turner, 2010: 242) berpendapat bahwa grup kecil seharusnya merupakan unit dasar dalam analisis. Janis fokus kepada *problem-solving group* dan *task oriented group*, yang memiliki tujuan utama untuk membuat keputusan dan memberikan rekomendasi kebijakan. Pembuatan keputusan merupakan bagian penting dari grup kecil ini. Kegiatan lain dari *small group* termasuk berbagi informasi, bersosialisasi, berhubungan dengan orang lain atau eksternal, mengedukasi anggota baru, mendefinisikan peran, dan menceritakan sejarah organisasi.

Ada tiga asumsi kritis yang memandu teori ini: Asumsi pertama dari *groupthink* menyinggung tentang ciri-ciri kehidupan grup atau kelompok: *cohesiveness*. Kondisi pada kelompok dapat menciptakan *cohesiveness* yang tinggi. Ernest Bornmann (1996; West & Turner, 2010: 242) mengamati bahwa anggota kelompok sering memiliki perasaan atau emosional yang sama, dan sebagai hasilnya mereka cenderung untuk menjaga identitas kelompoknya. Pemikiran kolektif ini selalu menjamin bahwa kelompok akan selalu setuju dan boleh jadi memiliki kohesi yang tinggi.

Apa itu *cohesiveness*? *Cohesiveness* (West & Turner, 2010: 243) didefinisikan sebagai suatu perluasan di mana anggota kelompok menginginkan untuk bekerjasama. *Cohesiveness* merupakan rasa kebersamaan kelompok. Kohesi timbul dari tingkah laku kelompok, nilai, dan pola perilaku; anggota kelompok yang tertarik dengan perilaku, nilai dan tingkah laku anggota kelompok yang lain dapat kita sebut *cohesive*. Asumsi kedua menilai proses penyelesaian masalah pada kelompok kecil: hal ini biasanya mempersatukan kelakuan. Dengan ini, kita berpendapat bahwa orang tidak cenderung untuk mengacaukan pembuatan keputusan pada kelompok kecil. Dennis Gouran (1998; West & Turner, 2010: 243) menyatakan bahwa kelompok itu mudah dibujuk untuk *affiliate constrains*, yang berarti bahwa anggota kelompok memegang masukan dibandingkan melakukan resiko penolakan.

Asumsi ketiga menggaris-bawahi sifat dasar dari kelompok *problem-solving* dan *task-oriented* di mana mereka berada; mereka biasanya kompleks/rumit. Dalam mendiskusikan asumsi ini, pertama kita harus melihat kepada kompleksitas kelompok kecil dan kepada keputusan yang muncul dari kelompok ini. Pertama, anggota kelompok kecil harus melanjutkan pemahaman tentang banyak alternatif yang disediakan dan dapat membedakan alternatif tersebut. Selain itu, anggota tidak hanya harus mengerti tugasnya saja tetapi juga orang-orang yang menyediakan *input* pada tugas tersebut. Robert Zajonc (1965; West & Turner, 2010: 243) menawarkan prinsip sederhana mengenai kelompok, yaitu ketika orang lain ada di sekitar kita, bawaan kita menjadi curiga, yang membantu atau menghalangi pelaksanaan tugas.

Marvin Shaw (1981) dan Randy Fujishin (2007) (West & Turner, 2010: 244) mendiskusikan isu yang menyinggung kelompok. Mereka mencatat bahwa jangkauan pengaruh yang luas ada pada kelompok kecil, seperti usia anggota kelompok, sifat kompetitif anggota kelompok, ukuran kelompok, intelegensi anggota kelompok, gender, dan gaya kepemimpinan pada kelompok tersebut. Kelompok dan keputusan kelompok mungkin sulit dan menantang, tetapi melalui pekerjaan kelompok, orang-orang dapat meraih tujuannya dengan cepat dan efektif. Terdapat dua isu yang perlu diperhatikan mengenai hubungan dari asumsi tentang *groupthink*. Pertama, kelompok yang memiliki anggotanya memiliki kesamaan satu sama lain menjadi lebih kondusif terhadap *groupthink*. Kedua, keputusan kelompok tidak dipikirkan dengan penuh pertimbangan oleh setiap orang dapat memudahkan terjadinya *groupthink*. Kita mengistilahkan kesamaan kelompok ini sebagai *homogeneity*.

Terdapat tiga asumsi yang memandu teori ini yaitu:

1. Asumsi pertama yaitu kondisi dalam kelompok mempromosikan *high cohesiveness*. Ernest Bormann (1996; West & Turner, 2010: 242) mengatakan bahwa anggota kelompok memiliki *common sentiment or emotional investment*, dan hasilnya cenderung menjaga identitas kelompok tersebut. Pemikiran kolektif ini umumnya menjamin bahwa kelompok akan menyenangkan dan mungkin sangat kohesif.

*Cohesiveness* yaitu sejauhmana anggota kelompok bersedia untuk bekerja secara bersama-sama. *Cohesion* ini berdasarkan pada perilaku kelompok, nilai-nilai, dan bentuk perilakunya; di mana anggota kelompok saling tertarik satu sama lain.

2. Asumsi kedua yaitu menjelaskan sebuah proses dalam pengambilan keputusan di kelompok kecil. Umumnya hal ini merupakan usaha yang terpadu, artinya orang tidak cenderung untuk mengganggu pengambilan keputusan dalam kelompok kecil. Dennis Gouran (1998) mengatakan bahwa sebuah kelompok rentan dalam *affiliative constraints* yaitu anggota kelompok cenderung menahan masukan daripada melakukan penolakan.
3. Asumsi ketiga menggarisbawahi sifat dari *problem-solving* dan *task-oriented* yang dimiliki dalam kelompok. Kedua hal ini merupakan hal yang kompleks, di mana kompleksitas ini terjadi pada anggota dari kelompok kecil harus memahami alternatif lain yang tersedia untuk mereka dan dapat membedakan antara alternatif tersebut. Sebagai tambahan, anggota kelompok tidak harus mengetahui tugas mereka tetapi juga harus memberikan masukan pada tugas tersebut. Terdapat pula dua perhatian, yaitu pertama kelompok yang memiliki kesamaan antara satu anggota dengan anggota lainnya akan lebih kondusif untuk melakukan *groupthink* (Myers & Anderson, 2008; West & Turner, 2010: 244). Istilah ini merupakan kesamaan yang disebut sebagai *homogeneity*. Dan yang kedua yaitu keputusan kelompok merupakan pertimbangan yang tidak serius di mana semua orang dapat memfasilitasi *groupthink*. Kualitas dari usaha dan kualitas pemikiran kita merupakan hal yang penting dalam pengambilan keputusan kelompok (Hirokawa, Erbert, & Hurst, 1996; West & Turner, 2010: 244).

*Groupthink* merupakan teori yang terkait dengan komunikasi di dalam kelompok kecil. Janis memfokuskan pekerjaannya di dalam *problem-solving groups* dan *task-oriented groups*, yang bertujuan utama untuk membuat keputusan dan memberikan rekomendasi kebijakan. Penarikan keputusan merupakan suatu bagian penting dari kelompok kecil. Aktivitas kelompok kecil yang lain adalah berbagai informasi, bersosialisasi, terhubung dengan orang dan kelompok yang merupakan

eksternal dari kelompok tersebut, mengedukasi anggota baru, mendefinisikan peran, dan bercerita. Hal ini tercermin dalam tiga asumsi kritis yang membimbing teori *groupthink* ini.

Kondisi di dalam kelompok mendorong kohesivitas di mana Ernest Bormann mengamati bahwa anggota kelompok secara frekuentif mempunyai perasaan atau emosional yang sama, hasilnya mereka cenderung mempertahankan suatu identitas kelompok. Pemikiran kolektif ini biasanya menjamin bahwa suatu kelompok akan saling setuju dan sangat kohesif. Anda mungkin pernah mendengar bahwa kelompok itu sanking merekat dan punya semangat kelompok yang tinggi. Kohesifitas (West & Turner, 2010: 243) didefinisikan sebagai sejauh mana anggota kelompok bersedia untuk bekerja bersama. Ini merupakan rasa kebersamaan suatu kelompok. Kohesifitas akan meningkat lewat sikap, nilai, dan pola perilaku kelompok. Setiap anggota yang sangat tertarik dengan sikap, nilai, dan perilaku anggota kelompok lain yang disebut kohesif. Kohesi merupakan perekat yang mengakibatkan keutuhan kelompok dan sulit untuk memperhitungkan kohesifitas kelompok.

Penyelesaian masalah kelompok merupakan suatu proses mempersatukan. Orang-orang tidak memiliki kecenderungan untuk mengganggu pembuatan keputusan di dalam kelompok kecil. Mereka berjuang untuk tetap akurat. Dennis Gouran (West & Turner, 2010: 243) menyatakan bahwa kelompok rentan terhadap *affiliative constraints* (batasan afiliasi) yang berarti anggota kelompok berusaha menahan inputnya daripada mendapat resiko penolakan. Gouran menyatakan bahwa ketika anggota kelompok melakukan partisipasi, mengkhawatirkan penolakan, mereka cenderung mementingkan kelestarian kelompok daripada berbagai pertimbangan lainnya. Anggota kelompok akan cenderung mengikuti pemimpinnya ketika sedang berada dalam situasi penarikan kesimpulan.

Kelompok dan penarikan keputusan kelompok itu bersifat kompleks. Asumsi ketiga menggarisbawahi sifat dari kebanyakan orang yang berada di dalam kelompok penyelesaian masalah dan kelompok yang berorientasi terhadap tugas. Mereka ini biasanya kompleks, maka

dari itu kita perlu melihat kompleksitas kelompok kecil terlebih dahulu lalu pembuatan keputusan dalam kelompok ini. Pertama, anggota kelompok kecil harus berkelanjutan dalam memahami berbagai alternatif yang tersedia kepada mereka dan dapat membedakan berbagai alternatif tersebut. Kita tidak dapat hanya memahami tugas yang sedang kita hadapi namun juga orang-orang yang memberikan masukan ke dalam tugas tersebut. Robert Zajonc mempelajari bahwa banyak orang menemukan di dalam dirinya bahwa hanya kehadiran orang lain yang dapat memengaruhi kita. Dia menawarkan prinsip sederhana terkait kelompok yang menyatakan bahwa ketika orang lain ada di sekitar kita, kita akan merasa bergairah yang dapat membantu kita atau menghalangi performa kerja kita. Nickolas Cottrel dan timnya kemudian mengklarifikasi pernyataan Zajonc dan berargumen bahwa apa yang membawa orang pada pemenuhan tugas adalah pengetahuannya bahwa individual akan dievaluasi oleh individual lain. Cottrel dan koleganya meyakini bahwa anggota kelompok akan merasa gelisah atau cemas dengan konsekuensi yang dibawa anggota kelompok lain terhadap kelompok tersebut.

Marvin Shaw dan Randy Fujishin (West & Turner, 2010: 244) menyatakan bahwa berbagai bentuk pengaruh ada di dalam suatu kelompok kecil, umur anggota, sifat kompetitif dari anggota, ukuran kelompok, intelegensi anggota, komposisi gender di dalam kelompok, dan gaya kepemimpinan di dalam kelompok itu. Selain itu, latar belakang budaya dari individu anggota kelompok dapat memengaruhi proses kelompok. Misalnya, ada yang cenderung ekspresif dan menyukai dialog dan debat, dan ada yang tidak.

Meskipun dinamika kelompok itu kompleks dan menantang, namun orang akan secara frekuentif menyertakan diri di dalam suatu kelompok karena adanya anggapan bahwa dua kepala tetap lebih baik daripada satu. Seperti yang dinyatakan oleh John Brilhart, dan kawan-kawan (West & Turner, 2010: 244) bahwa kelompok biasanya merupakan penyelesaian masalah yang lebih baik daripada individu karena memungkinkan kita untuk mengakses informasi yang lebih banyak daripada yang mampu dilakukan oleh individu, dapat memposisikan berbagai kesalahan dan bias yang ada pada orang lain.



Maka dari itu, partisipasi di dalam penyelesaian masalah dan penarikan keputusan membantu menjamin komitmen yang berkelanjutan terhadap keputusan dan solusinya, lewat kelompok kita dapat mencapai tujuan dengan cepat dan efisien. Kelompok yang anggotanya memiliki kesamaan satu sama lain lebih kondusif terhadap *groupthink* dan kita menamai kesamaan kelompok ini dengan homogenitas. Kesamaan inilah yang dapat memicu *groupthink*. Kedua, keputusan kelompok yang tadi dipertimbangkan secara matang oleh setiap orang juga akan mengakibatkan *groupthink*. Kualitas usaha dan kualitas pemikiran merupakan hal penting di dalam penarikan keputusan kelompok.

### **4.3. Kondisi-kondisi Anteseden *Groupthink***

Sebelumnya kita telah mendiskusikan tentang *cohesiveness* dan pengaruhnya dalam hubungannya terhadap ketiga asumsi yang menjadi pedoman *groupthink*. *Cohesiveness* juga merupakan kondisi seperti sebelumnya. Kita mungkin akan berpikir bagaimana bisa *cohesiveness* itu dapat menyebabkan munculnya *groupthink*. Satu alasan adalah bahwa kohesi berbeda pada setiap kelompok, dan tingkat kohesi yang berbeda juga akan menghasilkan hasil yang berbeda juga. Pada beberapa kelompok, kohesi dapat mengarah kepada perasaan positif tentang pengalaman kelompok dan anggota kelompok yang lain. Kelompok yang memiliki kohesi tinggi juga akan lebih bersemangat terhadap tugasnya dan merasa berkuasa terhadap tugas tambahan. Intinya, kepuasan yang lebih besar berkaitan dengan peningkatan *cohesiveness*.

Kelompok yang memiliki *cohesiveness* yang tinggi juga dapat menyebabkan terjadinya *groupthink*. Kelompok yang kohesinya tinggi memberi tekanan yang besar kepada anggotanya untuk menyesuaikan diri dengan standar kelompok. Janis percaya bahwa ketika kelompok mencapai derajat *cohesiveness* yang tinggi, *euforia* ini cenderung untuk menahan pendapat dan alternatif orang lain. Anggota kelompok mungkin tidak ingin mengekspresikan pendapat mereka terhadap suatu penyelesaian masalah dan anggota akan menyensor komentar mereka tanpa dihasut.

Janis mencatat ciri-ciri struktural khusus atau kesalahan, yang dapat menimbulkan *groupthink*. Di antaranya isolasi kelompok, kurangnya kepemimpinan yang adil, kurangnya prosedur tentang keputusan, dan latar belakang anggota yang sama. *Group insulation* merujuk kepada kemampuan kelompok untuk tidak terpengaruh terhadap dunia luar. Kurangnya kepemimpinan yang adil (*lack of impartial leadership*) berarti bahwa anggota kelompok dipimpin atau diarahkan oleh orang-orang yang memiliki ketertarikan pribadi pada hasil yang akan diraih. Kesalahan struktural terakhir yang dapat mengarah kepada *groupthink* adalah kurangnya prosedur tentang keputusan (*lack of decision-making procedures*) dan kesamaan pada anggota kelompok. Hal ini menyebabkan kegagalan untuk menyediakan norma untuk menyelesaikan isu-isu pada kelompok. Kesalahan struktural kedua adalah kesamaan latar belakang anggota kelompok. Janis mengatakan bahwa kurangnya perbedaan dalam latar belakang sosial dan ideologi diantara anggota kelompok kohesif maka akan menjadi lebih mudah bagi mereka untuk setuju terhadap apa yang dikatakan pemimpinnya.

Kondisi *antecedent* terakhir dari *groupthink* menyinggung tentang ketegangan pada kelompok, yaitu ketegangan internal dan eksternal mungkin dapat menimbulkan *groupthink*. Ketika pembuat keputusan berada pada tekanan yang besar-baik tekanan dari luar ataupun dalam kelompok, maka keputusan tersebut cenderung akan gagal. Ketika ketegangan tinggi, kelompok biasanya mengadakan rapat umum dengan pemimpinnya dan menguatkan kepercayaannya. Seperti yang kita lihat, kelompok sering mengisolasi diri mereka dari kritik luar, membentuk apa ikatan dekat, mencari konsensus, dan akhirnya mengembangkan *groupthink*.

Janis (1982; West & Turner, 2010: 246) mempercayai tiga kondisi yang mendukung terjadinya *groupthink*. Pertama yaitu kohesif dalam pengambilan keputusan kelompok, kedua yaitu spesifik karakter struktural dari lingkungan dalam fungsi kelompok, ketiga yaitu internal dan eksternal karakter dari sebuah situasi.

#### 1. *Group Cohesiveness*

Telah dijelaskan tentang kohesif dan pengaruhnya dalam tiga asumsi yang memandu *groupthink*. Kohesif juga merupakan kondisi pendahuluan yang berpikir tentang bagaimana kohesif tersebut dapat menyebabkan terjadinya *groupthink*. Satu alasan yang membingungkan bahwa kohesif ini berbeda dari satu orang dengan orang lain dan berbeda tingkatan dalam hasil yang berbeda pula. Dalam beberapa kelompok, kohesif ini dapat menyebabkan perasaan positif tentang pengalaman kelompok dan anggota kelompok lainnya.

## 2. *Structural Factors*

Janis mengatakan bahwa spesifik karakter struktural atau kesalahan, dapat mempromosikan terjadinya *groupthink*. Dalam faktor struktural ini terdapat tiga faktor yaitu *group insulation* mengacu pada kemampuan kelompok yang tidak terpengaruh oleh dunia luar. Kedua yaitu *lack of impartial leadership* mengacu pada anggota kelompok yang memimpin orang yang memiliki keterkaitan yang menempatkan agenda pribadi mereka terlebih dahulu. Struktural terakhir yaitu *lack of decision-making procedures* yaitu kesalahan dalam memberikan norma-norma untuk menyelesaikan isu kelompok dan kesamaan dari anggota kelompok. Pertama, beberapa kelompok telah mendirikan berbagai norma untuk mengevaluasi beberapa masalah yang dapat mendorong *groupthink*. Dennis Gouran dan Randy Hirokawa (1996; West & Turner, 2010: 246) menyarankan bahwa jika kelompok mendapatkan sebuah masalah maka mereka harus mencari tahu penyebab dan tingkat masalah tersebut. Kegagalan struktural yang kedua yaitu homogenitas dari latar belakang anggota. Janis (1982; West & Turner, 2010: 246) mengatakan bahwa *lack of disparity* dalam latar belakang sosial dan ideologi anggota dari kelompok yang kohesif setuju pada usulan apapun yang diajukan oleh seorang pemimpin.

## 3. *Group Stress*

Kondisi yang berkaitan dengan *groupthink* yaitu sebuah penekanan yang terjadi dalam sebuah kelompok yaitu *internal and external stress* yang dapat menimbulkan *groupthink*. Ketika pembuat keputusan

berada di bawah tekanan yang besar, apakah mereka dipaksakan oleh adanya kekuatan dari luar kelompok atau dalam kelompok maka mereka cenderung untuk terpecah. Ketika tekanan yang didapatkan dalam sebuah kelompok sangat besar, maka mereka umumnya menyatukan pemimpin mereka dan menegaskan kepercayaan mereka. Sebuah kelompok umumnya melindungi kritik dari luar, yang seolah-olah adalah obligasi, melihat konsensus, dan pada akhirnya mengembangkan *groupthink*.

Kohesivitas merupakan suatu kondisi yang mengawali *groupthink*. Level kohesivitas yang berbeda di antara setiap kelompok akan menghasilkan hasil yang berbeda pula. Di dalam beberapa kelompok, kohesi dapat membawa kita ke dalam perasaan positif tentang pengalaman kelompok dan anggota kelompok yang lain. Kelompok dengan kohesi yang tinggi akan lebih antusias dalam menghadapi tugas dan merasa terdorong untuk tugas tambahan. Kepuasan yang lebih besar berkaitan dengan peningkatan kohesivitas.

Terlepas dari keuntungannya, kohesi kelompok yang tinggi juga dapat mengakibatkan permasalahan, yaitu *groupthink*. Janis beranggapan bahwa kohesi yang tinggi akan menggunakan tekanan yang lebih besar pada anggotanya untuk menyesuaikan diri dengan standar kelompok. Janis meyakini bahwa begitu kelompok mencapai kohesi yang tinggi, *euforia* ini akan cenderung melumpuhkan berbagai opini dan alternatif lain. Anggota kelompok tidak akan bersedia untuk mengekspresikan berbagai alternatif solusi dan memilah-milah komentarnya. Keputusan yang penuh risiko dibuat tanpa memikirkan berbagai konsekuensinya, penentuan risiko ini terlihat sulit di dalam fenomena *groupthink*.

Meskipun banyak orang yang merasa yakin bahwa ia akan dapat menyadari *groupthink* ketika mereka melihatnya, padahal sering kali tidak. Ketika kita berkumpul satu sama lain, tersenyum dan bertegur sapa, anda tidak akan menyadari bahwa ada berbagai bentuk anggukan atas pendapat yang sedang disampaikan namun dengan disertai berbagai sangkalan di dalam hati atau di belakang. Kohesivitas ini akan

membawa kita kepada konformitas (kesesuaian) yang merupakan langkah awal menuju *groupthink*.

Janis menyatakan bahwa karakteristik struktural tertentu atau kesalahan struktural akan mendorong *groupthink*. Ini meliputi adanya isolasi kelompok, rendahnya kepemimpinan yang tidak berpihak, kurangnya prosedur yang jelas untuk pembuatan keputusan, latar belakang homogenitas anggota kelompok. *Group insulation* mengarah kepada kemampuan suatu kelompok untuk tidak dipengaruhi oleh dunia luar. Banyak organisasi yang sudah menjadi kebal terhadap pengalaman atau berbagai hal yang terjadi di luar kelompok tersebut. Mereka memang membicarakan berbagai hal yang terjadi di luar, namun tidak terpengaruh karenanya. Orang dari luar kelompok yang dapat membantu keputusan mungkin ada di dalam organisasi, namun tidak diminta untuk berpartisipasi.

*Lack of impartial leadership* berarti bahwa anggota kelompok diarahkan oleh orang yang memiliki kepentingan pribadi atas hasil. *Lack of decision making procedures*. Beberapa kelompok memiliki prosedur dalam pembuatan keputusan, gagal untuk membangun norma-norma untuk mengevaluasi berbagai permasalahan yang dapat mendorong *groupthink*. Gouran dan Hirokawa (West & Turner, 2010: 246) menyatakan bahwa bahkan jika kelompok menyadari keberadaan suatu masalah, kelompok akan dipengaruhi oleh suara dominan dan sesuai dengan orang yang memilih untuk angkat bicara. Ada juga kelompok yang hanya akan mengikuti pengamatan mereka atau pengalaman di kelompok itu di masa lampau.

*Homogeneity of members background*. Janis menyatakan bahwa kurangnya keberagaman latar belakang sosial dan ideologi di antara anggota kelompok yang kohesif akan membuat mereka sulit untuk memperdebatkan berbagai isu kritis. *Group stress*, berbagai tekanan baik internal maupun eksternal kelompok dapat menimbulkan *groupthink*. Ketika sang pembuat keputusan berada dalam tekanan yang besar, baik dari luar maupun dari dalam kelompok, mereka akan cenderung mengalami gangguan. Ketika tekanannya tinggi, maka kelompok akan bergantung pada pemimpinnya dan menguatkan

keyakinan atasnya. Misalnya, menurut Janis, ketika anggota kelompok sedang merasakan tekanan untuk menyelesaikan proyek tertentu, anggota kelompok akan saling mencari dukungan moral satu sama lain dari rekannya dan akan cenderung setuju dengan ide yang disampaikan salah seorang anggota kelompok agar proyek itu dapat terselesaikan. Saat itulah, anda dan kelompok sudah terlibat di dalam *groupthink*.

#### 4.4. Gejala Terjadinya *Groupthink*

Kondisi yang terjadi dalam memimpin sebuah kelompok yaitu *concurrence seeking* yang terjadi ketika kelompok mencoba untuk mencapai konsensus dalam keputusan akhir mereka. Dengan mempertimbangkan interpretasi ini, Andrea Hollingshead dan muridnya (2005; West & Turner, 2010: 247) mengatakan bahwa tim dari *groupthink* seperti prioritas tinggi dalam mendukung satu sama lain terjadi secara emosional yang dimana mereka memilih untuk tidak menantang satu sama lain. Jans (1982) memberikan tiga kategori dari gejala *groupthink*, yaitu:

1. *Overestimation of the Group: Overestimation of the Group*

Termasuk perilaku mereka yang menyarankan bahwa salah keyakinan merupakan kelompok yang lebih dari itu. Terdapat dua gejala spesifik yang terjadi yaitu *illusion of invulnerability* merupakan definisi sebagai keyakinan kelompok yang di mana mereka cukup istimewa untuk mengatasi setiap hambatan atau kemunduran. Dan gejala kedua yaitu *belief in the inherent morality of the group* merupakan asumsi yang menyatakan bahwa anggota kelompok berpikir yang baik maka keputusan yang akan mereka hasilkan juga baik.

2. *Closed-Mindedness*

Ketika anggota kelompok mengalami hal tersebut, maka mereka akan menolak pengaruh luar dari kelompok tersebut. Menurut Janis terdapat dua gejala yang menyebabkannya yaitu *out-group stereotypes* yaitu persepsi stereotipe yang dimiliki oleh musuh atau kompetitor, dan yang kedua yaitu *collective rationalization* yaitu situasi di mana

anggota kelompok mengabaikan peringatan tentang keputusan yang mereka buat.

### 3. *Pressures Toward Unidormity*

Janis mempercayai bahwa beberapa kelompok yang pergi bersama untuk bergaul dapat mengatur diri mereka sendiri untuk *groupthink*. Terdapat empat gejala dari kategori ini pertama yaitu *self-censorship* merupakan anggota kelompok yang meminimalkan keraguan pribadi dan *counter arguments*. Kedua yaitu *illusion of unanimity* merupakan keyakinan bahwa *silence* sama dengan kesepakatan, ketiga yaitu *self-appointed mind-guards* merupakan individu yang melindungi kelompok dari informasi yang merugikan, dan yang terakhir yaitu *pressures on dissenters* merupakan pengaruh langsung pada anggota kelompok yang memberikan pikiran yang bertentangan dengan kelompok.

Kondisi yang sudah ada sebelumnya (*antecedent conditions*) membawa kelompok pada *concurrency seeking* (pencarian persetujuan) yang terjadi ketika kelompok mencoba untuk mencapai kesepakatan untuk keputusan akhirnya. Andrea Hollingshead dan koleganya menyatakan bahwa tim *groupthink* akan memprioritaskan untuk saling mendukung satu sama lain secara emosional dan tidak saling menantang satu sama lain. Ketika *concurrency seeking* ini menjadi terlalu jauh, ini akan memproduksi gejala *groupthink*.

*Overestimation of the group* meliputi semua perilaku yang menuntut kelompok untuk mempercayai sesuatu lebih dari itu. Ada dua gejala spesifik dalam kategori ini, yaitu: *illusion of invulnerability* dapat didefinisikan sebagai suatu kepercayaan kelompok bahwa mereka cukup spesial untuk menyelesaikan berbagai hambatan atau melangkah mundur dan meyakini bahwa mereka tidak terkalahkan. Janis menyatakan bahwa anggota kelompok akan membagikan ilusi kekebalan (*illusion of invulnerability*) ini dan siap mengambil resiko. *Belief in the inherent morality of the group*, ketika anggota kelompok meyakini moralitas kelompok yang melekat pada dirinya, mereka diminta untuk mengambil posisi "kita baik dan cukup bijak". Karena mereka merasa dirinya cukup baik, maka mereka juga meyakini bahwa keputusan yang

diambil juga akan menjadi baik. Ini membuat mereka bebas dari rasa malu dan rasa bersalah.

*Closed-mindedness* ketika suatu kelompok menutup diri, mereka menolak berbagai pengaruh dari luar kelompok. Dua gejalanya, yakni: *our group stereotypes*, yaitu kelompok yang sedang mengalami krisis biasanya akan terlibat dalam *stereotype* terhadap kelompok lain yang dianggap sebagai rival atau musuh. Mereka menganggap bahwa lawan itu terlalu bodoh dan lemah sehingga tidak akan menyerang kembali. *Collective rationalization* mengarah kepada situasi di mana anggota kelompok menolak berbagai peringatan yang mendorong mereka untuk mempertimbangkan kembali pemikiran dan aksi mereka sebelum mencapai keputusan akhir. *Pressures toward uniformity* banyak kelompok yang mengalami tekanan untuk bersatu seperti ini. Janis meyakini bahwa kelompok yang terus berusaha untuk tetap akur akan menempatkan diri mereka ke dalam *groupthink*. Ada empat gejalanya, yakni: *self-censorship* mengarah kepada kecenderungan anggota kelompok untuk meminimalisasi keraguan dan argumen yang berlawanan. Mereka akan menempatkan idenya sendiri ke dalam posisi kedua saja. *Illusion of unanimity* mengarah kepada kepercayaan bahwa diam itu berarti setuju. *Self-appointed mindguard*, yaitu Kelompok yang sedang mengalami krisis akan berada di dalam gejala ini di mana mereka akan melindungi dirinya dari berbagai informasi negatif/buruk/merugikan. *Mindguards* meyakini bahwa mereka sedang melakukan kepentingan kelompok yang terbaik. *Pressures on dissenters*, yaitu gejala ini memberikan adanya penekanan terhadap berbagai anggota kelompok yang mengekspresikan opini, pandangan, atau komitmennya yang bertentangan dengan opini mayoritas.

#### **4.5. Strategi Mencegah *Groupthink***

Untuk menghindari penyederhanaan masalah *groupthink*, Hart (1990; West & Turner, 2010: 468) telah mengajukan empat rekomendasi umum untuk kelompok yang cenderung menjadi *groupthink*: (1) *require oversight and control*, (2) *embrace whistle-blowing in the group*, (3) *allow for objection*, dan (4) *balance consensus and majority rule*. Hart percaya bahwa



satu cara untuk meningkatkan pembuatan keputusan adalah dengan menentukan beberapa *oversight* eksternal dan kontrol. Ia berpendapat bahwa kelompok butuh untuk memegang kunci pembuatan keputusan yang bertanggung jawab terhadap tindakan mereka, hal ini harus dimulai sebelum kelompok memulai pertimbangan mengenai isu tertentu. Dalam hubungannya dengan tanggung jawab, Hart mengajukan *whistle blowing* dapat dirangkul dalam budaya kelompok. *Whistle-blowing* adalah proses di mana individu melaporkan perilaku tidak etis atau ilegal kepada orang lain. Oleh karena itu anggota kelompok seharusnya dianjurkan untuk menyuarakan perhatian daripada melakukan penekanan terhadap mereka, untuk menanyakan asumsi daripada menerima mereka dengan nilai nominal, dan melanjutkan ketidaksetujuan dan debat ketika tidak ada jawaban memuaskan dari perhatian mereka yang diberikan oleh anggota group lainnya. Hart membolehkan adanya *conscientious objectors* dalam kelompok atau anggota kelompok yang menolak untuk berpartisipasi dalam proses pembuatan keputusan karena hal itu akan menyakiti suara atau kata hati mereka. Akhirnya, Hart mengajurkan bahwa kelompok tidak membutuhkan konsensus (persetujuan umum) tetapi sebaliknya bekerja terhadap dukungan mayoritas. Karena konsensus meminta bahwa setiap anggota kelompok setuju terhadap suatu keputusan, anggota kelompok kadang merasa tertekan untuk menyetujuinya (*illusion of unanimity*).

Kedekatan merupakan hal yang dibutuhkan tapi bukan merupakan kondisi yang dibutuhkan dalam *groupthink*. Namun demikian, ketika kelompok menemukan diri mereka dalam situasi kohesif yang tinggi dan ketika pembuat keputusan berada dalam tekanan yang di bawah, maka *groupthink* akan mungkin terwujud. Janis (1989; Herek, Janis & Huth, 1897; West & Turner, 2010: 252) menyarankan bahwa kelompok dalam membuat suatu keputusan harus waspada, termasuk dalam melihat berbagai tujuan anggota kelompok yang ingin mencapai tujuan tersebut, mengembangkan dan meninjau rencana dan alternatif, menjelajahi konsekuensi dari setiap alternatif yang ada, menganalisis tindakan sebelum menolak rencana ketika informasi muncul, memiliki rencana yang kontigensi untuk saran yang

gagal. Paul Hart (1990; West & Turner, 2010: 468) memberikan empat rekomendasi untuk kelompok, yaitu:

1. Satu cara untuk meningkatkan pembuatan keputusan kelompok adalah untuk memutuskan beberapa pengawasan eksternal dan kontrol. Ia mengatakan bahwa kelompok membutuhkan pemegang kunci dalam menghitung pembuatan keputusan, dan ini seharusnya dilakukan sebelum kelompok memulai musyawarah mereka. Perhitungan ini mungkin dapat dilakukan dengan membentuk komite yang berfungsi untuk menegakkan kontrol.
2. *Whistle-blowing* merupakan perlakuan yang sangat memalukan dalam budaya kelompok. Dengan terjadinya *whistle-blowing* ini melihat cara pengambilan keputusan dari sudut pandang alternatif yang dikatakan oleh Hart bahwa kelompok menjaga terjadinya *whistle-blowing* ini karena kelompok umumnya mendapatkan suara yang tidak sampai ketika keputusan berlangsung dan signifikan konsekuensis.
3. *Conscientious objectors* yaitu anggota kelompok yang menolak untuk berpartisipasi karena akan melanggar nurani pribadi mereka sendiri. Alasan bahwa *groupthink* disebabkan karena *groupthink* mengecilkan implikasi keputusan mereka, dan jika konsekuensis penentang mengetahui bahwa mereka dapat berbicara berdasarkan moral atau etis, maka mereka mungkin lebih cenderung sering berbicara.
4. Kelompok tidak terlalu dibutuhkan tetapi pekerjaan mereka diarahkan untuk dukungan yang mayoritas. Karena permintaan dari konsekuensis merupakan persetujuan dari setiap anggota kelompok dalam membuat suatu keputusan, maka anggota kelompok sering merasa tertekan.

Thomas Jefferson pernah menyatakan bahwa perbedaan opini akan memicu adanya penyelidikan kebenaran. Pernyataan ini akan membuat kita meninggalkan anggapan bahwa *groupthink* tidak akan menyerang rumah (kelompok) kita sendiri. *Groupthink* sebenarnya ada di mana-mana dan terjadi di sekitar kita, di dalam kelompok yang sifatnya kurang kritis. Seperti di dalam keluarga. Anda mungkin akan memutuskan untuk kuliah karena beberapa generasi keturunan di

keluarga juga sudah melakukan hal yang sama. Keluarga anda akan merasionalisasi kehadiran anda dan di sisi lain, anda tidak melakukan penolakan sama sekali. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok kecil sangat rentan terhadap *groupthink*.

Anggapan yang menyatakan bahwa semua kelompok yang kohesif itu akan terdorong ke dalam *groupthink* ternyata tidak sepenuhnya benar. Janis menyatakan bahwa kohesivitas itu merupakan sesuatu yang penting namun tidak merupakan kondisi yang cukup untuk *groupthink*. Namun, ketika kelompok menemukan dirinya di dalam suatu kohesifitas yang tinggi dan pembuat keputusannya sedang dalam tekanan yang hebat, *groupthink* akan datang.

Untuk menghindari *groupthink* setidaknya terlibat di dalam interaksi yang lebih sehat, Janis menyarankan agar kelompok lebih waspada dalam pembuatan keputusan. Kewaspadaan itu meliputi, yaitu melihat rentang tujuan yang ingin dicapai oleh anggota kelompok, mengembangkan dan meninjau kembali rencana aksi dan alternatifnya, menemukan berbagai konsekuensi dari setiap alternatif, menganalisa setiap rencana aksi yang sebelumnya sudah ditolak ketika ada informasi baru yang datang, mempersiapkan berbagai rencana jika mengalami kegagalan. Paul Hart menyatakan bahwa rekomendasi Janis ini tanpa sengaja dapat memicu kolegalitas dan perpecahan.

Untuk menghindarinya, Hart mengharuskan adanya pengawasan dan kontrol eksternal karena kelompok perlu menjaga agar pembuat keputusan selalu bertanggung jawab terhadap aksinya dan ini harus dilakukan sebelum kelompok merundingkan suatu isu. Ini dapat dilakukan dengan membentuk komite tertentu untuk mengadakan kontrol dan komite itu dapat menantang rasionalisasi kolektif dan persepsi yang tidak akurat. Berikutnya adalah menganut *whistle-blowing*, proses di mana individual melaporkan berbagai perilaku atau praktik yang tidak etis atau illegal terhadap orang lain. Ini sebagai tambahan kontrol yang telah disebutkan di atas. Hart menyarankan agar kelompok dapat melingungi para *whistle blowers* ini karena kelompok biasanya membutuhkan suara yang berbeda ketika keputusannya akan berakhir pada konsekuensi tertentu. Selain itu memungkinkan adanya

objeksi (*conscientious objectors*) dari anggota kelompok yang menolak untuk berpartisipasi di dalam proses pembuatan keputusan karena itu bertentangan dengan suara hatinya. Jika mereka tahu bahwa mereka dapat keluar dari percakapan itu berdasarkan latar belakang moral dan etika, mereka akan bersedia untuk angkat bicara dan menyuarakan keraguannya terhadap keputusan itu dan bahkan memprotes keputusan tersebut. Dan menyeimbangkan konsensus dan aturan mayoritas. Karena konsensus menuntut setiap anggota untuk menyetujui keputusan, akhirnya anggota kelompok akan merasakan tekanan untuk bersuara (*illusion of unanimity*). Hart meyakini bahwa kelompok harus berjuang untuk mencapai konsesus namun harus berhati-hati dengan dukungan mayoritas.

Pada skala yang lebih kecil, seperti yang kita singgung sebelumnya, *groupthink* terjadi di sekitar kita "*less critical*" kelompok kecil. Keputusan seperti pada saat kita akan masuk kuliah, mungkin cenderung akan menjadi *groupthink*. *Groupthink* merupakan suatu teori yang didedikasikan untuk memahami proses pembuatan keputusan pada kelompok kecil. Janis percaya bahwa kelompok sering membuat keputusan dengan konsekuensi yang sangat besar, dan walaupun ia fokus kepada usahanya terhadap kebijakan luar kelompok, aplikasi dari terminologi *groupthink* yang ada pada kelompok pembuat keputusan lain. Meskipun faktanya bahwa banyak prinsip *groupthink* dapat diaplikasikan kepada beberapa jenis kelompok, Janis dengan jelas dalam konseptualisasinya dalam mengaplikasikan *groupthink* semata-mata hanya untuk kelompok *decision-making* pada masa krisis; dia tidak siap mengaplikasikan pemikiran ini kepada seluruh tipe kelompok. Para ahli telah menunjuk kepada beberapa masalah yang valid dengan teori, yaitu mengenai testabilitas atau kemampuannya untuk dapat diuji.

Jeanne Longley dan Dean Pruitt (1980; West & Turner, 2010: 255) mengkritik validitas teori. Mereka berpendapat bahwa setengah gejala dari *groupthink* tidak berkaitan dengan pencarian persetujuan-bagian kunci dari teori. Mereka berpendapat bahwa teori itu seharusnya memiliki ide logis yang maju, bukan fenomena langsung yang dikorelasikan satu sama lain dalam contoh enam kasus. Selanjutnya,

mereka berpendapat bahwa Janis memasukkan *self-esteem* pada diskusi tentang *groupthink*, namun tidak menyebutkannya dalam teorinya.

Teori dan banyak elemennya telah digunakan dalam banyak studi dan telah mendapatkan perhatian dari para ahli komunikasi dan psikologi. Selain itu untuk keputusan kebijaksanaan luar negeri, peneliti telah mempelajari *groupthink* dan mengaplikasikan konsep dan prinsipnya kepada badai Katrina, pembunuhan besar-besaran di Nanking Jepang (1937), dan Mensa. Teori ini juga menghasilkan asumsi tentang perilaku kelompok dan *groupthink* masih menjadi bagian penting dari literatur pada pembuatan keputusan kelompok (Myer & Anderson, 2008; West & Turner, 2010: 256). Teori *groupthink* bertahan dalam pengujian waktu. Para ahli melanjutkan investigasi tentang banyak bagian fundamentalnya, dan teori ini lanjut didiskusikan pada media populer. *Groupthink* dapat menjadi hal yang kebetulan menarik dibandingkan dengan pengalaman/empiris. Teori ini, bagaimanapun mendapatkan perhatian dalam penelitian sama seperti pada popular pers. Faktanya, pemikiran Janis terhadap *groupthink* telah menjadi hal yang berpengaruh pada beberapa pembelajaran seperti komunikasi, psikologi kognitif dan sosial, antropologi dan pengetahuan politik. Dari seluruh alasan ini, Janis diberikan penghargaan karena telah membantu kita untuk mengidentifikasi dan menilai satu tipe dari masalah pembuatan keputusan kelompok.

## 5

# TEORI *STRUCTURATION*

### 5.1. Pengertian Teori *Structuration*

Sosiologis Anthony Giddens mempercayai bahwa institusi sosial diproduksi, direproduksi dan ditransfer melalui penggunaan aturan. David Seiblod dan Karen Kroman Myers (2006; West & Turner, 2010: 259) mengatakan bahwa institusi sosial diorganisasi oleh proses interkasi di antara anggotanya dan praktik penyebaran informasi, mengalokasikan sumber daya, menyelesaikan tugas, membuat pilihan, perselisihan dan sejenisnya. Sehingga, struktur ini berfokus pada *Structuration theory*, di mana aturan dalam teori ini merupakan institusi sosial yang memberitahu karyawan apa yang dapat mereka lakukan dan apa yang tidak dapat mereka lakukan. Interaksi yang terjadi di antara orang, aturan ini membimbing percakapan mereka untuk menjaga atau mengubah sebuah organisasi. Misalnya, hal ini dapat diterapkan dalam berbagai perusahaan yang membicarakan tentang layanan pelanggan yang sangat kurang dan membuat perubahan kebijakan terhadap layanan pelanggan. Aturan ini mengatur percakapan mereka, misalnya dalam sebuah hirarki.

Giddens (1979, 1993; West & Turner, 2010: 260) memandang struktur sosial sebagai *double-edged sword*. Struktur dan aturan ini menciptakan pembatasan terhadap perilaku kita. Bagaimanapun, aturan yang sama ini juga memungkinkan kita untuk memahami dan berinteraksi dengan orang lain. Kita membutuhkan sebuah aturan yang dapat membimbing keputusan kita tentang bagaimana kita diharapkan berperilaku. Sebuah kelompok dan organisasi saling berkaitan dengan berbagai interkasi sosial seperti bersosialisasi dengan anggota baru dengan melakukan pertemuan secara pribadi atau mengajarkan

keahlian baru dalam pelatihan karyawan baru. Giddens (1984; West & Turner, 2010: 260) menunjukkan bahwa kunci untuk membuat komunikasi terjadi di dalam kelompok dan organisasi yang memeriksa sebuah struktur yang berfungsi sebagai pondasi. Dia membuat perbedaan antara konsep dari sistem yang mengacu pada kelompok atau organisasi itu sendiri dan perilaku serta prakteknya dalam mencapai tujuan mereka. Dan *structure* mengacu pada aturan dan sumberdaya anggota yang digunakan untuk menciptakan dan mempertahankan sebuah sistem, serta untuk membimbing perilaku mereka.

Marchall Scott Poole (1990) dan rekannya (Poole & DeSanctis, 1990; Poole & McPhee, 2005; Poole, Seibold, McPhee, 1986; 1996; ; West & Turner, 2010: 260) telah mempelajari aplikasi dari prinsip *structuration* dalam bidang komunikasi. Teorinya dinamakan sebagai *adaptive structuration theory*, yang menjelaskan bagaimana tugas kelompok digunakan dalam teknologi informasi (Poole & McPhee, 2005; West & Turner, 2010: 260). Bagaimanapun, kita mempertahankan pemikiran asli dari Giddens dan mendiskusikan *Structuration theory* ini sebagai daya tarik perspektif untuk berbagai area dalam studi komunikasi. *Structuration* merupakan proses di mana sistem diproduksi dan direproduksi melalui anggota-anggota yang menggunakan aturan dan sumberdaya (Poole, Seibold, & McPhee, 1996: 117; West & Turner, 2010: 261). Untuk teoritisasi *structuaration* ini, struktur organisasi diproduksi dan direplikasi oleh orang-orang yang berinteraksi setiap hari, dan mencoba untuk mencapai tujuan personal dan tujuan perusahaan (Modaff, DeWine, & Butler, 2008; West & Turner, 2010: 261). *Structuration* digunakan sebagai pondasi untuk memeriksa dampak dari aturan dan sumberdaya yang dimiliki oleh keputusan kelompok dan komunikasi organisasi. Sebagai tambahan, *structuration* juga membantu untuk mendiskripsikan bagaimana aturan-aturan ini diubah atau dikonfirmasi melalui sebuah interkasi. Akhirnya, *structuration is communicative: "Talk is action"*. Jika sebuah struktur benar-benar diproduksi melalui sebuah interkasi, maka kemudian komunikasi adalah lebih dari sekedar pelopor untuk bertindak, dan itu adalah tindakan (Modaff et al, 2008: 121; West & Turner, 2010: 261).

Anggota organisasi menggunakan organisasi untuk membantu mereka mengekspektasikan perilaku dan komunikasinya di dalam organisasi. Manusia memang cenderung tidak merasa nyaman dengan ketidakpastian. Manusia akan lebih menyukai instruksi dan aturan atau petunjuk yang sifatnya lebih spesifik. Bagaimanapun, kita dapat mengubah struktur di dalam suatu institusi dengan mengadaptasikan aturan atau menciptakan aturan baru. Respon dari anggota organisasi akan membantu pimpinan untuk mengubah berbagai ketetapan tersebut di masa depan.

Sosiolog Anthony Giddens meyakini bahwa institusi sosial diproduksi, direproduksi, dan ditransformasi lewat penggunaan aturan. David Seibold dan Karen Kroman Myers (West & Turner, 2010: 259) menyatakan bahwa institusi sosial diorganisasi lewat proses dan praktik interaksi, penyebaran informasi, pengalokasian sumber daya, pencapaian tugas, pembuatan pilihan, mengelola ketidaksetujuan dan persetujuan. Struktur institusi ini merupakan fokus dari *structuration theory*.

Aturan mengindikasikan kita bagaimana seharusnya kita melakukan berbagai hal atau melakukan aksi kita di dalam *setting* tertentu. Di dalam *structuration theory* aturan di dalam institusi sosial akan menyatakan kepada karyawan apa yang dapat mereka lakukan dan apa yang tidak. Lewat interaksi di antara orang-orang, aturan akan membimbing percakapan tersebut yang memungkinkan para karyawan untuk mempertahankan atau mengubah suatu organisasi. Karyawan yang diikutsertakan di dalam pertemuan manajer dapat berpotensi dalam memengaruhi struktur organisasi lewat penarikan keputusan yang dibuat selama debat tersebut. Jika suara mereka dikumpulkan untuk mengubah aturan secara formal, maka seluruh struktur organisasi dapat diubah. Komunikasi merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh organisasi untuk berubah. Sama halnya seperti kontraktor yang menggunakan *blueprint* sebagai panduan dalam membangun struktur, anggota organisasi juga menggunakan aturan untuk menyatakan harapan perilaku dan komunikasinya dalam organisasi. Seperti *uncertainty reduction theory* yang mengatakan bahwa orang-orang



cenderung tidak nyaman dengan ketidakpastian, maka kita membutuhkan suatu struktur yang jelas dalam kehidupan kita.

Sosiolog seperti Anthony Giddens percaya bahwa institusi sosial diproduksi, direproduksi, dan bertransformasi melalui penggunaan *rules*/aturan. David Seibold dan Karen Kroman Myers (2006; West & Turner, 2010: 259) berpendapat bahwa "institusi sosial itu mengatur proses interaksi dan kebiasaan anggota: seperti menyebarkan informasi, mengalokasikan sumber daya, menyelesaikan tugas, membuat keputusan, mengatur pertentangan, dan lain sebagainya." Struktur dari institusi ini adalah fokus dari *structuration theory*.

Pada *structuration theory*, aturan dalam institusi sosial dilakukan dengan memberi tahu karyawan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Pada interaksi antar manusia, aturan yang memandu percakapan ini membolehkan karyawan untuk menjaga atau mengubah organisasi. Giddens melihat struktur sosial sebagai pedang bertepi ganda. Struktur dan aturan yang kita buat membatasi perilaku kita. Bagaimanapun, aturan ini juga memungkinkan kita untuk memahami dan berinteraksi dengan orang lain. Kita membutuhkan aturan untuk memandu keputusan kita tentang bagaimana kita seharusnya berperilaku. Aturan ini dapat berbentuk eksplisit (seperti keluhan prosedur yang dituliskan dalam buku pedoman karyawan) atau implisit (seperti menghargai satu sama lain dengan memberikan kesempatan bagi tiap anggota untuk menyampaikan suara atau opininya).

Kelompok dan organisasi dikoordinasikan berdasarkan beragam interaksi sosial, contohnya mensosialisasikan anggota baru melalui penerimaan karyawan baru, sampai kepada keputusan selama konferensi, melaksanakan meeting secara langsung atau melalui *video conference*, atau mengajarkan keterampilan baru pada sesi pelatihan karyawan. Giddens (1984; West & Turner, 2010: 260) menyatakan bahwa kunci untuk memahami komunikasi yang terjadi pada kelompok dan organisasi adalah untuk menguji struktur yang menjadi dasar mereka. Dia membuat perbedaan antara konsep sistem dan struktur. Sistem menurutnya merujuk kepada kelompok atau organisasi itu sendiri dan perilaku yang terlibat banyak perilaku dan praktik yang menghasilkan

peristiwa berbeda termasuk proses asimilasi karyawan baru dan penilaian prestasi. Istilah *structure* merujuk kepada aturan dan sumber daya yang digunakan anggota untuk menciptakan dan menyokong sistem itu, sama halnya seperti menuntun perilaku mereka.

Marshall Scott Poole (1990; West & Turner, 2010: 260) dan rekannya (Poole & DeSanctis, 1990; Poole & McPhee, 2005; Poole, Seibold, & McPhee, 1986; 1996; West & Turner, 2010: 260) telah mempelajari aplikasi dari prinsip *structuration theory* dalam bidang komunikasi. Teorinya dikenal sebagai *adaptive structuration theory* yang menjelaskan bagaimana kelompok tugas (*task group*) menggunakan teknologi informasi (Poole & McPhee, 2005; West & Turner, 2010: 260).

Untuk memulainya, sangat penting untuk mendefinisikan apa itu *structuration*. Pada pemahaman umum, *structuration* memungkinkan orang-orang untuk memahami pola perilakunya-struktur dari sistem sosial mereka. Secara spesifik, *structuration* dideskripsikan sebagai suatu proses di mana sistem diproduksi dan direproduksi melalui penggunaan aturan dan sumber daya oleh anggota dan sumber. Bagi teoritikus *structuration*, struktur organisasi diproduksi dan direplika oleh orang-orang yang terlibat dalam pencapaian tujuan personal dan tujuan perusahaan (Modaff, DeWine & Butler, 2008; West & Turner, 2010: 261).

*Structuration* menyediakan suatu kegunaan dasar untuk menguji pengaruh aturan dan sumber daya pada keputusan kelompok dan komunikasi organisasi. Selain itu, teori ini juga dapat membantu mendeskripsikan bagaimana aturan ini dirubah atau diterima melalui interaksi. Terakhir, *structuration* itu komunikatif; “berbicara adalah tindakan. Jika struktur benar-benar dihasilkan melalui interaksi, maka komunikasi itu lebih dari hanya sebuah pendahuluan tindakan ; komunikasi tindakan (Modaff et al., 2008: 121; West & Turner, 2010: 261).

## 5.2. Asumsi-asumsi Teori *Structuration*

Untuk memahami *structuration theory* ini, maka kita pertimbangkan asumsi yang mendasar tentang teori ini, yaitu:

1. Kelompok dan organisasi diproduksi dan direproduksi melalui penggunaan sebuah aturan dan sumberdaya. Giddens pada asumsi pertama ini mengatakan bahwa setiap tindakan atau hasil perilaku dalam sebuah produksi atau sesuatu yang baru "*fresh act*". Setiap tindakan atau perilaku dalam kelompok atau organisasi ini memengaruhi aturan apa dan sumberdaya apa yang diperlukan untuk mengoperasikan sebuah sistem. Hal yang penting juga kita ingat bahwa setiap waktu kita berkomunikasi dengan orang lain, kita sebaiknya mendirikan sebuah awal yang baru, yaitu: (a) menciptakan aturan yang baru atau harapan yang baru, (b) mengubah aturan yang ada, (c) atau menegaskan kembali aturan yang telah digunakan. Untuk mendirikan awal yang baru ini, maka kita tetap bergantung pada aturan masa lalu dan harapan yang membimbing perilaku kita.
2. Aturan komunikasi berfungsi sebagai media dan hasil dari interaksi. Gagasan bahwa aturan stimulan ini memberikan pedoman dan membatasi perilaku kelompok. Struktur dari kelompok ini termasuk aturan jaringan dan sumberdaya yang digunakan oleh anggota-anggota dalam membuat sebuah keputusan tentang perilaku komunikasi apa yang diharapkan. Katherine Miller (2005: 215; West & Turner, 2010: 263) mengatakan bahwa hal yang penting dalam sebuah aturan organisasi adalah aturan yang bertindak sebagai resep untuk kehidupan sosial, di mana prosedurnya digeneralisasikan tentang bagaimana mendapatkan sesuatu. Oleh karena itu, *Structuration theory* mengasumsikan bahwa untuk memahami aturan dari sistem sosial, maka individu membutuhkan untuk mengetahui beberapa latar belakang sumberdaya yang mengarahkan pada sebuah sistem.
3. Struktur dari kekuatan mewakili organisasi dan memandu proses pengambilan keputusan. Asumsi ketiga dari *structuration theory* ini adalah kekuatan merupakan pengaruh yang memaksakan dalam mencapai keputusan dalam organisasi. Teori ini, kekuatan

dipandang sebagai kemampuan untuk mencapai hasil dan memungkinkan kita untuk mencapai tujuan. Giddens mempercayai bahwa kekuatan merupakan *two-way street*; di mana setiap setiap dua orang terlibat dalam komunikasi satu sama lain, antara sumber memiliki tingkatan tertentu dari kekuasaan yang membawa mereka melakukan interaksi.

Giddens menyatakan bahwa hasil dari setiap aksi atau perilaku di dalam memproduksi sesuatu yang baru disebut sebagai *fresh act*. Setiap aksi dan perilaku yang terkait dengan suatu kelompok atau organisasi dipengaruhi oleh masa lalu. Sejarah berfungsi sebagai referensi untuk memahami aturan dan sumber daya apa yang perlu dioperasikan di dalam suatu sistem. Penting untuk diketahui bahwa setiap saat kita berkomunikasi dengan seseorang kita sedang menetapkan suatu awal yang baru dengan menciptakan suatu aturan atau ekspektasi baru, mengubah aturan yang sudah ada, atau mengafirmasikan kembali aturan yang telah digunakan di masa lampau. Dalam menetapkan awal yang baru tersebut, kita bergantung pada aturan dan ekspektasi masa lampau untuk membimbing perilaku kita. Maka dari itu, kita tidak akan pernah menghilangkan sejarah kita, itu akan secara terus menerus memengaruhi keputusan kita untuk berperilaku di dalam kelompok dan organisasi dan juga mempengaruhi perubahan di dalam sistem.

Asumsi mengindikasikan bahwa aturan secara berkelanjutan akan menyediakan panduan dan batasan bagi perilaku kelompok. Struktur kelompok meliputi suatu jaringan aturan dan sumber daya yang digunakan oleh anggotanya di dalam pembuatan keputusan tentang perilaku komunikasi mana yang diharapkan. Katherine Miller (West & Turner, 2010: 263) menyatakan bahwa aturan berperan sebagai panduan atau resep kehidupan sosial di mana mereka mengeneralisasikan prosedur tentang bagaimana seharusnya melakukan berbagai hal. Beberapa aturan lebih didahulukan dari yang lain dan sejarah akan memengaruhi aksi yang sedang dilakukan. Jika suatu aturan bekerja dengan baik di masa lampau, maka ia akan dipertahankan; namun jika tidak maka akan dimodifikasi atau ditinggalkan. Tantangannya adalah untuk menentukan aturan mana

yang paling efisien dan produktif untuk pencapaian tujuan kelompok atau organisasi. Giddens menyatakan bahwa suatu aturan hanya dapat dipahami di dalam konteks pengembangan sejarah. Jadi, *Structuration theory* berasumsi bahwa untuk memahami aturan di dalam sistem sosial, individual perlu mengetahui berbagai sumber yang melatarbelakangi pembuatan aturan tersebut.

Asumsi ini meyakini bahwa kekuasaan merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam penyampaian keputusan di dalam organisasi. *Power* diartikan sebagai penempatan keinginan personal atas orang lain. *Power* ini dianggap sebagai suatu kemampuan untuk mencapai hasil. Giddens meyakini bahwa *power* merupakan suatu jalan dua arah, kapan pun dua orang terlibat di dalam komunikasi satu sama lain, keduanya memiliki tingkatan kekuasaan tertentu yang mereka bawa di dalam interaksinya. Bahkan subordinat memiliki *power* terhadap atasannya. Giddens menambahkan bahwa posisi subordinat di dalam sistem sosial adalah kemahiran mereka dalam mengubah sumber daya apapun ke dalam kontrol mereka. Dengan kata lain, kita mempunyai *power* namun beberapa orang memiliki *power* yang lebih dari yang lain. Berdasarkan sejarah organisasi, ada peranan aturan di dalam diskusi tentang *power*. Aturan telah menetapkan untuk memberikan suatu bentuk kekuasaan tertentu kepada beberapa anggota melebihi anggota lain.

Di dalam penarikan keputusan, tidak ada struktur kekuasaan tertentu di dalam jaringan aturan organisasi yang lebih penting daripada yang lain. Giddens memandang *power* sebagai jalan dua arah dan faktanya seorang aktor yang diundang untuk berpartisipasi di dalam diskusi dan penarikan keputusan mengindikasikan bahwa dia mempunyai sejumlah *power* dibanding yang lain. Untuk memahami teori *structuration*, pertama kali kita harus mempertimbangkan beberapa asumsi dasar yang memandu teori ini bahwa kelompok dan organisasi diproduksi dan di reproduksi melalui penggunaan aturan dan sumber daya, aturan komunikasi digunakan sebagai medium dan *outcome* dari interaksi, dan struktur kekuasaan terdapat dalam organisasi dan memandu proses pembuatan keputusan.

Menggaris-bawahi asumsi pertama, Giddens mengajukan bahwa setiap tindakan atau perilaku menghasikan produksi sesuatu yang baru—*a fresh act*. Setiap tindakan atau perilaku di mana kelompok atau organisasi terlibat dipengaruhi oleh masa lalu. Masa lalu ini digunakan sebagai referensi untuk memahami aturan dan sumber daya apa yang dibutuhkan dalam sistem tersebut. Penting untuk diingat bahwa setiap kita berkomunikasi dengan orang lain, kita membangun suatu awal baru dengan: (a) menciptakan suatu aturan baru atau ekspektasi, (b) mengubah aturan yang sudah ada, dan (c) menegaskan aturan yang telah digunakan di masa lalu. Dalam membangun awal baru ini, kita masih bergantung kepada aturan lama dan ekspektasi untuk memandu perilaku kita. Oleh karena itu kita tidak pernah keluar dari masa lalu, hal tersebut berlanjut memengaruhi keputusan kita dalam berperilaku di kelompok dan organisasi. Hal itu juga memengaruhi perubahan yang mungkin terjadi dalam sistem.

Asumsi kedua dari teori *structuration* adalah gagasan bahwa aturan secara bersamaan menyediakan garis pedoman dan mendesak perilaku kelompok. Struktur kelompok termasuk di dalamnya suatu jaringan aturan dan sumber daya yang telah digunakan oleh anggotanya dalam membuat keputusan mengenai perilaku komunikasi apa yang diharapkan. Katherine Miller (2005; West & Turner, 2010: 263) menyatakan pentingnya aturan/*rules* dalam organisasi bahwa aturan bertindak sebagai resep dalam kehidupan sosial, yaitu prosedur umum mengenai bagaimana menyelesaikan sesuatu. Asumsi ketiga yang memandu *structuration theory* mengusulkan bahwa *power/kekuasaan* adalah suatu pengaruh kekuatan dalam mencapai keputusan dalam organisasi. Pada teori ini, *power* dilihat sebagai kemampuan untuk mencapai hasil, hal tersebut memungkinkan kita untuk mencapai tujuan kita. Giddens percaya bahwa *power* merupakan jalan dua arah; kapan saja dua orang terlibat komunikasi satu sama lain, keduanya memiliki tingkat *power* tertentu yang mereka bawa dalam interaksi. Bahkan seorang bawahan memiliki beberapa kekuatan di atas pimpinannya. Dalam kata lain, kita semua memiliki *power*, tetapi beberapa memiliki *power* yang lebih daripada orang lain.

### 5.3. Elemen-elemen Teori *Structuration*

Untuk memahami lebih baik tentang *Structuration theory*, kita akan mempelajari komponen-komponen yang ada di dalamnya. Kita juga akan melihat beragam elemen yang berpusat kepada pemahaman tentang kompleksitas aturan dan pengaruh yang mereka miliki dalam sistem komunikasi. Elemen yang akan kita diskusikan yaitu *agency and reflexivity*, *duality of structure*, dan *social integration*. Untuk lebih memahami *structuration theory*, maka kita harus memahami komponen dari setiap bagiannya dan juga kita melihat berbagai elemen yang menjadi pusat pemahaman dari aturan yang kompleks dan memengaruhi komunikasi, yaitu:

#### 1. *Agency and Reflexivity*

*Structuration theory* berdasarkan pada gagasan bahwa aktifitas manusia merupakan sumber yang menciptakan dan menciptakan kembali lingkungan sosial yang telah ada. *Agency* merupakan perilaku khusus atau aktivitas manusia yang terlibat dan dipandu oleh aturan dan konteks terjadinya sebuah interaksi. *Agent* mengacu pada seseorang yang terlibat dalam perilaku atau aktivitas dalam lingkungan sosial. Poole, Seibold, dan McPhee (1986, 1996; West & Turner, 2010: 265) menerapkan gagasan *agency* untuk memeriksa kelompok kecil dengan mengusulkan bahwa anggota-anggota kelompok menyadari dan berpengetahuan luas tentang peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Kesadaran ini memandu keputusan kita untuk terlibat dalam perilaku tertentu (*agency*). Menurut teori ini, organisasi dan kelompok mereka terlibat dalam proses *reflexivity*. *Reflexivity* merupakan kemampuan seseorang untuk memonitor tindakan dan perilaku mereka. Dalam menggunakan *agency* dan *reflexivity*, organisasi mencerminkan pada struktur dan sistem yang terjadi dan anggota memiliki kemampuan untuk menjelaskan alasan untuk perilaku serta kemampuan mereka untuk mengidentifikasi tujuan mereka. Kesadaran ini terbagi atas dua level, yaitu *discursive consciousness* yang mengacu pada kemampuan seseorang yang dapat dibag dengan anggota lain dalam sebuah organisasi, dan *practical consciousness* yang mengacu pada tindakan

seseorang atau perasaan seseorang yang tidak dapat diletakkan dalam kata-kata. Modaff (2008; West & Turner, 2010: 265) mengatakan bahwa beberapa aktivitas dan atau perasaan sangat mudah dijelaskan oleh individu (*discursive consciousness*), berbeda dengan pengalaman lain, perilaku, dan perasaan yang tidak mudah untuk diletakkan dalam kata-kata (*practical consciousness*).

## 2. *Duality of Structure*

Aturan dan sumberdaya memenuhi fungsi yang ganda dalam organisasi. Menurut prinsip dari *duality of sturcture*, anggota dalam organisasi bergantung pada aturan dan sumberdaya yang memandu keputusan mereka tentang perilaku atau sebuah tindakan yang akan memperkerjakan mereka. Bagaimanapun, faktanya bahwa individu memiliki pilihan baik yang dipilih untuk mengikuti aturan atau mengubah aturan tersebut. Untuk lebih memahami hubungan ini, maka kita akan mengeksplorasi perbedaan antara *rules* dan *resources*. Dalam *structuration theory*, istilah *rules* ini digunakan untuk mengacu pada rutinitas umum bahwa organisasi memiliki atau mengikuti dalam mencapai tujuannya. *Resources* mengacu pada kekuatan bahwa individu membawa kelompok atau organisasi. Kekuatan ini berpengaruh karena dapat memimpin individu untuk mengambil tindakan atau memulai perubahan. Sebuah organisasi dapat memperkerjakan dua tipe dari sumberdaya, yaitu *allocative resources* mengacu pada bahan yang dihasilkan oleh organisasi yang membantu kelompok untuk mencapai tujuannya, dan *authoritative resources* mengacu pada karakter interpersonal yang digunakan selama interaksi komunikasi. Dalam *structuration theory*, komunikasi interpersonal dipandang sebagai kemampuan untuk memengaruhi orang lain. Giddens (1984; West & Turner, 2010: 267) menyarankan ketika individu tertindas, maka mereka tetap memiliki sumberdaya (seperti kekuatan) yang tersedia untuk mengatasi status quo. *Reward power* merupakan persepsi bahwa orang lain memiliki kemampuan untuk memberikan hasil yang positif, *coercive power* merupakan persepsi bahwa orang lain memiliki kemampuan untuk memberlakukan hukuman, *referent power* merupakan persepsi bahwa orang lain memiliki kemampuan untuk mencapai kepatuhan



karena didirikannya hubungan pribadi. *Legitimate power* merupakan persepsi bahwa orang lain memiliki kemampuan untuk memberikan pengaruh karena pangkat atau jabatan yang dimiliki. *Expert power* merupakan persepsi bahwa orang lain memiliki kemampuan untuk memberikan pengaruh karena pengetahuan khusus atau keahlian yang dimiliki.

### 3. *Social integration*

Konsep yang ketiga, adalah *social integration* yang mengacu pada hubungan timbal balik dari perilaku komunikasi antar orang yang sedang berinteraksi. Hal ini merupakan sebuah proses di mana anggota dari sebuah organisasi yang mengenal dengan satu sama lain dan harapan tersebut berdasarkan pada tayangan informasi sebelumnya yang telah dipelajari. Jika anggota berinteraksi dengan orang lain pertama kali, maka pengetahuan orang lain akan terbatas dan proses dari integrasi sosialnya akan lebih luas.

*Structuration theory* ini dibuat berdasarkan indikasi yang menyatakan bahwa aktivitas manusia merupakan sumber penciptaan dan penciptaan kembali lingkungan sosial tempat kita berada. *Agency* kemudian didefinisikan sebagai perilaku atau aktivitas tertentu yang di mana manusia terlibat di dalamnya dan dibimbing oleh aturan dan konteks di mana interaksi itu berlangsung. Agen merupakan orang yang terlibat di dalam perilaku tersebut. Misalnya, murid merupakan agen yang terlibat dalam agensi untuk menghadiri kelas di sekolah. Konteks ruangan kelas merupakan contoh aturan yang diharapkan untuk ditaati oleh para murid sebagai agen, seperti harus mengangkat tangan ketika bertanya.

Poole dan kawan-kawan (West & Turner, 2010: 269) mengaplikasikan pemahaman tentang agensi tersebut ke dalam penelitian mereka tentang kelompok kecil dan menyatakan bahwa anggota dari suatu kelompok itu peduli dan mengetahui berbagai kejadian dan aktivitas yang berlangsung di sekitar mereka. Kepedulian inilah yang kemudian memandu keputusan mereka untuk terlibat di dalam perilaku tertentu (agensis). Berdasarkan teoretikus *structuration*, organisasi dan kelompok terlibat dalam proses *reflexivity*. *Reflexivity*

merupakan kemampuan aktor untuk memonitor aksi dan perilakunya. Karena itulah, anggota organisasi dapat melihat ke depan dan membuat perubahan di dalam struktur organisasi jika dirasa ada berbagai hal yang tidak berjalan baik sesuai rencana. Elemen penting dari agensi dan reflektivitas ini adalah kemampuan seorang individu untuk mengartikulasikan alasan untuk setiap pilihan perilaku yang ia buat. Agen dianggap memiliki tingkat kesadaran akan perilakunya sehingga ia dapat menjelaskan kenapa ia melakukan perilaku tertentu. Dalam melakukan agensi dan reflektivitas, organisasi merefleksikan struktur dan sistem tempat dia berada dan anggota memiliki kemampuan untuk menjelaskan alasan untuk setiap perilaku sebagaimana juga ia mampu mengidentifikasi tujuannya. Kesadaran ini terjadi dalam dua tingkatan, yaitu: pertama, *discursive consciousness* yang merupakan kemampuan seseorang untuk menyatakan pemikirannya di dalam suatu bahasa yang dapat dibagikan dengan anggota lain di dalam suatu organisasi. Sedangkan, *practical consciousness* merupakan setiap perasaan dan aksi yang tidak dapat dinyatakan dalam kata-kata. Modaff menyatakan bahwa ada berbagai aktivitas atau perasaan yang dapat diekspresikan dengan mudah dan ada yang tidak (West & Turner, 2010: 261).

Aturan dan sumber daya membentuk *dual function* di dalam organisasi. Berdasarkan prinsip *duality of structure*, anggota organisasi bergantung pada aturan dan sumber daya untuk memandu keputusannya akan perilaku atau aksi yang akan mereka lakukan dalam berkomunikasi. Bagaimanapun, faktanya individual telah dipilih untuk mengikuti aturan atautkah mengubahnya yang berdampak pada perubahan aturan atau sumber daya di dalam interaksi komunikasi yang akan datang. Aturan dan sumber daya merupakan hal yang berbeda. Aturan biasanya mengarah kepada rutinitas umum yang diikuti oleh organisasi untuk pencapaian tujuan. Aturan ini bukan menjelaskan mengapa sesuatu harus dilakukan, melainkan bagaimana melakukan tujuan itu dapat dicapai.

Sumber daya mengarah kepada *power* yang dibawa oleh individual ke dalam kelompok atau organisasi. *Power* ini berpengaruh karena dapat mengakibatkan individu untuk mengambil aksi tertentu atau melakukan perubahan. Ada dua jenis sumber daya, yaitu alokatif

dan autoritatif. Sumber daya alokatif merupakan bantuan material yang dibuat oleh suatu organisasi untuk menolong kelompok tersebut dalam pencapaian tujuannya. Sedangkan autoritatif merupakan karakteristik interpersonal yang bekerja selama interaksi komunikasi tersebut. Autoritatif ini memungkinkan seseorang untuk mengeksekusi kekuasaannya di dalam suatu organisasi. Poin utama tentang *power* ini adalah bagaimana agen dapat memanfaatkan *power* tersebut untuk mendapatkan apa yang mereka ingini dalam sistem sosial. Giddens menyatakan bahwa ketika individual berada di dalam suatu kondisi mendesak, mereka masih memiliki sumber daya (kekuasaan) untuk mengatasi *status quo*.

Ada beberapa *power*, yaitu: *reward power*, kekuasaan berdasarkan persepsi seseorang yang menyatakan bahwa orang lain berkemampuan untuk memberikan dorongan positif. *Power* ini dapat berwujud pujian, hadiah material, atau sekedar penghapusan aspek negatif dari system tersebut. *Coercive power*, kekuasaan ini berdasarkan ekspektasi bahwa individual memiliki kemampuan untuk menetapkan atau mengadakan hukuman. *Referent power*, kemampuan individu untuk melakukan penyesuaian berdasarkan fakta hubungan personal yang terbentuk di antara kedua orang yang berinteraksi tersebut. *Legitimate power*, pengaruh yang dapat dijalankan seseorang berdasarkan posisi atau jabatan orang tersebut. *Expert Power*, kemampuan seseorang untuk menggunakan pengaruhnya atas orang lain berdasarkan pengetahuan atau keahlian yang ia miliki. Jika kita menganggap *power* itu sebagai sumber daya, seperti yang dinyatakan oleh *structuration theory* bahwa *duality of structure* tersebut dapat diaplikasikan untuk menjelaskan bagaimana kekuasaan itu dapat digunakan untuk menentukan aksi di dalam kelompok, namun *power* itu juga dapat diubah sebagai hasil dari aksi yang dilakukan.

*Social integration* ini merupakan komunikasi yang timbal balik (*reciprocity*) di antara orang-orang yang terlibat di dalam interaksi. Ini merupakan proses berkelanjutan di mana setiap anggota akan saling mengenal satu sama lain dan membentuk ekspektasi berdasarkan kesan atau informasi yang mereka pelajari dari rekannya. Jika ternyata interaksinya baru pertama kali, maka pengetahuan tentang rekannya

akan terbatas dan proses integrasi sosialnya akan lebih luas. Setelah mereka saling mengenal satu sama lain, integrasi sosialnya akan semakin bergantung pada struktur yang mereka ketahui di interaksi sebelumnya. Masing-masing orang yang terlibat di dalam komunikasi itu akan membawa latar belakang, pengalaman, dan ekspektasinya masing-masing terhadap suatu kejadian komunikasi. Bagaimanapun, sebagai anggota dari suatu organisasi, seorang individual akan membawa pengetahuan terhadap situasi tersebut untuk diubah setelah memperoleh pengaruh baik dari sumber internal maupun eksternal. Setelah memahami bagaimana kita saling berkomunikasi satu sama lain di dalam kelompok, kita akan berkomunikasi dan bertindak sesuai cara yang mengindikasikan peran yang kita ekspektasikan akan dipenuhi oleh orang lain. Ekspektasi tentang pola perilaku itu dibangun, namun dapat juga diubah setelah mereka berinteraksi terus menerus.

*Structuration theory* adalah berdasarkan gagasan sederhana bahwa aktivitas manusia merupakan sumber yang menciptakan dan menciptakan kembali lingkungan sosial di mana kita berada. *Agency* (West & Turner, 2010: 264) didefinisikan sebagai perilaku spesifik atau aktivitas bahwa manusia terlibat di dalamnya dan dipandu oleh aturan dan konteks di mana interaksi terjadi. *Agents* (West & Turner, 2010: 264) merujuk kepada seseorang yang terlibat dalam perilaku atau aktivitas dalam lingkungan sosial.

Poole, Seibold, dan Mcphee (1986, 1996; West & Turner, 2010: 265) mengaplikasikan gagasan mengenai *agency* untuk pengujian kelompok kecil dengan mempromosikan bahwa suatu anggota kelompok sadar dan memiliki pengetahuan tentang peristiwa dan aktivitas yang terjadi di sekitar mereka. Kesadaran ini memandu keputusan mereka untuk terlibat dalam perilaku tertentu (*agency*). Menurut teoretikus *structuration*, organisasi dan kelompok terlibat dalam suatu proses yang disebut sebagai reflektivitas. *Reflexivity* merujuk kepada kemampuan seseorang untuk memantau tindakan dan perilaku mereka.

Dalam memanfaatkan *agency* dan *reflexivity*, organisasi merefleksikan kepada struktur dan sistem yang ada dan anggota

memiliki kemampuan untuk menjelaskan alasan dari perilaku tersebut sama halnya dengan kemampuannya untuk mengidentifikasi tujuan mereka. Kesadaran ini terjadi dalam dua tingkatan. *Discursive consciousness* merujuk kepada kemampuan seseorang untuk menyatakan pikirannya dalam bahasa yang dapat dimengerti dan dibagi dengan anggota organisasi yang lain. *Practical consciousness* merujuk kepada tindakan atau perasaan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata - kata.

Aturan dan sumber daya memenuhi fungsi ganda dalam organisasi. Menurut prinsip *duality of structure*, anggota organisasi bergantung kepada aturan dan sumber daya untuk menjadi pedoman pengambilan keputusan tentang perilaku atau tindakan yang akan digunakan dalam komunikasi mereka. Pada *structuration theory*, istilah *rules* digunakan untuk merujuk rutinitas umum yang dilakukan organisasi dalam mencapai tujuannya. *Resources* merujuk kepada kekuatan yang dibawa individu dalam kelompok atau organisasi. Kekuatan ini sangat berpengaruh karena dapat membawa individu untuk mengambil tindakan atau memulai perubahan. Suatu organisasi dapat menggunakan dua tipe resources. *Allocative resource* merujuk kepada bahan bantuan yang dihasilkan oleh suatu organisasi untuk membantu kelompok meraih tujuannya. *Authoritative resource* merujuk kepada karakteristik interpersonal yang digunakan selama interaksi komunikasi. Pada *structuration theory*, komunikasi interpersonal dilihat sebagai kemampuan untuk memengaruhi orang lain. *Authoritative resource* membolehkan seseorang untuk menggunakan *power/kekuasaan* dalam organisasi. Setiap orang memiliki derajat kekuasaan dan pengaruh terhadap operasi dalam organisasi.

#### **5.4. Aplikasi Waktu dan Jarak**

Sekarang kita akan mengetahui peran dari *time* dan *space* dalam organisasi. *Structuration theory*, mempercayai bahwa semua interaksi sosial dalam organisasi terdiri dari dimensi temporal (*time*) dan spasial (*space*). Sebuah komunikasi atau interaksi komunikasi terjadi dalam organisasi yang dapat dijelaskan dalam waktu yang nyata dan terjadi

dalam jarak yang nyata. Pada dasarnya, *space* dipandang sebagai elemen kontekstual yang memiliki arti untuk beberapa anggotanya dalam sebuah kelompok atau organisasi. Elemen *time* dan *space* ini merupakan faktor yang memungkinkan kita untuk terlibat dalam komunikasi. Sebagai tambahan, untuk memahami pengaruh dari *space* dan *time* ini maka kita harus mengetahui struktur yang bekerja dalam organisasi, dan kita juga mempertimbangkan tentang dinamika interaksi kelompok. Untuk mengetahui bagaimana kesan pertama dapat memengaruhi aturan dan sumberdaya yang diimplementasikan oleh anggota dalam berkomunikasi dengan orang lain, maka konsep dari integrasi sosial menunjukkan kita sebuah dimensi yang baru dalam aktivitas sebuah kelompok dalam pengambilan keputusan.

Waktu dan jarak juga akan berperan di dalam organisasi. *Structuration theory* meyakini bahwa setiap interaksi sosial di dalam suatu organisasi dibuat secara temporal dan dalam dimensi jarak atau spasial tertentu. Komunikasi atau interaksi aktual yang dilakukan di dalam organisasi berada di dalam *real time* dan *real space*. Setiap pesan disampaikan dalam konteks tertentu. Misalnya, jika supervisor menyampaikan tentang rencana pemutusan hubungan kerja ketika anda dan atasan sedang berjalan ke tempat parkir dan setelah jam kerja selesai merupakan hal yang menarik. Atasan anda juga berbicara berdasarkan referensi masa lampau tentang PHK. Bagaimana informasi PHK itu disampaikan? Apakah lewat email, telepon, atau pertemuan langsung?

Jarak dipandang sebagai elemen kontekstual yang memiliki makna pada beragam anggota kelompok atau organisasi. Elemen waktu dan jarak merupakan faktor yang melibatkan mereka di dalam komunikasi. Konteks waktu dan jarak tersebut akan memengaruhi keputusan yang dibuat. Rangkaian pengalaman dan referensi konteks yang merupakan hasil dari sejarah manajerial organisasi atau mungkin pengalamannya sendiri sebagai karyawan di dalam suatu organisasi yang dapat memengaruhi pilihan aksi. Untuk memahami pengaruh jarak dan waktu di dalam struktur pekerja di dalam suatu organisasi juga dapat dilihat dari dinamika interaksi kelompok.

Organisasi merupakan bagian yang umum dalam kehidupan kita. *Structuration theory*, menyediakan kerangka kerja yang penting untuk memahami peluang komunikasi ini. *Structuration theory* dapat diterapkan pada hampir semua pengaturan sosial (Mumbly & May, 2005; West & Turner, 2010: 271) dan hampir di setiap interaksi komunikasi. Seperti dijelaskan sebelumnya, area komunikasi dapat diterapkan pada komunikasi organisasi dan pengambilan keputusan kelompok. Tetapi sekarang, kita dapat melihat aplikasi dari prinsip *structuration* yang terjadi dalam organisasi dan dalam konteks kelompok kecil. Fokus kita yaitu pada lingkungan organisasi, bagaimana struktur tersebut dapat memengaruhi komunikasi organisasi dan keputusan. Dengan diskusi yang dilakukan pada aturan, sumberdaya, kekuatan, dan wacana, maka hal itu dianggap bahwa teori melakukan terlalu banyak pada satu waktu.

Struktur dari organisasi atau suatu institusi merupakan fokus dari *structuration theory*. Seperti yang kita ketahui saat ini, setiap organisasi memiliki struktur dan aturan tertentu yang harus dipatuhi oleh seluruh anggota organisasi sehingga struktur dan aturan ini dapat mengontrol dan membatasi perilaku dan tindakan mereka dalam organisasi. Organisasi juga memiliki tujuan. Salah satu contoh organisasi yang akan dianalisa menggunakan teori *structuration* adalah Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. HMILKOM Universitas Bakrie ini merupakan organisasi mahasiswa tingkat jurusan yang bertanggung jawab dalam menaungi seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Pertama kali dibentuk pada tahun 2010, hingga ini HMILKOM UB terus berkembang dan memperbaiki diri dalam berbagai hal, seperti kepengurusan, program kerja, dan lain-lain.

Himpunan ini memiliki struktur kepengurusan dari ketua yang membawahi lima departemen, yaitu departemen Akademik, Humas, Sumber Daya Mahasiswa (SDM), Dana Usaha, serta Kreatifitas dan Profesi. Struktur ini akan membentuk dan membatasi pola perilaku maupun keputusan dari organisasi. Himpunan ini membentuk suatu sistem yang dapat dilihat dari struktur dan tugas masing-masing komite himpunan yang terdiri dari badan pengurus inti, departemen akademik, departemen humas, departemen dana usaha, departemen

SDM dan departemen kreatifitas dan profesi. Setiap departemen memiliki *jobdesc* dan program masing-masing yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi ini. Departemen akademik memiliki program *commcreation* dan tutorial, humas memiliki program *open house* dan *close house*, program kaderisasi dilaksanakan oleh SDM, dan *C-project* yang merupakan program dari departemen kreatifitas dan profesi.

Setiap kita berkomunikasi dengan orang lain baik dalam kehidupan organisasi maupun di luar organisasi, kita akan membentuk suatu aturan atau konsep baru. HMILKOM juga memiliki aturan, tata cara, kebiasaan dan konsep baru dalam mencapai visi dan misi organisasi. Himpunan ini memiliki agenda rapat rutin baik dengan anggota himpunan maupun dengan bagian kemahasiswaan dan senat. Organisasi ini tidak berjalan sendiri melainkan berada di bawah kontrol dari badan kemahasiswaan Universitas Bakrie dan Senat Mahasiswa Universitas Bakrie yang memiliki beberapa aturan yang harus ditaati setiap organisasi yang ada di Universitas ini (*duality of structure*). Himpunan harus mentaati peraturan yang telah ditetapkan oleh senat mahasiswa dan harus memberikan laporan tanggung jawab (LPJ) mengenai setiap kegiatan atau program yang dilakukan (*agency*). Orang-orang yang terlibat dalam kegiatan tersebut disebut sebagai (*agent*).

Dengan adanya struktur dan *jobdesc* tersebut, maka setiap anggota organisasi berusaha untuk memenuhi tanggung jawab dan berusaha untuk mengontrol dan membatasi tindakan yang mereka lakukan agar sesuai dengan *jobdesc* masing-masing sehingga tidak ada yang keluar jalur (*reflexivity*). Dalam organisasi juga terdapat kekuasaan yang dimiliki oleh masing-masing anggota organisasi. Namun, kekuasaan yang mereka miliki memiliki tingkatan yang berbeda-beda. Ketua memiliki kekuasaan yang lebih besar dibandingkan dengan anggota organisasi yang lain. Seorang ketua disini memiliki *legitimate power*, yaitu kemampuan untuk menggunakan pengaruhnya karena jabatan/posisi. Ketua Himpunan memiliki hak dalam mengambil suatu keputusan final yang berkaitan dengan program organisasi. Dalam organisasi sendiri juga terdapat *reward power* (jika hasil kerja anggota



baik, maka akan mendapat pujian atau tanda terima kasih), *expert power* (salah satu anggota yang dipandang memiliki pengetahuan yang luas maka pendapat dan idenya sering digunakan), *coercive power* (ketua dalam hal ini memiliki *power* ini jika anggotanya berbuat kesalahan), *referent power* (ketua akan lebih dihormati jika memiliki kepribadian yang baik juga), dan *social integration* (setiap kegiatan yang dilakukan himpunan ini harus dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi orang lain tetapi juga diri sendiri), contohnya dengan masuk ke himpunan ini, anggota mendapatkan pengalaman yang lebih banyak dan sumber daya/ide yang dimilikinya dapat bermanfaat juga bagi organisasi. .

Stephen Banks dan Patricia Riley (1993; West & Turner, 2010: 271) menunjukkan *structuration theory* sebagai teori yang sulit untuk dibaca dan dipahami dan juga teori ini memiliki konsep sebagai proses yang menarik tentang bagaimana organisasi, struktur kelompok, dan sampai pada sebuah keputusan. Hal ini membutuhkan wawasan dan pemahaman yang sangat sulit untuk dikerjakan agar mencapainya. Oleh karena itu, Banks dan Riley (West & Turner, 2010: 271) menyarankan bahwa sarjana menolak untuk menerapkan kategori *praestablished* tentang bagaimana organisasi dan kelompok berkembang dan bagaimana pengalaman berubah. Tantangan untuk sarjana komunikasi dalam mempelajari *structuration theory* ini adalah terus belajar pada dinamika teori dan penerapannya ke dalam situasi kehidupan yang nyata. Untuk menerapkannya ke dalam konteks kelompok, maka teori yang dinamakan sebagai *adaptive structuration theory*. Di sisi lain, teori ini memungkinkan kita untuk mengungkapkan kompleksitas kehidupan organisasi dan melakukannya dengan kerangka teoritis. Walaupun teori ini agak menakutkan karena kompleksitas dari elemennya tetapi hal ini harus tetap dipertimbangkan dan ini merupakan teori yang penting untuk mengeksplorasi kompleksitas yang terlibat dalam kehidupan organisasi.

Organisasi merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Teori ini memberikan bingkai pemahaman yang penting terhadap berbagai kesempatan komunikasi yang ada di dalam organisasi. Teori ini memiliki tradisi sibernetika dan berada pada konteks organisasi dan media massa, serta menggunakan pendekatan *positivistic/empiric*. Ada

berbagai kriteria yang relevan untuk mengevaluasi teori, dua diantaranya, yaitu: teori ini dapat diaplikasikan ke dalam berbagai *setting* sosial dan berbagai interaksi komunikasi. Komunikasi organisasi dan pembuatan keputusan kelompok juga dianggap merupakan area komunikasi yang paling berhasil mencapai kesuksesan. Teori ini dianggap dapat diaplikasikan di dalam organisasi maupun kelompok kecil. Namun teori ini masih dianggap terlalu luas dan membahas terlalu banyak hal dalam suatu waktu (*rules, resources, power, and discourse*).

Stephen Banks dan Patricia Riley (West & Turner, 2010: 271) menyatakan bahwa teori ini sulit untuk dibaca dan dipahami. Teori ini kurang memiliki karakteristik dari penelitian ilmiah karena sulit dibaca, intuitif, parsimonious. Tantangan para peneliti dalam mempelajari teori ini adalah dalam melanjutkan studi mereka tentang dinamika teori ini dan sulitnya mengaplikasikan situasi dalam kehidupan nyata. Bagaimanapun, teori ini penting untuk kita gunakan dalam mengeksplorasi kompleksitas kehidupan organisasi. Sekarang kita menguji tentang peran waktu dan jarak/ruang dalam organisasi. Teoritikus *structuration* percaya bahwa semua interaksi sosial dalam suatu organisasi terdiri dari dimensi sementara (waktu) dan spasial (ruang/jarak). Komunikasi atau interaksi aktual yang terjadi dalam organisasi dapat diuji melalui waktu yang nyata dan terjadi dalam ruang yang nyata juga. Secara esensial, *space* (ruang/jarak) dilihat sebagai suatu elemen kontekstual yang memiliki makna bagi banyak anggota kelompok atau organisasi. Elemen ini yang memungkinkan kita untuk terlibat dalam komunikasi.

Teori *structuration* dapat diaplikasikan terhadap hampir seluruh keadaan sosial dan secara virtual kepada setiap interaksi komunikasi. Kita dapat melihat bahwa aplikasi prinsip *structuration* tepat dalam konteks organisasi atau kelompok kecil. Fokus teori ini adalah lingkungan organisasi, bagaimana struktur diciptakan dalam organisasi untuk memengaruhi komunikasi dan keputusan. Dengan adanya diskusi tentang aturan, *resource power*, dan *discourse*, terlihat bahwa teori ini menjelaskan terlalu banyak dalam satu waktu. Apakah teori ini mudah dimengerti atau sulit untuk digunakan? Teori *structuration* sulit untuk dibaca dan dipahami dalam karakteristik khusus di mana peneliti

komunikasi dan ilmuwan sosial sering menemukan bahwa teori ini tidak mudah dibaca dan dengan seketika bersifat intuitif, atau terlalu ringkas. Tantangan bagi para ahli komunikasi dalam mempelajari *structuration theory* adalah untuk melanjutkan studi mereka mengenai dinamika teori dan aplikasinya dalam kehidupan nyata. Walaupun teori ini sedikit mengintimidasi karena kerumitan elemen yang harus dipertimbangkan, teori ini sangat penting dipikirkan saat kita menyelidiki kerumitan yang ada dalam kehidupan organisasi.

## 6

# TEORI ORGANIZATIONAL INFORMATION

Tugas untuk mengatur sejumlah informasi merupakan tantangan untuk banyak organisasi. Sebagai tambahan untuk meningkatkan jaringan komunikasi yang baru, jumlah dari pesan yang ingin kita kirim dan terima serta kecepatan di mana kita mengirim dan menerima informasi tersebut juga harus dipertimbangkan. Tidak hanya organisasi yang harus menyelesaikan tantangan tersebut, tetapi juga menentukan orang yang akan menerima informasi tersebut untuk membantu mereka mencapai tujuan organisasinya. Jelasnya, pendahuluan dari teknologi baru ke dalam organisasi merupakan pembentukan kembali struktur yang sudah ada dalam fungsi organisasi (Mars & Ginter, 2007; West & Turner, 2010: 291). Banyak teori komunikasi organisasi menggunakan metafora untuk sistem hidup dalam menjelaskan organisasi, di mana sistem hidup ini terlibat dalam proses dari aktifitas kita untuk menjaga fungsi dan eksistensi sebuah organisasi yang memiliki prosedur untuk setuju dengan semua informasi yang dikirimkan.

Karl Weick mengembangkan sebuah pendekatan untuk menjelaskan proses dalam organisasi untuk mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang mereka terima (West & Turner, 2010: 292). Dan bukan berfokus pada struktur dari organisasi dalam istilah peran dan aturan yang membimbing anggotanya, Weick menekankan pada proses dari organisasi. Jadi, fokus utamanya pada pertukaran informasi yang terjadi dalam organisasi dan bagaimana anggotanya mengambil langkah untuk memahami materi ini. Weick (1995: 281; West & Turner, 2010: 292) mempercayai bahwa "*organizational talk to*

*themselves*". Oleh karena itu, anggota organisasi merupakan instrumental dalam menciptakan dan mempertahankan makna dari pesan. Weick melihat bahwa organisasi sebagai sistem yang mengambil informasi yang membingungkan atau ambigu dan memahami informasi tersebut. *Organizational informational theory* (OIT) langsung memberikan perhatian kita untuk mengambil langkah bahwa kita membutuhkan untuk mengelola dan menggunakan informasi untuk proyek NowBank.

## 6.1. Perubahan dalam Pandangan Organisasi

Pengelolaan informasi yang semakin luas merupakan tantangan besar bagi organisasi masa kini. Dengan bertambahnya berbagai media komunikasi baru yang dilengkapi kecepatan yang tinggi, maka bertambah pula jumlah pesan yang harus dikirim dan diterima. Organisasi kini harus menghadapi bagaimana cara melakukan *decoding* pesan tersebut agar dapat diterima dengan baik dan siapa saja yang harusnya menerima informasi tersebut agar dapat mencapai gol dari organisasi. Media baru memungkinkan kita untuk mencapai tujuan organisasi dengan berbagai cara yang belum pernah dibayangkan sebelumnya. Misalnya, e-mail, telekonferensi, video konferensi, dan sebagainya. Pengenalan teknologi baru tersebut juga membuat kita harus membentuk kembali struktur yang sudah ada dan fungsi dari organisasi. Keambiguan informasi juga akan menyulitkan anggota organisasi tersebut. Masing-masing tim memerlukan informasi yang dapat disampaikan dengan cara yang dapat mereka pahami. Karena itulah, setiap departemen harus saling berkaitan untuk dapat mengklarifikasi informasi. Melakukan pertukaran informasi, dan mengelola informasi tersebut dengan efektif kepada publiknya.

Tugas untuk mengatur banyaknya informasi merupakan salah satu tantangan bagi banyak organisasi. Terkadang, informasi yang diterima suatu organisasi bersifat ambigu. Beberapa teoretikus *organizational information theory* telah menggunakan metafora dari sistem kehidupan dalam mendeskripsikan organisasi. Seperti halnya sistem kehidupan dalam kaitannya untuk menjaga fungsi dan keeksistensiannya, suatu organisasi harus memiliki prosedur untuk

menghadapi informasi yang dikirim dan diterima untuk mencapai tujuan organisasi. Sama seperti sistem, organisasi dibentuk dari orang-orang dan tim yang saling berkaitan. Mereka bergantung satu sama lain untuk mencapai tujuannya.

Karl Weick mengembangkan suatu pendekatan untuk mendeskripsikan proses di mana organisasi mengumpulkan, mengatur, dan menggunakan informasi yang mereka dapatkan. Bukannya memfokuskan perhatian terhadap struktur organisasi dalam memandu peran dan aturan anggota, Weick menekankan proses dalam mengatur (*organizing*). Weick (1995; West & Turner, 2010: 292) percaya bahwa organisasi berbicara pada dirinya sendiri. Weick melihat organisasi sebagai suatu penempatan sistem tentang informasi yang bersifat ambigu dan membingungkan dari lingkungan dan berusaha untuk memahaminya. Oleh karena itu, organisasi akan berevolusi saat mereka berusaha untuk memahami dirinya dan lingkungannya.

Beberapa teoretikus telah menggunakan metafora sistem kehidupan untuk menggambarkan organisasi. Seperti halnya sistem kehidupan yang terkait dengan suatu proses aktivitas untuk mempertahankan fungsi dan eksistensi, suatu organisasi juga memiliki prosedur untuk menghadapi berbagai informasi yang akan diterima atau dikirimkan dalam rangka pencapaian tujuan. Seperti sistem, organisasi terdiri dari orang-orang dan tim yang saling berkaitan satu sama lain dan saling bergantung untuk memenuhi tujuan mereka.

Karl Weick mengembangkan suatu pendekatan untuk menggambarkan proses di mana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang mereka terima. Ia kurang memperhatikan struktur yang terkait dengan peran dan aturan yang memandu anggotanya, melainkan pada proses pengorganisasiannya. Fokus utamanya adalah pada pertukaran informasi yang ada di dalam organisasi dan bagaimana langkah yang ditempuh anggota untuk memahami material tersebut. Weick meyakini bahwa organisasi itu berbicara dengan dirinya sendiri. Karena itulah, anggota organisasi merupakan alat untuk menciptakan dan mempertahankan makna pesan tersebut.

Weick melihat organisasi sebagai suatu sistem yang terlibat di dalam informasi yang membingungkan dan ambigu dari lingkungannya dan harus memahami hal tersebut. Karena itulah, organisasi akan berkembang seiring usaha mereka untuk memahami diri mereka sendiri dan lingkungannya. Weick kurang fokus terhadap peranan dan aturan yang dilakukan anggota untuk melakukan pengiriman pesan. Teori Weick ini mengarahkan perhatian kita kepada langkah-langkah yang dianggap penting untuk mengelola dan menggunakan informasi. Sebagaimana sulitnya untuk menginterpretasi informasi yang diterima, suatu organisasi perlu mengumpulkan masukan dari banyak orang lain untuk memahami informasi dan untuk merespon kepada departemen atau orang yang tepat.

Presentasi pertama dari Weick (West & Turner, 2010: 293) yaitu pendekatan teoritis yang menunjukkan bagaimana organisasi memahami dan menggunakan sebuah informasi dalam bukunya *The Social Psychology of Organizing* (1969), kemudian klarifikasi dari teorinya (1995). Teori ini berfokus pada proses bahwa suatu organisasi menjalankan usaha mereka untuk memahami semua informasi yang terjadi setiap hari. Faktanya, Weick (1969: 1; West & Turner, 2010: 293) mengatakan bahwa organisasi dan lingkungannya berubah sangat cepat dan itu tidak realistis untuk menunjukkan apa yang mereka suka sekarang, karena itu bukan cara mereka. Fokus dari *organizational information theory* ini yaitu pada komunikasi bahwa sebuah informasi sangat penting dalam menentukan kesuksesan organisasi tersebut (Eisenberg, 2007; West & Turner, 2010: 293). Hal ini sangat langka, di mana satu orang atau satu departemen dalam organisasi memiliki semua informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek tersebut dan ini merupakan pengetahuan yang biasa datang dari berbagai sumber. Bagaimanapun, tugas dari proses informasi tidak mudah untuk mencapai setiap bagian dari informasi dalam mengartikan dan mendistribusikan informasi yang akan diperoleh. Untuk memahami proses ini dengan baik, maka kita harus mengetahui bagaimana dua perspektif ini dapat memengaruhi OIT.

## 1. *General System Theory*

Untuk menjelaskan pengaruh informasi dari lingkungan organisasi eksternal dan memahami pengaruh bahwa organisasi memiliki lingkungan eksternal, Weick menerapkan *General Systems theory* tentang bagaimana organisasi mengelola sebuah informasi. Dalam *general system theory* menurut Ludwig von Bertalanffy (West & Turner, 2010: 294) paling sering dikaitkan dengan pendekatan sistem. Oleh karena itu dia mengatakan bahwa, ketika terdapat gangguan dalam satu sistem, maka akan memengaruhi seluruh sistem yang ada. *System theorist* mengatakan bahwa terdapat pola yang kompleks dalam sebuah interaksi antara bagian-bagian dari sistem dan memahami interaksi ini akan membantu kita memahami keseluruhan dari sistem ini. Komponen yang penting dalam *general systeme theory* dan salah satu yang penting adalah memahami informasi yang terdapat dalam organisasi, *feedbak*, di mana informasi yang kita terima dalam organisasi atau anggota. Sebuah organisasi dan anggota organisasi dapat memilih untuk menggunakan informasi untuk mempertahankan kondisi saat ini atau memutuskan untuk memulai beberapa perubahan untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

## 2. *Darwin's Theory of Sociocultural Evolution*

Perspektif kedua yaitu menggambarkan proses pengumpulan organisasi dan memahami informasi dari *theory of social cultural evaluation*. Untuk menggambarkan teori ini yaitu "*survival of the fittest*", di mana tujuan akhir organisasi ini yaitu *survival*, seperti manusia, teori ini bekerja untuk menemukan strategi yang baik untuk mendapatkan sesuatu. Pendekatan ini menggunakan untuk menggambarkan interaksi sosial yang terjadi dalam organisasi dengan memahami informasi. Teori evaluasi ini menggambarkan proses adaptasi organisme yang mengalami perkembangan dalam tantangan lingkungan ekologi. Charles Darwin (1948; West & Turner, 2010: 295) menjelaskan bahwa adaptasi ini merupakan istilah mutasi yang memungkinkan organisme untuk mengatasi berbagai persoalan yang ada disekitarnya. Campbell (1965; West & Turner,



2010: 295) memperluas teori ini dengan menjelaskan proses organisasi dan anggota organisasi beradaptasi dengan lingkungan sosial yang ada di sekitarnya. *The social cultural theory of evaluation* meneliti perubahan manusia terhadap perilaku sosial dan harapan orang untuk beradaptasi dalam perubahan sosial di sekitarnya.

Teori ini fokus dalam menjelaskan bagaimana organisasi memahami dan menggunakan informasi dengan fokus utamanya pada proses di mana organisasi menjalani upaya mereka untuk memahami semua informasi yang memborbardir mereka dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini menghasilkan perubahan pada organisasi dan anggotanya. Weick menyatakan bahwa organisasi dan lingkungannya berubah begitu cepat dan menjadi tidak realistis jika kita berusaha melihat wujud organisasi saat ini, karena akan ada perubahan yang terjadi di kemudian hari. Fokus dari teori ini merupakan hal yang vital untuk mendeterminasikan kesuksesan suatu organisasi. Sangat jarang seseorang atau satu departemen memiliki semua informasi yang dibutuhkan untuk memenuhi suatu proyek. Pengetahuan ini biasanya dibutuhkan dari beragam sumber. Bagaimanapun, tugas dari pemrosesan informasi ini tidak dapat terpenuhi hanya dengan memperoleh informasi tersebut. Kesulitan terbesarnya adalah dalam mengartikan dan mendistribusikan informasi itu agar dapat dipahami.

Untuk menjelaskan pengaruh dari informasi dari lingkungan eksternal dari suatu organisasi dan untuk memahami pengaruh yang dimiliki organisasi tersebut terhadap lingkungan eksternalnya, Weick mengaplikasikan *general system theory* di dalam pengembangan pendekatannya dalam mempelajari bagaimana organisasi mengelola informasi. Seperti yang dinyatakan Ludwig (West & Turner, 2010: 294) sebelumnya bahwa gangguan yang terjadi di dalam suatu bagian sistem akan mempengaruhi ke seluruh sistem. Teori sistem beranggapan bahwa ada banyak pola interaksi yang kompleks di antara setiap bagian dari sistem tersebut dan pemahaman akan interaksi tersebut akan membantu kita memahami keseluruhan sistem.

Sistem berpikir juga dibutuhkan dalam memahami *inter-relationship* yang ada di dalam berbagai unit organisasi. Organisasi

biasanya terdiri dari beragam departemen, tim, atau kelompok. Meskipun masing-masing memiliki tugas independen, namun tujuan dari organisasi secara keseluruhan mengharuskan kita untuk berbagi dan mengintegrasikan informasi tentang solusi apa atau kesimpulan apa yang hendak dicapai oleh setiap departemen. Mereka memerlukan informasi tambahan dan perlu mengirimkan informasi ke departemen atau orang lain di dalam organisasi tersebut atau mereka mungkin membutuhkan konsultan dari luar untuk membantunya memahami informasi tersebut. Jika salah satu tim gagal untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam pemenuhan suatu proyek, maka pencapaian tujuan akhir akan menjadi terhambat bagi keseluruhan organisasi tersebut.

Komponen penting dalam teori sistem sekaligus sesuatu yang penting untuk memahami informasi dari suatu organisasi, yaitu *feedback* di mana informasi yang diterima oleh suatu organisasi dan anggotanya. Informasi tersebut dapat bersifat negatif atau positif. Organisasi dan anggotanya dapat menggunakan informasi tersebut untuk mempertahankan organisasi atau memutuskan untuk mengubah berbagai hal terkait dengan pencapaian tujuan di dalam sistem tersebut. *Feedback* tersebut memberi tahu kita apakah pesan itu telah ditransmisikan secara jelas dan cukup untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Keputusan organisasi untuk meminta atau memberikan *feedback* merefleksikan suatu pilihan selektif yang dibuat oleh kelompok dalam upaya pencapaian tujuan. Jika suatu organisasi berharap akan tetap *survive* dan mencapai tujuannya, maka itu akan berlanjut untuk terlibat di dalam siklus *feedback* untuk mencapai informasi yang dibutuhkan dan mengurangi ketidak-pastian yang dihadapi dalam pencapaian tujuan tersebut.

Teori *sociocultural evolution* dari Darwin meyakini bahwa hanya orang yang paling sesuai atau cocok dengan keadaan terkini yang akan bertahan dari segala tantangan yang ada di sekitar. Tujuan dari berbagai organisasi adalah untuk tetap bertahan. Seperti halnya manusia yang bekerja untuk menemukan strategi terbaik untuk tetap bertahan. Meskipun pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan interaksi sosial di dalam organisasi dengan mempertimbangkan pemahaman

akan informasi, asal dari teori ini merupakan ilmu biologi. Teori ini sebenarnya dikembangkan untuk memahami proses adaptasi dari organisme hidup dalam menjalani tantangan ekologi lingkungan. Darwin menjelaskan adaptasi ini dalam bentuk mutasi yang memungkinkan organisme untuk mengatasi berbagai keadaan di sekitar. Beberapa organisme yang tidak dapat bertahan akan mati, sedangkan yang lain mengadakan berbagai perubahan dan tetap bertahan. Begitu pula di dalam organisasi, organisasi yang tidak dapat beradaptasi dengan lingkungannya akan memperoleh konsekuensi.

Campbell menggunakan teori ini untuk menjelaskan proses di mana organisasi dan anggotanya beradaptasi dengan lingkungan sosial di sekitarnya (West & Turner, 2010: 295). Teori evolusi ini menguji perubahan yang dibuat manusia dalam perilaku sosial dan ekspektasinya untuk beradaptasi terhadap perubahan di dalam lingkungan sosialnya serta berbagai tekanan informasi. Tekanan ini mungkin merupakan hasil dari kelebihan atau ambiguitas dari informasi. Fokus dari *organizational information theory* adalah pada komunikasi informasi yang vital dalam menentukan kesuksesan organisasi. Sangat jarang bahwa seseorang atau sebuah departemen dalam suatu organisasi memiliki seluruh informasi yang mereka butuhkan. Pengetahuan ini biasanya datang dari berbagai macam sumber. Bagaimanapun, tugas dari pemrosesan informasi tidak sesederhana pencapaian informasi, bagian yang sulit adalah mengartikan dan menyalurkan informasi yang diperoleh.

Weick mengajukan bahwa ketika terjadi gangguan pada salah satu bagian sistem, maka akan memengaruhi keseluruhan sistem. Teoretikus sistem berpendapat bahwa ada pola interaksi yang kompleks interaksi antara keseluruhan bagian dari suatu sistem, dan memahami interaksi ini dapat membantu kita untuk mengerti keseluruhan sistem. Sistem berpikir sangat berguna dalam memahami keterkaitan hubungan yang ada dalam suatu unit yang beragam. Organisasi selalu terbentuk dari departemen, tim atau group yang berbeda. Walaupun unit ini fokus kepada tugas masing-masing, tujuan dari organisasi secara keseluruhan membutuhkan sharing dan integrasi informasi dari masing-masing tim untuk mencapai solusi atau kesimpulan.

Komponen penting dalam *general system theory*, yang sangat penting dalam pemahaman informasi dalam organisasi adalah *feedback*, yaitu informasi yang diterima oleh organisasi beserta anggotanya. Keputusan organisasi untuk meminta atau menyediakan *feedback* merefleksikan suatu pilihan selektif yang dibuat oleh grup dalam usahanya untuk mencapai tujuan organisasi. Perspektif kedua yang digunakan untuk mendeskripsikan proses di mana organisasi mengumpulkan dan memahami informasi adalah *theory of sociocultural evolution*, yaitu kepercayaan Darwin bahwa yang paling pantas yang dapat bertahan hidup dengan tantangan lingkungan sekitar. Campbell (West & Turner, 2010: 295) mengembangkan teori ini untuk menjelaskan proses di mana organisasi dan anggotanya beradaptasi pada lingkungan sosialnya. Teori ini menguji perubahan yang dibuat manusia dalam perilaku sosial dan ekspektasinya untuk beradaptasi terhadap perubahan dalam lingkungan sosialnya.

## **6.2. Asumsi-asumsi Teori *Organizational Information***

*Organizational information theory* merupakan salah satu cara untuk menjelaskan bagaimana organisasi memahami informasi yang membingungkan. Teori ini berfokus pada proses dari anggota organisasi untuk mengelola informasi tersebut. Sejumlah asumsi mendasari teori ini, yaitu:

1. Organisasi manusia berada dalam lingkungan informasi. Asumsi pertama ini mengatakan bahwa organisasi bergantung pada informasi agar dapat berfungsi secara efektif dan mencapai tujuan mereka. Weick (1979; West & Turner, 2010: 296) memandang konsep lingkungan informasi sebagai hal yang berbeda dengan lingkungan fisik. Dia mengusulkan bahwa lingkungan informasi diciptakan oleh anggota organisasi. Mereka membuat tujuan mereka untuk memperoleh informasi dari sumber internal dan eksternal.
2. Informasi organisasi menerima perbedaan dalam hal ketidakjelasan. Asumsi kedua ini diusulkan oleh Weick yang berfokus pada ketidakjelasan informasi yang ada. Sebuah organisasi membutuhkan untuk menentukan bahwa anggotanya memiliki

pengetahuan yang lebih atau pengalaman dalam menangani informasi khusus yang diperoleh. Rencana untuk memahami informasi ini sangat dibutuhkan untuk setiap anggota organisasi. Menurut Weick, pesan adalah *equivocality* yang mengacu pada pesan yang sangat rumit, tidak pasti, dan tidak terduga. Ketidakjelasan pesan sering dikirim dalam organisasi, karena pesan ini tidak dipahami dengan jelas, maka orang membutuhkan untuk mengembangkan kerangka kerja atau rencana untuk mengurangi ketidakjelasan tentang pesan tersebut. Ketika individu dalam organisasi mengurangi ketidak-jelasan tersebut, maka mereka terlibat dalam proses untuk mencoba memahami informasi yang berlebihan diterima dalam organisasi.

3. Organisasi manusia terlibat dalam pengolahan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi. Asumsi ketiga ini menurut Weick (1979; West & Turner, 2010: 297) bahwa proses dalam mengurangi ketidakjelasan ini merupakan kegiatan bersama di antara anggota organisasi. Hal ini bukan satu-satunya tanggungjawab dari satu orang untuk mengurangi ketidakjelasan, tetapi proses ini mungkin dapat melibatkan beberapa anggota dalam organisasi.

Teori ini merupakan salah satu cara untuk menjelaskan bagaimana organisasi memahami informasi yang membingungkan atau ambigu. Ia fokus dalam proses pengorganisasian anggota di dalam organisasi untuk mengelola informasi, bukannya terhadap struktur dari organisasi tersebut. Asumsi ini menyatakan bahwa organisasi bergantung pada informasi untuk dapat berfungsi secara efektif dalam mencapai tujuannya. Weick memandang konsep lingkungan informasi ini berbeda dengan lingkungan fisik di mana organisasi itu berada. Ia menyatakan bahwa lingkungan informasi ini diciptakan oleh anggota organisasi. Mereka menetapkan tujuan yang mengharuskan mereka untuk memperoleh informasi yang bersumber dari internal maupun eksternal.

Informasi yang diterima oleh suatu organisasi berbeda-beda dalam hal ketidakpastiannya. Asumsi kedua ini fokus dalam ambiguitas yang ada di dalam informasi. Pesan berbeda-beda dalam

pemahamannya. Suatu organisasi perlu mendeterminasikan anggota mana yang paling mengetahui dan berpengalaman dalam berhadapan dengan informasi semacam itu. Suatu rencana untuk pemahaman informasi tersebut juga dibutuhkan. Pesan itu juga memiliki ketidakpastian. Pesan dianggap rumit, tidak pasti, dan tidak terprediksi. Pesan seperti ini sering dikirimkan di dalam organisasi. Karena pesan tersebut tidak dipahami secara jelas, manusia perlu mengembangkan suatu kerangka kerja atau rencana pengurangan ambiguitas pesan. Weick kemudian menyatakan bahwa ketidak-pastian tersebut tidak perlu dianggap sebagai suatu hal yang menyulitkan, melainkan dianggap sebagai suatu motivasi bagi orang tersebut untuk melakukan pengelolaan atau pengorganisasian. Eisenberg (West & Turner, 2010: 297) menambahkan bahwa ketidak-pastian itulah yang membuat koordinasi menjadi mungkin.

Organisasi manusia terlibat di dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidak-pastian informasi. Dalam rangka pengurangan ambiguitas informasi tersebut, asumsi ketiga ini menyatakan bahwa organisasi perlu terlibat dalam aktifitas untuk membuat agar informasi tersebut menjadi dapat dipahami. Proses pengurangan ketidakpastian ini merupakan aktivitas yang dilakukan bersama-sama antar anggota di dalam organisasi. Pengurangan ketidak-pastian ini bukannya tanggung jawab satu orang saja melainkan banyak orang di dalam organisasi. Kesimpulannya, pengurangan ambiguitas ini merupakan satu siklus komunikasi berkelanjutan di mana terdapat *feedback* di mana informasi diberi dan diterima.

Teori organizational information ini merupakan salah satu cara dalam menjelaskan bagaimana organisasi memahami informasi yang bersifat membingungkan. Teori ini fokus kepada proses mengorganisir anggota organisasi untuk mengatur informasi, bukan fokus kepada struktur organisasi tersebut. Terdapat tiga asumsi dari teori ini, yaitu organisasi manusia bertahan dalam suatu lingkungan informasi yang diterima organisasi berbeda dalam hal *equivocality*, dan organisasi manusia berkaitan dengan proses informasi untuk mengurangi *equivocality* informasi.

Asumsi pertama menyatakan bahwa organisasi bergantung pada informasi yang memiliki fungsi efektif dan mencapai tujuannya. Weick melihat konsep dari *information environment* berbeda dari lingkungan fisik di mana organisasi itu berada. Dia mengajukan bahwa *information environment* diciptakan oleh anggota organisasi. Mereka membangun tujuan yang membutuhkan mereka untuk memperoleh informasi dari sumber internal dan eksternal. Asumsi kedua fokus kepada keambiguan yang ada dalam informasi, yaitu pesan berbeda dalam hal pemahamannya. Sebuah organisasi butuh untuk menentukan anggota mana yang memiliki pengetahuan paling luas atau paling berpengalaman dalam menghadapi beberapa informasi yang diperoleh. Dalam usaha untuk mengurangi ambiguitas dari suatu informasi, asumsi ketiga dari teori mengajukan bahwa organisasi terlibat dalam kegiatan bersama untuk membuat informasi lebih mudah dipahami. Weick melihat proses pengurangan *equivocality* sebagai kegiatan bersama antar anggota organisasi. Hal tersebut bukan tanggung jawab satu orang saja dalam mengurangi *equivocality* ini.

### 6.3. Konseptualisasi Informasi

*Organizational information theory* Karl Weick telah mengidentifikasi kerangka kerja yang kuat dari teori ini untuk menjelaskan bagaimana informasi dapat dipahami oleh orang yang menerima informasi tersebut. Teori ini digambarkan dari perspektif teori yang lain yang menjelaskan proses organisasi untuk menerima input dari orang lain. Weick menekankan interaksi manusia dalam proses informasi, di mana pusat komunikasi merupakan fokus utama yang diasosiasikan dengan OIT. Menurut Herrmann (2007: 18; West & Turner, 2010: 303), yaitu: "*Enactment starts with the bracketing or framing of a message in the environment by an individual.*"

Teori Weick tentang *Organizational Theory* mengandung sejumlah konsep utama yang kritis dalam memahami teori ini, yaitu:

### 1. *Information Environment: The Sum Total*

Lingkungan informasi merupakan bagian yang integral dalam teori Weick's. Lingkungan informasi ini merupakan konsep utama dalam memahami bagaimana organisasi terbentuk serta bagaimana mereka memproses informasi tersebut. Setiap hari, kita dihadapkan dengan ribuan stimuli yang dapat kita proses dan interpretasi. Bagaimanapun, ini tidak realistis untuk memikirkan bahwa sebuah organisasi atau anggota organisasi dapat memproses semua informasi yang ada. Ketersediaan semua stimuli dalam suatu organisasi disebut sebagai *information environment*. Di mana organisasi terdiri dari informasi yang penting untuk formasi mereka dan terus menjadi penting untuk keberadaan organisasi mereka. Organisasi memiliki dua tugas utama untuk menampilkan pengolahan yang sukses untuk sebuah informasi, pertama yaitu mereka harus menginterpretasikan informasi eksternal yang ada di lingkungan informasi mereka, dan kedua mereka harus mengkoordinasikan informasi tersebut kepada anggotanya untuk memberikan makna dan mencapai tujuannya. Proses interpretasi ini dibutuhkan oleh organisasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi untuk membuatnya menjadi bermakna.

### 2. *Rules: Guidelines to Analyze*

Weick (1979; West & Turner, 2010: 299) mengusulkan dua strategi komunikasi yang sangat penting dalam organisasi untuk mengurangi ketidakjelasan sebuah pesan. Strategi pertama bahwa organisasi memerlukan aturan untuk mengurangi tingkatan ketidakjelasan pesan serta untuk memilih respon yang tepat untuk sebuah informasi. Dalam *organizational information theory*, *rules* mengacu untuk memandu kita bahwa sebuah organisasi telah ditetapkan untuk menganalisa ketidak-jelasan pesan. Weick menyediakan contoh dari sebuah aturan yang mungkin menyebabkan sebuah organisasi untuk memilih satu siklus informasi atau *feedback* untuk mengurangi ketidakjelasan pesan. Aturan ini termasuk *duration* mengacu pada pilihan yang dibuat oleh sebuah organisasi yang terlibat dalam komunikasi yang dapat diselesaikan



dalam waktu paling sedikit. *Personnel* merupakan aturan organisasi yang menyatakan bahwa para pekerja harus berpengetahuan yang luas untuk menyelesaikan ketidakjelasan yang terjadi. Ketika sebuah organisasi memilih untuk memperkerjakan rencana komunikasi yang telah terbukti efektif dalam mengurangi ketidakjelasan informasi, maka *success* merupakan pengaruh yang dapat diterapkan dalam organisasi. *Effort* merupakan aturan organisasi yang menyatakan bahwa keputusan mengenai ketidakjelasan harus dibuat balik tidak dengan jumlah pekerja.

### 3. *Cycles: Act, Respond, Adjust*

Jika informasi diterima sangat tidak jelas, maka organisasi mungkin terlibat dalam serangkaian perilaku komunikasi dalam upaya untuk mengurangi keambiguan. Weick melebeli sistem ini sebagai *cycles* dari sebuah perilaku. Semakin tidak jelas sebuah pesan, maka semakin banyak siklus yang dibutuhkan untuk mengurangi ketidakjelasan tersebut (Herrmann, 2007; West & Turner, 2010: 300). Siklus dari perilaku komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan yang termasuk dalam tiga tahap, yaitu *act* merupakan perilaku komunikasi yang menunjukkan ambiguitas. Tahap kedua dalam siklus komunikasi yaitu *response*, yang merupakan reaksi untuk bertindak. Sebagai hasil dari sebuah respon, maka *adjustment* merumuskan respon dalam ketidakjelasan sebuah informasi. *Feedback* juga merupakan tahap yang penting dalam siklus komunikasi ini. Weick menggunakan *double interact loops* sebagai siklus komunikasi dalam organisasi untuk mengurangi ketidakjelasan.

Lingkungan informasi merupakan bagian yang terintegrasi dalam teori Weick. Lingkungan informasi merupakan konsep utama dalam pemahaman tentang bagaimana organisasi dibentuk sebagaimana mereka memproses informasi. Setiap hari kita menghadapi ribuan stimuli yang dapat kita proses dan interpretasikan. Sangat tidak mungkin organisasi dapat memproses semua informasi yang tersedia tersebut. Kita dihadapkan dengan tugas pemilihan informasi yang dianggap bermakna atau penting untuk memakan pemahaman kita

terhadap isyarat tertentu. Ketersediaan semua stimuli tersebut dianggap sebagai lingkungan informasi. Organisasi mempunyai dua tugas utama dalam mencapai kesuksesan dalam pengelolaan berbagai sumber informasi, yaitu mereka harus menginterpretasikan informasi eksternal yang ada di dalam lingkungan informasi, mereka harus mengkoordinasikan informasi tersebut agar menjadi bermakna bagi anggota organisasi dan tujuannya. Proses interpretasi ini mengharuskan organisasi untuk mengurangi ketidakpastian atau ambiguitas informasi tersebut agar dapat membuatnya menjadi bermakna. Teori Weick tentang organizational information mengandung beberapa kunci konsep yang kritis dalam memahami teori ini. Di antaranya *information environment*, *rules*, dan *cycles*.

*Information environment* merupakan suatu bagian integral dari teori Weick. *Information environment* merupakan konsep inti dalam memahami bagaimana organisasi terbentuk sama halnya dengan bagaimana mereka memproses informasi. Setiap hari, kita dihadapkan dengan beragam stimuli yang secara potensial dapat kita proses dan interpretasikan. Tidak realistis jika kita berpikir bahwa suatu organisasi atau anggotanya dapat mungkin memproses seluruh informasi yang ada. Oleh karena itu kita dihadapkan dengan tugas untuk menyeleksi informasi yang bermakna, atau penting dan fokus dalam memproses sinyal tersebut. *Information environment* yaitu tersedianya semua stimuli dalam suatu organisasi. Secara esensial, organisasi memiliki dua tugas utama untuk mengatur banyak sumber informasi ini, yaitu mereka harus menginterpretasi informasi eksternal yang ada dalam *information environment*, dan mereka harus mengkoordinasikan informasi untuk membuatnya bermakna bagi anggota organisasi.

Weick (1979; West & Turner, 2010: 297) mengajukan dua strategi komunikasi yang sangat esensial jika organisasi mengharapkan adanya pengurangan pesan yang tidak jelas. Strategi pertama adalah organisasi menentukan aturan untuk mengurangi tingkat ketidakjelasan dari suatu pesan yang masuk dan mencari respon yang tepat terhadap informasi yang diterima. Dalam teori organizational information, *rules* merujuk kepada guidelines atau panduan yang dibentuk oleh suatu organisasi untuk menganalisa ketidak jelasan pesan. Weick memberikan contoh

yang dapat membuat suatu organisasi memilih satu putaran informasi atau *feedback* yang satu dengan yang lainnya untuk mengurangi ketidakjelasan pesan. *Duration* merujuk kepada suatu pilihan yang dibuat oleh organisasi untuk terlibat dalam komunikasi yang dapat diselesaikan dalam waktu singkat. *Personnel rule* yaitu aturan organisasi yang menyatakan bahwa karyawan atau pekerja yang memiliki pengetahuan lebih luas seharusnya menyelesaikan ketidak-jelasan tersebut. *Effort* juga merupakan suatu aturan yang menyatakan bahwa keputusan mengenai ketidakjelasan seharusnya dapat dibuat dalam waktu yang singkat.

Jika informasi yang diterima bersifat tidak jelas, organisasi mungkin dapat terlibat dalam suatu rangkaian perilaku komunikasi dalam usahanya untuk mengurangi tingkat ambiguitas. Weick melabelkan sistem ini dalam putaran tingkah laku. Semakin tidak jelas suatu pesan, semakin banyak perputaran yang dibutuhkan untuk mengurangi ketidak-jelasan tersebut. Perputaran perilaku komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan termasuk didalamnya ada tiga tahapan, yaitu: tindakan, respon, dan penyesuaian. Suatu *act* (tindakan) merujuk kepada pernyataan komunikasi dan perilaku yang digunakan untuk menunjukkan keambiguan seseorang. *Response* didefinisikan sebagai reaksi dari adanya tindakan tertentu. Respon yang mencari klarifikasi dalam ketidakjelasan pesan tersedia karena hasil tindakan. Sebagai hasil dari respon, organisasi membentuk suatu respon juga sebagai adanya hasil dari *adjustment* (penyesuaian) yang telah dibuat terhadap informasi yang sebelumnya telah diterima. Jika respon dari tindakan telah mengurangi ketidakjelasan pesan, suatu penyesuaian dibuat untuk mengindikasikan bahwa informasi saat ini telah dimengerti. *Double interact loops* merujuk kepada banyak perputaran komunikasi yang digunakan untuk membantu anggota organisasi mengurangi ketidakjelasan informasi.

Weick mengajukan dua strategi komunikasi yang penting dalam mengurangi ketidakpastian pesan. Strategi pertama adalah organisasi harus mendeterminasikan aturan untuk mengurangi tingkat ketidakpastian pesan tersebut sebagaimana pemilihan respon yang tepat terhadap informasi yang diterima. Di dalam *organizational information*

*theory*, aturan merupakan panduan yang ditetapkan organisasi untuk menganalisa ketidakpastian suatu pesan serta untuk memandunya dalam merespon informasi. Weick menyediakan contoh dari aturan yang dapat mengakibatkan organisasi memilih salah satu siklus informasi atau *feedback* dari yang lain untuk mengurangi ketidakpastian pesan. Aturan ini melibatkan *duration, personnel, success, and effort*. Durasi merupakan suatu pilihan yang dibuat oleh suatu organisasi untuk terlibat di dalam komunikasi yang dapat dicapai dalam jangka waktu tertentu. Personil mengindikasikan bahwa orang yang paling berpengetahuan harus dimunculkan sebagai sumber utama untuk mengurangi ketidakpastian. Sukses merupakan aturan organisasi yang menyatakan bahwa suatu rencana komunikasi yang telah terbukti efektif di masa lalu dapat diaplikasikan untuk mengurangi ketidakpastian informasi. *Effort* juga merupakan suatu aturan yang menyatakan kepada kita untuk menggunakan strategi pemilihan informasi yang memungkinkan kita menggunakan upaya yang paling sedikit dalam mengurangi ketidakpastian.

Jika informasi yang diterima sangat penuh ketidakpastian, organisasi dapat terlibat di dalam suatu rangkaian perilaku komunikasi (siklus) dalam upaya untuk mengurangi tingkat ambiguitas. Siklus perilaku komunikasi yang digunakan untuk mengurangi ketidakpastian itu meliputi tiga tahapan, yaitu: *Act* merupakan perilaku komunikasi yang mengindikasikan keambiguitasan dalam penerimaan pesan. Misalnya, para peneliti ingin mengetahui apakah komputer itu benar-benar berpotensi dalam membantu transaksi secara *online*. *Response* merupakan reaksi atas ketidakpastian tersebut yang dimaksudkan untuk mengklarifikasi ketidakpastian pesan. *Adjustment*, sebagai hasil dari respon yang diterima, organisasi memformulasikan respon dalam bentuk penyesuaian terhadap pesan yang diterima. Jika respon terhadap aksi itu telah berhasil mengurangi ketidakpastian pesan, penyesuaian yang dibuat adalah untuk mengindikasikan bahwa informasi tersebut sudah dipahami. Jika masih mengandung ketidakpastian, penyesuaian dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan tambahan yang didesain untuk mengklarifikasi informasi itu lebih jauh. *Feedback* merupakan proses penting untuk mengetahui bahwa informasi itu

diterima. Weick menggunakan terminology *double interact loops* untuk menggambarkan ketiga siklus di atas. *Double interact loops* merupakan beberapa siklus komunikasi yang digunakan untuk membimbing anggota organisasi dalam pengurangan ketidakpastian informasi. Karena siklus ini mengharuskan anggota organisasi untuk berkomunikasi satu sama lain dalam pengurangan tingkat ambiguitas, Weick menyatakan bahwa hubungan diantara individual di dalam organisasi tersebut lebih penting daripada pengetahuan atau talenta yang dimiliki oleh individual tertentu dan dibawa ke dalam tim.

#### 6.4. Prinsip *Equivocality*

Fitur utama dalam *organizational information theory* adalah ketidakjelasan. Dalam hal ini, kita akan melihat tiga prinsip yang membimbing ketidakjelasan ini dan juga menjadi cara untuk mengurangi proses komunikasi dalam kehidupan organisasi.

1. Prinsip yang pertama yaitu, sebuah organisasi harus menganalisis hubungan yang terjadi di antara ketidakjelasan sebuah informasi. Ketika pesan sangat tidak jelas, pastikan bahwa organisasi memiliki beberapa aturan untuk berurusan dengan ambiguitas tersebut. Sebagai hasilnya, organisasi harus mempekerjakan sejumlah siklus komunikasi yang baik untuk mengurangi tingkatan ketidakjelasan informasi ini. Organisasi akan meneliti derajat ketidakjelasan informasi ini (*input*) dan kemudian menentukan apakah aturan tersebut sudah cukup untuk mengurangi ketidakjelasan tersebut.
2. Prinsip yang kedua yaitu, sebuah organisasi memiliki aturan untuk menghapus ketidakjelasan informasi. Weick (1979; West & Turner, 2010: 297) mengusulkan hubungan antara jumlah aturan yang dibutuhkan dan jumlah siklus yang dapat digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan. Jika organisasi hanya memiliki beberapa aturan yang ada untuk mengurangi ketidakjelasan ini, maka sejumlah siklus komunikasi ini akan dibutuhkan untuk menyaring ambiguitasnya.
3. Prinsip yang ketiga yaitu, siklus komunikasi harus digunakan. Menurut Weick (West & Turner, 2010: 297), melihat hubungan

langsung antara jumlah siklus yang digunakan dan jumlah ketidakjelasan yang sudah ada. Semakin banyak siklus yang digunakan untuk memperoleh tambahan informasi dan membuat penyesuaian, maka semakin banyak ketidakjelasan yang terhapus. Weick mengusulkan bahwa jika siklus yang digunakan sangat besar maka akan mengurangi ketidakjelasan.

Sebuah teori harus memahami dan menjelaskan konsep. Teori yang dikemukakan oleh Weick tampaknya gagal menguji konsistensi logikal. Hal yang berlaku ini berkaitan dengan kepercayaan bahwa orang dipandu oleh sebuah aturan dalam berorganisasi. Di sisi lain, beberapa anggota organisasi memiliki keterkaitan dengan aturan komunikasi di tempat kerja. Individu tidak selalu sadar atau tepat dalam prosedur yang dipilih, dan tindakan yang mereka lakukan lebih banyak daripada dengan aturan organisasi. Sebagai karyawan yang tenggelam dalam lingkungan organisasi, mereka mungkin dipandu dengan lebih banyak *insting* jika mereka memiliki *insting* yang akurat, etik dan masuk akal. Sebagai tambahan kritik terhadap masalah konsistensi logik bahwa OIT memandang organisasi sebagai unit yang statis dalam masyarakat (Taylor & Van Every, 2000; West & Turner, 2010: 306). Penelitian ini merupakan tantangan dari pandangan Weick yang tidak ada poin yang berkontradiksi dalam struktur organisasi yang memiliki tensi yang berkelanjutan, dan ini dibutuhkan untuk mengidentifikasi dan meneliti pendapat Weick. Dengan model organisasi ini, Karl Weick memberikan pemahaman tentang bagaimana keputusan dibuat dan proses utama yang berkaitan dengan keputusan tersebut. Sebagai individual dalam organisasi, mereka membutuhkan proses komunikasi terjadi. OIT kemudian melanjutkan penyempurnaan dari sentralisasi komunikasi akan menjadi lebih instrumental. Eric Eisenberg (2007: 284; West & Turner, 2010: 306) mengatakan bahwa Weick harus lebih berkontribusi pada pentingnya bahasa dan komunikasi dalam konstruksi realitas organisasi, dan hal ini berfokus pada komunikasi sebagai sebuah situs untuk meningkatkan pemahaman kita terhadap kognisi, budaya dan interaksi sosial.

Teori utilitas ini menggaris-bawahi pada proses komunikasi. OIT berfokus pada proses komunikasi daripada peran dari komunikasi itu

sendiri. Hal ini memberikan keuntungan dalam memahami bagaimana anggota organisasi terlibat dalam usaha kolaboratif dengan lingkungan internal dan eksternal untuk memahami informasi yang mereka terima, daripada upaya dalam memahami orang dalam organisasi dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, Weick memutuskan untuk mengungkap kompleksitas dari proses informasi, di mana hal ini lebih berfungsi daripada melakukan teoritikal.

*Organizational Information Theory* merupakan *heuristic* dan teori ini terinspirasi dari penelitian beberapa topik. Charles Bantz (1989: 233; West & Turner, 2010: 304) mengobservasi bahwa bentuk dari teori Weick berpengaruh pada penelitian secara keseluruhan, hal ini tidak mengherankan bahwa beberapa ilmuwan mengambil konsep organisasi secara langsung dari Weick yang terintegrasi pada penelitian secara terus-menerus. Weick menjelaskan bahwa pengaruh tersebut terjadi dalam cara kerja komunikasi organisasi. OIT secara berkelanjutan menarik para teoritis dan praktisi yang tertarik dalam organisasi interaksi. Pesan dan orang. Hingga akhirnya, teori ini akan menjadi lebih penting dalam abad dua puluh satu ini.

Organisasi harus menganalisa hubungan antara ketidakpastian informasi, aturan organisasi yang digunakan dalam pengurangan ketidakpastian, dan siklus komunikasi yang harus dilakukan. Ketika menganalisa hubungan di antara ketiga variabel tersebut, ada beberapa kesimpulan yang memungkinkan. Jika pesannya penuh ketidakpastian, kesempatannya adalah organisasi tersebut memiliki beberapa aturan dalam menghadapi ambiguitas. Maka dari itu, organisasi harus menggunakan sejumlah siklus komunikasi untuk mengurangi tingkat ketidakpastian informasi. Organisasi akan menguji tingkat ketidakpastian informasi yang diterima dan mendeterminasikan jika itu memiliki aturan yang cukup yang dapat membimbing siklus komunikasi yang harus dikerjakan untuk pengurangan ketidakpastian. Misalnya, bagi seorang *trainer* maka berbagai pertanyaan akan memiliki ketidakpastian yang tinggi baginya. Organisasi mungkin tidak menyediakan aturan untuk membimbing respon komunikasinya dan ia hanya bergantung pada satu aturan (yaitu aturan pribadi) untuk membimbing siklus komunikasinya. Jika inputnya dipahami oleh

banyak anggotanya di dalam organisasi, lebih banyak aturan yang dapat digunakan untuk pengurangan ketidakpastian tersebut. Semakin tidak pasti pesannya, semakin sedikit aturan yang dapat digunakan untuk membimbing siklus komunikasinya. Semakin sedikit ketidakpastian pesannya, semakin banyak aturan yang dapat digunakan untuk membimbing organisasi dalam pengurangan ketidakpastian. Maka dari itu pengurangan jumlah siklus dibutuhkan dalam penginterpretasian informasi.

Prinsip kedua yang diajukan Weick dalam asosiasi berbagai aturan yang dibutuhkan dalam jumlah siklus yang dapat digunakan untuk mengurangi ketidakpastian. Jika organisasi hanya memiliki sedikit aturan untuk membimbing pengurangan ketidakpastian, maka akan ada lebih banyak jumlah siklus yang dibutuhkan untuk menyaring ambiguitasi tersebut, dan sebaliknya. Semakin banyak siklus yang dibutuhkan maka semakin banyak pula pertukaran informasi dan komunikasi yang harus dilakukan antar anggota organisasi. Prinsip ketiga Weick terkait dengan hubungan langsung di antara jumlah siklus yang digunakan dan jumlah ketidakpastian yang ada. Semakin banyak jumlah siklus yang digunakan untuk mendapatkan informasi tambahan dan untuk membuat penyesuaian, maka semakin banyak ketidakpastian yang terhapuskan. Weick menyatakan bahwa jika semakin besar jumlah siklus yang digunakan, maka akan ketidakpastian itu akan semakin dapat dikurangi dengan jumlah siklus yang sedikit.

Sekarang kita dapat melihat bahwa bagian utama dalam teori *organizational informational* adalah *equivocality* (ketidakjelasan). Pada bagian ini, kita akan mendiskusikan tentang *equivocality* dengan melihat tiga panduan prinsip *equivocality* dan juga cara untuk mengurangi proses komunikasi ini dalam kehidupan berorganisasi. Organisasi menggunakan tiga prinsip ketika berhadapan dengan ketidakjelasan atau *equivocality*. Pertama, sebuah organisasi harus menganalisa hubungan antar ketidakjelasan informasi tersebut, aturan yang dimiliki organisasi untuk menghilangkan ketidakjelasan, dan perputaran komunikasi yang seharusnya dilakukan. Ketika menganalisa hubungan antar ketiga variable tersebut, dapat ditarik sedikit kesimpulan. Jika suatu pesan sangat tidak jelas, kesempatannya bahwa organisasi hanya



memiliki sedikit aturan untuk menghadapi keambiguan itu. Sebagai hasilnya, organisasi harus menggunakan perputaran komunikasi yang lebih besar untuk mengurangi tingkat ketidakjelasan informasi. Prinsip kedua diajukan oleh Weick (1979; West & Turner, 2010: 297) berhadapan dengan asosiasi antara jumlah aturan yang dibutuhkan dan jumlah perputaran (*cycle*) yang dapat digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan. Jika organisasi hanya memiliki sedikit aturan (*rules*) untuk membantu mengurangi ketidakjelasan, jumlah perputaran yang lebih besar dibutuhkan untuk menyaring keambiguan. Prinsip ketiga adalah mengenai suatu hubungan langsung antara jumlah perputaran yang digunakan dan jumlah ketidak-jelasan yang tersisa. Semakin banyak *cycle* atau perputaran yang digunakan untuk menambah informasi dan membuat penyesuaian, maka *equivocality* atau ketidakjelasan juga akan hilang.

## 6.5. Mereduksi *Equivocality*

Proses untuk mengurangi ketidakjelasan informasi dapat menjadi proses yang sangat kompleks, organisasi berkembang melalui tiga tahap untuk mencoba menintegrasikan aturan dan siklus, oleh karena itu kedua hal ini dapat dengan mudah dimengerti.

### 1. *Enactment: Assigning Messages Importance*

*Enactment* mengacu pada bagaimana informasi akan diterima dan diinterpretasi oleh organisasi. Andrew Herrmann (2007: 18; West & Turner, 2010: 304) berhipotesis bahwa *enactment* dimulai dengan *bracketing or framing* pesan dalam lingkungan oleh individu. Selama tahap ini, organisasi harus menganalisa input yang diterima untuk menentukan jumlah ketidakjelasan dan untuk menetapkan arti dari informasi tersebut. Jika organisasi menentukan apakah mereka memiliki aturan yang cukup untuk mengurangi ketidakjelasan, maka berbagai siklus komunikasi harus menganalisis untuk menentukan keefektifan organisasi dalam memahami informasi. Weick mempercayai bahwa afiliasi dari *enactment* merupakan *sensemaking* atau upaya untuk menciptakan pemahaman dalam situasi yang kompleks dan tidak pasti.

## 2. *Selection: Interpreting the Inputs*

Sebuah organisasi mempekerjakan beberapa aturan dan siklus untuk menginterpretasi input yang baru dalam lingkungan informasi, dan itu harus dianalisis apa yang diketahui dan memilih metode yang baik untuk melanjutkan informasi tambahan untuk mengurangi ketidakjelasan. Tahap ini mengacu pada *selection*, di mana organisasi atau kelompok membutuhkan untuk membuat keputusan tentang aturan dan siklus yang akan digunakan. Jika informasi tetap ambigu, maka organisasi harus melihat pada sumberdaya yang ada dan menentukan jika itu memiliki aturan tambahan yang dapat membantu untuk mengurangi ambigu tersebut.

## 3. *Retention: Remember the Small Stuff*

Organisasi harus memiliki kemampuan untuk menganalisis keefektifitasan aturan dan siklus komunikasi dan terlibat dalam *retention*. Dalam tahap *retention* ini, organisasi harus melihat apa yang harus mereka tangani dan mengabaikan atau meninggalkan sendirian, jika aturan yang khusus atau siklus komunikasi bermanfaat dalam membantu mengurangi ketidakjelasan informasi, maka sebaiknya hal tersebut digunakan untuk memandu organisasi tersebut.

Teori Weick ini diidentifikasi sebagai suatu kerangka kerja teoritis yang paling *powerful* dalam menjelaskan bagaimana organisasi memahami informasi yang mereka terima. Ia menggunakan perspektif teoretis lainnya untuk menjelaskan proses penerimaan input dari orang atau organisasi lain. Weick menekankan pada pentingnya interaksi manusia dalam pemrosesan informasi, maka dari itu komunikasi dianggap menjadi kunci utama. Teori ini tergolong dalam tradisi sibernatika dalam konteks organisasi dan pendekatan positivistik/empiris. Tetapi teori ini sepertinya gagal dalam menguji konsistensi logika. Beberapa anggota organisasi kurang tertarik dengan aturan komunikasi di dunia kerja. Individu tidak selalu menyadari dan menghargai prosedur *selection*, dan aksi mereka lebih banyak yang dilakukan dengan intuisi mereka bukannya aturan organisasi. Semakin lama mereka berada di dalam lingkungan informasi, mereka akan lebih

dibimbing oleh insting yang bersifat akurat, etis, dan penuh pertimbangan. Teori ini juga menganggap organisasi sebagai unit masyarakat yang statis dan tidak ada pembahasan tentang kontradiksi di dalam struktur organisasi. Organisasi memiliki ketegangan yang berkelanjutan dan perlu diidentifikasi dan diuji di dalam pernyataan Weick. Kedinamisan perubahan di dalam organisasi seperti *corporate merger*, pergantian direksi, evolusi teknologi sangat sedikit terlihat.

Kegunaan teori ini dilihat darinya dalam proses komunikasi, bukannya peran dari komunikasi tersebut. Ini mendatangkan keuntungan dalam pemahaman bagaimana anggota organisasi terlibat di dalam upaya kolaboratif dengan lingkungan internal dan eksternal dalam memahami informasi yang mereka terima. Teori ini kurang berupaya memahami orang di dalam organisasi dan prediktabilitasnya. Weick memutuskan untuk lebih membahas kompleksitas dari pemrosesan informasi. Teori ini bersifat *heuristic* dalam berbagai diskusi para ahli. Teori ini menginspirasi pemikiran di dalam penelitian terkait berbagai topik, termasuk tentang lingkungan, kerja yang berpindah-pindah, komunitas finansial *online*. Charles Bantz mengamati bahwa Weick berpengaruh dalam penelitian secara keseluruhan (West & Turner, 2010: 304). Berbagai ahli memilih konsep ini atau mengintegrasikan konsep ini di dalam penelitian yang sedang mereka lakukan. Weick sangat berpengaruh di dalam pekerjaan para ahli komunikasi organisasi. Pemusatan teori ini di dalam ambiguitas organisasi juga menarik para teoritikus dan praktisi untuk melihat interaksi antara organisasi, pesan, dan orangnya.

Proses pengurangan ketidakpastian tersebut dapat bersifat kompleks. Organisasi berkembang lewat tiga tahapan dalam upaya untuk mengintegrasikan aturan dan siklus sehingga informasi dapat dipahami dengan mudah dan bermakna. *Enactment* mengarah kepada bagaimana informasi dapat diterima dan diinterpretasi oleh organisasi. *Enactment* dimulai dengan membingkai suatu pesan di dalam lingkungan oleh individu. Selama proses ini organisasi harus menganalisa input yang diterima untuk mendeterminasikan jumlah ketidakpastiannya dan untuk segera mengetahui makna dari informasi tersebut. Aturan yang ada harus ditinjau kembali dalam pembuatan

keputusan tentang bagaimana organisasi itu menghadapi ambiguitas. Jika organisasi itu mendeterminasikan bahwa tidak ada jumlah aturan yang cukup untuk mengurangi ketidakpastian, maka beragam siklus komunikasi harus dianalisa untuk mendeterminasikan keefektifannya dalam membimbing organisasi dalam memahami ketidakpastian tersebut. Weick meyakini bahwa tahapan aksi ini penting untuk kesuksesan suatu organisasi. Eisenberg menyatakan bahwa konsep *enactment* ini merupakan konsep yang paling revolusioner dari Weick.

Weick menyatakan bahwa salah satu hal yang berafiliasi dengan *enactment* adalah *sensemaking* yang merupakan upaya untuk menciptakan pemahaman dan kepedulian di dalam situasi yang kompleks atau tidak pasti. Bagi Weick, *sensemaking* ini meliputi penempatan bagian-bagian ke dalam kerangka kerja, pemahaman, upaya penanganan kejutan, konstruksi makna, interaksi dalam rangka pengejaran pemahaman, dan pembentukan pola. *Sensemaking* meliputi berbagai bentuk komunikasi, meliputi cerita, rutinitas, argumen, simbol, komitmen, serta perilaku dan aksi yang lain. *Sensemaking* ini terdapat di dalam ketiga tahapan tersebut, namun paling dominan di dalam bagian *enactment*.

Begitu organisasi mengerjakan beragam aturan dan siklus untuk menginterpretasi *input* terbaru di dalam lingkungan informasinya, ia harus menganalisa apa yang diketahui dan dipilih sebagai metode terbaik dalam pencapaian informasi tambahan untuk mengurangi tingkat ketidakpastian. Tahapan ini disebut *selection*. Dalam tahapan ini, kelompok diharuskan untuk membuat keputusan tentang aturan dan siklus yang akan digunakan. Jika informasinya masih ambigu, organisasi harus melihat sumber daya yang tersedia dan mendeterminasikan jika ia memiliki aturan tambahan yang dapat membantu dalam pengurangan ketidakpastian.

Begitu organisasi meninjau kemampuannya dalam menghadapi ketidakpastian, ia menganalisa keefektifan aturan dan siklus komunikasi dan terlibat di dalam *retention*. Di dalam tahapan ini, organisasi membuat informasi untuk penggunaan berikutnya. Tahapan ini mengharuskan organisasi untuk melihat apa yang harus disepakati dan apa yang harus ditolak. Jika aturan atau siklus tertentu dianggap menguntungkan dalam membimbing organisasi dalam pengurangan

ketidakpastian informasi, sepertinya itu akan digunakan untuk membimbing organisasi dalam membuat keputusan di situasi yang sama di masa depan.

# 7

## TEORI RHETORIC

### 7.1. Sejarah Retorika

Aristotle adalah murid dari Plato dalam masa keemasan di peradaban Yunani, empat abad sebelum kelahiran Christ. Aristotle menjadi instruktur yang dihormati dalam Akademi Plato, tetapi dia tidak sependapat dengan Plato atas tempat berbicara di depan umum dalam kehidupan Athenian. Yunani kuno mengetahui untuk berbicara di depan umum berdasarkan pada penilaian Sophists. Seperti Plato, Aristotle menyesali hasutan pembicara untuk menggunakan kemampuan mereka dalam mengajak para audiens berinteraksi selama pertunjukan berlangsung. Tetapi tidak seperti Plato, Aristotle melihat retorika sebagai alat yang netral dengan yang bertujuan mencapai sesuatu yang mulia atau berakhir penipuan. Aristotle mempercayai bahwa kebenaran merupakan hal yang paling bermoral yang membuat penerimaan daripada kepalsuan. Meskipun demikian, seorang pembicara dapat menipu penonton tetapi dengan menggunakan pembicara yang etis yang menggunakan semua hal yang mungkin yang dapat membujuk mereka untuk melawan kesalahan. Seorang *speaker* yang mengabaikan seni retorika akan menyalahkan diri mereka sendiri dan pada akhirnya akan mencapai kegagalan. Di antara politik dan etika, Aristotle memoles keduanya dan dengan buku yang terorganisir dengan baik serta dibandingkan dengan teks retorika. Aristotle mengangkat ilmu pengetahuan mengenai retorika ini dengan cara yang sangat sistematis yang mengeksplorasi efek dari *speaker*, *speech*, dan *audience*.

Aristotle, sama halnya dengan gurunya Plato, menyesalkan metode yang digunakan banyak pembicara (politisi, pengacara, dan

lain-lain) yang menggunakan keterampilan mereka dalam berbicara untuk menghasut masyarakat pada saat ini tanpa memperhatikan kebenaran yang ada. Namun berbeda dengan Plato, Aristotle melihat elemen-elemen retorik sebagai hal yang lumrah di mana seorang orator dapat mencapai suatu kesimpulan yang luar biasa atau bahkan dapat merujuk kepada suatu penipuan publik. Suatu kesuksesan suatu retorik membutuhkan kearifan dan kelancaran dalam menyampaikan. *Rhetoric* merupakan kumpulan penelitian yang mempelajari psikologi khalayak (*audience*). Aristotle menjadikan retorika sebagai sebuah ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari dengan mengeksplorasi pembicara, apa yang dibicarakan, dan khalayak yang mendengarkan. Salah satu contoh retorika yang berhasil menurut Aristotle dapat dilihat melalui sebuah karya yaitu pidato yang dibawakan oleh Martin Luther King, Jr. "I Have a Dream" tahun 1963 pada sebuah pawai di Washington DC untuk aksi pembelaan hak warga negara pada saat itu.

Retorika Aristotle merupakan sistematis pertama yang diketahui untuk menganalisis audiens dan adaptasi pada audiens. Aristotle juga menyarankan ketika kita ingin mempersuasi seseorang sebaiknya kita harus mengikuti ketiga bukti retorikal ini yaitu *ethos*, *pathos*, *logos* dan dengan mempersuasi seseorang seharusnya dengan cara yang etis. *Golden mean* adalah kebijakan dari moderator di mana kebijakan ini dapat mengembangkan kebiasaan yang menghindari tindakan yang ekstrim (Griffin, 2012: 289).

Retorika yang dikemukakan oleh Aristotle ini banyak dihormati oleh masyarakat khususnya para guru yang memiliki bidang yang sama dalam hal *public speaking*. Meskipun demikian, seni retorika ini juga mendapatkan kritik yang melihat bahwa penjelasan mengenai *enthymeme* tidak didefinisikan secara tepat. Kritik yang kedua yaitu klasifikasi metafora yang kurang dijelaskan sehingga membingungkan sebagian besar orang. Kritik yang ketiga yaitu dengan kaburnya penjelasan mengenai perbedaan antara musyawarah pidato dan *epideictic*. Dan kemudian beberapa kritikus terganggu dengan karakterisasi dari Aristotles tentang audiens sebagai penonton yang pasif serta banyak kritikus menginginkan diskusi yang dilakukan lebih banyak lagi bukan hanya diskusi dalam situasi retorik.

Kehidupan modern dipenuhi oleh kesempatan untuk berbicara di depan umum. Politik dan pendidikan, dalam hal tertentu merupakan area di mana orang-orang menghabiskan banyak waktu untuk berbicara dengan orang lain. Mempelajari *public speaking* dan komunikasi secara umum sangat penting. Secara jelas, *public speaking* memiliki kemampuan untuk memengaruhi individu di luar pendengar, dan hal tersebut merupakan kemampuan kritis dalam masyarakat demokratis. Selain pentingnya *public speaking* dalam kehidupan kita, hal tersebut menyisakan aktivitas yang menyeramkan. Faktanya, beberapa pendapat pemungutan suara mengatakan bahwa orang-orang takut terhadap *public speaking* melebihi kematian.

Aristotles secara umum diberikan penghargaan mengenai penjelasannya dinamika *public speaking*. The *rhetoric* terdiri dari tiga pembukuan: pertama sangat berkonsentrasi terhadap *public speaker*, kedua fokus kepada audiens/pendengar, ketiga menghadiri pidato itu sendiri. Retorika ini dipertimbangkan oleh ahli sejarah, filsuf, dan ahli komunikasi sebagai salah satu bagian penting yang memiliki pengaruh besar dalam penulisan di dunia Barat. Selain itu, banyak juga yang mempertimbangkan pekerjaan Aristotles ini menjadi penulisan yang paling signifikan mengenai persiapan dan pembuatan pidato. Dalam pemahamannya, Aristotles merupakan orang pertama yang menyiapkan "how to" untuk *public speaking*. Untuk memahami kekuatan di balik kata-kata Aristotles, maka penting untuk memahami sifat dasar dari retorika. Kita akan dapat untuk memberikan kepandaian berpidato sederhana dalam teori retorika.

Aristotles merupakan seorang anak dari seorang dokter terdorong untuk menjadi seorang pemikir tentang dunia di sekitarnya. Dia belajar dengan mentornya yang bernama Plato, pada usia 17 tahun. Aristotle dan Plato memiliki perbedaan sudut pandang; oleh karena itu, filosofi mereka juga berbeda. Dengan kata lain, kita setuju bahwa Aristotles lebih mendasar dibandingkan Plato, berusaha untuk memahami beragam tipe manusia dalam masyarakat Atena. Karena ia mengajar kelompok yang berbeda pada masyarakat Yunani, Aristotle dikenal sebagai orang yang berkomitmen untuk membantu masyarakat biasa. Pada masa itu, masyarakat biasa (laki-laki) diminta untuk



menjadi hakim percobaan pembunuhan, menjaga batas kota, bepergian sebagai duta, dan mempertahankan hartanya dari para kolektor. Karena tidak ada pengacara profesional saat itu, banyak masyarakat menyewa *sophist*, seorang guru *public speaking*, untuk melatih mereka mengenai prinsip dasar persuasi. Guru-guru ini mendirikan sekolah kecil di mana mereka mengajar tentang proses *public speaking* dan di mana mereka memproduksi buku mengenai cara praktis menjadi *public speaker* yang efektif.

The *rhetoric* dapat dipertimbangkan sebagai cara Aristoteles dalam merespon masalah yang ia lihat dalam buku pedoman. Walaupun ia menantang asumsi umum tentang apa yang merupakan presentasi yang baik, hal yang utama masih sangat penting adalah definisi Aristoteles tentang retorika bahwa makna yang tersedia untuk persuasi. Apa yang dimimpikan dan direkomendasikan adalah bagi para *speaker* untuk bekerja melebihi instingnya ketika mereka ingin mempersuasi orang lain. Mereka butuh untuk mempertimbangkan semua aspek dari pembuatan pidato, termasuk anggota audiensnya. Jasper Neel (1994; West & Turner, 2010: 313) berpendapat bahwa istilah retorika telah mengambil konotasi yang hangat dan menyenangkan dalam era pasca modern di mana kita melupakan bahwa maknanya sangat spesifik.

Kehidupan modern diisi dengan peluang untuk berbicara di depan umum. Politik dan pendidikan merupakan area yang umum di mana orang menghabiskan waktunya untuk berbicara dengan orang lain. Studi tentang *public speaking* dan komunikasi merupakan hal yang sangat penting untuk beberapa alasan. Pertama, The National Association of Colleges and Employers (2008; West & Turner, 2010: 311) mengatakan bahwa kemampuan komunikasi merupakan hal yang penting untuk mengamankan dan menjaga pekerjaan. Kedua, *public speaking* dengan definisinya menyarankan bahwa sebagai masyarakat kita mau menerima untuk mendengarkan konflik kita sendiri. Dan ketiga, ketika satu pembicara berbicara sebelum kelompok, maka informasi beresonansi di luar kelompok orang lain. Dan terakhir, komunikasi efektif yaitu definisi sebagai hal yang penting dalam komunikasi di antara individual dari berbagai bagian di dunia (Rudd,

2007; West & Turner, 2010: 311). Jelasnya, *public speaking* memiliki kemampuan untuk memengaruhi individual untuk mendengarkan audiens, dan merupakan keterampilan penting dalam masyarakat demokrasi.

Aristotle merupakan ilmuwan yang menjelaskan dinamika dari *public speaking*. *Rhetoric* terdiri dari tiga buku, pertama fokus dengan *public speakers*, kedua fokus pada audiens, dan yang ketiga peduli dengan pidato itu sendiri. *Rhetoric* merupakan sejarahwan, filosof, dan komunikasi untuk menjadi ahli dari satu yang paling memengaruhi tulisan di dunia Barat. Sebagai tambahan, banyak tetap mempertimbangkan cara kerja Aristotle's untuk menjadi hal yang paling signifikan pada persiapan berpidato dan membuat pidato. Dalam arti, Aristotle merupakan orang pertama yang menyediakan bagaimana untuk menjadi *public speaking*. Cooper (1932: iv; West & Turner, 2010: 311) sependapat dengan Aristotle, di mana ia mengatakan bahwa retorika dari Aristotle merupakan psikologi praktis, dan bukunya paling membantu untuk prosa para penulis dan untuk pembicara setiap jenisnya. Untuk memahami kekuatan di balik kata-kata Aristotle, hal yang penting pertama kali kita memahami *rhetoric* itu sendiri.

Aristotle mendorong untuk menjadi pemikir tentang dunia di sekelilingnya. Dia belajar dengan mentornya yaitu Plato. Aristotle dan Plato memiliki pandangan dunia yang bertentangan; oleh karena itu filsafatnya berbeda juga. Plato selalu mencari kebenaran yang absolut tentang dunia dan dia tidak peduli dengan kebenaran yang memiliki nilai yang praktis. Sedangkan, Plato merasa bahwa selama orang dapat setuju pada masalah yang penting, masyarakat akan bertahan. Aristotle, bagaimanapun paling tertarik dengan berurusan dengan hal ini dan sekarang dan dia tidak tertarik untuk mencapai kebenaran yang absolut hal yang logika, realistis, dan pandangan yang rasional untuk masyarakat. Di sisi lain, pandangan Aristotle tadi lebih bumi daripada Plato untuk mencoba memahami beberapa tipe dari masyarakat Athena. Aristotle juga membantu masyarakat biasa, di mana ia bertanya pada masyarakat umum tentang percobaan pembunuhan hakim, mengawasi batas-batas kota, perjalanan sebagai utusan dan mempertahankan kekayaan mereka terhadap calon kolektor tanah

(Golden, Berquist, Coleman, Sproule, & Golden, 2007; West & Turner, 2010: 312). Karena, pengacara pada saat itu tidak profesional, oleh karena itu mereka menyewa *sophistics*, merupakan guru dari *public speaking* yang menginstruksikan mereka prinsip dasar dari persuasi. Guru ini mendirikan sekolah kecil untuk tempat mengajar mereka tentang proses *public speaking* dan tempat mereka untuk menciptakan sebuah buku.

Di dalam buku yang berjudul *A First Look at Communication Theory*, Griffin (2012: 295-296) menjabarkan berbagai sejarah dari ilmu retorika. Aristotle mendefinisikan retorika sebagai suatu kemampuan untuk melihat berbagai kesempatan persuasi, aksi yang disengaja dalam penggunaan kata-kata untuk mendapatkan efek tertentu. Dalam masyarakat Yunani kuno, mengetahui bagaimana cara berbicara di depan publik merupakan bagian dari tanggung jawab akan demokrasi. Sedangkan di Roma, retorika dianggap sebagai kemampuan untuk tetap bertahan di dalam situasi politik yang kasar. Orang Yunani dan Roma membedakan studi retorika di dalam lima divisi atau bagian:

1. *Invention* : menemukan ide yang meyakinkan
2. *Arrangement* : pengorganisasian material untuk mendapatkan pengaruh terbaik
3. *Style* : pemilihan bahasa yang menarik dan tepat
4. *Delivery*: koordinasi suara dan gestur
5. *Memory*: menguasai dan melatih konten

Dengan keterbatasan memori, retorika mengharuskan pembicara untuk menganalisa terlebih dahulu kemudian mengadaptasi kelompok atau pendengar tertentu. *Publik rhetoric* merupakan suatu konteks pembicaraan di mana pembicara mempunyai kesempatan untuk memonitor dan menyesuaikan diri terhadap respon dari audiens yang sedang dihadapi. Audiens akan memandang usaha retorika itu dengan dua cara; yaitu secara positif, audiens akan menghargai sensitifitas dan fleksibilitas pelaku retorik; sedangkan secara negatif, audiens akan mencurigai pelaku retorika sedang diperalat dan berkomitmen rendah terhadap kebenaran. Pembicara yang benar tidak akan terjebak di dalam

situasi yang tidak menguntungkan jika mereka berhasil menarik hati pikiran dan audiensnya.

Filsuf Yunani, Plato (mentor Aristotle) menganggap retorika sebagai rayuan, jauh dari anggapan seni. Retorika hanya dipandang sebagai suatu kepandaian khusus, seperti halnya kepandaian bersolek. Mereka berusaha membuat sesuatu menjadi lebih baik dari mereka sendiri. Plato menyatakan bahwa seorang retorik yang ideal bergantung pada pemahaman sang pembicara akan pendengarnya yang memiliki beragam sifat dan watak. Menurut plato, bentuk diskusi atau ceramah yang ideal merupakan bentuk dialog yang ditata secara *private*, bukannya konsumsi publik. Filosofi *one-on-one-communication* ini kemudian dikenal sebagai dialektika. Plato fokus dalam penemuan kebenaran abadi dalam pengaturan yang intim. Murid Plato di jaman peradaban emas Yunani yang bernama Aritoteles kemudian merejuvinasi retorika publik ini menjadi subjek akademi. Lebih dari 2000 tahun silam, Aristotle mengembangkan topik tentang pembicara, pesan, dan audiens ini. Idenya sudah teruji sekian lama dan memiliki porsi yang besar dalam memengaruhi *publik speaking* kontemporer.

Yunani kuno dikenal dengan guru *speech* yang dijuluki sofis. Di Athena, mereka menginspirasi para pengacara dan politikus untuk berpartisipasi secara efektif di pengadilan dan dewan musyawarah. West dan Turner (2010: 311) menambahkan bahwa karena tidak adanya pengacara profesional di masa itu, maka para sofis ini digaji untuk menginstruksi mereka dengan dasar-dasar persuasi. Masalahnya, para sofis hanya fokus pada sistem yudisial saja tanpa memperhatikan konteks lain dengan cara membangkitkan para hakim dan juri. Griffin (2012: 289) berpendapat bahwa di balik itu semua, para guru tersebut ingin tampil sebagai pendidik yang inovatif yang menawarkan suatu layanan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat. Namun karena ajaran para sofis ini kurang berlandaskan teori, Plato kemudian mencemooh anjuran para sofis ini. Aristotle mengingatkan pembicara untuk tidak melupakan betapa pentingnya logika di dalam presentasi mereka.

West dan Turner (2010: 312) menyatakan bahwa Plato selalu berusaha dalam pencarian kebenaran mutlak tentang dunia dan tidak peduli apakah kebenaran tersebut memiliki nilai praktis. Griffin menyatakan bahwa Aristotle, seperti Plato mengecam pembicara yang bersifat menghasut seperti ini dengan menggunakan keahlian mereka untuk menggerakkan audiens dengan tidak memedulikan kebenaran. Namun, tidak seperti Plato, ia memandang retorika ini bermakna netral di mana orator hanya berusaha untuk mencapai tujuan yang baik dan jauh dari kecurangan. West dan Turner menambahkan bahwa Aristotle kurang tertarik akan penemuan kebenaran mutlak, melainkan ia berusaha untuk mencapai pandangan yang masuk akal, realistis, dan rasional dari masyarakat. Mereka menganggap bahwa Aristotle lebih berkembang daripada Plato karena usahanya untuk memahami berbagai macam tipe orang di dalam masyarakat Athena.

Griffin (2012: 290) menyatakan bahwa Aristotle meyakini kebenaran itu memiliki keunggulan moral yang membuatnya menjadi lebih diterima. Namun lawan kebenaran yang tidak bermoral mungkin dapat menipu audiens bodoh, kecuali seorang pembicara yang beretika menggunakan segala kemungkinan persuasi untuk melawan kesalahan tersebut. Pembicara yang mengabaikan seni retorika hanya akan membuat diri mereka mendapatkan malu ketika pendengarnya mengetahui kebohongan tersebut. Kesuksesan membutuhkan kebijaksanaan dan kefasihan dalam berbicara. Retorika merupakan suatu studi penelitian tentang psikologi audiens yang dikembangkan Aristotle sebagai suatu ilmu dengan menemukan secara sistematis efek dari pembicara, *speech*, dan audiens. Ia memilih pembicara menggunakan pengetahuan ini sebagai suatu seni.

Sedangkan di kehidupan modern, West dan Turner (2010: 313) menyatakan bahwa kehidupan kita dipenuhi kesempatan untuk berbicara di depan orang lain, baik di bidang politik, pendidikan, dan lain sebagainya. Kemampuan berkomunikasi tersebut dianggap sangat penting untuk menjaga dan mempertahankan pekerjaan kita dan merupakan kemampuan yang diperlukan di era demokrasi. Ia menambahkan bahwa bahkan kini banyak orang yang lebih takut dengan situasi *public speaking* daripada kematian. Dan banyak pihak

yang menyatakan bahwa ilmu retorika ini merupakan ilmu yang paling berpengaruh dalam persiapan dan pembuatan *speech*, serta paling membantu bagi para pembicara di berbagai bidang.

## 7.2. Retorika dan Persuasi

Aristotle melihat fungsi retorika sebagai penemuan dari semua kemungkinan cara persuasi. Keprihatinannya dengan metode non koersif membuat jelas bahwa ia mengesampingkan kekuatan hukum, penyiksaan, dan perang. Klasifikasi tiga bagian situasi sebuah pidato berdasarkan kondisi pikiran khalayak (*audience*) menunjukkan fokus Aristotle pada kondisi psikis audien.

Klasifikasi pertama yaitu *courtroom (forensic) speaking*, yaitu dijelaskan dengan seorang hakim yang akan memberikan keputusan mengenai sebuah tindakan yang dilakukan di masa lalu. Klasifikasi kedua adalah *ceremonial (epideitic) speaking* yaitu memuji atau sebaliknya menyalahkan pihak lain di masa lalu untuk kebaikan atau kepentingan audien di masa kini. Selanjutnya klasifikasi terakhir adalah *potical (deliberative) speaking* yaitu suatu bentuk pidato yang tujuannya untuk memengaruhi legislator atau para calon pemilih untuk menentukan pemerintahan di masa depan.

Aristotle juga menjelaskan bahwa retorika merupakan kebalikan dari dialektika. Dialektika adalah pembicaraan dua arah, sedangkan retorika merupakan pembicaraan seseorang yang ditunjukkan kepada banyak audiens. Dialektika mencari kebenaran sedangkan retorika memaparkan kebenaran yang memang sudah ada. Dialektika menjawab pertanyaan filosofi secara umum sedangkan retorika mengedepankan hal-hal yang spesifik dan bersifat praktis. Dialektika merupakan suatu kepastian sedangkan retorika adalah suatu kemungkinan. Retorika adalah sebuah seni menemukan cara untuk meyakinkan suatu kebenaran kepada audiens yang belum teryakinkan sebelumnya.

Aristotle melihat fungsi dari *rhetoric* adalah penemuan dalam setiap kasus yang memungkinkan untuk membujuk seseorang. Aristotle tidak pernah menjelaskan kenapa arti dari retorika itu persuasi, tetapi

dia konsern dengan metode non-koersif yang menjelaskan bahwa peraturannya dari luar hukum, penyiksaan dan perang. Aristotle mengklasifikasikan tiga situasi dalam berpidato, pertama yaitu *courtroom (forensic) speaking* yang menilai seseorang yang mencoba untuk memberikan keputusan tentang tindakan yang diduga terjadi di masa lalu, kedua yaitu *ceremonial (epideictic) speaking* yang memuji atau menyalahkan orang lain untuk keuntungan dari kehadiran penonton, ketiga yaitu *political (deliberative) speaking* yaitu kehadiran seseorang yang memengaruhi legislator atau pemberi suara yang memutuskan kebijakan di masa depan. Aristotle juga mengklasifikasikan retorika sebagai mitra dari dialetika. Dialetika adalah diskusi satu lawan satu, sedangkan retorika adalah satu orang yang menangani banyak orang. Dialetika mencari kebenaran, sedangkan retorika mencoba untuk mendemonstrasikan kebenaran yang sudah ada. Dialetika menjawab pertanyaan filosofis umum, sedangkan retorika menunjukkan hal yang spesifik dengan cara yang praktis. Dialetika menawarkan hal dengan pasti, sedangkan retorika menawarkan probabilitas. Aristotle melihat bahwa perbedaan yang paling penting adalah retorika adalah seni yang menemukan cara untuk membuat kebenaran pada audiens yang mungkin mereka tidak yakin dengan sesuatu.

Meskipun organisasi dari Aristotle mengenai rhetoric yang merupakan hal yang menarik dan praktis dalam kata-katanya yang menjadikan empat standar yang berbeda untuk mengukur kualitas pembicara. *Canons of rhetoric* adalah divisi umum dari seni persuasi yang berdiri di retorika kuno seperti *invention* yaitu speaker harus mencari argumen yang akan menjadi efektif khususnya dalam berpidato, *arrangement* di mana seorang *speaker* harus menghindari skema yang bermasalah dalam organisasi dengan cara mencari kebutuhan yang dibutuhkan pertama kali dalam topik pembicaraan dan kemudian mendemonstrasikannya, *style* di mana Aristotle menekankan pada efektivitas metafora yang mempercayai bahwa untuk mempelajari dengan mudah kita harus memiliki gaya yang sederhana dan kemudian mempelajari audience, *delivery* di mana seorang audiens dapat menolak pengiriman yang tampaknya telah direncanakan atau bertahap tetapi mereka akan menerima jika apa yang kita sampaikan bersifat natural,

*memory* di mana sebagai pembicara yang baik seharusnya menggambarkan suatu ide yang berasal dari pikiran dan ingatan mereka.

Aristotle meyakini bahwa untuk pidato yang efektif, pembicara harus mengikuti beberapa pemandu atau prinsip-prinsip yang disebut sebagai *cannons*. *Cannons* ini merekomendasikan untuk membuat pidato lebih menarik. Para ahli retorika klasik telah mempertahankan perkataan Aristotle, di mana kebanyakan para penulis mengikuti *cannons* untuk lebih efektif. Terdapat lima resep untuk menjadi pidato yang efektif, yaitu:

#### 1. *Invention*

Istilah ini membingungkan karena penemuan pidato tidak berarti penemuan dalam arti ilmiah. *Invention* merupakan konstruksi atau perkembangan dari sebuah argumen yang berhubungan dengan tujuan berbicara. *Invention* ini menemukan semua bukti dari rencana yang digunakan oleh pembicara dan juga merupakan interpretasi yang luas sebagai badan informasi dan pengetahuan yang dibawa oleh pembicara dalam sebuah situasi. Persediaan informasi ini dapat membantu pembicara untuk pendekatan persuasif mereka. Alat bantu dari *invention* ini yaitu *topics*, yang mengacu pada baris argumen atau mode pemikiran pembicara yang digunakan dalam berbicara. Pembicara dapat menarik penemuannya untuk memutuskan sebuah strategi yang dapat membujuk audiens. Pembicara juga mempertimbangkan *civic spaces* atau penggambaran yang digunakan oleh pembicara di mana retorika ini memiliki peluang untuk memengaruhi perubahan, di mana pembicara dapat melihat sarana yang tersedia (Kennedy, 1991: 45; West & Turner, 2010: 317).

#### 2. *Arrangement*

Istilah ini berkaitan dengan kemampuan pembicara untuk mengatur bicara mereka. Aristotle merasa bahwa pembicara sebaiknya mencari pola organisasi untuk pidato mereka dalam meningkatkan pidato yang lebih efektif. Kesatuan dalam sebuah pikiran terutama dalam pikiran pembicara, sederhananya harus menjadi prioritas karena Aristotle mempercayai bahwa pada



dasarnya terdapat dua bagian untuk berbicara yaitu menyatakan subjek dan menemukan sebuah bukti yang disebut demonstrasi (Kennedy, 1991: 258; West & Turner, 2010: 318). Bagaimanapun Aristotle sangat menjelaskan strategi organisasi dan mempertimbangkan tiga pendekatan, yaitu: *introduction* merupakan bagian dari strategi organisasi dalam pidato yang mencakup mendapatkan perhatian penonton, menghubungkan dengan penonton, dan memberikan gambaran dari tujuan pembicara, *body* merupakan bagian dari strategi organisasi dalam pidato yang mencakup argument, contoh dan rincian penting untuk menjelaskan sesuatu, *conclusion* merupakan bagian dari strategi organisasi dalam pidato yang mencakup tujuan untuk merangkum poin utama pembicara dan membangkitkan emosi penonton.

### 3. *Style*

Dengan menggunakan bahasa untuk mengungkapkan sebuah ide dalam cara tertentu biasanya disebut dengan *style*. Aristotle melibatkan pilihan kata, pilihan citra dan kesesuaian pilihan, di mana ia mempercayai bahwa setiap tipe dari gaya yang dimiliki biasanya diabaikan. Dia mencatat bahwa kata-kata aneh atau *glosses* yaitu kata-kata yang sudah ketinggalan zaman dan frase yang dulu harus dihindari. Untuk menjembatani gap di antara *unfamiliar* dan *familiar* ini menurut Aristotle kita sebaiknya mempertimbangkan *metaphor* yaitu bahasa kiasan yang dapat membantu kita untuk membuat sesuatu yang tidak jelas menjadi lebih dimengerti. Metafora ini merupakan perangkat yang digunakan untuk berpidato, karena kapasitas dari metafora ini dapat mengubah konten dan aktifitas dari pikiran seseorang (Moran, 1996: 391).

### 4. *Memory*

Istilah ini merupakan retorika yang mengacu pada usaha pembicara dalam menyimpan informasi untuk berbicara. Seluruh retorika dari Aristotle ini, mengingatkan kita untuk terlebih dahulu mempertimbangkan nomor penerbitan dari presentasi kita seperti contoh, tanda-tanda, metafora, teknik penyampaian, dan yang lainnya. Aristotle juga mencatat bahwa seorang pembicara dalam membujuk audiens sebaiknya mengetahui isi dari pesan yang mereka ingin sampaikan.

## 5. *Delivery*

Aristotle tertarik dengan bagaimana pidato itu disampaikan. Dalam hal ini, *delivery* mengacu pada presentasi nonverbal dari ide-ide pembicara. Umumnya, *delivery* ini terdiri sejumlah perilaku, termasuk kontak mata, isyarat vokal, *pronunciation*, ucapan, dialek, gerakan tubuh, dan penampilan fisik. Menurut Aristotle, *delivery* ini berkaitan dengan manipulasi suara, khususnya ia mendorong pembicara untuk menggunakan *pitch*, ritma, volume, dan emosi secara tepat. Ia juga mempercayai bahwa sesuatu cara dapat memengaruhi kejelasan.

Aristotle memandang fungsi retorika sebagai suatu upaya menemukan segala kemungkinan untuk melakukan persuasi. Griffin (2012: 290) menjelaskan tiga pengklasifikasian Aristotle terhadap situasi *speech* berdasarkan sifat dari para audiensnya:

1. *Courtroom (Forensic) Speaking*, para hakim mencoba untuk memberikan suatu putusan terhadap aksi yang dilakukan di masa lampau. West dan Turner (2010: 321-324) menambahkan bahwa ini mengarah kepada masa lampau di mana perilaku orang di masa lampau akan mengindikasikan perilakunya di masa sekarang. Orator forensik akan sangat bergantung pada perilaku di masa lampau. Aristotle menyatakan bahwa karakter orang sangat kritis di dalam retorika forensik karena karakter tersebut menginterpretasikan status (muda atau tua, miskin atau kaya, pintar atau bodoh, dan sebagainya) dan moralitasnya (adil atau tidak, beralasan atau tidak, dan lain sebagainya).
2. *Ceremonial (Epidictic) Speaking*, pujian atau celaan yang setimpal yang diberikan kepada orang lain untuk mencapai keuntungan dari para audiens. West dan Turner (2010: 321-324) menambahkan bahwa ini mengarah kepada masa sekarang dan biasanya fokus pada isu sosial, karena ketertarikan Aristotle terhadap kejadian di sini dan sekarang. *Epidictic* ini tidak terpisahkan dari ethos. Ia meyakini bahwa pemahaman akan kebutuhan terhadap memuji atau mencela akan membuat pembicara memahami pentingnya karakter yang ia miliki.

3. *Political (Deliberative) Speaking*, berupaya untuk memengaruhi legislator atau pendukung untuk memutuskan kebijakan masa depan. West dan Turner (2010: 321-324) menambahkan bahwa ini mengarah kepada masa depan, apa yang audiens pikirkan sebagai hasil dari upaya sang pembicara. Pembicara *deliberative* harus mahir dalam menyelaraskan pemikirannya dengan audiens. Biasanya retorika *deliberative* akan membahas tentang penghasilan, perang dan kedamaian, perlawanan terhadap negara, perdagangan, dan legislatif. Kini bahasannya semakin luas hingga mencakup pajak, jaminan kesehatan, edukasi, hubungan antarmanusia, dan hak asasi.

Aristotle menyatakan bahwa konsep retorika ini merupakan sampingan dari gaya tanya jawab yang telah diperkenalkan Sokrates dengan konsep dialektika. Dialektika merupakan diskusi satu lawan satu, sedangkan retorika satu lawan banyak. Dialektika berupaya mencari kebenaran, sedangkan retorika berupaya untuk mendemonstrasikan kebenaran yang sudah ditemukan. Dialektika terkait dengan kepastian, sementara retorika terkait dengan kemungkinan. Aristotle memandang retorika ini kemudian sebagai suatu seni dalam menemukan cara yang tepat untuk membuat kebenaran tersebut menjadi tampak memungkinkan bagi para audiens.

### 7.3. Asumsi-asumsi Retorika

Mari kita menguji dua asumsi utama dari teori retorika seperti yang diajukan oleh Aristotle. Teori Aristotle tersebut berpedoman kepada dua asumsi bahwa *public speaker* yang efektif harus mempertimbangkan/memikirkan audiensnya, dan *public speaker* yang efektif menggunakan sejumlah bukti dalam perentasinya. Asumsi pertama menggarisbawahi definisi dari komunikasi, yaitu komunikasi adalah proses transaksional. Dalam konteks *public speaking*, Aristotle menyarankan bahwa hubungan *speaker-audience* harus diakui. *Speaker* tidak seharusnya membangun atau menyampaikan pidatonya tanpa mempertimbangkan audiensnya. *Speaker* seharusnya menjadi *audience-centered*. Mereka seharusnya berpikir bahwa audiens adalah sebuah kelompok individu dengan motivasi, keputusan, dan pilihan dan bukan

merupakan orang-orang homogen yang tidak dibedakan. *Audience analysis* adalah sebuah penaksiran dan evaluasi pendengar, yaitu suatu proses menilai pendengar dan latar belakangnya (seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan lain-lain) dan menyatukan pidato agar pendengar merespon seperti apa yang diharapkan *speaker*.

Asumsi kedua menyinggung kepada apa yang dilakukan *speaker*/pembicara dalam persiapan pidatonya dan pembuatan pidatonya. Bukti Aristotle merujuk kepada makna persuasi, dan bagi Aristotle tiga bukti: *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* merujuk kepada karakter yang terlihat, intelegensi, dan niat baik pembicara saat mereka mulai terbuka melalui pidatonya. *Eugene Ryan (1984)* mencatat bahwa *ethos* merupakan istilah yang merujuk kepada pengaruh yang dimiliki *speaker* dan *listener* satu sama lain. *Logos* merujuk kepada bukti logis, penggunaan argumen dan bukti dalam pidato. *Pathos* yaitu bukti emosional, emosi yang ditarik dari anggota audiens atau pendengarnya.

*Syllogisms: A Three - Tiered Argument*. Kita mencatat bahwa *logos* merupakan satu dari tiga bukti, menurut Aristotle, ia menciptakan pesan yang lebih efektif. Dalam bukti yang lebih logis adalah sesuatu yang disebut silogisme. Silogisme yaitu suatu kumpulan preposisi yang berhubungan satu dengan lainnya dan menggambarkan suatu kesimpulan dari premis mayor dan minor. Secara simbolis silogisme dapat terlihat seperti berikut (West & Turner, 2010: 315), yaitu:

$$A \rightarrow B$$

$$B \rightarrow C$$

Oleh karena itu,  $A \rightarrow C$

Berikut adalah contoh silogisme klasik:

Premis mayor : semua orang abadi

Premis minor : Aristotle adalah orang

Kesimpulan : Aristotle abadi

Sebagai seorang *speaker*/pembicara, kita mungkin secara tidak sadar memasukkan silogisme untuk mempersuasi audiens kita. Bagaimanapun, bahkan dalam suatu masyarakat kompleks dan sulit,

menggambarkan kesimpulan yang jelas dari permulaan premis tidak dapat diterima. Silogisme merupakan bagian kritis dari proses *public speaking* bagi Aristotle. Speaker menggunakannya untuk meningkatkan keefektifan dalam pidato/pembicaraannya. Speaker juga memasukkan teknik lain yang dilabelkan *cannons*.

Untuk mencapai tujuan ini, terdapat dua asumsi primer tentang teori retorika yang diusulkan oleh Aristotle. Kita juga sebaiknya menyadari bahwa teori ini telah mencakup berbagai pemikiran dalam bidang komunikasi dan juga teori ini hampir tidak mungkin untuk menangkap semua keyakinan yang terkait dengan teori. Namun, teori Aristotle dipandu dengan mengikuti dua asumsi, yaitu:

1. *Public speakers* yang efektif harus mempertimbangkan audiensnya. Asumsi pertama ini menggaris-bawahi defenisi bahwa komunikasi merupakan proses komunikasi dengan konteksnya *public speaking*. Aristotle menyarankan bahwa hubungan antara pembicara dan audeins harus terjalin satu sama lain. Pembicara sebaiknya tidak mengakui atau mengirim pidato mereka tanpa mempertimbangkan audiensnya. Pembicara sebaiknya berfokus pada audiens, dan mereka harus berpikir tentang audiensnya sebagai kelompok dari individu dengan motivasi, keputusan, dan tidak seperti beberapa massa yang dibedakan dari orang homogen. Pembicara juga sebaiknya terlibat dalam *audience analysis* yaitu proses mengevaluasi audiens dan latar belakangnya seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan yang lainnya.
2. *Public speakers* yang efektif menggunakan sejumlah bukti dalam presentasi mereka. Asumsi kedua ini menggaris-bawahi teori Aristotle sebagai hal yang mendasar apa yang dilakukan pembicara dalam persiapannya dan pembuatan pidato mereka. Bukti Aristotle mengacu pada arti persuasi, dan menurut Aristotle terdapat tiga bukti yang ada yaitu *ethos* mengacu pada karakter yang dirasakan, kecerdasan, dan niat baik seorang pembicara, *pathos* mengacu pada bukti logis yang menggunakan argumen dan bukti dalam pidatonya, *logos* mengacu pada bukti emosional, di mana bukti ini diambil dari anggota audiens. Tiga bukti ini merupakan kritikal untuk berbicara dengan efektif. Tetapi masing-masing dari tiga

bukti ini tidak mungkin cukup, menurut Kenneth Burkes di mana ia mempercayai pendapat Aristotle bahwa sebuah kepercayaan penonton adalah bukti yang paling meyakinkan dari semuanya (Burke, 2007: 335; West & Turner, 2010: 315).

West dan Turner (2010: 313) memperkenalkan dua asumsi dari teori Retorika ini, yaitu:

1. Pembicara publik yang efektif harus dapat mempertimbangkan audiensnya.

Komunikasi merupakan proses transaksional. Dalam konteks *publik speaking* Aristotle menyatakan bahwa relasi di antara pembicara dan audiens harus dipertimbangkan. Pembicara harus dapat memusatkan pandangannya kepada audiens dan harus dapat memandang audiens sebagai sekelompok individu yang memiliki beragam motivasi, keputusan, dan pilihan, bukannya dari sekelompok orang yang bersifat homogen. Pembicara publik biasanya akan melakukan analisis audiens yang merupakan proses evaluasi audiens dan latar belakangnya, seperti; umur, seks, tingkat pendidikan, dan sebagainya kemudian membuat *speech* sehingga pembicara akan merespon seperti yang diharapkan sebelumnya oleh pembicara.

Aristotle meyakini bahwa audiens merupakan hal yang paling penting dalam menentukan keefektifan pembicara. Ia kemudian mengembangkan tiga elemen penting dalam pembuatan *speech*, yaitu: pembicara, subjek pesan, dan pendengar. Setiap pendengar itu unik. Cara berbicara terhadap satu pendengar akan berbeda dengan orang lain. Carnes Lord (West & Turner, 2010: 314) menyatakan bahwa audiens tidak selalu terbuka terhadap argumen yang sifatnya rasional. Misalnya, jika kita berbicara tentang dampak merokok terhadap para perokok.

2. Pembicara publik yang efektif menggunakan sejumlah bukti dalam presentasinya.

Asumsi ini berusaha menjelaskan apa yang dilakukan oleh pembicara di dalam persiapan dan pembuatan *speech*. Griffin (2012:

291) menambahkan bahwa kesempatan melakukan persuasi dapat dilakukan secara artistik atau tidak artistik. Tidak artistik atau bukti eksternal merupakan segala sesuatu yang tidak diciptakan oleh pembicara, seperti komentar dari para saksi dan dokumen atau kontrak. Sedangkan bukti artistik merupakan segala sesuatu yang yang diciptakan oleh audiens. Ada tiga bukti yang dapat digunakan, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga faktor ini akan sangat efektif digunakan oleh pembicara, namun tidak cukup jika hanya salah satunya saja.

#### 7.4. *Ethos, Logos, dan Pathos*

Menurut Aristotle, retorika merupakan sarana yang tersedia untuk mempersuasi seseorang yang dapat menjadi artistik atau nonartistik. Nonartistik atau bukti eksternal di mana seorang *speaker* tidak menciptakan bukti tetapi dia memasukkan testimoni sebagai saksi atau dokumen seperti surat dan kontrak. Artistik atau bukti internal seorang *speaker* yang menciptakan bukti. Terdapat tiga jenis dari bukti artistik *logical (logos)* yaitu garis besar dari argumen dalam pidato yang masuk akal, *ethical (ethos)* yaitu karakter seorang pembicara yang dapat terungkap dari pesan yang disampaikan, *emotional (pathos)* yaitu perasaan seorang *speaker* yang menggambarkan pidato mereka agar menarik perhatian pendengar.

Aristotle berfokus pada dua bentuk dari *logos* yaitu *enthymeme* dan *the example*. Dia menganggap bahwa *enthymeme* sebagai bukti yang paling kuat. *Enthymeme* adalah suatu silogisme yang tidak lengkap, di mana memiliki khas yang meninggalkan premis yang sudah diterima oleh audiens. Llyod Bitzer (Griffin, 2012: 291) dari Universitas Retorika Wisconsin mencatat bahwa Aristotle memiliki alasan yang baik untuk menyarankan *speaker* dalam menekankan statemen dari premis yang mengatakan bahwa pendengar telah percaya. *Enthymeme* menggunakan *deductive logic* yang berpindah dari prinsip global ke kebenaran yang spesifik. Perdebatan dengan contoh menggunakan alasan induktif dimana dengan contoh dapat menggambarkan kesimpulan akhir dari kasus yang spesifik.

Kita mencatat bahwa *logos* merupakan satu diantara tiga bukti yang dapat menciptakan pesan yang efektif. Bukti logis disebut juga sebagai *syyllogism*. Istilah ini membutuhkan klarifikasi karena terdapat beberapa perdebatan di antara para ahli pada arti yang tepat. Ahli komunikasi mempelajari *Rhetoric* dan artinya selama bertahun-tahun mereka mencoba untuk melepaskan kata-kata dari Aristotle's. Istilah *sylllogism* merupakan seperangkat proposisi yang terkait satu sama lain dan menarik kesimpulan dari premis besar dan premis kecil;. Umumnya *sylllogism* terdiri dari dua premis dan sebuah kesimpulan. *Syyllogism* tidak lebih dari argumen deduktif, kelompok statement (premisses) yang memimpin argumen lainnya (kesimpulan). Di sisi lain, premis ini merupakan titik awal atau pemula yang digunakan oleh pembicara.

Menurut Aristotle, dengan hanya isi argumen yang masuk akal itu tidak cukup untuk membujuk audiens, tetapi seorang *speaker* juga harus memiliki kredibilitas. Kesan audiens banyak terbentuk sebelum seorang *speaker* memulai pidatonya. Dalam retorika, Aristotle mengidentifikasi tiga kualitas yang membangun sumber kredibilitas yang tinggi yaitu: *intelligence*, *character*, dan *goodwill*. *Perceived intelligence* yaitu kualitas dari kecerdasan yang dilakukan dengan banyak praktik kebijaksanaan dan berbagi nilai-nilai kemudian dengan memberikan pelatihan seperti *Academy Plato*. Audiens akan menilai kecerdasan kita dengan melihat antara kepercayaan mereka dan ide *speaker*. *Virtuous Character* yaitu karakter yang dilakukan dengan melihat citra *speaker* sebagai pembicara yang baik dan seseorang yang jujur. *Goodwill* yaitu penilaian positif dari niat pembicara terhadap penonton.

Beberapa sarjana menyarankan bahwa Aristotle seharusnya skeptis tentang *emotional* yang menjadi syarat pidato di depan publik, sehingga Aristotle berusaha untuk membantu seorang *speaker* dalam menggunakan *pathos*. Aristotle dan George Kennedy mengklaim bahwa analisis dari *pathos* adalah diskusi sistematis dari psikologi manusia. Menurut Aristotle, *pathos* merupakan serangkaian perasaan yang berlawanan dan kemudian kita mencoba untuk menjelaskan kondisi yang sesuai dengan yang kita rasakan, seperti kemarahan vs kelembutan, cinta atau persahabatan vs kebencian, takut vs keyakinan, malu vs takut malu, kemarahan vs kasihan, dan kekaguman vs iri.



*Ethos*, secara singkat Griffin (2012: 293) mendefinisikan *ethos* sebagai kredibilitas sumber yang diyakini audiens. Kredibilitas tersebut tampak dari tiga elemen, yaitu:

1. Karakter: citra pembicara sebagai seseorang yang baik dan jujur.
2. Intelejensi: kualitas intelegensi akan lebih bekerja jika dilakukan dengan kebijakan praktis (*phronesis*) dan nilai yang dibagikan. Intelejensi tidak selamanya dilatih, seperti yang dinyatakan oleh akademi Plato. Audiens menilai intelegensi dengan melihat jarak antara kepercayaan sang pembicara dengan apa yang mereka yakini.
3. *Goodwill*: penilaian positif pembicara terhadap audiensnya. Aristotle menyatakan bahwa seorang pembicara dengan intelegensi dan karakter yang luar biasa bisa saja tidak mempunyai hati terhadap audiensnya.

Ketiga karakter tersebut terungkap lewat pesan yang disampaikan oleh pembicara. West dan Turner (2010: 314) menambahkan bahwa *speech* yang disampaikan oleh orang yang dipercaya akan lebih mempersuasi daripada individu yang kepercayaannya masih dipertanyakan. Griffin (2012: 292) menyatakan bahwa kesan dari audiens sudah terbentuk bahkan sebelum *speech* tersebut dimulai. Pembicara dapat mengatur bahasa yang digunakan dalam *speech*, namun dia tidak dapat menyatakan tentang dirinya sendiri.

*Pathos* merupakan emosi yang menarik audiens. Aristotle beranggapan bahwa pendengar menjadi instrumen dari bukti tersebut ketika emosi dapat menggerakkan mereka. Audiens akan menilai dengan cara yang berbeda ketika emosi mereka berhasil dipengaruhi. Griffin (2012: 294) memperkenalkan tiga anggapan Aristotle tentang sifat manusia, yaitu:

1. *Anger vs Mildness*: orang merasa marah ketika mereka gagal mencapai pemenuhan kebutuhannya, mengingatkan mereka tentang hal kecil yang bersifat pribadi. Tunjukkan penyesalan anda, tunjukkan bahwa mereka layak dipuji atau mereka punya *power* yang besar maka mereka akan melembut.

2. *Love or Friendship vs Hatred*: Aristotle menyatakan bahwa kesamaan dapat menimbulkan kehangatan di antara kedua pihak. Pembicara sebaiknya menyatakan tujuan, pengalaman, perilaku, dan hasrat yang sama.
3. *Fear vs Confidence*: ketakutan datang ketika ada potensi bencana atau masalah. Pembicara harus dapat memberi gambaran yang jelas tentang tragedi tersebut, menunjukkan bahwa kejadian tersebut mungkin terjadi. *Confidence* akan terbangun lewat penggambaran bahwa bahaya itu masih jauh atau hanya sedikit.
4. *Indignation vs Pity*: kita semua sangat menghargai keadilan. Kita dapat melihat ketidakadilan dengan menggambarkan penggunaan *power* secara sewenang-wenang.
5. *Admiration vs Envy*: orang akan mengagumi kebaikan moral, kekuasaan, kekayaan, dan keindahan. Dengan menyatakan bahwa individu memperoleh semua elemen tersebut lewat kerja keras, bukannya faktor keberuntungan maka kekaguman itu akan meningkat.

*Logos* merupakan bukti logika yang digunakan oleh pembicara, argumen dan rasionalisasi yang ia sampaikan. *Logos* meliputi penggunaan sejumlah contoh praktis, pernyataan yang logis, dan bahasa yang jelas. Berbicara dengan puitis akan meyebabkan ketidak-jelasan. Griffin (2012: 291) menyatakan bukti logika ini sebagai suatu argumen yang dapat dipahami dan masuk akal bagi audiens. *Enthymeme* dianggap Griffin (2012: 292) sebagai bukti yang paling kuat dan merupakan suatu bentuk silogisme deduktif formal yang belum sempurna yang diciptakan dengan meninggalkan suatu premis yang sudah diterima oleh audiens atau dengan meninggalkan konklusi yang belum dinyatakan.

West dan Turner (2010: 316) mendefinsikan silogisme sebagai seperangkat proposisi yang saling terkait satu sama lain dan menimbulkan suatu konklusi dari premis mayor dan minornya. Silogisme mengandung dua premis dan satu kesimpulan. Silogisme merupakan suatu argumen deduktif, sekelompok pernyataan (premis) yang membawa kita kepada pernyataan lain (kesimpulan).

Dengan kata lain, premis merupakan permulaan yang digunakan oleh pembicara, membentuk penilaian/ Pernyataan untuk suatu konklusi. Silogisme dapat digunakan untuk meyakinkan dan mempersuasi audiens. Namun, silogisme dapat melemahkan poin yang dibuat. misalnya:

Premis mayor : semua manusia itu berhati mulia

Premis minor : saya adalah manusia

Konklusi : saya berhati mulia

Pembicara dapat menggunakan premis mayor sebagai bukti pernyataan atau kesimpulan yang hendak ia sampaikan. Jika audiens sudah meyakini kebenaran dari premis mayor maka akan besar kemungkinan konklusi tersebut juga diyakini oleh audiens. *Enthymeme* menggunakan logika deduktif yang bergerak dari prinsip global kepada kebenaran yang lebih spesifik.

Persuasi dari sebuah retorika dapat menandai artistik maupun tidak artistik. Tidak artistik atau pembuktian yang berasal dari luar yaitu yang tidak diciptakan sendiri oleh pembicara. Suatu retorika dapat menjadi artistik atau pembuktian internal yaitu hal-hal yang pembicara ciptakan sendiri. Ada tiga macam pembuktian artistik: *logical (logos)* yaitu argumen dalam sebuah pidato, *ethical (ethos)* yaitu bagaimana karakter pembicara tergambar dari pesan yang disampaikan, dan *emotional (pathos)* yaitu perasaan yang dapat ditimbulkan pada audiens yang mendengarkan.

Dua bentuk pembuktian logis oleh Aristotle yaitu *enthymeme* dikenal juga dengan pembuktian paling kuat dan contoh (*example*). *Enthymeme* sendiri merupakan suatu versi yang tidak lengkap dari sebuah silogisme deduktif. Berikut beberapa baris silogisme penalaran yang diambil dari pidato Martin Luther King seperti disebut di awal.

Premis umum : Semua manusia diciptakan sama.

Premis khusus : Saya manusia.

Kesimpulan : Saya sama dengan manusia lainnya.

*Enthymemes* pada umumnya menanyakan sesuatu yang memang sudah diketahui oleh audiens. Namun ada alasan lain mengapa Aristotle menyarankan agar menggunakan premis yang *familiar* dengan audiens yaitu dengan begitu akan lebih mudah menyamakan pikiran pada audiens yang berasal dari berbagai kalangan dan level kehidupan. Dengan sendirinya audiens akan membangun sendiri pembuktian pada alam bawah sadar masing masing dan hal ini akan memberikan pembuktian yang lebih kuat. *Enthymeme* menggunakan logika deduktif. Berargumen dengan contoh-contoh penalaran induktif.

Menurut Aristotle, seorang pembicara yang baik tidak hanya dapat mengutarakan argumen-argumen yang luar biasa namun juga harus terlihat kredibel dan kompeten. Sering kali seorang pembicara dinilai kredibilitasnya bahkan sebelum ia memulai orasi ataupun pidato. Contohnya saja pada saat Martin Luther King berpidato, banyak orang yang meononton dari rumah melalui televisi tidak tertarik bahkan mengganti saluran dikarenakan King yang berkulit hitam. Namun bagi Aristotle, selain reputasi dan latar belakang pembicara ada beberapa faktor yang lebih menarik perhatian yang dapat tergambarkan dari apa yang dikatakan atau yang tidak dikatakan seorang pembicara.

Pada retorika dapat diidentifikasi tiga hal yang dapat membangun kredibilitas yaitu intelegensi, karakter, dan niat baik (Griffin, 2012: 293-294), yaitu:

1. *Perceived Intelligence*. Tingkat intelegensi seseorang berhubungan dengan kearifan yang diterapkan dan nilai-nilai yang ditunjukkan. Audiens menilai intelegensi pembicara dengan membandingkan pandangan-pandangan pembicara dengan milik mereka. Dalam pidatonya Martin Luther King mengutip berbagai sumber seperti Bible, U.S. Constitution, dan Shakespeare yang memang pemegang-pemegang nilai yang kuat.
2. *Virtuous character*. Seorang pembicara diposisikan sebagai pihak yang memiliki karakter berbudi luhur dan jujur. Martin Luther King yang pada saat itu adalah korban pelanggaran hak isu ras,

ia tidak semata mata menghakimi atau menjelek-jelekkan suatu ras tertentu dalam menyampaikan pidatonya.

3. *Goodwill*. Niat baik adalah penilaian positif akan niat pembicara terhadap audiensnya. Aristotle berkata bahwa seorang orator mungkin saja memiliki tingkat intelegensi yang tinggi serta karakter yang kuat namun tetap tidak dapat menangkan simpati dari audiens.

Sebagaimana dikatakan oleh Aristotle bahwa retorika publik dalam praktiknya untuk kebaikan orang banyak. Maka ia mengemukakan teori pathos yang di mana tidak ditujukan untuk memanfaatkan kondisi emosi para pendengarnya, namun sebagai alat bantu bagi pembicara menciptakan emosi yang ditimbulkan pada pendengar yang akan memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Selanjutnya Aristotle mengkategorikan beberapa macam emosi dan lawannya dan menjelaskan dalam situasi seperti apa emosi tersebut dirasakan dan pada akhirnya pembicara dapat membuat audiens merasakan emosi-emosi tersebut.

Orang akan merasa marah saat berusaha memenuhi kebutuhan/kemauan mereka. Apabila disinggung tentang penghinaan pada kaum mereka, maka orang akan merasa kesal. Namun apabila si penyinggung menunjukkan rasa bersalah, maka orang pun akan tenaga kembali. Untuk memunculkan emosi ini, pembicara dapat menyebutkan tentang tujuan, pengalaman, dan kemauan yang sama pada audiens. Pada saat hal-hal tadi tidak ada, keberadaan musuh/ancaman yang sama juga akan menimbulkan emosi sejenis. Emosi ini dapat dimunculkan dengan menggambarkan suatu kejadian atau musibah. Dapat ditimbulkan dengan mengangkat hal-hal mengenai ketidak-adilan pada kaum-kaum yang lemah. Untuk menunjukkan emosi ini, pembicara perlu menunjukkan kekuatannya, kekuasaannya, kekayaan, dan kecantikan/ketampanan yang didapatkan dari kerja keras. Dengan begitu kekaguman orang akan bertambah pada si pembicara.

Seorang pembicara hendaknya memiliki materi berupa penemuan-penemuan akan hal-hal yang dapat ia sampaikan pada pidatonya. Pidato tidak lain adalah penyampaian ide-ide, topik-topik,

dan informasi-informasi. Selain materi dari pidato, susunan pidato juga merupakan hal yang dapat menentukan kualitas dari seorang pembicara. Bagian pendahuluan hendaknya bersifat jelas, *to the point*, dan menunjukkan kredibilitas pembicara. Selanjutnya bagian simpulan yang menggambarkan keseluruhan pidato. Pembicara kadang memulai pidatonya dengan sebuah lelucon untuk mencairkan suasana, lalu diikuti dengan penjabaran poin-poin dari topiknya baru kemudian menunjukkan poin utama pada akhir pidato. Aristotle menekankan gaya di sini sebagai kemampuan metafora. Bagaimana seorang pembicara dapat menggambarkan sesuatu melauai hal lain. Pada pidato "*I Have a Dream*", Martin Luther King dengan lihai menyampaikan metafora-metafora untuk menggambarkan situasi kehidupan kaum kulit hitam pada saat itu. Kemampuan inilah yang dapat membantu seorang pembicara tidak hanya dalam menyampaikan pidatonya tapi lebih mudah menggerakkan para audiensnya untuk melakukan aksi. Audiens kerap kali malas mendengarkan pidato yang terlihat terlalu direncanakan. Pidato yang disampaikan secara alami terbukti lebih persausif. Seorang pembicara juga hendaknya memiliki ingatan yang kuat. Baik hal-hal yang tertulis pada teks pidato maupun hal-hal yang tidak tertulis sangatlah krusial untuk diingat.

## 7.5. Ragam Retorika

Selama Aristotle diminta oleh warga untuk mengambil bagian dalam sejumlah kegiatan berbicara dari seorang hakim yang menjadi pengacara untuk legislator, maka hal inilah yang membuat Aristotle mengidentifikasi situasi berbicara yang berbeda bagi warga negara untuk mempertimbangkan ketika mereka berbicara mengenai perdagangan, keuangan, pertahanan nasional dan perang. Oleh karena itu ia mencatat tiga tipe retorik (West & Turner, 2010: 321-324), yaitu:

1. *Forensic rhetoric* yaitu berkaitan dengan membangun sebuah fakta yang merupakan inti keadilan dari forensik. Pidato forensik atau yudisial retorik khususnya mengacu pada pidato dalam ruang sidang. Di mana dalam hal ini menetapkan bersalah atau tidak, menurut Aristotle pembicara diarahkan dalam persentasinya untuk

penilaian dalam ruang sidang dan ia juga memeriksa bahwa retorika forensik dengan kerangka kerja legal merupakan hukum dari *rhetoric*. Amelie Rorty mencatat bahwa pidato forensik berfokus pada argumen yang memasuki penilaian fisik yang mempercayai mengapa tindakan kriminal dilakukan dan keadaan tertentu apa yang dapat menghancurkan sebuah hukum. Karena tindakan masa lalu seringkali indikatif dari perilaku seseorang, pidato forensik pada perilaku sebelumnya.

2. *Epidictic rhetoric* merupakan wacana yang berhubungan untuk pujian atau menyalahkan. *Epidictic* juga disebut sebagai *ceremonial speaking*. Aristotle dalam berpidato memberikan arena publik dengan tujuan untuk memuji, menghormati, menyalahkan dan mempermalukan. *Rhetors epidictic* termasuk orang, peristiwa atau organisasi, yang di mana biasanya berfokus pada isu sosial karena menurut Aristotle orang tertarik dengan kejadian yang sekarang. *Epidictic* juga tidak dapat dipisahkan dengan *ethos* karena dia mempercayai bahwa dengan memahami kebutuhan untuk memuji atau menyalahkan, maka pembicara *epidictic* memahami karakternya sendiri.
3. *Deliberative rhetoric* yaitu berkonsentrasi pada seorang pembicara yang harus menentukan sebuah tindakan yang sebaiknya dilakukan dan tidak dilakukan. Tipe ketiga ini juga disebut sebagai retorika politik dan ini merupakan fokus utama dalam wacana retorik dari Aristotle. Ia mempercayai bahwa walaupun banyak penulis gagal untuk mendiskusikan bentuk retorika ini, tetapi ia tetap memperhatikannya karena tipe ini memiliki potensi yang dapat mengubah audiens.

Untuk menghasilkan *enthymeme* dan contoh yang efektif, pembicara harus memiliki pengetahuan khusus tentang subjek dan batasan penalaran umum yang digunakan dalam berbagai *speech* di mana setiap pembicara harus menemukan, mengkonstruksi, dan mengembangkan argumentasi yang relevan terhadap ide yang disampaikan di depan publik. *Invention* merupakan penemuan semua bukti yang rencananya akan digunakan oleh pembicara. Secara luas, *invention* merupakan informasi utama dan pengetahuan yang dibawa

pembicara ke dalam situasi *speech*. Alat bantu dari *invention* ini adalah topik yang merupakan batasan argumen atau modus dari pembicara yang beralasan yang digunakan dalam suatu *speech*. Pembicara juga perlu melihat *civic spaces* yang merupakan suatu metafora yang menyatakan bahwa pembicara mempunyai lokasi tertentu di mana ia berkesempatan untuk mempersuasi dan memengaruhi perubahan. Misalnya, dengan menyatakan tentang ide yang berlawanan dengan anggapan kita dan menyatakan berbagai ide yang sejalan. Hal ini membantu kita untuk mengidentifikasi lokasi kita dalam *speech* tersebut yang memungkinkan kita untuk beradaptasi dengan audiens tanpa perlu kehilangan perhatian mereka.

Aristotle menyatakan bahwa anda harus menghindari skema rumit dari suatu organisasi. West dan Turner (2010: 322) menambahkan bahwa kesederhanaan harus menjadi prioritas. Ada dua bagian *speech*. Pertama, nyatakan dahulu subjeknya, kemudian demonstrasikan. Pengantar atau perkenalan diperlukan untuk memperoleh perhatian audiens, membentuk koneksi dengan audiens, menunjukkan arah perhatian, membangun kredibilitas pembicara, dan memperjelas tujuan dari *speech* tersebut. *Body* mengandung semua argumen, detail pendukung, dan contoh penting. Aristotle menyatakan bahwa audiens perlu diantarkan dari satu poin ke poin lainnya. Terakhir, konklusi harus mengingatkan audiens tentang apa yang telah anda sampaikan dan membuat mereka merasakan hal yang baik tentang anda dan ide anda. Aristotle mencela perkenalan yang dimulai dengan lelucon yang tidak berhubungan dengan topik, setiap upaya yang bersikeras untuk membentuk tiga poin utama, dan menunggu hingga akhir *speech* lalu menyampaikan poin utamanya.

West dan Turner (2010: 319) mendefinisikan ini sebagai penggunaan bahasa untuk mengekspresikan ide dalam cara tertentu. Griffin (2012: 292) menyatakan bahwa Aristotle menganjurkan penggunaan metafora yang akan membantu audiens. Metafora membuat audiens dapat belajar dengan mudah dan menyenangkan. Metafora memberikan kejelasan, keindahan, dan kekuatan tersendiri. Metafora lebih dari sekedar apresiasi estetis. Metafora membantu audiens untuk memvisualisasikan proses yang dapat membuat



pendengar bahkan bergerak menuju aksi nyata. West dan Turner (2010: 319) menambahkan bahwa kata-kata yang aneh dan frase yang sudah tidak masa kini harus dihindari. Pembicaraan yang terlalu sederhana juga akan memadamkan audiens.

Audiens menolak penyampaian yang terlihat terencana atau bertahap. Kealamiahannya bersifat persuasif. Presentasi yang lebih mendapatkan perhatian adalah yang dilengkapi dengan bukti-bukti. Menurut para retorik kuno, pembicara tidak perlu mengingat semua hal, melainkan penekanan akan hal-hal pentingnya saja. Latihan mungkin akan dapat membantu memori tersebut. West dan Turner (2010: 319) menambahkan bahwa pemahaman dan pengingatan akan hal penting sangat diperlukan sebelum melakukan *speech*. Aristoteles meyakinkan bahwa agar pidato persuasi menjadi efektif, maka *speaker* harus mengikuti beberapa pedoman atau prinsip yang disebut *cannons*. Para ahli retorika telah menjaga pengamatan Aristotle, dan sampai hari ini, kebanyakan penulis *public speaking* dalam komunikasi mengikuti *cannons* untuk pidato yang lebih efektif. *Cannon* yang pertama adalah *invention* dan didefinisikan sebagai konstruksi atau pengembangan suatu pendapat yang relevan dengan tujuan dari suatu pidato/pembicaraan tertentu. *Invention* atau penemuan adalah menemukan semua bukti yang berencana digunakan pembicara. *Invention* secara luas diinterpretasikan sebagai tubuh informasi dan pengetahuan yang dibawa pembicara dalam situasi pembicaraan. Persediaan informasi ini dapat membantu *speaker* atau pembicara dalam pendekatan persuasif.

Bantuan dalam *invention* diidentifikasi sebagai topik. Topik dalam kasus ini merujuk kepada garis pendapat atau mode alasan yang digunakan *speaker* dalam pidato atau pembicaraan. Pembicara mungkin akan menggambar bantuan *invention* ini saat mereka memutuskan strategi mana yang digunakan untuk memengaruhi audiensnya. *Speaker*/pembicara melihat *civic space*, yaitu suatu lokasi metafora di mana retorika memiliki kesempatan untuk memberikan perubahan," di mana *speaker* dapat melihat ketersediaan makna persuasi" (Kennedy, 1991: 45; West & Turner, 2010: 318).

*Cannon* kedua adalah *arrangement*. Istilah ini menyangkut kepada kemampuan *speaker* atau pembicara untuk mengatur (*organize*) suatu pidato atau pembicaraan. Aristotle berpendapat bahwa *speaker* seharusnya berusaha mencari pola organisasi dalam pidatonya untuk meningkatkan keefektifan pidatonya tersebut. Kesatuan artistik di antara perbedaan pemikiran seharusnya diutamakan dalam pikiran *speaker*. Kesederhanaan (*simplicity*) juga seharusnya dijadikan prioritas karena Aristotle percaya bahwa ada dua bagian esensial dalam pidato: menyatakan subjek dan menemukan bukti atau yang disebut "*demonstrating it*" (Kennedy, 1991: 258; West & Turner, 2010: 318).

Aristotle sangat jelas mengenai strategi organisasinya. Pidato secara umum seharusnya mengikuti tiga pendekatan, yaitu: *introduction*, *body*, dan *conclusion*. *Introduction* adalah salah satu bagian dari strategi organisasi dalam pidato yang memperoleh perhatian audiens, berhubungan dengan audiens, dan menyediakan gambaran mengenai tujuan *speaker*. *Body* yaitu strategi yang meliputi pendapat, contoh, dan detail penting untuk membuat kesimpulan. *Conclusion* bertujuan untuk meringkas poin utama *speaker* dan membangkitkan emosi audience. *Style* yaitu penggunaan bahasa untuk mengekspresikan atau menyatakan ide dalam suatu pidato atau pembicaraan. Dalam diskusinya tentang *style*, Aristotle memasukkan pilihan kata, perumpamaan kata, dan penyesuaian kata. Dia percaya bahwa masing-masing tipe retorika memiliki gaya/*style* masing-masing, namun *style* sering dilupakan. Dia menyatakan bahwa kata aneh atau *glosses* seharusnya dihindari. Aristotle juga memperkenalkan gagasan mengenai *metaphor*, yaitu suatu bentuk pidato yang membuat hal yang tidak jelas menjadi lebih mudah dipahami.

## TEORI *DRAMATISM*

### 8.1. Tentang Teori *Dramatism*

Dramatism seperti namanya, mengkonseptualisasi kehidupan sebagai suatu drama, menempatkan fokus kritis kepada tindakan yang dilakukan oleh pemain yang beragam. Dramatism menyediakan kita suatu metode yang sesuai untuk menunjukkan tindakan komunikasi antara teks dan audiens dari teks tersebut, sama halnya dengan tindakan dalam dari suatu teks. Seperti yang dikatakan C. Ronald Kimberling (1982; West & Turner, 2010: 329) bahwa “Dramatism pasti menyebabkan pandangan kritis yang tidak dapat dihasilkan oleh metode lain”. Drama merupakan suatu metafora berguna untuk gagasan Burke mengenai tiga alasan, yaitu: (1) Drama mengindikasikan besarnya keluasan, dan Burke tidak membuat klaim terbatas; tujuannya adalah untuk berteori tentang keseluruhan jangkauan pengalaman manusia. Metafora dramatik dalam hal tertentu dapat berguna dalam mendeskripsikan hubungan manusia karena hal ini mendasar pada interaksi dan dialog. Dalam dialognya, drama membentuk hubungan dan menjelaskan hubungan. (2) Drama cenderung mengikuti tipe atau genre yang mudah dikenali: *comedy*, *musical*, melodrama, dan lain sebagainya. (3) Drama selalu ditujukan kepada audiens. Dalam hal ini, drama termasuk retorika. Burke melihat literatur sebagai perlengkapan untuk tinggal yang berarti literatur atau teks tersebut berbicara tentang pengalaman hidup manusia dan masalah dan menyediakan orang-orang untuk berhadapan dengan pengalaman tersebut. Pada cara ini, dramatisme mempelajari bahasa dan kegunaannya berhubungan dengan audiens.

Kenneth Burke mempercayai bahwa bahasa merupakan sebuah strategi manusia untuk merespon situasi tertentu, di mana simbol verbal

merupakan suatu tindakan yang berarti dari sebuah motif dapat diturunkan. Ia mempertimbangkan kelompok kata sebagai tarian sikap. Menurut Burke (West & Turner, 2010: 329), pekerjaan kritikus yaitu mencaritahu mengapa seorang penulis atau pembicara memilih kata yang akan ia gunakan dalam sebuah pesan. Yang pada akhirnya tugas mereka menilai sebuah motivasi. Menurut Burke, *dramatism* merupakan kata yang menggambarkan apa yang ia lihat ketika orang membuka mulut mereka untuk berkomunikasi. Dia memandang bahwa hidup bukan seperti drama, tapi hidup adalah drama. Harry Chapin mengambil beberapa tragedi dan komedi yang terjadi di kehidupan kita dengan menempatkan kata-kata tersebut ke dalam musik *story songs*. Pada tahun 1952 Universitas Illinois retorika Marie Hochmuth Nicholas membawa Burke ke dalam bidang komunikasi percakapan. Sejak saat itu, banyak sarjana komunikasi menggunakan perspektif *identification*, *dramatistic pentad*, and *guilt-redemption cycle* sebagai suatu cara untuk menganalisis masyarakat umum dan bentuk lain dari tindakan simbolis.

Beberapa teoretis menganalisis masalah Evan Spector dan respon Karl menggunakan *dramatism*, sebuah teori yang melihat untuk memahami tindakan dari kehidupan manusia sebagai drama. Kenneth Burke dikenal sebagai pencetus teori *dramatism*. Burke berfokus pada *symbol systems* yang menjadi alat utama dari pertukaran intelektual dan upaya ilmiah bagi sebagian peneliti yang bekerja di bidang kemanusiaan. Dramatisme menyediakan peneliti dengan fleksibilitas untuk meneliti sebuah objek studi dari berbagai sudut pandang. Dramatisme seperti namanya merupakan konseptualisasi dari kehidupan sebagai drama, yang menempatkan fokus utamanya pada tindakan yang dilakukan oleh berbagai pemain. Seperti dalam drama, tindakan dalam hidup merupakan pusat untuk mengungkapkan motif manusia. Dramatisme menyediakan kita sebuah metode yang sesuai untuk mengatasi tindakan komunikasi antara teks (bagaimana Karl mempersepsikan dan menghubungkan apa yang ia pelajari tentang Spector) dan audiens untuk teks (Karl), serta interaksi dengan teks (motif Spector dan pilihannya). C. Ronald Kimberling (1982: 13; West & Turner, 2010: 329) mencatat bahwa dramatisme memberikan wawasan

kritis yang secara umum tidak dapat dihasilkan dengan metode lainnya. Teori Burke tentang dramatisme memungkinkan kita untuk menganalisa antara pilihan retorik Spector dalam situasi ini (bagaimana ia membingkai kasusnya) dan respon Karls terhadap pilihannya.

Kenneth Burke, adalah seorang kritis. Bersama dengan para ahli simbolis (Mead, Pearce and Cronen, Bormann, Geertz and Pacanowsky), Burke percaya bahwa bahasa adalah respon strategic manusia kepada situasi tertentu atau spesifik, yakni simbol verbal adalah tindakan bermakna yang berasal dari motivasi. Dia memikirkan kelompok kata sebagai gerakan perilaku. Menurut Burke, pekerjaan para kritik adalah menemukan mengapa seorang penulis atau pembicara memilih kata yang dikoreografikan ke dalam pesan. Tugas akhirnya adalah satu dari penaksiran motif.

Sampai kematiannya pada tahun 1993 saat berumur 96 tahun, Burke memilih jalannya melalui "*motivational jungle*" manusia dengan menggunakan alat filosofi, literatur, psikologi, ekonomi, linguistik, sosiologi, dan komunikasi. Penulisan Burke memperlihatkan keluasan dan kedalaman intelektual yang membawa penggemarnya untuk merujuknya sebagai seorang Renaissance. Dia memanggil dirinya seorang "*gypsy scholar*" dan merespon kepada pertanyaan mengenai bidang ketertarikannya. *Dramatism* adalah kata-kata favorit Burke untuk mendeskripsikan apa yang dia lihat terjadi saat itu ketika orang-orang membuka mulutnya untuk berbicara. Seperti yang dilihat oleh Burke, kehidupan itu bukan seperti drama tetapi kehidupan itu drama.

Drama merupakan metafora yang berguna untuk ide Burke dalam tiga alasan bahwa drama menunjukkan ucapan yang besar dan tidak membatasi kalimatnya di mana tujuannya adalah berteori tentang seluruh jajaran dari pengalaman manusia yaitu metafora ini khususnya digunakan untuk menjelaskan hubungan manusia karena didasarkan pada sebuah interaksi atau dialog. Drama cenderung mengikuti tipe yang dapat dikenal atau genre seperti komedi, musikal, melodrama, dan yang lainnya. Burke merasa bahwa struktur dan bahasa yang digunakan mungkin berhubungan dengan drama manusia yang dimainkannya. Barry Brummett (1993: xiv; West & Turner, 2010: 329) mengatakan

bahwa serangkaian kata yang keluar dari pola wacana dalam level yang makro merupakan keseluruhan teks atau wacana. Burke mengatakan bahwa pola yang berulang yang mendasari sebagian teks dapat menjelaskan bagaimana teks-teks tersebut dapat menggerakkan kita. Drama selalu ditujukan kepada penonton. Artinya, drama merupakan retorikal. Burke memandang literatur sebagai peralatan untuk hidup, artinya literatur atau teks berbicara untuk orang yang hidup dengan pengalaman dan masalah dan memberikan orang respon untuk berurusan dengan pengalaman tersebut.

Dalam bukunya *A Rhetoric of Motives* (1950; West & Turner, 2010: 332), Burke berfokus dengan persuasi dan ia menyediakan prinsip tradisi yang diartikulasikan oleh Aristotle. Burke menjaga definisi dari retorika yang menjadi esensi persuasi dan ia menulis cara untuk mempersuasi seseorang di mana persuasi tersebut terjadi. Burke mengusulkan retorika baru (Nichols, 1952: 323; West & Turner, 2010: 332) yang berfokus pada beberapa isu utama. Pada tahun 1952, Marie Nichols mengatakan bahwa dengan mengikuti perbedaan di antara pendekatan Burke dan Aristotle; perbedaan di antara retorika lama dan retorika baru yaitu istilah dari retorika lama adalah *persuasion* dan menekankan pada desain yang disengaja, sedangkan istilah dari retorika baru adalah *identification* dan ini mungkin termasuk faktor yang tidak disadari. Tujuan Burke bukanlah untuk menggantikan konseptualisasi dari Aristotle tetapi untuk melengkapi pendekatan tradisional.

Burke menegaskan bahwa segala sesuatu memiliki *substance*, yang didefinisikan sebagai sifat umum dari sesuatu. Substansi ini dapat mendeskripsikan seseorang dengan daftar dari karakteristik demografi serta informasi latar belakang dan fakta tentang situasi saat ini, seperti bakat dan pendidikan. Burke juga mengatakan bahwa terdapat tumpang tindih antara dua orang dalam substansi ini yaitu *identification*. Semakin terjadinya tumpang tindih maka identifikasi semakin besar. Sebaliknya, semakin kurang tumpang tindih terjadi, maka *division* di antara mereka akan semakin besar. Bagaimanapun, di antara dua orang tidak pernah bisa benar-benar saling tumpang tindih satu sama lain. Burke mengacu proses ini sebagai *consubstantion* yaitu ketika permohonan dilakukan

untuk meningkatkan *identification* di antara orang-orang yang berkomunikasi.

West & Turner (2010: 329) menyatakan bahwa *dramatism* merupakan suatu posisi teoritikal yang mencoba untuk memahami aksi dalam kehidupan manusia sebagai suatu drama. Teori ini dibentuk dan dikembangkan oleh Kenneth Burke, seorang kritikus yang tidak memperoleh gelar sarjana dan secara otodidak mempelajari berbagai bidang, seperti sastra, ekonomi, politik, komunikasi, dan sebagainya. Ia pernah mengajar selama lebih dari 20 tahun di berbagai universitas, seperti Harvard, Princeton, dan Chicago University. Ia tidak menempuh pendidikan formal sebaik para ahli atau teoritikus lainnya.

Griffin (2012: 299), mengutip Burke yang menyatakan bahwa bahasa merupakan suatu strategi manusia untuk merespon situasi tertentu. Burke menyatakan bahwa simbol verbal merupakan tindakan bermakna dari mana motif itu diantarkan. West & Turner (2010: 329) menyatakan bahwa *dramatism* mengkonseptualisasikan hidup sebagai suatu drama. Seperti halnya di dalam suatu drama, setiap adegan di dalam kehidupan manusia penting dalam mengungkapkan motivasi manusia. Drama merupakan metafora yang berguna bagi ide Burke karena tiga alasan, yaitu: drama mengindikasikan cakupan yang luas dan Burke tidak memberikan pernyataan yang terbatas, tujuannya adalah untuk men"teori"kan seluruh pengalaman hidup manusia. Metafora ini juga berguna dalam penggambaran hubungan manusia karena didasarkan oleh interaksi di dalam dialognya. Drama menjadi model dari suatu hubungan dan menjelaskan hubungan tersebut. Drama cenderung mengikuti berbagai tipe atau *genre* yang dapat diterima, yaitu komedi, musikal, melodrama, dan sebagainya. Burke menyatakan bahwa cara kita membentuk dan menggunakan bahasa terkait dengan cara drama manusia ini dimainkan. Drama itu selalu dialamatkan kepada seorang audiens. Drama ini bersifat retorikal di mana Burke memandang literatur sebagai suatu alat dalam kehidupan. Ini berarti bahwa literatur atau teks berbicara dalam pengalaman hidup manusia dan masalahnya dan menyediakan berbagai respon terhadap banyak orang dalam menghadapi pengalaman ini.

## 8.2. Asumsi-asumsi *Dramatism*

Asumsi dramatisme ini menyediakan kepercayaan teoretis. Dalam bab ini telah didiskusikan beberapa isu ontologi yang memberikan perhatian tentang berapa banyak pilihan dan proses kebebasan manusia. Asumsi ini kita buat dari sifat manusia sebagai iman yang menjadi realitas dasar. Pemikiran Kenneth Burke sangat kompleks bahwa hal ini sangat sulit untuk mengurangi satu rangkaian dari asumsi atau ontologi yang khusus, di mana beberapa asumsi ini mengikuti ilustrasi yang sulit untuk melabeli ontologi Burke. Penelitian seperti Brummett (1993; West & Turner, 2010: 330) mengatakan asumsi Burke merupakan ontologi simbolis karena dia menekankan pada bahasa. Menurut Burke (p. xii; West & Turner, 2010: 330), sebagian besar orang melakukan apa yang mereka lakukan, karena sifat tersebut merupakan *symbol systems themselves*. Brummett mempertimbangkan tiga asumsi dari teori dramatisme Burke (West & Turner, 2010: 330-332) yaitu:

1. Asumsi pertama dari Burke yaitu menyadari bahwa sebagian dari apa yang kita lakukan dimotivasi oleh sifat hewan dan sebagian dari apa yang kita lakukan dimotivasi oleh simbol. Ide bahwa manusia merupakan hewan yang menggunakan sebuah simbol ini mewakili apa yang dipikirkan oleh Burke. Brummett (1993: xii; West & Turner, 2010: 331) mengatakan bahwa asumsi ini berada di antara kesadaran terhadap apa yang kita lakukan dimotivasi oleh *animality* dan sebagian lagi oleh *symbolity*. Semua simbol yang digunakan oleh manusia, bahasa merupakan hal yang paling penting.
2. Asumsi kedua (pentingnya bahasa), Burke agak mirip dengan konsep relativitas linguistik yang dikenal sebagai *Sapir-Whorf hypothesis* (Sapir, 1921; Whorf, 1956; West & Turner, 2010: 331). Edward Sapir dan Benjamin Whorf mencatat bahwa hal ini sulit untuk memikirkan tentang konsep atau objek tanpa adanya kata-kata. Oleh karena itu, orang terbatas pada apa yang dapat mereka pahami dalam batasan bahasa mereka. Menurut Burke, bahasa merupakan kehidupan sendiri dan apapun yang kita bisa melihat



dan merasakan hal ini sudah ada dalam bahasa yang diberikan kepada kita dan bahkan diproduksi seperti dengan bahasa (Nelson, 1989: 169; West & Turner, 2010: 331) penjelasan ini merupakan asumsi dari dramatisme.

3. Asumsi ketiga yaitu bahwa manusia merupakan pembuat pilihan. Di mana asumsi kedua ini menyarankan bahwa bahasa dapat memengaruhi orang (Melia, 1989; West & Turner, 2010: 331), tetapi asumsi terakhir ini menurut Burke yaitu behaviorisme harus ditolak karena bertentangan dengan pilihan manusia.

Kenneth Burke melakukan beragam kontribusi dalam bidang komunikasi dengan teori dramatisme. Beberapa peneliti memuji teori Burke karena ternyata dia menjadi murid dari retorik yang sekarang menulis di Amerika (Nichols, 1952: 331; West & Turner, 2010: 332); Kenneth Burke lebih dari seorang pekerja intelektual di ahli industri (Brummett, 1993: xi; West & Turner, 2010: 337) beberapa kritik mengungkapkan bahwa ruang lingkup, imajinasi, wawasan dan kepedulian yang memukau dengan menggunakan simbol dari proses Kenneth Burke (Chesbro, 1993: xii; West & Turner, 2010: 337). Dramatisme telah dikritik karena memiliki ruang lingkup yang terlalu luas. Tujuan dari Burke tidak kurang untuk menjelaskan seluruh pengalaman manusia dengan interaksi simbolik. Hal ini sangat luas dan memiliki tujuan yang sangat ambisius, dan beberapa kritikus mempercayai bahwa teori ini terlalu luas untuk dijadikan suatu hal yang bermakna. Ketika kita membedakan dramatisme ini dengan *Uncertainty Reduction theory*, kita dapat melihat dua ruang lingkup yang sangat luas. URT menjelaskan beberapa waktu dari pertemuan awal antara orang asing, sedangkan dramatisme meliputi seluruh interaksi simbolik di antara seluruh manusia. Apakah kita melihat berbagai tujuan dramatisme sebagai kelemahan dari beberapa subjektif, tetapi dramatisme ini merupakan daya tarik dari ruang lingkup yang besar.

Beberapa kritikus mengeluhkan bahwa teori Burke juga tidak jelas dan tumpul untuk menjadikan teori ini berguna. Dramatisme dipandang sebagai teori yang terlalu rumit dan membingungkan (Foss, Foss, & Trapp, 1991; West & Turner, 2010: 338). Bahkan mengakui bahwa hal ini sangat sulit untuk dibaca. Marie Hochmuth Nichols (p.

330; West & Turner, 2010: 338) menyimpulkan dalam esainya dan menyediakan sanggahan untuk beberapa kritikus yang menyimpulkan bahwa kekompakan tulisannya, keunikan pola organisasinya dan penetrasi pemikirannya dan bahkan keluasan usahanya.

Beberapa peneliti (Condit, 1992; Murray, 2003; West & Turner, 2010: 339) mengamati bahwa dramatisme jatuh pada utilitas. Kritik ini diajukan terutama karena apa yang Burke tinggalkan pada teori ini. Contohnya, Celeste Condit (1992; West & Turner, 2010: 339) mengatakan bahwa teori ini akan lebih berguna jika ia mengalamatkannya pada gender dan budaya. Condit mengamati bahwa walaupun Burke mendukung feminisme, dia mendukung terutama dalam bentuk perempuan penindasan di bawah laki-laki. Dia menuliskan konteks historis di mana Burke menulis bahwa wanita tidak penting. Banyak penulis dari generasi Burke sama sekali mengabaikan perempuan, jadi Burke membuat kontribusi dengan melibatkan wanita secara keseluruhan. Bagaimanapun Condit mengatakan bahwa hari ini telah berubah, di mana tidak pantas untuk memposisikan perempuan di bawah laki-laki. Menurut Condit (1992: 351; West & Turner, 2010: 339), kita seharusnya memperpanjang bahasa kita melampaui dualisme untuk kemanusiaan yang luas dan manusia menemukan cara untuk berbicara bahwa pluralitas manusia ditekankan. Condit juga berpendapat bahwa pendekatan Burke butuh diperluas baik untuk menyertakan perempuan dan berfokus pada satu jenis kelamin dan juga menyarankan bahwa Burke sebaiknya menekankan universal di antara budaya dengan mengorbankan kehususan. Menurut Condit, hal ini khususnya terjadi dalam hal pertentangan Burke dalam *victimage* sebagai pengalaman transkultural yaitu sebuah metode untuk membersihkan rasa bersalah dalam semua kebudayaan.

Beberapa kritikus setuju bahwa dramatisme sangat sukses. Misalnya, pada awalnya dramatisme ini digunakan untuk menganalisis retorika percakapan tetapi sekarang dramatisme telah melebar ke wacana lain yang berfokus di ruang publik seperti editorial, pamflet, dan monograf, buku, dokudrama, radio dan televisi, berita, musik, dan bahkan internet (Hunt, 2003: 378; West & Turner, 2010: 337). Catherine Fox (2002; West & Turner, 2010: 336) menemukan dramatisme menjadi

bingkai yang berguna untuk aplikasi untuk komunikasi profesional, khususnya dalam teknis penulisan dalam organisasi transportasi. Peter Smudde (2004; West & Turner, 2010: 336) menerapkan teori dramatisme ini untuk menjadi praktik dalam *public relations*. Oleh karena itu, terdapat konsensus umum bahwa teori Burke menyediakan kita wawasan imajinatif dan wawasan inovatif dalam motif manusia dan interaksinya. Dramatisme juga menyediakan kita sebuah teori dengan model gambaran besar yang memungkinkan sebuah analisis dari motivasi manusia dan perilaku manusia dan berfokus pada bahasa sebagai sistem simbol yang sangat penting yang membuatnya sangat menarik untuk penelitian komunikasi.

West & Turner (2010: 337), menyatakan bahwa pemikiran Burke dianggap terlalu kompleks untuk dibentuk ke dalam seperangkat asumsi atau ontologi yang spesifik. Brummett (West & Turner, 2010: 337), menyebut asumsi Burke sebagai ontology simbolis karena penekanannya pada bahasa. Berikut ketiga asumsi dari teori Burke bahwa asumsi pertama menunjukkan realisasi Burke bahwa berbagai hal yang kita lakukan dimotivasi oleh sifat manusia sebagai hewan atau makhluk yang menggunakan simbol dan termotivasi oleh simbol tersebut. Contohnya, ketika kita minum, kita memuaskan rasa haus kita dan ketika kita membaca koran dan memikirkan berbagai ide dari bacaan itu kita telah dipengaruhi oleh simbol. Dari semua simbol yang digunakan manusia, bahasa dianggap yang paling penting oleh Burke.

Burke sependapat dengan hipotesis Sapir-Whorf yang menyatakan betapa sulitnya untuk memikirkan suatu konsep atau objek tanpa adanya kata yang terbentuk untuk mereka. Jadi, manusia dibatasi oleh batasan tertentu terhadap apa yang dapat mereka pahami oleh batasan bahasa mereka. Ketika orang menggunakan bahasa, mereka juga digunakan oleh bahasa tersebut. Ketika bahasa dalam suatu budaya tidak memiliki simbol untuk motif tertentu, maka pembicara dalam budaya tersebut tidak akan memiliki motif tersebut. Burke menyatakan bahwa kata-kata, pemikiran, dan aksi mempunyai hubungan yang sangat erat satu sama lain. Kata-kata berperan sebagai layar terministik yang membawa kita kepada ketidak-mampuan yang terlatih (*trained incapacities*), makna yang tidak dapat dilihat manusia lewat kata-katanya

membawa mereka kepada suatu keyakinan. Layar terministik membuat kita menyeleksi dan membuang beberapa makna dan memasukkan makna yang lainnya. Bagi Burke, bahasa mempunyai kehidupan sendiri dan berbagai hal yang dapat kita lihat atau rasakan sudah ada di dalam bahasa, diberikan oleh bahasa, dan diproduksi oleh kita sebagai bahasa.

West & Turner (2010: 332) menyatakan bahwa Burke fokus terhadap persuasi yang telah diperkenalkan sebelumnya oleh Aristotle. Ia mempertahankan definisi awal retorika sebagai suatu seni dan mengeksplorasi cara-cara melakukan persuasi tersebut. Dengan kata lain, ia menawarkan retorika baru. Burke fokus pada beberapa isu penting, yang paling penting adalah isu identifikasi. Marie Nichols (West & Turner, 2010: 332) membedakan retorika lama dan baru berdasarkan istilah kunci yang digunakan oleh keduanya. Retorika lama menggunakan istilah persuasi yang menekankan pada desain deliberatifnya, sedangkan retorika baru menggunakan istilah identifikasi yang menekankan pada faktor yang tidak disadari namun ada. Burke tidak menggantikan retorika lama, melainkan menambahkan atau melengkapinya.

Griffin (2012: 300) menyatakan bahwa persuasi dapat terjadi jika pembicara dapat mengidentifikasi khalayaknya. Identifikasi merupakan *common ground* yang disadari ada di antara pembicara dan audiens, seperti karakteristik fisik, *talents*, pekerjaan, pengalaman, kepribadian, kepercayaan, dan perilaku (*consubstantiation*). Para *behavioural scientist* menyebutkan kesamaan ini dengan istilah *homophily*. Di dalam West & Turner (2010: 329), Burke menyatakan bahwa semua hal memiliki substansi (sifat umum dari sesuatu). Substansi seseorang dapat digambarkan lewat karakteristik demografi sebagaimana latar belakang informasi dan fakta dari situasi masa sekarang, misalnya talenta dan pekerjaan. Burke menyatakan bahwa ketika ada substansi sama yang dimiliki dua orang, mereka memiliki identifikasi. Semakin banyak tumpang tindih yang ada maka akan semakin besar identifikasinya. Dan semakin kecil tumpang tindihnya maka akan semakin besar divisi/pemisahan yang ada di antara mereka. Bagaimanapun, tidak akan ada dua orang yang benar-benar saling tumpang tindih satu sama lain. Burke menyadari hal ini dan menyatakannya sebagai ambiguitas dari substansi yang diidentifikasi akan selalu berakhir dengan kesatuan dan

divisi. Individu-individu akan bersatu dalam substansi hal tertentu, namun pada waktu yang sama, keduanya juga unik di mana keduanya saling “disatukan dan dipisahkan”. Burke menyatakan bahwa retorika dibutuhkan sebagai jembatan di antara divisi-divisi dan membentuk kesatuan. Proses ini disebut Burke sebagai *consubstantiation*. *Consubstantiation* dilakukan untuk meningkatkan tumpang tindih di antara manusia. Griffin (2012: 300) menambahkan bahwa seorang komunikator yang efektif adalah ia yang mampu menunjukkan *cosubstantiation* kepada khalayak lewat kata-kata yang diucapkannya tentang persamaan di antara mereka. Tanpa adanya identifikasi, tidak akan terjadi persuasi.

Asumsi menyediakan pemahaman tentang kepercayaan teori. Pemikiran Kenneth Burke sangat kompleks sehingga sulit untuk dikurangi menjadi satu set asumsi atau ontologi spesifik. Peneliti seperti Brummett (1993; West & Turner, 2010: 337) telah menyebut asumsi Burke dengan sebutan *symbolic ontology* karena penekanannya terhadap bahasa. Komentar Brummett menggambarkan lebih dulu mengenai tiga asumsi dari teori dramatism Burke, yaitu manusia adalah hewan yang menggunakan simbol, bahasa dan simbol membentuk suatu sistem penting yang kritis bagi manusia, dan manusia adalah pembuat pilihan.

Asumsi pertama berbicara tentang realisasi Burke bahwa beberapa hal yang kita lakukan dimotivasi oleh sifat hewan kita dan beberapa hal yang kita lakukan dimotivasi oleh simbol. Asumsi kedua (*the critical importance of language*), posisi Burke serupa dengan konsep relativitas linguistik yang dikenal dengan hipotesis Sapir-Whorf. Edward Sapir dan Benjamin Whorf mencatat bahwa sulit untuk berpikir tentang konsep atau objek tanpa ada kata kata untuk menggambarkannya. Oleh karena itu, pemahaman orang-orang terbatas karena adanya keterbatasan bahasa.

Burke menegaskan bahwa kata-kata, pikiran, dan tindakan memiliki hubungan yang sangat dekat satu sama lainnya. Ekspresi Burke tentang ini adalah bahwa kata-kata bertindak sebagai “*terministic screens*” yang mengarah kepada “*trained incapacities*”, yang berarti bahwa orang-orang tidak dapat melihat sesuatu di luar kata-kata yang

mengarahkan mereka untuk mempercayai suatu hal. Asumsi kedua menyatakan bahwa bahasa menggunakan suatu pengaruh tertentu bagi manusia (Melia, 1989; West & Turner, 2010: 331), namun asumsi akhir menyatakan bahwa manusia adalah pembuat pilihan. Burke terus-menerus menyatakan bahwa seharusnya tingkah laku ditolak karena berlawanan dengan pilihan manusia.

### 8.3. Identifikasi

Bagaimanapun, Burke adalah penggemar dari retorika Aristotle, Burke lebih sedikit berkonsentrasi dengan *enthymeme* dan contoh dibandingkan dengan dia berada dengan seorang *speaker* dengan keseluruhan kemampuannya untuk berkenalan dengan audiensnya. *Identification* adalah dasar utama yang ada antara *speaker*/pembicara dan audiensnya. Burke menggunakan kata *substance* sebagai sebuah istilah payung untuk mendeskripsikan ciri-ciri fisik, bakat, pekerjaan, pengalaman, kepribadian, kepercayaan, dan perilaku. Semakin *overlap* (tumpang tindah) antara substansi dari pembicara atau pembicara dan substansi dari pendengar, maka identifikasi akan semakin besar. Ilmuwan behavioral telah menggunakan istilah *homophily* untuk mendeskripsikan kesamaan yang terlihat antara *speaker* atau pembicara dan pendengarnya, namun Burke lebih menyukai bahasa religius untuk jargon *scientific*. Meminjam deskripsi dari Martin Luther mengenai apa yang terjadi pada komunikasi, Burke menyatakan indentifikasi itu berifat *consubstantiation* (Griffin, 2012: 300).

Rasa keinginan untuk bergabung audiens melalui gaya sama halnya dengan melalui konten. Burke mengatakan bahwa komunikator yang efektif dapat melihat *consubstantiality* dengan memberikan tanda pada bahasa dan menyampaikan bahwa properti mereka sama seperti yang lainnya. Burke menyatakan bahwa identifikasi bekerja melalui dua cara. Adaptasi audiens tidak hanya memberikan *evangelist* suatu kesempatan untuk menguasai audiens, dan itu juga membantu para pemuka agama untuk menyesuaikan diri ke dalam budaya *mainstream*. Tetapi identifikasi dalam arah berbeda tidak akan pernah komplit. Tanpa beberapa jenis *division* di tempat pertama, maka tidak akan ada

kebutuhan untuk identifikasi. Audiens merasakan suatu ketertarikan bersama melalui gaya sama halnya dengan melalui konten/isi. Burke mengatakan bahwa komunikator yang efektif dapat memperlihatkan *consubstantiality* dengan memberikan simbol dalam bahasa dan menyampaikan perangkat sama dengan yang lainnya.

Walaupun Burke merupakan pengagum dari *rhetoric* Aristotle, ia kurang peduli dengan *enthymeme* dan contoh daripada dengan kemampuan pembicara secara keseluruhan untuk mengidentifikasi audiens. *Identification* merupakan kesamaan antara pembicara dan audiens. Burke menggunakan kata *substance* sebagai istilah umum untuk mendeskripsikan karakter fisik seseorang, talenta, pekerjaan, pengalaman, personalitas, kepercayaan, dan sikap. Semakin banyak tumpang tindih antara substansi pembicara dan substansi penonton, semakin besar identifikasi. Meskipun para ilmuwan sosial menggunakan istilah *homophily* untuk mendeskripsikan kesamaan persepsi antara pembicara dan pendengar, tetapi Burke menyukai sindiran agama dan deskripsi dari Martin Luther, Burke menyebutkan bahwa identifikasi merupakan *consubstantiation*.

Burke mengatakan bahwa komunikator yang efektif yaitu komunikator yang dapat menunjukkan konsubstansi dengan memberikan tanda bahasa dan penyampaian yang sama. Identifikasi didirikan melalui gaya dan konten dan mengalir di antara dua arah yaitu adaptasi pembicara dan penonton yang tidak hanya memberikan kesempatan untuk memengaruhi penonton, tetapi juga harus sesuai ke dalam arus utama budaya. Sebuah identifikasi tidak pernah lengkap, di mana divisi ini merupakan bagian dari eksistensi manusia, sehingga tanpa adanya identifikasi sebuah perusasi tidak akan terjadi.

#### **8.4. *Dramatistic Pentad***

Burke mengatakan bahwa *dramatistic pentad* merupakan alat untuk menganalisis bagaimana pembicara mencoba untuk membujuk penonton untuk menerima suatu pandangan sebagai realitas yang benar. Menurut Burke pentad bahwa *the five-pronged method* merupakan cara yang singkat dan cara yang langsung untuk mengkritik lima

elemen dalam drama manusia yaitu: *act*, *scence*, *agent*, *agency*, dan *purpose* (Griffin, 2012: 301). Burke mempercayai bahwa sebuah pilihan dari suatu label sebaiknya sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh pembicara. Burke menyarankan sebuah analisis konten yang dapat mengidentifikasi istilah mereka atas dasar evaluasi yang ada. Pembicara dengan *god term* merupakan kata pembicara yang menggunakan semua kata-kata positif di mana mereka patuh dengan kata tersebut. *Devil team* merupakan kata-kata pembicara yang meringkas semua kata yang dianggap sebagai hal yang buruk atau salah.

Berdasarkan pada *Sapir-Whorf hypothesis* pada *socio-cultural tradition*, Burke (Griffin, 2012: 301) menganalisis kata-kata *teministic screens* yang dapat menginterpretasikan kehidupan drama. Pentad menawarkan sebuah cara untuk menentukan mengapa pembicara memilih strategi retorika untuk mengidentifikasi audiens. *Act* yaitu sebuah tindakan terhadap apa yang terjadi di pikiran atau perbuatan, di mana tindakan ini ditekankan oleh para pembicara untuk menunjukkan komitmen yang realisme. *Scene* merupakan latar belakang dari tindakan tersebut, di mana situasi itu terjadi, di mana adegan ini digunakan oleh pembicara untuk meremehkan kehendak yang bebas dan mencerminkan sikap yang situasional determinisme. *Agent* yaitu seseorang yang melakukan tindakan tersebut, di mana *agent* ini digunakan oleh para pembicara untuk konsisten dengan idealisme. *Agency* merupakan sarana atau instrumen yang digunakan untuk melakukan tindakan tersebut, di mana *agency* ini digunakan oleh para pembicara dengan menekankan pada pola pikir yang pragmatisme. *Purpose* merupakan tujuan yang tersirat dalam tindakan tersebut, di mana tujuan ini ditekankan oleh para pembicara untuk menunjukkan keprihatinan pada mistisisme.

Burke melihat persuasi sebagai usaha komunikator untuk mendapatkan audiens untuk menerima pandangan mereka tentang realitas sebagai suatu kebenaran. *The dramatic pentad* merupakan sebuah alat untuk menganalisa bagaimana seorang *speaker* berusaha untuk memengaruhi bagaimana audiens melihat realitas dengan menggunakan lima elemen kunci dari drama manusia—seperti *act*, *scene*, *agent*, *agency*, dan *purpose*. Walaupun Burke adalah seorang pendukung



kreatifitas, dia percaya bahwa pilihan kritik tentang label seharusnya dipaksakan oleh bahasa yang dipilih oleh *speaker* atau pembicara. Burke merekomendasikan suatu analisa konten yang mengidentifikasi istilah kunci dalam intensitas dasar penilaian mereka. *God term speaker* adalah kata-kata yang digunakan *speaker* di mana kata-kata yang bersifat positif dapat berguna. *Devil term* adalah kata-kata yang digunakan *speaker* yang menjumlahkan semua hal yang terlihat buruk, salah, atau jahat. Konsisten dengan *Sapir-Whorf hypothesis* yang dideskripsikan dalam tradisi *socio-cultural*, analisa Burke melihat kata-kata sebagai *terministic screens* yang mendikte interpretasi mengenai drama kehidupan.

Burke mengilustrasikan pentingnya bahasa dengan memberikan gambaran suatu paralel pentad dengan pentad pengganti:

**Tabel 2. Dramatistic Pentad**

<i>act</i>	<i>scene</i>	<i>Agent</i>	<i>agency</i>	<i>purpose</i>
<i>response</i>	<i>Situation</i>	<i>Subject</i>	<i>stimulus</i>	<i>target</i>

Sumber: Griffin, 2012: 301.

Dia menyatakan bahwa *dramatistic pentad* mengasumsikan sebuah dunia dengan tindakan yang disengaja, di mana istilah ilmiah pada dasarnya mendeskripsikan gerakan tanpa kesengajaan atau tujuan. *Dramatistic pentad* seolah-olah mirip dengan praktik jurnalisme standar tentang *who, what, where, when, why, dan how* dalam paragraph pembuka suatu cerita. Karena Burke melihat dirinya sebagai seorang juru bahasa, bukan sebagai seorang *reporter*, dia tidak hanya melabelkan kelima kategori. Dengan mengevaluasi rasio dari kepentingan antara pasangan individu (*scene, agency, agent, act*), kritik dapat menentukan elemen mana yang menyediakan petunjuk terbaik terhadap motif pembicara atau *speaker*.

Griffin (2012: 300) menyatakan bahwa Burke menganggap persuasi sebagai suatu upaya komunikator untuk memperoleh penerimaan dari audiens terhadap pandangannya tentang realitas sebagai suatu kebenaran. Pentad merupakan alat untuk menganalisa

bagaimana pembicara mencoba untuk melakukan hal tersebut. Meskipun Burke menganjurkan kreativitas, ia meyakini bahwa pilihan pelabelan para kritikus itu dibuat berdasarkan bahasa yang dipilih oleh pembicara. Burke merekomendasikan konten analisis. *God term* merupakan kata-kata yang baik dan positif yang digunakan oleh pembicara. Ketika kritikus menemukan *god term*, mereka harus menghindari definisi kamus sebagai cara untuk mendeterminasikan makna sebenarnya. *God term* itu akan dipahami lewat sekelompok kata-kata lain yang menyertainya. Sedangkan *devil term* merupakan kata-kata yang digunakan pembicara yang merangkumkan semua hal sebagai sesuatu yang buruk.

Metode ini dinamakan pentad karena mengandung lima poin penganalisaan suatu teks simbolik. *Pentad* membantu mendeterminasikan mengapa seorang pembicara memilih strategi retorika tertentu untuk pengidentifikasian audiens. Namun di abad 20, Burke menambahkan satu poin lagi. Berikut poin-poin *pentad*:

1. *Act* : apa yang dilakukan oleh seseorang.
2. *Scene*: konteks yang melingkupi tindakan.
3. *Agent*: orang yang melakukan tindakan.
4. *Agency*: cara-cara yang digunakan agen untuk menyelesaikan tindakan.
5. *Purpose*: tujuan yang dimiliki *agent* di dalam benaknya dalam melakukan aksi tersebut.
6. *Attitude*: cara atau sikap di mana *agent* memposisikan dirinya secara relatif terhadap orang lain.

Pentad ini menawarkan cara untuk menentukan mengapa *speaker* memilih suatu strategi retorika yang diberikan untuk berkenalan dengan audiens. Ketika suatu pesan menekankan satu elemen dari keempat elemen lainnya, maka akan memperlihatkan filosofi dan pandangan dari *speaker* tersebut. *Act* suatu pelabelan kritik terhadap tindakan mengilustrasikan mengenai apa yang telah dilakukan. *Scene* memberikan konteks di mana dan kapan suatu tindakan dilakukan. *Agent* adalah seseorang atau orang-orang yang melakukan suatu tindakan. Beberapa pesan diisi oleh referensi diri sendiri, pikiran,

semangat, dan tanggung jawab pribadi. *Agency* adalah suatu agensi atau badan yang digunakan untuk melakukan sesuatu. *Purpose* maksud atau tujuan *speaker* adalah untuk menyatakan atau mengimplikasikan tujuan yang dimaksudkan. Sebagai perluasan diskusi, *purpose* atau maksud dalam pesan memperlihatkan keinginan kuat dari pembicara untuk menyatukan makna, sebagai konsentrasi utama dalam filsafat. Burke bingung dengan penggunaan istilah *purpose* dan *motivation*. Apakah konsentrasi terhadap *purpose* dibedakan dengan konsentrasi terhadap *motivation*? Mungkin perbedaan ini berada di antara tujuan lokal dan arah dari keseluruhan kegiatan manusia.

Ketika menggunakan *pentad* dalam menganalisa interaksi simbolik, analisis harus terlebih dahulu mendeterminasikan semua elemen pentad dan mengidentifikasi apa yang terjadi pada aksi tertentu. Setelah melabeli setiap elemen pentad, analisis harus menguji rasio dramatik yang merupakan proporsi suatu elemen dibandingkan dengan elemen lain. Misalnya, kita menarik dua elemen lalu melihat elemen mana di antara keduanya yang lebih dominan. Contoh, kita melihat mengapa *agent* yang baik melakukan aksi yang buruk. Steven Hunt menyebutkan bahwa rasio dramatik merupakan efek interaksi di antara dua atau lebih elemen dan menyatakan bahwa pengamatan terhadap interaksi ini merupakan salah satu kriteria untuk menilai kelayakan dari kritisi retorika tersebut.

Griffin (2012: 304) menyatakan bahwa banyak kritikus retorika yang mengadopsi teknik Burke dalam mengkritisi literatur untuk menginformasikan pemahaman mereka akan kejadian tertentu yang dilakukan di hadapan publik. Salah satunya dalam *speech* Malcolm X, *The Ballot or The Bullet*. Kenneth Burke membantu mengungkapkan kekuatan dari *The Ballot or The Bullet*. Malcolm menggambarkan Amerika sebagai negara yang menjanjikan kesamaan, martabat, dan kebebasan warga negara, namun Afrika-Amerika tidak pernah menerima hak asasinya.

Judul *speech* itu mengarah kepada *agency* di mana *agent*, yaitu Afrika-Amerika dapat bertindak (*act*) untuk mencapai tujuan (*purpose*) kesamaan, martabat, dan kebebasan. Malcolm menempatkan audiensnya di dalam konteks besar sejarah Amerika dan perjuangan

internasional akan hak asasi. Ini merupakan *scene* yang memotivasi pesan militan tersebut. Orang Amerika yang memperbudak dan menindas orang Afrika tersebutlah yang merasakan *guilt* secara kolektif. Lewat *victimage*, kaum kulit putih dan masyarakatnya menjadi kambing hitam/*scapegoat* yang harus dikorbankan bagi *redemption* (penebusan) kaum hitam. "*Black nationalism*" merupakan contoh *god term* yang menekankan semangat pergerakan. Namun *White man* merupakan *devil term* yang melambangkan semua orang yang menentang kesamaan, martabat, dan kebebasan bagi semua.

Teori ini dapat digolongkan ke dalam tradisi retorika, semiotika, dan kritikal dengan konteks publik/retorika dan pendekatan interpretif. Teori ini mendapat kritik dari segi cakupan, *parsimony*, kegunaan, dan *heurism*. Teori ini dianggap terlalu luas cakupannya. Burke bertujuan untuk menjelaskan pengalaman manusia terhadap interaksi simbolik. Tujuan ini dianggap terlalu luas dan ambigu sehingga menjadi sulit untuk dimaknai. Jika dibandingkan dengan teori pengurangan ketidakpastian, URT hanya berupaya untuk melihat berapa lama pertemuan pertama saja, sedangkan *dramatism* tampak berusaha membahas semua interaksi simbolik manusia. Beberapa kritik menyatakan bahwa teori ini terlalu tidak jelas dan sulit untuk dipahami agar menjadi berguna. Para pendukungnya pun menyatakan bahwa teori ini sulit dipahami. Nicols (West & Turner, 2010: 339) menyatakan bahwa kosakata yang Burke gunakan terlalu sulit dan sering merupakan konteks yang baru. Teori ini juga memiliki kekurangan dari segi kegunaan.

Celeste Condit (West & Turner, 2010: 339) menyatakan bahwa teori ini akan lebih berguna jika membahas tentang gender atau budaya secara lebih mendalam. Konteks sejarah saat teori ini dipopulerkan, masyarakat memang sedang sangat tidak menghargai wanita. Condit menyatakan bahwa Burke seharusnya membahas budaya secara lebih universal mengingat *victimage* merupakan pengalaman lintas budaya. Condit tidak menyangkal kegunaan teori ini, namun ia menyatakan bahwa akan lebih berguna lagi jika ia mengalami perluasan. Teori ini dinyatakan sangat sukses di dalam segi ini. Ia dimanfaatkan bukan hanya di dalam *speech*, namun juga pada wacana lainnya, seperti editorial, pamphlet, buku-buku, radio, dan bahkan internet. Banyak yang sepakat bahwa teori Burke ini memberikan kita pikiran baru yang

imajinatif dan inovatif tentang motif dan interaksi manusia. Fokusnya terhadap bahasa pun memberikan pandangan baru terhadap umat manusia.

Sebagai tambahan untuk merancang teori dramtisme ini, Burke (1945; West & Turner, 2010: 335) menciptakan sebuah metode untuk menerapkan teorinya untuk memahami aktifitas simbolis. Burke menyebutnya sebagai *pentad* karena terdiri dari lima poin untuk menganalisis teks simbolis seperti pidato atau serangkaian artikel tentang Martha Stewart, misalnya. *Pentad* ini mungkin dapat membantu untuk menentukan mengapa pembicara memiliki strategi retorik tertentu untuk mengidentifikasi audiens. Lima poin ini yaitu *the act* yaitu salah satu cabang dari *pentad* yang dilakukan oleh orang, *the scense* yaitu salah satu cabang dari *pentad* yang merupakan konteks dari sebuah tindakan, *the agent* yaitu salah satu cabang dari *pentad* di mana seseorang melakukan sebuah tindakan, *agency* yaitu salah satu cabang dari *pentad* yang merupakan arti yang digunakan untuk melakukan sebuah tindakan, *purpose* yaitu salah satu cabang dari *pentad* yang merupakan tujuan agen untuk bertindak. *Attitude* mengacu pada cara di mana posisi seseorang aktor dibandingkan dengan orang lain. Setelah melabeli titik-titik dari *pentad* dan sepenuhnya memberikan penjelasan dari masing-masing titik itu, maka kemudian analisis selanjutnya memeriksa *dramatistic ratio* atau proporsi satu elemen dari relatif *pentad* untuk elemen lainnya. *Dramatistic ratio* menyarankan sesuatu tentang sudut pandang dan strategi retorik (Meisenbach, Remke, Buzzanell, & Liu, 2008; West & Turner, 2010: 337). Steven Hunt (p. 379; West & Turner, 2010: 337) menyebut *dramatistic ratios* sebagai upaya interaksi dua atau lebih elemen dan ia berpendapat bahwa mengamati interaksi ini merupakan salah satu kriteria yang digunakan untuk menilai dari masing-masing kritik retorik.

## 8.5. Siklus *Guilt-Redemption*

Tujuan langsung dari *speech* mungkin beragam tergantung *scene* atau *agent* tetapi Burke yakin bahwa motivasi utama dari seluruh retorika adalah untuk menyingkirkan diri kita dari rasa bersalah

(Griffin, 2012: 302-304). *Guilt* mencakup semua istilah seperti mencakup bentuk *tension, anxiety, embarrassment, shame, disgust*, dan perasaan tidak menyenangkan yang dia percaya sangat berpengaruh terhadap kondisi manusia. Seperti kebanyakan penulis generasi awal, Burke menggunakan kata *man* untuk menunjuk laki-laki dan perempuan.

Burke memulai dengan mengenali sifat hewan kita, tetapi seperti Mead dia menekankan keunikan kemampuan manusia untuk menciptakan, menggunakan, dan menyalah-gunakan bahasa. Dengan menulis "*inventor of the negative*," Burke mengklaim bahwa hanya melalui bahasa yang dibuat manusia di mana kemungkinan pilihan dilakukan oleh manusia. Frase "*separated from his natural condition by instruments of his own making*" memantulkan deskripsi tradisional mengenai manusia sebagai *tool-using animal*.

Burke menulis tentang hierarki, birokrasi, dan sistem tatanan lainnya yang mengurutkan bagaimana sebaiknya manusia mengamati aturan negatif dalam masyarakat. Frase final yaitu "*rotten with perfection*" merupakan sebuah contoh dari apa yang dikatakan Burke sebagai *perspective by incongruity*. Orang-orang yang menolak atau tidak pernah memiliki komitmen religius mungkin tidak sabar dengan penggunaan istilah teologikal yang terus-menerus digunakan Burke. Secara mengejutkan, dia tidak membuat klaim menjadi seorang manusia beriman atau meminta pembacanya untuk percaya kepada Tuhan. Apakah kita menerima doktrin kristian tentang dosa manusia dan *divine redemption* (penebusan dosa), Burke mengklaim bahwa terminologi sosial suci dari hubungan manusia tidak dapat lebih baik dari rumus teologikal yang masih mengambang. Burke mengatakan bahwa pembicara memiliki dua pilihan. Opsi pertama adalah untuk menyingkirkan rasa bersalah melalui penyalahan diri sendiri. Dia mendeskripsikan teologi sebagai *mortification, rite* membutuhkan pengakuan dosa dan permintaan maaf.

*Victimage* adalah proses menunjuk seorang musuh eksternal sebagai sumber dari seluruh kesulitan yang ada (Griffin, 2012: 304). Burke bukan merupakan pendukung *redemption* melalui *victimization*, tetapi ia mengatakan bahwa ia tidak dapat mengabaikan pola sejarah

dari kesatuan orang-orang untuk melawan musuh bersama. Griffin (2012: 304) menyatakan bahwa tujuan dari suatu *speech* bergantung pada *scene* atau *agent* yang melakukannya, namun Burke meyakini bahwa motivasi utama dari semua retorika adalah untuk membersihkan diri kita tentang apa yang ada sekarang, semua bentuk *guilt*. *Guilt* meliputi semua perasaan tegang, cemas, malu, muak, dan berbagai perasaan yang dapat memunculkan bahasa yang berada di dalam kondisi manusia. Burke mengakui sifat manusia, namun ia menekankan bahwa manusia memiliki keunikan yaitu kemampuan untuk menciptakan, menggunakan, dan menyalah-gunakan bahasa. Bahasa manusia itu memberikan kemungkinan untuk melakukan pemilihan. Tanpa manusia, tidak akan ada perintah negatif dan larangan. Hanya manusia yang memungkinkan dunia untuk mulai beraksi simbolik dan menyatakan penolakan. Tidak peduli setinggi apapun jabatan, posisi anda di dalam birokrasi, hirarkial, dan sistem, anda akan tetap merasakan bahwa anda tidak melakukan sesuatu yang benar.

West & Turner (2010: 332-335) menyatakan bahwa *consubstantiativity* atau isu identifikasi dan substansi terkait dengan siklus *guilt/redemption* karena *guilt* dapat dihilangkan sebagai hasil dari identifikasi dan divisi/pemisahan. *Guilt* merupakan motif utama bagi semua aktivitas simbolik. Karena kita akan secara terus menerus merasakannya dan terus-menerus berusaha untuk mengurangi hal tersebut. Proses merasakan perasaan bersalah dan upaya pengurangannya dibentuk Burke dalam suatu siklus sehingga dapat diprediksi, yaitu:

1. *Order*/hirarki: Burke menyatakan bahwa masyarakat ada di dalam bentuk *order* atau hirarki yang diciptakan lewat kemampuan kita menggunakan bahasa. Bahasa memampukan kita untuk menciptakan lebih banyak kategori yang kaya dan *powerful*. Kategori ini membentuk hirarki sosial. Kita sering melakukan *guilt* karena keberadaan atau posisi kita di dalam hirarki tersebut. Jika kita merupakan orang yang lebih kaya, maka kita akan merasa lebih *powerful* daripada yang tidak punya. Ini akan menimbulkan perasaan bersalah dalam diri kita.

2. Negatif: muncul ketika orang melihat posisi mereka di dalam tatanan sosial dan mencoba untuk menolaknya. Penolakan terhadap tatanan sosial yang berlaku merupakan bukti dari fungsi kemampuan bahasa kita dan bukti bahwa manusia merupakan pembuat pilihan. Kita selalu melakukan *guilt* karena adanya perbedaan antara kenyataan yang sesungguhnya dengan kesempurnaan yang kita bayangkan.
3. *Victimage*: pengorbanan itu merupakan cara di mana kita berupaya untuk memurnikan perasaan bersalah yang kita rasakan sebagai manusia. Ada dua tipe pengorbanan, yaitu:
  - *Mortification*: ketika kita meminta maaf atas kesalahan kita dan menyalahkan diri kita sendiri.
  - *Scapegoating*: Griffin mengartikannya sebagai proses menyebutkan lawan eksternal sebagai sumber dari kesalahan pribadi.
4. *Redemption*: ini merupakan langkah terakhir yang meliputi penolakan dan kembali ke tatanan baru setelah *guilt* tersebut telah dimurnikan. Kunci dari tahapan ini adalah fakta yang menyatakan bahwa *guilt* hanya dihilangkan secara sementara melalui *redemption* atau metode lainnya. Saat tatanan atau hirarki dibangun kembali, *guilt* akan kembali muncul.

Tujuan dari *speech* sangat sesuai dengan sebuah *science* atau *agent*, tetapi Burke meyakini bahwa motivasi dari semua retorika merupakan perbaikan untuk diri kita dari semua kesalahan yang kita perbuat. *Guilt* mencakup semua istilah yang menutup setiap *tension*, *anxiety*, *embarrassment*, *shame*, *disgust*, dan perasaan berbahaya lainnya yang diyakini kondisi manusia. Burke mengatakan bahwa rasa bersalah diciptakan melalui interaksi simbolik dan juga masalah yang timbul ini diciptakan dari adanya penemuan baru terhadap teknologi. Burke juga mencatat bahwa hirarki, birokrasi dan sistem yang lainnya merupakan peringkat bagaimana seseorang mengamati aturan masyarakat yang negatif. Pada akhirnya, retorika merupakan “kambing hitam” untuk pencarian publik yang sempurna.

Burke (West & Turner, 2010: 333) mengklaim bahwa terminologi murni sosial dari hubungan manusia tidak dapat berbuat lebih baik



untuk membawa formula teologis ke arah yang lebih akurat dan ringkas. Ia mengatakan bahwa formula teologi ini merupakan bidang yang disempurnakan untuk bahasa dan ia mendesak kritik sosial untuk melihat retorika sebagai pola dari *redemption* melalui *victimage*. Burke mengatakan bahwa pembicara memiliki dua pilihan. Pilihan pertama yaitu *purge guilt* melalui *self-blame*, yang mendeskripsikan teologi sebagai *mortification*, di mana seseorang membutuhkan pengakuan dosa dan permohonan maaf. Menurut Burke bahwa seseorang itu lebih mudah untuk menyalahkan orang lain daripada mengakui kesalahan sendiri. Dan pilihan kedua yaitu *victimage*, merupakan proses penamaan musuh eksternal sebagai sumber dari segala penyakit pribadi dan penyakit publik.

Konsubstansialitas atau isu dari identifikasi dan substansi berhubungan dengan rasa bersalah atau siklus *redemption* karena rasa bersalah dapat meredakan sebagian hasil dari identifikasi dan divisi. Menurut Burke (West & Turner, 2010: 333), proses dari rasa bersalah dan *redemption* melandasi seluruh konsep dari simbolis. *Guilt* merupakan motif pusat dari semua kegiatan simbolik. Inti dari teori Burke ini merupakan gagasan bahwa rasa bersalah merupakan intrinsik untuk kondisi manusia. Karena, kita secara terus-menerus merasa bersalah, maka kita juga secara terus-menerus terikat dalam usaha kita untuk membersihkan diri kita sendiri dari rasa bersalah. Proses ini meliputi empat langkah yaitu *order hierarchy*, Burke menyarankan bahwa masyarakat yang ada merupakan bentuk dari *order hierarchy*, di mana diciptakan melalui kemampuan kita untuk menggunakan bahasa. Bahasa memungkinkan kita untuk menciptakan kategori seperti si miskin dan si kaya. *The negative* terjadi ketika seseorang melihat sebuah tempat dalam tatanan sosial dan berusaha untuk menolaknya. *Victimage* merupakan cara yang mencoba untuk membersihkan rasa bersalah yang kita rasakan sebagai bagian dari kondisi manusia. Terdapat dua tipe dasar dari *victimage* atau dua metode untuk membersihkan kesalahan kita, yaitu *mortification* yaitu ketika kita memohon maaf atas kesalahan dan menyalahkan diri kita sendiri, kita juga terlibat dalam *mortification*. Dan yang kedua yaitu *scapegoating* yaitu kesalahan yang ditempatkan pada beberapa *sacrificial vessel*. Dengan mengorbankan *scapegoating*.

*Redemption* merupakan langkah terakhir di mana melibatkan penolakan yang tidak jelas dan kembali ke tatanan baru setelah rasa bersalah sudah dibersihkan sementara.

Banyak retorika mengkritik komunikasi yang diadopsi dari Burke untuk menginformasikan pemahaman mereka dari peristiwa yang dialamatkan pada masyarakat khusus. Ken Chase mahasiswa Wheaton dan Glen McClish (Griffin, 2012: 304) mahasiswa San Diego menganalisis teori yang dikemukakan oleh Burkean dengan *Malcolm X* yaitu "*The Ballot or the Bullet*". Di mana kritiknya ini diikuti dengan hasil yang didapatkan dari kedua mahasiswa tersebut. *Malcolm X's The Ballot or the Bullet* merupakan pidato yang menyerukan orang kulit hitam untuk mendapatkan hak sipil untuk memilih. Sehingga dalam hal ini *The Ballot or the Bullet* memberikan pilihan bagi para pembaca atau penonton untuk menggunakan *ballot* (yaitu dengan menggunakan kekerasan) atau dengan menggunakan *bullet* (yaitu dengan menggunakan demokrasi yang tersedia bagi mereka) untuk menyelesaikan kasus ini.

Kenneth Burke merupakan retorika yang paling terkemuka di abad kedua puluh. Burke menulis tentang retorika, dan retorika yang lain menulis tentang Burke. Tetapi teori yang dikemukakan oleh Burke ini sering membingungkan dan tidak jelas, karena Burke menggunakan beberapa kosakata dan bahasa kiasan sastra yang berlebihan. *Dramatistic pentad* merupakan fitur yang paling populer dari pendekatan Burke, karena dalam pendekatan ini memiliki lima alat yang digunakan untuk menganalisis interaksi manusia. Dan, dari prinsip-prinsip motivasi yang dikemukakan oleh Burke, *redemption* merupakan hal yang paling kontroversial, karena dalam prinsip ini banyak ditemukan citra agama yang bermasalah dan asumsi yang mendasari *redemption* tersebut masih perlu dipertanyakan.

Sering berpasangan dengan Martin Luther King, Jr, Malcolm X merupakan satu dari pembicara hak asasi yang paling berpengaruh pada tahun 1960-an (Griffin, 2012: 304). Retorika Malcolm, bagaimanapun lebih keras, marah, dan bagi kebanyakan Afrika-Amerika, semakin realistis dibandingkan dengan idealisme dari King's "I

Have a Dream.” Malcom menyampaikan pidato terkenalnya yang berjudul “The Ballot or the Bullet.” Dengan melihat retorika publik sebagai usaha untuk membangun suatu tatanan sosial tertentu, Kenneth Burke membantu menyingkap kekuatan dari “The Ballot or the Bullet.” Malcom berfokus kepada menggambarkan Amerika sebagai negara yang menjanjikan *full equality, dignity, dan freedom* kepada seluruh masyarakatnya, namun prang Afrika–Amerika sampai saat ini belum menerima hak kelahirannya. Malcom menegaskan bahwa rintangan yang dihadapi tentang hak asasi bukan hanya dihadapi oleh muslim berkulit hitam, tetapi juga oleh keseluruhan masyarakat Afrika–Amerika. Judul pidato Malcolm tersebut merujuk kepada makna atau *agency*, di mana seorang *agent* (Afrika–Amerika) dapat bertindak sebagai masyarakat untuk mencapai *purpose* dari *equality, dignity, dan freedom*.

The Kenneth Burke Society mengadakan konferensi dan kompetisi yang memberikan pendukungnya kesempatan untuk mendiskusikan dan menyampaikan pemikiran luas mereka. *KB Journal* ada semata–mata untuk menjelaskan, mengklarifikasi, dan mengkritik gagasan Burke. Burke sangat dekat terikat dengan interaksi simbolik dan kompleksitas terlihat sebagai ciri–ciri dalam tradisi penulisan tersebut. Bahkan pendukung seperti Nichols merasa terdorong untuk menjelaskan mengapa Burke sering bingung dan terkadang tidak jelas bahwa kesulitan muncul dari jumlah kosakata yang dipakainya. Kata–katanya dalam isolasi biasanya cukup sederhana, tetapi ia sering menggunakannya pada konteks baru. Konsep Burke tentang retorika sebagai *identification* merupakan pengembangan luas dalam bidang pengetahuan yang telah diajarkan dengan komplis oleh para ahli. Burke tidak berlawanan dengan definisi Aristotle, dia memberikan kilau kontemporer dengan menunjukkan bahwa dasar umum merupakan pondasi dari tampilan emosional. Dari keseluruhan prinsip motivasional, strateginya tentang *redemption* merupakan hal yang paling kontroversial. Mungkin karena kepercayaan sekulernya yang membawa nama Tuhan terlalu serius bagi orang–orang yang tidak percaya, dan tidak terlalu serius bagi mereka yang percaya. Griffin mengapresiasi komitmen Burke mengenai sikap etis yang menolak untuk membiarkan tujuan yang diinginkan membenarkan ketidak–adilan.

Dalam bukunya *A Rhetoric of Motives* (1950; West & Turner, 2010: 332), Burke berfokus kepada persuasi dan dia menyediakan diskusi mengenai prinsip tradisional dari retorika yang dikemukakan oleh Aristotle. Burke menjaga definisi dari retorika, pada intinya, persuasi, dan penulisan menyelidiki di mana persuasi berada. Burke mengajukan sebuah retorika baru (Nichols, 1952; West & Turner, 2010: 332) yang fokus kepada beberapa kunci isu, pemimpin di antara mereka menjadi gagasan dalam identifikasi. Burke menegaskan bahwa semua hal memiliki *substance* (zat) yang didefinisikan sebagai sifat dasar dari sesuatu atau benda. *Substance* dapat dideskripsikan pada seseorang dengan mencatat ciri-ciri demografinya sama halnya dengan latar belakang informasinya dan fakta mengenai situasi saat ini, seperti bakat dan pekerjaan.

Burke berpendapat bahwa ketika terdapat kecocokan antara dua orang dalam substansinya, maka mereka memiliki *identification*. Semakin ada kecocokan, maka *identification* akan semakin besar. Semakin sedikit kecocokan yang terjadi antar individu, maka semakin besar *division* yang terjadi di antara mereka. *Division* yaitu ketika dua orang gagal untuk melakukan *overlap* atau kecocokan dalam *substance*. Bagi Burke, proses *guilt* dan *redemption* menggaris-bawahi keseluruhan konsep tentang *symbolizing*. *Guilt* adalah motif utama untuk keseluruhan aktivitas simbolik, dan Burke mendefinisikan *guilt* secara luas yang termasuk tipe tegangan (*tension*) yang mana saja, keadaan memalukan, rasa malu, rasa jijik atau perasaan tak menyenangkan lainnya. Masuk ke dalam inti teori Burke bahwa gagasan tentang *guilt* bersifat intrinsik kepada kondisi manusia. Karena kita terus-menerus merasa bersalah (*guilt*), kita juga terus terlibat dalam usaha untuk menghilangkan rasa ketidaknyamanan tentang kesalahan sendiri.

Proses merasa bersalah dan berusaha untuk menguranginya menemukan ekspresinya dalam daur Burke, yang mengikuti pola yang dapat diprediksi, yaitu *order (hierarchy)*, *the negative*, *victimage (scapegoat or mortification)* dan *redemption*. Burke menyarankan bahwa masyarakat ada dalam bentuk suatu *order*, atau *hierarchy*, yang diciptakan melalui kemampuan kita dalam menggunakan bahasa. Bahasa memungkinkan kita untuk menciptakan kategori seperti lebih kaya dan lebih kuat yang

memiliki dan yang tidak memiliki. Kategori ini membentuk hierarki sosial. Masuk ke dalam permainan di mana orang-orang melihat tempatnya dalam tatanan sosial dan mencoba menolaknya. Mengatakan tidak kepada tatanan sebelumnya adalah fungsi dari kemampuan berbahasa kita dan bukti bahwa manusia sebagai pembuat pilihan. Ketika Burke menciptakan frase "*rotten with perfection*," dia bermaksud karena simbol kita membolehkan kita untuk menghayalkan kesempurnaan, kita selalu merasa bersalah mengenai perbedaan antara keadaan sebenarnya pada suatu peristiwa dan kesempurnaan yang kita hayalkan.

*Victimage* adalah cara di mana kita berusaha untuk menyingkirkan rasa bersalah yang kita rasakan sebagai bagian dari kondisi manusia. Terdapat dua tipe dasar *victimage*, atau dua metode untuk menyingkirkan rasa bersalah kita. Burke menyebut tipe *victimage* yang kita masukkan dalam diri kita sebagai *mortification*. Ketika kita meminta maaf terhadap perlakuan salah dan menyalahkan diri kita, maka kita terlibat dalam *mortification*. Dalam *scapegoating*, *blame* ditempatkan dalam beberapa *sacrificial vessel*. Dengan mengorbankan *scapegoat*, si aktor telah menyingkirkan dosa. *Scapegoat* yaitu metode menghilangkan kesalahan, dengan menyalahkan orang lain. Tahap terakhir pada proses adalah *redemption*, yang meliputi suatu penolakan dari ketidak-bersihan dan suatu balasan terhadap suatu tatanan baru setelah *guilt*/kesalahan telah disingkirkan saat itu. Melekat dengan istilah *redemption*, merupakan gagasan dari seorang *redeemer*. *Redeemer* dalam tradisi Judeo-Christian adalah penyelamat (Christ) atau Tuhan. Kunci dalam fase *redemption* adalah fakta bahwa *guilt*/kesalahan hanya hilang untuk sementara, melalui seorang *redeemer* atau melalui metode lainnya.

Tidak ada pertanyaan bahwa Burke telah membuat kontribusi yang tidak terbatas dalam bidang komunikasi dengan teorinya tentang dramatism. Burke telah mendapat banyak pujian dari peneliti-peneliti, di antaranya ada yang menyatakan bahwa Burke itu lebih dari sekedar pekerja intelektual, dia adalah bibit untuk industri ilmiah. The New York Times mengenal Burke sebagai pemimpin kritik Amerika, mengatakan bahwa dia adalah representasi tradisi kritis Amerika yang

paling kuat, dan mungkin menjadi sumber utama dari tradisi tersebut setelah penemunya, Ralph Waldo Emerson. Kerja Burke ini secara luas dipuji dan sering disebut. Pada saat kita menganalisis *dramatism*, empat kriteria menjadi relevan.

Dramatisme telah dikritik karena terlalu luas dalam hal jangkauannya. Tujuan Burke adalah tidak lebih dari menjelaskan keseluruhan pengalaman manusia dengan interaksi simbolik. Ini adalah tujuan yang sangat luas dan ambigu dan beberapa kritik percaya bahwa membuat teori ini terlalu luas untuk memiliki makna. Parsimoni yaitu beberapa kritik komplain bahwa teori Burke ini terlalu tidak jelas dan tumpul untuk dapat bermanfaat. Dramatisme dilihat oleh beberapa orang sebagai hal yang terlalu kompleks dan membingungkan. Bahkan pendukung Burke mengakui bahwa dia sulit untuk membacanya.

Beberapa peneliti (Condit, 1992; Murray, 2003; West & Turner, 2010: 340) mengamati bahwa *dramatism* jatuh dalam kriteria utilitas. Kritik ini sebagian besar diletakkan karena apa yang telah ditinggalkan Burke dalam teorinya. Contohnya Celeste Condit (1992; West & Turner, 2010: 339) berpendapat bahwa teori akan menjadi lebih berguna jika menunjukkan gender dan budaya dengan lebih luas. Condit juga menyarankan agar Burke menekankan universalitas antarbudaya pada perluasannya. Kesimpulannya, kritik dari Condit tidak menolak kontribusi besar yang dibuat oleh teori Burke ini. Sebaliknya, dia dengan sederhana menyarankan beberapa perluasan dan modifikasi untuk memperbaiki teori ini. Dengan melihat pada *heurisme*, kebanyakan kritik setuju bahwa *dramatisme* sangat sukses. Contohnya, *dramatisme* pada awalnya digunakan dalam analisis retorika tentang *speech*, tetapi sekarang fokus kepada percakapan lain dalam bidang publik seperti editorial, pamflet dan monograf, buku, dokudrama, berita radio dan televisi, film, musik dan bahkan internet. Gregory Clark (2004; West & Turner, 2010: 340) menggunakan teoretikal *framework dramatism* dan pentad, khususnya konsep Burke tentang *scene*, untuk menemukan bagaimana turis di Amerika menciptakan rasa identitas nasional. Oleh karena itu terdapat konsensus umum yang disediakan oleh teori Burke kepada kita dengan pandangan imajinatif dan inovatif terhadap motif dan interaksi manusia.

## TEORI NARRATIVE PARADIGM

### 9.1. Pemahaman tentang *Narrative Paradigm*

Walter Fisher, seorang professor dari *University of Southern California's Annenberg School of Communication* (Griffin, 2012: 308) menyatakan bahwa manusia merupakan makhluk yang sangat senang bercerita. Ia menyatakan bahwa komunikasi manusia mengungkapkan berbagai hal yang lebih luas dari sekedar manusia sebagai makhluk yang penuh rasionalitas (teori *social exchange*), keingintahuan (teori *uncertainty reduction*), atau kapasitasnya dalam penggunaan simbol (teori *symbolic interactionism*). Dia meyakini bahwa manusia merupakan makhluk naratif yang merasakan dan memahami kehidupan di dalam serangkaian narasi yang berkelanjutan, sebagai konflik, karakter, awal, tengah, dan akhir. Jika pendapat Fisher benar, berarti semua bentuk komunikasi dapat dianggap sebagai suatu cerita.

Fisher tidak sependapat dengan pandangan bahwa retorika merupakan sesuatu yang terbukti, fakta, argumen, beralasan, dan logis yang memiliki ekspresi tertinggi di bidang hukum dan bentuk diskusi musyawarah lainnya. Ia mengajukan penawaran *good reasons* yang dianggap lebih baik dilakukan dengan menyampaikan suatu cerita yang menarik daripada menawarkan bukti atau membangun argumen yang kuat. Ia kemudian meyakini bahwa semua bentuk komunikasi yang kita alami akan lebih baik jika dipandang dalam bentuk cerita yang dibentuk oleh sejarah, budaya, dan karakter. Fisher menganggap semua bentuk komunikasi sebagai cerita, termasuk *phatic communication*. *Phatic communication* merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan, bukannya penyampaian informasi baru (Griffin, 2010: 309).

Walter Fisher mengembangkan *narrative paradigm* sebagai suatu kepercayaan bahwa manusia merupakan makhluk pencerita dan bahwa nilai-nilai, emosi-emosi, dan pemikiran-pemikiran estetis berdasarkan pada kepercayaan-kepercayaan dan tingkah laku kita. Dalam kata lain, kita lebih diyakinkan oleh sebuah cerita yang bagus daripada sebuah argumen yang bagus. Namun, Robert Rowland (1989; West & Turner, 2010: 344) berpendapat bahwa ide yang masyarakat yang pada dasarnya pencerita yang telah diadopsi oleh banyak mata pelajaran yang berbeda-beda termasuk sejarah, biologi, antropologi, sosiologi, psikologi dan teologi. Pelajaran komunikasi juga dipengaruhi oleh ketertarikan dalam narasi. John Lucaites dan Celeste Condit (1985; West & Turner, 2010: 344) mencatat “kepercayaan yang tumbuh yang cerita menggambarkan alat yang universal dalam kesadaran manusia”. Sebuah paradigma adalah konsep yang lebih luas daripada teori. Fisher menyatakan bahwa “tidak ada gender, termasuk komunikasi secara teknik, hal itu bukanlah episode di dalam cerita kehidupan” (1985: 347; West & Turner, 2010: 344). Fisher menyatakan bahwa penggunaannya dalam istilah *paradigm* mengacu kepada sebuah usaha untuk menyusun dan mengatur pengertian kita dalam pengalaman dari semua komunikasi manusia.

Penggunaan istilah *paradigm* mengindikasikan bahwa pemikiran Fisher mewakili sebuah perubahan yang mayor dari pemikiran yang telah mendukung teori komunikasi yang paling terdahulu. Fisher percaya bahwa dia menangkap pokok sifat alami manusia dengan pandangan bahwa kita adalah pencerita dan kita mengalami kehidupan kita dalam susunan cerita. Dia mengkontraskan pendekatannya dengan apa yang ia sebut paradigma rasional yang mengkarakterkan pemikiran Barat sebelumnya. Dengan cara ini Fisher menghadirkan apa yang bisa disebut sebagai “*paradigm shift*”, atau perubahan signifikan dalam cara masyarakat berpikir tentang dunia dan artinya. Fisher (1987; West & Turner, 2010: 345) menjelaskan *paradigm shift* dengan menghitung kembali sejarah singkat dari paradigma yang telah memandu pemikiran barat. Dia mencatat bahwa logos pada asalnya bermaksud sebuah kombinasi dari konsep termasuk cerita, rasional, percakapan dan pemikiran. Fisher menjelaskan bahwa maksud ini bertahan sampai pada



waktu Plato dan Aristotle, yang membedakan antara logos sebagai alasan dan mitos sebagai cerita dan emosi. Dalam pemisahan ini, mitos mewakili percakapan puitis, yang ditugaskan hubungan status negatif kepada logos atau alasan. Menurut Aristotle beberapa percakapan adalah superior kepada lainnya dengan menguntungkan hubungannya kepada pengetahuan yang benar. Hanya logos, Aristotle melanjutkan, yang menuju pada pengetahuan sejati karena hal itu menyediakan sebuah sistem logika yang terbukti benar. Logos ditemukan di dalam percakapan filosofi. Bentuk lain dari percakapan mengarah pada pengetahuan, tetapi pengetahuan yang mereka hasilkan adalah bersifat mungkin, tidak benar dalam sebuah keabsolutan, dalam pengertian yang tidak berubah-ubah. Perbedaan Aristotelian tidak mencegah Aristotle sendiri dari menghargai berbagai bentuk dari komunikasi, tetapi hal itu menyediakan sebuah rasional untuk nantinya para teoritikus dalam lebih memilih logika dan alasan dibandingkan mitos, cerita dan retorika.

Revolusi ilmiah menurunkan filosofi sebagai sumber dari logika, menempatkan logika daripada dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Tetapi Fisher berpendapat bahwa perubahan ini tidaklah jauh dalam jangkauan karena filosofi dan ilmu memberi kesempatan sebuah sistem formal dari logika yang melanjutkan untuk meninggalkan puitis atau retorik dalam sebuah penurunan nilai. *Rational world paradigm* adalah sebuah sistem logika yang digunakan oleh banyak peneliti dan para ahli. Fisher (West & Turner, 2010: 345) berpendapat bahwa “penerimaan dari *narrative paradigm* merubah kontroversi dari sebuah fokus dalam seseorang yang mempunyai logos ke sebuah fokus dalam kejadian spesifik dalam percakapan, tanpa menganggap bentuk, menyediakan panduan yang paling terpercaya dan diinginkan dan dalam kondisi seperti apa”. Jadi, *narrative paradigm* menggambarkan cara yang berbeda dari pemikiran tentang dunia daripada yang dibayangkan oleh paradigma dunia rasional. *Narrative paradigm* menghadirkan sebuah alternatif kepada paradigma dunia rasional tanpa menghilangkan tradisional rasional. Fisher berargumen bahwa *narrative paradigm* mencapai perubahan ini melalui pengenalan bahwa beberapa percakapan lebih benar, dapat diandalkan dan dapat dipercaya dalam

penghormatan kepada pengetahuan, kebenaran, dan realita daripada percakapan lainnya, tetapi tidak ada bentuk atau gender yang mempunyai klaim akhir untuk kebaikan ini. Fisher menegaskan bahwa cerita atau mitos diilhami dari semua usaha komunikasi manusia karena semua argumen termasuk “ide-ide yang tidak dapat dibuktikan dalam cara yang mutlak. Ide seperti itu muncul dalam metafora, nilai-nilai, isyarat dan yang lainnya” (1987: 19; West & Turner, 2010: 345). Jadi Fisher mencoba untuk menjembatani pembagian antara logos (argumen rasional) dan mitos (cerita atau narasi).

Kebanyakan tradisi relijius, dari generasi ke generasi disampaikan lewat penyaduran (menceritakan kembali) cerita-cerita. Cerita-cerita lama disampaikan untuk mendorong setiap orang yang telah yakin dan meyakinkan orang-orang yang masih merasa ragu (Griffin, 2010: 309). Melalui buku ini, kita telah mempelajari setiap bab dengan cerita mengenai seseorang atau beberapa orang yang memiliki pengalaman tertentu melalui apa yang diilustrasikan pada teori. Alasan kita membuat pilihan ini mungkin karena teori narasi dari Walter Fisher yang disebut *the Narrative Paradigm*. Paradigm ini mempromosikan kepercayaan bahwa manusia adalah pencerita dan nilai, emosi, dan pertimbangan estetika mendasari kepercayaan dan perilaku kita. Dalam kata lain, kita lebih mudah dibujuk oleh cerita yang baik dibandingkan dengan pendapat yang baik.

Fisher tidak sendirian dalam kepercayaan ini. Robert Rowland (1989; West & Turner, 2010: 344) mengomentari bahwa gagasan bahwa orang-orang merupakan *storytellers* (pencerita) telah diadopsi oleh banyak disiplin ilmu. Dapat dikatakan bahwa Fisher menyebut pendekatannya ini sebagai paradigm dibandingkan sebagai sebuah teori. Lebih jauh lagi, penggunaan istilah *paradigm* mengindikasikan bahwa pemikiran Fisher merepresentasikan perubahan besar dari pemikirannya yang mendukung para ahli komunikasi sebelumnya. Fisher (1987; West & Turner, 2010: 344) menjelaskan perubahan paradigm dengan menghitung kembali sebuah sejarah singkat dari paradigm yang menjadi pedoman pemikiran Barat. *Paradigm shift* adalah perubahan signifikan dalam bagaimana kebanyakan orang melihat dunia dan maknanya. Sedangkan yang dimaksud dengan *rational world*

*paradigm* adalah suatu sistem logis yang digunakan oleh banyak peneliti dan professional.

Untuk mengawali bukunya, Fisher menjelaskan tentang konsep logos di jaman Aristotle. West & Turner (2010: 345) menyatakan bahwa Fisher mencoba menjelaskan pergeseran paradigma tersebut lewat sejarah kuno ini. Di zaman tersebut, logos dianggap sebagai sesuatu yang beralasan dan mitos sebagai cerita dan emosi. Mitos sebagai suatu wacana puitis dianggap sebagai suatu hal yang negatif. Konsep retorika seperti menempatkan logos di tempat kehormatan dan mitos sebagai sesuatu yang rendah. Dengan kata lain, retorika menyatakan bahwa tidak semua cerita itu setara karena logos dianggap sebagai sesuatu yang lebih baik karena menyediakan logika yang terbukti valid. Cara berpikir yang menyatakan bahwa logika merupakan yang terbaik tersebut disebut dengan *rational world paradigm*.

Griffin (2012: 311) mendefinisikan *rational-world paradigm* sebagai suatu pendekatan ilmiah atau filosofis untuk mengetahui bahwa asumsi manusia bersifat logis, membuat keputusan dalam basis fakta dan batasan argumentasi. *Rational-world paradigm* tersebut antara lain:

- Manusia bersifat rasional.
- Kita membuat keputusan berbasis argumen.
- Tipe dari situasi pembicaraan mendeterminasikan pola argumen kita.
- Rasionalitas dideterminasikan dengan seberapa banyak kita mengetahui dan seberapa baik kita berpendapat.
- Dunia merupakan serangkaian *puzzles* logika yang kita selesaikan lewat analisis rasional.

Manusia merupakan makhluk yang senang bercerita. Pernyataan sederhana adalah jawaban dari Walter Fisher terhadap pertanyaan filosofis *what is the essence of human nature?* Banyak ahli mendiskusikan hal ini dan memiliki jawaban yang berbeda terhadap kunci pertanyaan dari keberadaan manusia. Contohnya Thibaut dan Kelley dalam teori *social exchange* beroperasi kepada premis bahwa manusia adalah

mahluk rasional. Teori *uncertainty reduction* berasumsi bahwa manusia pada dasarnya sangat ingin tahu. Teori *symbolic interactionism* dari Mead menyatakan bahwa kemampuan kita menggunakan simbol membuat kita sebagai manusia yang unik.

Walter Fisher tidak melawan ide-ide tersebut, melainkan ia berpikir bahwa komunikasi manusia mengungkapkan sesuatu yang lebih mendasar dibandingkan rasionalitas, keingin-tahuan, dan bahkan kapasitas menggunakan simbol. Ia meyakini bahwa kita adalah mahluk naratif yang memiliki pengalaman dan memahami kehidupan sebagai suatu rangkaian naratif yang terus berlanjut, sebagai konflik, karakter, awalan, pertengahan, dan akhir. *Phatic communication* adalah komunikasi yang ditujukan untuk menjaga hubungan bukan hanya memberikan informasi atau mengatakan hal yang baru. Fisher tidak lama kemudian menyatakan bahwa seluruh bentuk komunikasi yang timbul dapat dilihat dengan baik sebagai kisah yang dibentuk oleh sejarah, budaya, dan karakter. Beberapa tradisi keagamaan diturunkan dari generasi ke generasi melalui penceritaan kembali sejarah atau kisah. Orang yang beriman memiliki dorongan untuk menceritakan kisah lama untuk mendorong pengikut dan meyakinkan orang-orang yang ragu. Fisher mendefinisikan *narration* sebagai tindakan simbolik, berbentuk kata-kata atau perbuatan yang memiliki rangkaian dan makna bagi mereka yang hidup, menciptakan, atau mengartikan mereka. Fisher menggunakan istilah *paradigm* untuk merujuk kepada *conceptual framework*. Kita akan selalu melihat teori *constructivism* Delia bahwa persepsi bukanlah masalah dalam pandangan fisik dan kedengarannya seperti dalam satu interpretasi. Kata-kata tidak melekat pada peristiwa, hal tersebut berkaitan dengan kerja di kepala. Sebuah paradigma merupakan suatu pandangan konseptual dan merupakan model universal yang mengarahkan orang-orang untuk melihat peristiwa melalui lensa interpretif yang umum.

## 9.2. Asumsi-asumsi *Narrative Paradigm*

Walaupun Fisher mencoba untuk menunjukkan *narrative paradigm* sebagai perpaduan dari logika dan estetika, dia melakukan

batas keluar bahwa logika naratif merupakan perbedaan dari logika tradisional dan pertimbangan. Kita akan membahas bagaimana dua perbedaan ini seluruhnya karena ini perbedaan yang penting bagi Fisher dan dia secara terus-menerus menyaring pemikirannya tentang dikembangkannya *narrative paradigm*. Aspek pentingnya dari asumsi *narrative paradigm* adalah bahwa mereka berbeda dengan paradigma dunia rasional, dan itu hanya sebagai dua logika berbeda. Fisher (1987; West & Turner, 2010: 346) menetapkan lima asumsi, yaitu:

1. Manusia merupakan makhluk pencerita.

Pertama, asumsi *narrative paradigm* mengungkapkan bahwa sifat-sifat dasar manusia bersumber pada cerita dan bercerita. Cerita mempersuasi kita, menggerakkan kita, dan membentuk dasar bagi kepercayaan dan tindakan kita. Dalam berkomunikasi dengan pihak lain, manusia juga memosisikan dirinya sebagai pencerita tersebut. Fischer memunculkan asumsi demikian karena berdasar pengamatan naratif bersifat universal, ditemukan dalam semua budaya dan periode waktu. Fisher juga percaya, pada asumsi pertama karena dia mengamati bahwa *narrative* adalah universal ditemukan dalam semua budaya dan periode waktu. Fisher menegaskan bahwa “etika apa saja, apakah sosial, politik, legal atau sebaliknya melibatkan naratif” (1984: 3; West & Turner, 2010: 347). Keuniversalan dari *narrative* mendorong Fisher untuk menyatakan istilah *homo narrans* sebagai suatu metafora untuk mendefinisikan umat manusia. Fisher dipengaruhi datangnya teori pembacaan moral yang didukung oleh Alasdair MacIntyre (1981; West & Turner, 2010: 347).

2. Keputusan tentang nilai dari sebuah cerita didasarkan pada “alasan yang baik”.

Asumsi kedua dari *narrative paradigm* menyatakan bahwa orang-orang membuat keputusan mengenai cerita yang mana yang dapat diterima dan yang mana yang ditolak sebagai dasar dari apa yang membuat pengertian mereka atau sebagai alasan yang tepat, tetapi dia tidak menunjukkan apa dengan cara logika sempurna atau dengan pendapat. Asumsi ini mengakui bahwa tidak semua kisah sama-sama berhasil; malahan faktor untuk penentuan dalam

memilih di antara cerita-cerita merupakan perseorangan daripada kode abstrak dari pendapat, atau apa kita menyebutnya alasan. Dari sudut pandang Fisher, dalam kita memulai sketsa, Laura menceritakan cerita dalam percobaan kampanyenya. Miles sederhana memilih untuk menolak ceritanya dan menerima Jorge karena itu secara pribadi menyangkut dirinya. Selama orang mendengarkan cerita-cerita konflik ini, mereka memilih di antara mereka. Pilihan mereka tidak terbentuk dari *traditional logic* tapi dari *narrative logic*. Ketika Orang-orang mengubah *traditional logic* ke *narrative logic*, Fisher percaya hidup mereka akan lebih baik karena *narrative logic* lebih demokratis daripada *formal logic*. Fisher menyatakan bahwa semua orang memiliki kapasitas untuk berpikir rasional terhadap kompleksitas dari sistem logika, *narrative paradigm* menyebutkan bahwa setiap orang memiliki kebijaksanaan.

3. Alasan yang baik ditentukan oleh sejarah, biografi, budaya, dan karakter.

Asumsi yang ketiga menguraikan hal khusus apa yang dapat memengaruhi pilihan orang-orang dan memberikan alasan yang baik bagi mereka. Paradigma dunia rasional berasumsi bahwa pendapat diatur dengan mendiktekan kebaikan (Toulmin, 1958; West & Turner, 2010: 349) sebagai cara mengambil keputusan. Pergerakan ini membutuhkan pertimbangan kebaikan atau dengan pemeriksaan dari *formal logic* sebagai pedoman mengambil keputusan. Pertentangannya *narrative paradigm* mengungkapkan bahwa kebaikan tidak hanya sebagai cara untuk mengevaluasi alasan yang tepat. Faktanya, kebaikan mungkin tidak akurat untuk mendeskripsikan bagaimana orang-orang membuat keputusan. *Narrative paradigm* menganggap bahwa *narrative rationality* dipengaruhi oleh sejarah, biografi, budaya dan karakter. Lalu Fisher mengenalkan gagasan dari konteks *narrative paradigm*. Orang-orang dipengaruhi oleh isinya yang mereka tanamkan. Oleh karena itu materinya memunculkan persuasif kepada Miles, karena materinya sangat relevan dalam kehidupannya. Itu bukan merupakan materi yang melekat dalam mengkode formal logik dan kepercayaan.

4. Rasionalitas didasarkan pada penilaian orang mengenai konsistensi dan kebenaran dari sebuah cerita.

Asumsi yang keempat membentuk inti persoalan dari datangnya *narrative*. Ini menyatakan bahwa orang-orang percaya pada cerita-cerita sejauh hal tersebut dilihat sebagai konsistensi internal dan penuh kebenaran. Kita akan mendiskusikan lebih lanjut dalam sesi selanjutnya ketika kita menjelaskan konsep dari *narrative rationality*.

5. Kita mengalami dunia yang diisi dengan cerita, dan kita harus memilih dari cerita yang ada.

Akhirnya perspektif Fisher didasarkan pada asumsi bahwa dunia disusun dari cerita-cerita dan kita memilih salah satu di antaranya, kita mengalami kehidupan yang berbeda-beda, yang membolehkan kita untuk menciptakan kembali hidup kita. Pilihan seseorang untuk mendukung lawannya mungkin menyebabkan dia untuk memberikan cerita kehidupannya yang berbeda. Dia mungkin merubah pengertian tindakan politik yang didasarkan pada pilihannya untuk cerita Jorge. Kita dapat melihat bagaimana *narrative paradigm* bertentangan dengan paradigma dunia rasional, di mana cenderung untuk melihat dunia seperti *less transient* dan perubahan. Untuk menemukan kebenaran dengan analisis rasional, bukan menggunakan *emotional respon narrative logic* dalam memaksakan cerita-cerita.

Fisher meyakini bahwa asumsi di atas terlalu terbatas. Ia kemudian mencari kerangka konseptual baru (perpindahan paradig) untuk dapat memahami komunikasi manusia dengan lebih baik. Paradigm naratifnya dibangun dengan lima asumsi yang sama dengan asumsi di atas, namun dengan konten yang berbeda (Griffin, 2012: 311). Sifat dasar manusia berakar dari cerita dan penyampaian cerita. Cerita mempersuasi kita, menggerakkan kita, dan membentuk dasar kepercayaan dan aksi kita. Ia meyakini asumsi pertama karena ia mengamati bahwa narasi itu bersifat universal karena ditemukan di setiap budaya dan periode waktu (West & Turner, 2010: 348). Asumsi kedua menekankan bahwa manusia membuat keputusan akan cerita mana yang dapat ia terima dan mana yang ditolak berdasarkan apa yang membuat mereka paham, yaitu *good reasons*.

Paradigma naratif dianggap lebih demokratis daripada logika formal. Semua orang mempunyai kapasitas untuk bersikap rasional terhadap narasi, sedangkan logika formal hanya diindikasikan kepada kaum elit yang terlatih akan kekompleksan sistem logika (West & Turner, 2010: 349). Asumsi ini berusaha menjelaskan apa yang memengaruhi pilihan orang-orang secara spesifik dan menunjukkan apa yang disebut sebagai *good reasons* oleh mereka. Paradigma rasional berasumsi bahwa argumen itu diatur berdasarkan apa yang dianggap sebagai suatu kebaikan, sedangkan paradigma negatif menyatakan bahwa kebaikan itu bukanlah satu-satunya cara untuk mengevaluasi *good reasons*. Faktanya, kebaikan bukanlah cara yang akurat untuk menggambarkan bagaimana orang melakukan penilaian tersebut. Paradigma berasumsi bahwa rasionalitas dari suatu narasi itu dipengaruhi oleh sejarah, biografi, budaya, dan karakter (West & Turner, 2010: 349). Asumsi keempat menyatakan bahwa orang akan mempercayai cerita yang dianggap konsisten secara internal dan penuh dengan kebenaran (lihat *narrative rationality*) (West & Turner, 2010: 350). Karena dunia merupakan serangkaian cerita dan kita memilihnya, kita mengalami hidup dengan cara yang berbeda-beda. Inilah yang memungkinkan kita untuk menciptakan kembali kehidupan kita. Sementara paradigma rasional menganggap bahwa kita memandang dunia sebagai *less transient*, berubah, dan penemuan kebenaran dilakukan lewat analisis rasional bukannya lewat respon emosional terhadap logika narasi yang disampaikan lewat cerita (West & Turner, 2010: 350).

West & Turner (2010: 345) menyatakan bahwa Fisher sebenarnya tidak mengkritisi konsep logika, melainkan ia mengembangkannya ke dalam konsep baru dengan menambahkan bahwa cerita dan mitos selalu menjadi bagian dari komunikasi manusia bahkan yang melibatkan logika karena semua argumen mengandung ide-ide yang tidak dapat diverifikasi atau dibuktikan secara mutlak. Fisher kemudian berusaha menjembatani jurang antara logos dan mitos (cerita) tersebut. Griffin (2012: 312) menyatakan bahwa Tidak seperti paradigm *rational-world*, paradigm naratif menghormati nilai. Kriteria estetis, dan nalar dalam menginterpretasi. Nilai dianggap sebagai sesuatu hal di dalam



cerita tersebut, sementara keindahan dan gaya memainkan peran penting agar cerita tersebut diterima. Kita menilai cerita berdasarkan rasionalitas narasinya.

Fisher memulai dalam bukunya yang berjudul *Human Communication as Narration* dengan referensinya terhadap kalimat pembuka dari Gospel of John: "*In the beginning was the word (logos),*" (Griffin, 2012: 311). Dia mencatat bahwa kata berbahasa Yunani, yaitu *logos* pada awalnya meliputi kisah, alasan, rasional, konsepsi, percakapan, pemikiran dan seluruh bentuk komunikasi manusia. Imajinasi dan pemikiran masih tidak nyata. Berdasarkan Fisher, penulisan Plato dan Aristotle merefleksikan perubahan awal dari penggunaan umum *logos* menjadi lebih khusus dari cerita menjadi pernyataan. Ahli retorik jatuh di antara *logos* dengan *mythos*. Seperti penentangan mengenai filosofi percakapan abstrak, *logos* adalah *speech* atau percakapan praktikal merupakan kombinasi sekuler dari logika jelas pada satu tangan dan cerita emosional yang meningkatkan keinginan di tangan lainnya.

Fisher menyatakan bahwa 2000 tahun yang lalu revolusi ilmuwan menurunkan tahta para raja *philosopher*. Pada beberapa abad lalu, satu-satunya pengetahuan yang terlihat bernilai untuk diketahui adalah apapun yang dapat diletakkan pada dunia fisik. Orang-orang ingin memahami bagaimana cara pengujian sesuatu adalah melalui dokter, ilmuwan, insinyur, atau ahli lainnya. Di samping tingginya teknologi dan penurunan pangkat filosofi, kedua mode pembuatan keputusan hampir sama dengan kecenderungan para elit untuk menempatkan sesuatu yang secara formal tidak logis atau yang tidak bercirikan memiliki keahlian khusus dalam pandangan perilaku beberapa manusia tertentu. Fisher melihat filosofi dan diskusi teknik sebagai pendekatan standar para ahli terhadap pengetahuan. Dia menyebut *mindset* ini sebagai *rational-world paradigm*, yaitu pendekatan yang mengasumsikan orang-orang itu logis, membuat keputusan berdasarkan fakta dan pendapat.

Fisher mencatat lima asumsi dari pemberlakuan *rational - world paradigm* (West & Turner, 2010: 346), yaitu:

1. Orang-orang pada dasarnya bersifat rasional.
2. Kita membuat keputusan berdasarkan pendapat.
3. Tipe situasi berbicara (*legal, scientific, legislative*) menentukan aliran pendapat kita.
4. Rasionalitas ditentukan oleh seberapa banyak kita tahu dan seberapa baik kita berpendapat.
5. Dunia merupakan sekumpulan *puzzle* yang dapat kita selesaikan melalui analisa rasional.

Fisher meyakini bahwa asumsi dari *rational-world paradigm* itu terlalu terbatas. Dia menciptakan suatu pandangan konseptual baru (*a paradigm shift*) dalam rangka memahami lebih baik mengenai komunikasi manusia. *Narrative paradigm* yang dibangunnya berdasar kepada lima asumsi yang sama dengan bentuk *rational-world paradigm*, tetapi memiliki konten yang cukup berbeda (West & Turner, 2010: 347), yaitu:

1. Orang-orang pada dasarnya adalah *storytellers*.
2. Kita membuat keputusan berdasarkan alasan yang baik, yang bervariasi tergantung dari situasi komunikasi, media, dan genre (*philosophical, technical, rhetorical, atau artistic*).
3. Sejarah, biografi, budaya, dan karakter menentukan apa yang kita pertimbangkan sebagai alasan yang baik.
4. Rasionalitas naratif ditentukan oleh hubungan dan kebenaran dari cerita kita.
5. Dunia merupakan sekumpulan kisah dari apa yang kita pilih, dan secara konstan menciptakan kembali hidup kita.

Berdasarkan Fisher, tidak semua cerita/kisah itu sama baiknya. Walaupun tidak ada jaminan bahwa orang-orang tidak ingin mengadopsi cerita buruk, dia berpikir bahwa semua orang mengaplikasikan standar yang sama dari *narrative rationality* terhadap cerita apapun yang didengar bahwa prinsip operatif dari *narrative rationality* adalah identifikasi melebihi pertimbangan. *Narrative rationality* adalah suatu cara untuk menilai apakah suatu cerita bernilai berdasarkan standar ganda dari *narrative coherence* dan *narrative fidelity*. *Narrative coherence* adalah konsistensi internal dengan tindakan karakter dalam kebiasaan yang dapat dipercaya; ceritanya melekat bersama. Bagi

Fisher (West & Turner, 2010: 351-352), pengujian terakhir dari *narrative coherence* adalah apakah kita menghitung karakter untuk bertindak dalam tata cara atau kebiasaan yang dapat dipercaya. Kita curiga terhadap suatu cerita di mana karakter seseorang berperilaku “*uncharacteristically*”. Kita cenderung untuk mempercayai cerita orang-orang yang memperlihatkan kelanjutan berpikir, motif, dan tindakannya. *Narrative fidelity* adalah kualitas dari suatu cerita yang menyebabkan dunia untuk menabrak suatu perasaan tanggung jawab dalam kehidupan pendengar. Sebuah cerita memiliki *fidelity* ketika cerita tersebut sama benarnya dengan pengalaman pendengar, sama dengan cerita yang mungkin akan mereka ceritakan mengenai dirinya sendiri.

Buku Fisher yang berjudul *Human Communication as Narration* memiliki sub judul *Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action* (Griffin, 2012: 314). Dia percaya bahwa suatu cerita memiliki *fidelity* ketika cerita tersebut menyediakan alasan yang baik yang memandu kita pada tindakan di masa depan. Dalam *logic of good reason*, kita berpusat kepada lima isu yang berhubungan. Fisher menyatakan bahwa kita berfokus kepada: (1) nilai yang melekat pada pesan, (2) relevansi nilai terhadap pembuatan keputusan, (3) konsekuensi yang melekat terhadap nilai, (4) saling melengkapi pandangan audiens, dan (5) konformitas dengan apa yang dipercaya anggota audiens sebagai “*an ideal basis for conduct.*”

*Ideal audience* yaitu suatu komunitas aktual yang hidup dari waktu ke waktu yang percaya dengan nilai kebenaran kebaikan, kecantikan, kesehatan, kebijaksanaan, keingin-tahuan, kesederhanaan, keadilan, harmoni, perintah, kumpulan, persahabatan, dan perseorangan (Griffin, 2012: 314). Berdasarkan Fisher, ketika kita menilai suatu cerita untuk memiliki kebenaran (*fidelity*), kita tidak hanya menyatakan pembagian nilai. Kita akhirnya membuka diri kita terhadap kemungkinan bahwa nilai tersebut akan memengaruhi kepercayaan dan tindakan kita. Cerita yang baik berarti persuasi yang kuat. Fisher mengingatkan kita, bahwa hampir seluruh komunikasi bersifat naratif, dan kita pada dasarnya menilai hal tersebut.

Paradigma *narrative* Fisher ini menawarkan *reworking* baru dari analisa Aristotle, yang mendominasi pemikiran retorika dalam bidang komunikasi. Dalam *Human Communication as Narrative* (Griffin, 2012: 315), Fisher mengaplikasikan prinsip *narrative coherence* dan *narrative fidelity* untuk menganalisa beragam tipe komunikasi. Tentu saja teori Fisher merupakan sebuah cerita, dan seperti yang kita sangka bahwa tidak semua orang menerimanya. Contohnya banyak kritik mengatakan bahwa ia terlalu optimis, sama dengan Aristotle, ia berpendapat bahwa orang-orang memiliki kecenderungan alami untuk lebih menyukai kebenaran dan ketepatan. Barbara Warnick (Griffin, 2012: 315) memberikan perhatian terhadap kekuatan komunikasi besar yang buruk dari Hitler *mein kamf*. Fisher menyatakan bahwa Hitler harus dinilai sebagai sebuah *bad story*, tetapi Warnick menyatakan bahwa hal tersebut menabrak perasaan dalam suatu alienasi, ketidak-satuan, dan orang-orang yang tidak berpasangan. William Kirkwood dari East Tennessee State University (Griffin, 2012: 316) mengklaim bahwa ada masalah lain dalam logika alasan yang baik (*good reason*). Kirkwood menyatakan bahwa suatu standar dari *narrative rationality* mengimplikasikan bahwa cerita yang baik tidak dapat dan mungkin seharusnya tidak melebihi apa yang telah dipercaya dan nilai orang-orang.

Apakah dalam kebanyakan cerita komunikasi, dan kita menilai setiap pesan yang kita dengar sebagai dasar dari apakah hal tersebut melekat dengan kebenaran nilai? Jika kita mempelajari gagasan Fisher dengan serius, maka kita akan dapat membedakan mana cerita yang baik dan mana cerita yang buruk. Aspek penting dalam asumsi mengenai *narrative paradigm* adalah bahwa mereka sangat berbeda dengan paradigma dunia rasional. Pertama, paradigma naratif mengasumsikan bahwa sifat esensial manusia berakar dalam cerita dan penceritaan atau pendongengan. Fisher juga percaya dengan asumsi pertama ini karena dia mengamati bahwa *narrative* itu universal, dapat ditemukan di seluruh kebudayaan dan periode waktu. Asumsi kedua dari paradigma ini menyatakan bahwa manusia membuat keputusan berdasarkan cerita mana yang diterima dan cerita mana yang ditolak pada sesuai dengan apa yang dipahaminya atau alasan yang bagus. Asumsi ketiga berhadapan dengan apa yang secara khusus

memengaruhi pilihan seseorang dan menyediakan alasan yang tepat untuknya. *Rational world paradigm* mengasumsikan bahwa pendapat diatur oleh *dictates of soundness*. Asumsi keempat membentuk isu penting mengenai pendekatan naratif yang menyatakan bahwa manusia mempercayai cerita selama cerita tersebut terlihat konsisten dan benar. Akhirnya, pandangan Fisher didasarkan kepada asumsi bahwa dunia adalah sekumpulan cerita dan pada saat kita harus memilihnya, kita mengalami kehidupan secara berbeda, membolehkan kita untuk menciptakan kembali kehidupan kita.

Narasi sering dikatakan sederhana seperti halnya cerita, namun bagi Fisher, narasi lebih dari sekedar cerita berplot dengan sebuah awal, pertengahan, dan akhir. Dalam perspektif Fisher, *narration* termasuk beragam akun verbal dan non verbal dengan serangkaian peristiwa di mana pendengar yang memberikan sebuah makna. *Narrative rationality* merupakan suatu standar untuk menilai cerita mana yang harus dipercaya dan mana yang harus diabaikan. Hal ini menyediakan kita dengan sebuah makna dalam menilai naratif yang cukup berbeda dari metode tradisional yang ditemukan dalam *rational world paradigm*. *Coherence* merupakan suatu prinsip dari *narrative rationality* yang menilai konsistensi internal dari sebuah cerita. *Coherence* sering diukur oleh organisasi dan struktur elemen dari suatu *narrative*. *Coherence* didasarkan kepada tiga tipe spesifik konsistensi, di antaranya *structural coherence* yaitu suatu tipe di mana koherensi merujuk kepada alur dari suatu cerita, *material coherence* yaitu suatu tipe koherensi yang merujuk kepada kongruensi antara satu cerita dengan cerita lain yang berhubungan, *characterological coherence* yaitu suatu tipe koherensi yang merujuk kepada kepercayaan terhadap karakter dalam cerita tersebut, *fidelity* yaitu suatu prinsip *narrative rationality* yang menilai kredibilitas dari suatu cerita, dan *the logic of good reason* yaitu sekumpulan nilai dalam menerima suatu cerita sebagai hal yang benar dan bernilai untuk diterima; menyediakan kita tentang suatu metode untuk menaksir kesetiaan.

Kritik dalam *narrative paradigm* yang terlalu luas difokuskan kepada klaim Fisher bahwa seluruh komunikasi itu *narrative*. Peneliti keberatan dengan klaim tersebut dengan dua alasan: pertama, beberapa

telah mempertanyakan keperluan dari sebuah definisi yang mencakup segalanya. Kedua, beberapa peneliti, (Robert Rowland, 1989; West & Turner, 2010: 355) menyarankan bahwa beberapa bentuk komunikasi bukan berbentuk naratif seperti yang dijelaskan oleh Fisher. *The Narrative Paradigm* telah disalahkan karena tidak berhasil menjadi konsisten dengan beberapa klaim yang dibuat oleh Fisher sendiri. Sebagai contoh, Rowland (1987; West & Turner, 2010: 355) menemukan bahwa pendekatan naratif tidak benar-benar menyediakan suatu struktur demokratis dibandingkan dengan sistem hierarki yang didukung oleh *rational world paradigm*, atau apakah paradigma ini secara komplit menyediakan alternatif terhadap paradigma tersebut. William Kirkwood (1992; 355-356) mengamati bahwa logika Fisher mengenai *good reason* fokus kepada nilai umum dan gagal untuk menghitung nilai cara di mana cerita dapat mempromosikan perubahan sosial. Kritik ini berkonsentrasi kepada cakupan yang luas dari teori yang membawa kita kepada isu yang lain. *Narrative paradigm* mengusulkan sedikit panduan dalam menyusun studi kita, membuat hal tersebut sulit untuk membuktikan apakah suatu pernyataan benar atau tidak. Paradigma *narrative* Fisher ini memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap pembelajaran komunikasi manusia. Pada satu hal, gagasan orang-orang sebagai *storytellers* telah terbukti menarik hati (*captivating*) dan *heuristic*.

### 9.3. Konsep-konsep Kunci *Narrative Paradigm*

Menyusuri dari *narrative paradigm* membawa kita kepada sebuah pemikiran dari beberapa konsep utama yang membentuk inti dari kerangka pekerjaan teoretis, yaitu narasi, rasional cerita, dan logika dari alasan-alasan yang baik (West & Turner, 2010: 350-354).

#### 1. *Narration*

*Narration* sering dianggap hanya sebagai sebuah narasi tetapi untuk Fisher narasi adalah lebih dari sekedar sebuah cerita, dengan bagian awal, tengah dan akhir. Dalam sudut pandang Fisher, *narration* mencakup perhitungan verbal atau non-verbal dengan rangkaian dari peristiwa-peristiwa di mana pendengar menempatkan sebuah makna. Khususnya Fisher menyatakan bahwa dia menggunakan

“*narration*” tidak bermaksud komposisi fiktif yang mungkin benar atau salah yang mempunyai hubungan yang tidak perlu untuk pesan dari komposisi itu. Dengan *narration*, maksudnya tindakan-tindakan simbolik, kata-kata atau perbuatan, yang mempunyai rangkaian dan makna untuk mereka yang hidup, menciptakan, atau menafsirkannya. Hal ini tentunya Fisher menunjukkan bahwa semua komunikasi adalah *narrative* (cerita). Dia beragumen bahwa *narrative* bukanlah gender tertentu tetapi lebih kepada cara dari pengaruh sosial.

## 2. *Narrative Rationality*

*Narrative rationality* adalah sebuah standar untuk menilai cerita-cerita mana untuk dipercaya dan cerita mana untuk dibuang. Hal ini agak berbeda dari metode tradisional yang ditemukan di dalam paradigma dunia rasional. *Narrative rationality* berbeda dengan *traditional logic* (logika tradisional) yang mengoperasikan dalam dasar dari dua prinsip yang berbeda, yaitu hubungan dan kebenaran. Prinsip dari *coherence* adalah standar yang penting untuk menilai *narrative rationality*, yang pada akhirnya akan menentukan apakah seseorang akan menerima atau tidak cerita tertentu.

## 3. *Coherence*

*Coherence* adalah prinsip dari *narrative rationality* yang menilai ketetapan internal dari sebuah cerita. Cerita mempunyai konsistensi ketika semua bagian dari cerita disajikan; kita tidak merasa bahwa sang pencerita telah meninggalkan poin penting atau unsur yang disangkal dalam sebuah cerita dalam cara apapun. *Coherence* adalah standar dari kemasuk-akalan yang digunakan dalam cerita yang diberikan. Kemasuk-akalan ini biasanya diraih ketika karakter di dalam sebuah cerita bertingkah laku secara konsisten. *Coherence* sering diukur oleh keorganisasian dan susunan unsur cerita. Ketika si pencerita melewati dan meninggalkan informasi penting, menginterupsi aliran cerita untuk menambahkan unsur yang terlupakan pada awalnya, dan secara umum tidak lancar dalam menyusun cerita, pendengar dapat menolak cerita untuk tidak memiliki *coherence*. *Cohorence* berdasarkan pada beberapa tipe, yaitu

*structural coherence* merupakan tingkatan di mana unsur-unsur dalam cerita mengalir dengan lancar. Ketika cerita membingungkan, atau ketika satu bagian tidak terlihat berkesinambungan dengan bagian selanjutnya atau ketika jalan cerita tidak jelas, maka cerita itu susunannya kurang masuk akal. *Material coherence* adalah sebuah tingkatan dari kesesuaian antara cerita satu dengan yang lainnya yang terlihat berhubungan dengannya. *Characterological coherence* adalah karakter-karakter di dalam cerita yang dapat dipercaya.

4. *Fidelity (kebenaran)*

Adalah cerita yang penuh dengan kebenaran atau dapat dipercaya. Cerita dengan kebenaran terdengar benar kepada pendengar. Fisher mencatat bahwa ketika unsur-unsur dari sebuah cerita “menggambarkan pernyataan yang tegas tentang realita sosial”, cerita itu mempunyai kebenaran.

5. *The Logic of Good Reasons*

Berhubungan dengan ide Fisher tentang kebenaran adalah metode utama yang dia ajukan untuk menilai kebenaran cerita berupa logika dari alasan-alasan yang baik. Fisher menegaskan bahwa ketika cerita mempunyai kebenaran, cerita-cerita itu menyatakan alasan-alasan yang baik untuk seseorang memegang kepercayaan tertentu atau untuk mengambil tindakan. Jadi, logika untuk *narrative paradigm* memungkinkan seseorang untuk memutuskan harga dari sebuah cerita. Logika dari *good reasons* menggambarkan seorang pendengar dengan serangkaian dari nilai-nilai yang menarik untuknya dan membentuk tuntutan untuk menerima atau menolak nasihat oleh bentuk apapun dari cerita. Hal ini tidak bermaksud bahwa alasan yang baik apapun adalah sama dengan yang lainnya; hal itu hanya mempunyai maksud bahwa apapun yang mendorong seseorang untuk percaya, sebuah cerita dibatasi kepada sebuah nilai atau gambaran apa yang baik. Sebagaimana *narrative paradigm* prediksi, cerita yang diceritakan dengan baik- terdiri dari *narrative rationality* (cerita yang rasional) adalah lebih meyakinkan untuk pembaca daripada kesaksian ahli yang menyangkal ketepatan faktual dari cerita.



*Narrative paradigm* yang menjadi fokus utama dalam Fisher dalam komunikasi naratif yaitu terdapat dalam dua alasan, yaitu pertama beberapa pertanyaan utilitas dari sebuah definisi dari *narrative*. Jika itu memaknai semua tingkah laku komunikasi, dan kedua yaitu beberapa peneliti yakni Robert Rowland (1987, 1989; West & Turner, 2010: 355) mengusulkan beberapa bentuk dari komunikasi bukanlah *narrative* dalam cara yang Fisher pertahankan. *The narrative paradigm* mempunyai kesalahan, kegagalan untuk konsisten dengan beberapa tuntutan yang Fisher buat tentang itu. Rowland (West & Turner, 2010: 355) mengusulkan "*there is nothing inherent in storytelling that guarantees that the elites will not control a society*". *The narrative paradigm* lebih jarang digunakan karena apa yang mereka pikirkan itu adalah *conservative bias*. William Kirkwood (1992; West & Turner, 2010: 355-356) mengamati logika Fisher dari alasannya fokus dalam *prevailing values* dan gagal dalam sebuah cara dalam cerita dapat promosi perubahan sosial. Fisher menyediakan paradigma baru untuk memahami manusia alami, dialokasikan ke dalam simbol dari komunikasi. Dalam konstruksi paradigma naratif, Fisher menyediakan sebuah *framework* untuk bidang keilmuan.

West & Turner (2010: 351) menyatakan bahwa narasi sering kali dianggap sebagai suatu cerita sederhana, namun bagi Fisher cerita lebih dari sekedar pembukaan, pertengahan, dan akhir. Fisher menyatakan bahwa narasi meliputi semua catatan verbal maupun non-verbal dengan serangkaian kejadian yang dimaknai oleh pendengar. Lebih jauh Fisher menyatakan bahwa ia cerita bukan sekedar komposisi fiktif yang proposisinya mungkin saja salah atau benar dan tidak mempunyai hubungan yang penting dengan pesan dari komposisi tersebut. Fisher mendefinisikan narasi sebagai suatu aksi simbolis (kata-kata atau perbuatan) yang memiliki rangkaian dan makna bagi setiap orang yang mengalami, menciptakan, dan menginterpretasinya. Griffin (2012: 310) kemudian menyatakan bahwa definisi tersebut terlalu luas. Ia memparafrasekan pendefinisian narasi sebagai sesuatu yang berakar dari waktu dan jarak yang mengandung setiap aspek kehidupan kita atau orang lain dengan pertimbangan karakter, motif, dan aksi. Ini mengarah kepada pesan verbal dan non-verbal, bahkan komunikasi

yang abstrak pun termasuk ke dalamnya karena mengundang pendengar untuk menginterpretasi maknanya dan berusaha membandingkannya dengan nilai dari kehidupannya sendiri.

West & Turner (2010: 345) menyatakan bahwa Fisher menggunakan terminologi paradigma, bukannya teori untuk mengindikasikan betapa luasnya pandangannya tersebut. Paradigma merupakan sesuatu yang memang lebih luas dari sekedar teori. Fisher menyatakan bahwa tidak ada genre di dalam teknik komunikasi dan tidak ada episode di dalam cerita kehidupan. Penggunaan istilah paradigma mengarah kepada suatu usaha untuk membentuk dan mengarahkan pemahaman kita akan keseluruhan pengalaman komunikasi manusia. Sedangkan Griffin (2012: 310) menyatakan bahwa penggunaan terminologi paradigma adalah untuk mengarahkan kita kepada suatu kerangka kerja konseptual yang merupakan suatu model universal yang mengundang banyak orang untuk memandang berbagai kejadian dari lensa interpretif yang sama.

Fisher menampilkan apa yang disebut sebagai pergeseran paradigma atau suatu perubahan cara berpikir orang-orang secara signifikan tentang dunia dan maknanya. Sesuai dengan anggapan Delia (Griffin, 2012: 310) tentang konstruktivisme yang menyatakan bahwa persepsi bukan merupakan suatu fisik atau suara yang terlihat. Makna tidak ada di dalam kejadian tersebut melainkan ada di dalam pikiran kita. Paradigm naratif Fisher ini menawarkan suatu cara untuk memahami semua bentuk komunikasi dan untuk mengarahkan penyelidikan retorika. Ini bukan retorika secara spesifik, melainkan sebagai dasar untuk melengkapi retorika yang perlu dibangun. Struktur ini menawarkan suatu penjelasan yang komprehensif dari kreasi, komposisi, adaptasi, presentasi, dan perumusan suatu pesan simbolik.

Fisher menyatakan bahwa tidak semua cerita sama baiknya. Semua orang mengaplikasikan standar rasionalitas narasi yang sama terhadap semua cerita yang ia dengarkan.

- *Narrative rationality* merupakan suatu cara untuk menilai kelayakan suatu cerita berdasarkan kedua standard koherensi dan *fidelity* dari narasi tersebut (Griffin, 2012: 312). West & Turner (2010: 351)

menambahkan bahwa *narrative rationality* merupakan standar untuk menilai cerita mana yang akan dipercaya dan mana yang tidak.

- *Narrative coherence: does the story hang together?*

West & Turner (2010: 351) menyatakan bahwa koherensi merupakan suatu prinsip *narrative rationality* yang digunakan untuk menilai konsistensi internal dari suatu cerita. Griffin (2012: 313) mendefinisikan *narrative coherence* sebagai suatu konsistensi internal dengan karakter yang berperan secara terpercaya, kepaduan dari cerita. Fisher menganggap bahwa konsistensi internal dari suatu narasi mirip dengan jalur argumen di dalam paradigm *rational world*. Cerita merupakan suatu kesatuan jika kita meyakini bahwa *narrator* tidak meninggalkan detail penting, tidak mencurangi fakta, dan tidak menolak berbagai kemungkinan interpretasi. Bagi Fisher, pengujian utama akan koherensi narasi adalah ketika kita memperhitungkan setiap karakter di dalam cerita bertindak sewajarnya atau dalam sikap yang tepat dan kita akan merasa curiga jika karakter di dalam cerita tidak bersikap seperti biasanya. Kita cenderung meyakini cerita yang menunjukkan pemikiran, motif, dan aksi yang saling berkelanjutan.

West & Turner (2010: 352) menambahkan bahwa ada tiga tipe koherensi:

1. Koherensi struktural

Ini merupakan tingkatan di mana elemen cerita mengalir secara perlahan. Ketika cerita membingungkan, ketika bagian yang satu tidak dapat membawa kita kepada bagian berikutnya, dan ketika plotnya tidak jelas maka cerita tersebut memiliki koherensi struktural yang rendah.

2. Koherensi material

Ini merupakan tingkatan di mana kongruensi antara cerita yang satu dan cerita lainnya yang saling terkait atau dalam tema yang sama.

3. Koherensi karakterologikal

Ini merupakan kepercayaan terhadap karakter yang ada di dalam cerita tersebut.

- *Narrative fidelity: does the story ring true and humane?*

*Narrative fidelity* merupakan kesesuaian cerita antara nilai yang ada di dalam pesan dengan apa yang dianggap pendengar sebagai suatu kebenaran dan manusiawi, cerita seperti ini akan mengundang respon karena menyerang kehidupan sang pendengar. Jadi, cerita yang baik adalah yang terdengar benar dan manusiawi (Griffin, 2012: 314). West & Turner (2010: 352) menambahkan bahwa *fidelity* ini merupakan salah satu prinsip yang digunakan untuk menilai kredibilitas dari suatu cerita.

West & Turner (2010: 353) mengutip Fisher yang menyatakan bahwa ketika suatu narasi memiliki unsur *fidelity*, akan menjadi alasan yang baik bagi seseorang untuk mempercayai atau mengambil langkah atas cerita tersebut. *Good reasons* diartikan sebagai seperangkat nilai yang digunakan untuk menerima suatu cerita sebagai sesuatu yang benar dan layak untuk diterima yakni metode untuk menentukan *fidelity* dari suatu cerita (Griffin, 2010: 314). Ia menambahkan bahwa nilai tersebut membuat logika paradigm naratif tentang *good reasons* menjadi berbeda dengan paradigma rasional. Logika paradigma naratif terpusat dalam isu berikut:

1. Nilai yang tertanam di dalam pesan tersebut.
2. Relevansi nilai tersebut dengan pembuatan keputusan.
3. Tumpang tindih dengan pandangan audiens akan dunia.
4. Seusai dengan kepercayaan audiens.

Griffin (2012: 314) menjelaskan pendapat Fisher yang menyatakan bahwa orang cenderung memilih bagian mana yang sesuai dengan pandangan mereka tentang kebenaran dan sesuatu yang manusiawi. Ia menambahkan bahwa ada audiens ideal atau publik permanen yang mengidentifikasi nilai kemanusiaan yang terkandung dari suatu cerita yang baik. Audiens ideal merupakan suatu komunitas aktual yang ada seiring waktu yang meyakini nilai kebenaran, kebaikan, kecantikan, kesehatan, kebijakan, keberanian, kemarahan, keadilan,

harmonis, tatanan sosial, kerukunan, persahabatan dan kesatuan dengan alam. Bagaimanapun, masih ada kemungkinan adanya komunitas yang tidak berbasis kemanusiaan, namun Fisher menyatakan bahwa sistem ini kurang memiliki koherensi yang benar. Fisher meyakini bahwa kemanusiaan tersebut dapat membentuk logika kita. Ketika kita menilai bahwa cerita tersebut memiliki *fidelity*, kita akan membuka diri kita terhadap kemungkinan bahwa nilai tersebut akan memengaruhi kepercayaan dan aksi kita. Cerita yang baik memiliki nilai persuasi yang besar. Fisher mengingatkan kita bahwa semua komunikasi bersifat naratif dan kita mengevaluasinya berdasarkan basis tersebut.

Teori ini berada dalam tradisi retorika dan konteks retorika/publik yang menggunakan pendekatan interpretif. Teori ini mendapatkan kritik pada cakupan, konsistensi logika, kegunaan, keterujian, dan *heurism*. Teori ini dianggap memiliki fokus yang terlalu luas karena pernyataannya bahwa semua bentuk komunikasi merupakan bentuk narasi. Ada yang menyatakan bahwa apalah kegunaan suatu definisi jika mengandung kata semuanya dan itu juga mengakibatkan definisi tersebut kehilangan maknanya. Selain itu, Robert Rowland (West & Turner, 2010: 355) menyatakan bahwa ada beberapa bentuk komunikasi yang bukan merupakan cerita, seperti cerita fiksi dan fantasi yang tidak sesuai dengan nilai kebanyakan orang. Rowland menyatakan bahwa sebenarnya teori ini bukannya menyediakan struktur yang lebih demokratis bagi paradigma rasional, melainkan itu memberikan alternatif lain dari paradigma tersebut. Fisher menyatakan adanya masalah dominasi oleh kaum elit dan ahli di dalam paradigma rasional. Rowland, di sisi lain berpendapat bahwa tidak ada yang menjamin bahwa cerita yang disampaikan oleh para elit dilakukan tanpa kontrol terhadap masyarakat.

Teori ini jarang digunakan karena adanya bias konservatif. William Kirkwood (West & Turner, 2010: 356) mengamati bahwa logika Fisher tentang *good reasons* fokus pada nilai dan gagal untuk memperhatikan cara di mana cerita tersebut dapat mempromosikan perubahan sosial. Teori ini dianggap terlalu luas untuk membawa kita kepada isu lain. Bagaimana mungkin teori yang terlalu luas dapat diuji? Teori ini juga hanya memberikan sedikit arahan bagi kita untuk

menyusun studi kita. Teori ini berkontribusi besar dalam studi komunikasi manusia. Bercerita dapat dijadikan suatu metafora untuk memahami bagaimana manusia menggunakan komunikasi untuk memahami dunianya. Ia juga memberikan paradigma pemahaman baru tentang sifat manusia yaitu realisme simbolik dari komunikasi manusia.

Paradigma naratif Fisher menawarkan sesuatu yang lebih segar kepada analisis para pengikut Aristotle. Ketika komunikasi dipandang sebagai suatu narasi, kita tidak perlu keahlian atau pelatihan spesifik untuk dapat menemukan apakah cerita tersebut menawarkan *good reasons* untuk dapat dipercaya kebenarannya. Para ahli di bidang khusus juga dapat memberikan penjelasan dan informasi lebih, namun ketika kita mengevakuasi koherensi dan *fidelity*, orang biasapun mampu melakukan kritik. Griffin (2012: 329) menyatakan bahwa prinsip koherensi dan *fidelity* dari Fisher dapat digunakan untuk menganalisa berbagai tipe komunikasi, dengan menyediakan bukti yang kuat dari validitas mereka. Para kritikus berpendapat bahwa pandangan Fisher ini terlalu optimis. Cerita mempromosikan *status quo* yang secara tidak pantas memengaruhi *power* yang tertindas.

# 10

## TEORI *MEDIA ECOLOGY*

### 10.1. Evolusi Media

Teknologi sering dideskripsikan sebagai pengaruh yang paling penting dalam masyarakat. Dunia Barat dipenuhi oleh contoh bagaimana teknologi memengaruhi kehidupan. Marshall McLuhan dalam bukunya *Understanding Media* (1964; Gordon, 2002; West & Turner, 2010: 428), McLuhan menulis tentang pengaruh teknologi seperti jam, televisi, radio, film, telepon, dan bahkan jalan dan permainan. Walaupun saat ini kita tidak mengklasifikasikan beberapa hal tersebut sebagai teknologi, pada saat itu McLuhan tertarik dengan pengaruh sosial dari bentuk komunikasi media massa.

Media elektronik telah merubah masyarakat, menurut McLuhan. McLuhan merasa bahwa masyarakat terlalu terikat kepada teknologi media massa dan merupakan tatanan sosial masyarakat yang berdasarkan kepada kemampuannya untuk berhadapan dengan teknologi. Mengingat kembali bahwa teori ini dikonseptualisasikan kurang lebih lima puluh tahun yang lalu, dan bahkan hari ini, pendapat McLuhan tentang teknologi memang benar terjadi. Penelitian McLuhan ini dinamai dengan "*media ecology*". Untuk tujuan kita, kita mendefinisikan *media ecology* sebagai suatu studi mengenai bagaimana media dan proses komunikasi memengaruhi persepsi, perasaan, emosi, dan nilai manusia. Harold Adam Innis (1951; West & Turner, 2010: 430) merujuk kepada pembentukan kekuatan teknologi dalam suatu masyarakat dikenal dengan nama *bias of communication*. Bagi Innis, orang-orang menggunakan media untuk meningkatkan kekuatan politik dan sosial, dan kemudian mengubah tatanan sosial suatu masyarakat.

Marshall McLuhan terkenal di publik dengan mempertanyakan pertanyaan yang sama tentang hubungan antara media dan budaya. McLuhan memahami media dengan adanya kekaguman dan perdebatan yang terjadi. Teori yang dikemukakannya menyarankan bahwa media sebaiknya memahamai ekologi. Perubahan dalam teknologi mengubah *symbolic environment* yaitu konstruksi sosial, makna duniawi yang mengubah persepsi, pengalaman, sikap dan perilaku. Teori McLuhan tentang *media ecology* merupakan hasil yang baik dari pepatahnya yaitu "media merupakan pesan,"(Griffin, 2012: 322) . Pernyataan tersebut merupakan perasaan yang membuat ekspektasi kita tidak terkabulkan. Kita terbiasa untuk berpikir bahwa pesan terpisah dari media itu sendiri. *Media* merupakan istilah yang umum untuk semua teknologi yang diciptakan oleh manusia yang dapat memperluas jangkauan, kecepatan atau saluran komunikasi. *Medium* merupakan jenis tertentu dalam media, misalnya buku, koran, radio, televisi, telepon, film, *website* atau *e-mail*.

Menurut Marshall McLuhan, media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal. Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Media membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya, dan hal ini yang disebut sebagai *media ecology theory*. Teori ini memusatkan pada banyak jenis media dan memandang media sebagai sebuah lingkungan. Menurut Lance Strate (West & Turner, 2010: 435), ekologi media adalah kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode (cara penyampaian), informasi, dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia. Harold Innis menyebut kekuatan membentuk yang dimiliki oleh teknologi terhadap masyarakat sebagai *bias of communication* (West & Turner, 2010: 430). Orang menggunakan media untuk memperoleh kekuasaan politik dan ekonomi dan karenanya mengubah susunan sosial dari sebuah masyarakat. Media komunikasi memiliki bias yang terdapat di dalam diri mereka untuk mengendalikan aliran ide di dalam sebuah masyarakat.



McLuhan (1962, 1964) dan Quentin Fiore (McLuhan & Fiore, 1967, 1996) menyatakan bahwa media dari sebuah era menentukan esensi dari sebuah masyarakat (West & Turner, 2010: 432-436). Mereka mengemukakan empat era atau zaman dalam sejarah media, yang masing-masing berkaitan dengan cara komunikasi dari zaman tersebut.

1. *The Tribal Era*

Menurut McLuhan selama *tribal era* ini, pendengaran, penciuman dan perasa, merupakan hal yang paling dominan. Selama masa ini, menurut McLuhan, budaya berpusat pada telinga karena orang mendengar tanpa memiliki kemampuan yang sebenarnya untuk menyensor pesan-pesan. Era ini ditandai dengan tradisi lisan penceritaan kisah di mana orang menyatakan tradisi, ritual, dan nilai-nilai mereka melalui kata-kata yang diucapkan.

2. *The Literate Era*

Zaman ini ditekankan oleh adanya indra penglihatan, ditandai oleh pengenalan abjad. Mata menjadi indra yang dominan. McLuhan dan Fiore (1996) menyatakan bahwa abjad menyebabkan orang untuk melihat lingkungan mereka dalam hal visual dan spasial. McLuhan (1964: 173) juga merasa bahwa abjad membuat pengetahuan lebih mudah diakses dan menghancurkan ikatan manusia tribal. Jika era tribal ditandai dengan orang yang berbicara, maka *literate era* ini merupakan masa di mana komunikasi tertulis berkembang. Pesan-pesan orang menjadi terpusat pada pemikiran linier dan rasional.

3. *The Print Era*

Penerimaan mesin cetak menandai munculnya *print era* ini dalam peradaban dan mulainya revolusi industri. Walaupun sangat mungkin untuk mencetak dalam jumlah besar menggunakan stempel kayu sebelum era ini, mesin cetak memungkinkan dibuatnya salinan esai, buku, dan pengumuman.

4. *The Electronic Era*

Media menjadi perpanjangan hampir seluruh indra manusia di era ini. Telepon dan radio perpanjangan tradisi lisan. Televisi perpanjangan penglihatan dan pendengaran. Komputer atau internet juga hadir sebagai perpanjangan seluruh indra dengan

menggabungkan ragam media (cetak, audio, visual) hingga ia disebut multimedia. *Electronic era* merupakan sebuah komunikasi yang sudah menggunakan media elektronik yang melingkupi semua indra dan memungkinkan orang di seluruh belahan dunia dalam waktu yang bersamaan dapat terhubung.

McLuhan mengkritisi sosial dengan mengamati dunia Barat tetapi melewati efek dari lingkungan sosial, dengan oral, cetak maupun elektronik. Ia mengkhususkan para ahli sebagai menolak untuk mengakui dampak revoluntari dari media elektornik dalam pengalaman sensori di masyarakat kontemporer. Untuk itu, McLuhan membagi seluruh sejarah manusai dalam empat periode, yaitu *tribal age, a literate age, a print age, and an electronic age*. Menurutnya bahwa penemuan yang krusial yang mengubah kehidupan kita yaitu alfabet, media cetak, dan telegrap.

Menurut McLuhan, *tribal age* merupakan era akustik di mana indra pendengaran kita, sentuhan, rasa dan bau dikembangkan jauh melampaui kemampuan kita untuk memvisualisasikan. Dalam sebuah pengaturan, pendengaran merupakan hal yang berharga daripada penglihatan karena ini memungkinkan kita untuk lebih sadar terhadap sesuatu hal yang kita dengarkan. Dengan pandangan, kita terbatas dengan sebuah arahan dan jarak, di mana kita hanya dapat merasakan apa yang kita lihat di depan kita. Dengan mengubah suara menjadi suatu objek yang terlihat secara radikal mengubah lingkungan simbolik. Akhirnya, mata menjadi pewaris. Mendengarkan merupakan hal yang berkurang dalam hal nilai dan kualitas, untuk tidak setuju dengan penilaian yang hanya mengilustrasikan maka McLuhan mempercayai bahwa pribadi, menjadi mungkin menjadi "suatu pandangan" yang dapat mendorong dunia menjadi praktik visual dalam membaca sebuah teks.

Jika ponetik alfabet membuat suatu visualisasi yang memungkinkan untuk munculnya ketergantungan, maka mesin cetak ini membuat hal tersebut lebih luas. Dalam *Gutenberg Galaxy*, McLuhan mengatakan bahwa aspek yang paling penting yang jenisnya bergerak dalam kemampuannya untuk menghasilkan teks yang sama dan sama,

dan mesin ini dapat mengkopi 100.000 dari *understanding media* yang menyarankan bahwa hal tersebut memang benar. Karena revolusi media cetak ini mendemonstrasikan produksi massa merupakan produk yang identik dan McLuhan menyebutkan hal ini sebagai cikal bakal dari revolusi industri. Dengan tap-tap dari telegraf, kekuatan dari media cetak telah hilang. Tentu saja, Samuel Morse memiliki sebuah penemuan hanya pertama yang baru dari media elektronik yang membuat sudut dari Rios Shack dari generasi sebelumnya, seperti magic shop. McLuhan mengatakan bahwa *electronic age* merupakan sebuah era yang sekejap dalam komunikasi di mana memutar *global village* dengan semuanya dalam sekali suara dan sentuhan. Tetapi kita harus pergi kembali ke masa depan untuk mencoba sebuah desa yang tidak seperti desa lainnya, di mana kita menyebutnya sebagai *global village*. Media elektronik membawa kita ke dalam sentuhan dengan orang lain, kapan saja, dan secara instan dapat bekerja.

Ketika *Wired*, sebuah majalah dalam budaya digital, yang diperkenalkan pada tahun 1992, editor mendeklarasikan bahwa majalah Marshall McLuhan merupakan "*patron saint*". Terdapat perasaan bahwa revolusi lain yang menjulang, dan banyak sesuatu hal yang kembali ke kata-kata dari bimbingan McLuhan. Bagaimanapun, teknologi digital tidak menarik sebuah steker pada elektronik, karena hal tersebut masih memerlukan kekuatan sumber. *Digital age* merupakan era kelima yang memungkinkan elektronik menemukan sebuah perdebatan yang beragam.

Dalam mempelajari hubungan antara media dan budaya, kita akan berkaitan dengan referensi *postmodern*. Ada enam fitur yang terkait dengan pembahasan tersebut (Griffin, 2010: 332), yaitu:

- *Postmodern* menggambarkan suatu periode waktu ketika janji modernisme tidak lama lagi akan dibenarkan. Ideologi modern yang sebelumnya ditolak oleh *postmodern* yaitu revolusi industri, imperialisme nasional, dan pencerahan rasionalitas.
- Kita telah menjadi alat dari alat yang kita ciptakan. McLuhan menyatakan bahwa ketika kita secara berkelanjutan menggunakan suatu teknologi komunikasi, ia akan mengubah lingkungan simbolik

kita, konstruksi sosial, makna sensoris akan dunia yang membentuk persepsi, pengalaman, sikap, dan perilaku. Jika kita berkonsentrasi dalam menganalisa atau menolak konten dari media, kita akan kehilangan fakta bahwa medium merupakan pesan itu sendiri.

- Dalam dunia *postmodern*, akan ada berbagai klaim kebenaran atau kepastian moral yang dicurigai. Ada begitu banyak ilmu yang berkembang di jaman *postmodern*, namun kemudian relativitas ilmu tersebut selalu diaplikasikan dalam penekanan akan kebenarannya.
- Citra menjadi lebih penting daripada apa yang mereka wakili. *Postmodernist* meyakini bahwa media terlalu melebih-lebihkan realitas. Pencitraan tersebutlah yang kemudian membentuk ekspektasi kita. Bagi para *postmodernist*, isu saat itu bukan hanya terkait media yang mendistorsi kenyataan, melainkan media tersebut sudah menjadi nyata dan merupakan satu-satunya hal yang kita miliki.
- Dengan bimbingan media, kita dapat menggabungkan dan mencocokkan gaya yang berbeda dan merasakannya untuk menciptakan suatu identitas yang unik.
- Posmodernisme juga dapat dipandang sebagai suatu tatanan ekonomi, masyarakat pengonsumsi yang berbasis kapitalisme multinasional. Kini kunci utama mendapatkan profit bukan lagi produksi, melainkan informasi.

West & Turner (2010: 428) menyatakan bahwa teknologi kini dianggap sebagai pengaruh yang paling penting di dalam masyarakat. Teknologi kini banyak memainkan peran dalam kehidupan dan aktivitas masyarakat masa kini. McLuhan membenarkan pernyataan tersebut dan menyatakan bahwa komunikasi yang termediasi memang memiliki dampak sosial bagi anggota dari suatu budaya. Ia menyatakan bahwa kita memiliki hubungan simbiotik dengan teknologi media, kita menciptakan teknologi, dan kemudian teknologi itu membentuk kembali diri kita. Ia merasa bahwa masyarakat sudah sangat bergantung pada teknologi media dan tatanan sosial masyarakat kini bergantung pada kemampuannya dalam menghadapi teknologi tersebut. Pernyataan tersebut seperti mengesankan bahwa audiens di mata McLuhan bersifat pasif, padahal mereka juga dapat bersifat aktif.

Teknologi media ini memungkinkan setiap orang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan global sebagaimana ia menyesuaikan diri dengan lingkungan kota kecilnya sendiri.

Pandangan McLuhan banyak dipengaruhi oleh mentornya, Harold Adam Innis yang menyatakan bahwa orang-orang yang berkuasa mendapatkan *power* yang semakin besar karena perkembangan teknologi (West & Turner, 2010: 430). Pembentukan *power* akibat teknologi ini dianggap sebagai bias dari komunikasi. Inilah yang kemudian berdampak pada perubahan tatanan sosial masyarakat. Komunikasi media ini mengakibatkan bias kontrol terhadap ide-ide masyarakat. McLuhan kemudian mengeksplorasi pandangan tersebut. Menurutnya, sulit bagi kita untuk menemukan masyarakat yang tidak terpengaruh oleh media elektronik tersebut (West & Turner, 2010: 430). Teori ini menyatakan bahwa media harus dipahami secara ekologis. Perubahan teknologi mengubah lingkungan simbolik yang dikonstruksi secara sosial, penginderaan makna yang kemudian membentuk persepsi, pengalaman, sikap dan perilaku kita (Griffin, 2012: 319).

McLuhan & Question Fiore menyatakan bahwa media dari suatu era menentukan esensi sebuah masyarakat. Media bahkan berperan sebagai perpanjangan indra manusia dalam tiap era (West & Turner, 2010: 433). Griffin (2010: 323) menjelaskan pendapat McLuhan dalam membagi sejarah manusia ke dalam empat periode. Menurut McLuhan ini merupakan jaman akustik karena indra pendengaran, sentuhan, pengecap, dan penciuman lebih jauh daripada kemampuan visualisasi. Di dalam lingkungan yang liar, pendengaran akan lebih bernilai karena memungkinkan kita anda untuk lebih peduli dengan sekitar. Dengan penglihatan, kita terbatas dalam arah dan jarak saja yang membuat kita hanya sadar akan hal yang ada di depan kita saja. Misalnya, jika ada hewan di belakang kita, kita tidak akan punya harapan lagi jika pendengaran, penciuman, dan sentuhan kita tidak sensitif. Kualitas suara tersebut juga akan meningkatkan komunitas, kata-kata yang dibicarakan merupakan pengalaman akan komunal yang pertama. Suara juga bekerja sesuai dengan privatisasi karena memungkinkan kita bekerja tanpa didengarkan oleh orang lain yang ada di sekitar kita. Kata-kata yang disampaikan juga hanya akan ada saat itu diperdengarkan

dan memiliki kelemahan material karena akan sulit untuk menyimpan suatu ide jika kita tidak terus menerus mengulang-ulang pesan tersebut dan membagikannya dengan orang lain. McLuhan menyatakan bahwa manusia primitif memiliki kehidupan yang lebih kaya dan kompleks karena mereka memiliki perasaan yang mendalam dengan komunitas dan mendorong mereka untuk lebih peduli dengan keberadaan sekitar. Lingkungan yang akustik juga membuat mereka lebih bergairah dan cenderung spontan karena di dalam dunia yang berada di sekitar suara, semuanya menjadi lebih segera, lebih sekarang, dan lebih aktual. Bahkan ketika orang-orang tersebut mendengar, mereka tidak mampu menyensor berbagai pesan. Era ini ditandai dengan tradisi lisan di mana orang menyatakan tradisi, ritual, dan nilai-nilainya lewat kata-kata yang diucapkan. Bagi mereka telinga menjadi “kepala” dari semua panca indra lain dan mendengar berarti meyakini (West & Turner, 2010: 433).

Era ini ditandai dengan pengenalan abjad sehingga mata menjadi dominan untuk melihat lingkungan visual dan spasial. Mata membuat pengetahuan menjadi lebih mudah diakses dan menghancurkan ikatan manusia tribal. Komunikasi tertulis pun berkembang. Orang menjadi terpusat dengan pemikiran linear dan rasional. Penceritaan kisah tidak diminati lagi, melainkan matematika dan bentuk logika analisis. Dunia tulisan ini kemudian memaksa orang-orang untuk menjadi individualistik (West & Turner, 2010: 433). Di jaman literasi, penulis dan pembaca dapat berada di tempat yang terpisah. Kata-kata akan tetap hidup, dapat dibaca dan dibaca lagi di kemudian hari, bahkan dapat dianalisa. Pendengaran saat itu menjadi tak terpercaya lagi. Tulisan akan dapat menjadi bukti dari kebenaran. Jaman ini juga mengubah manusia dari keterlibatan kolektif menjadi lebih privat. Membaca dilakukan secara individual dan membutuhkan fokus. Kedekatan jarak menjadi tidak penting lagi. Literasi mendorong pemikiran yang logis, matematis, ilmiah, dan filosofis (Griffin, 2012: 324).

*Printing press* membuat visual menjadi tersebar luas. Jaman ini merupakan era visual, memproduksi buku kepada masyarakat untuk digunakan revolusi industri dan nasionalisme, namun individu menjadi terisolasi. Buku yang dibuat secara *portable* memungkinkan manusia

untuk membacanya secara privat dan terisolasi dari orang lain (Griffin, 2012: 324). Meskipun di Era sebelumnya sudah dimungkinkan pencetakan dengan stempel kayu, namun di era ini manusia dimungkinkan untuk membuat salinan buku, esai, dan lain sebagainya. Mesin cetak ini memberi kesempatan kepada semua orang bukan hanya kaum elit saja yang dapat mengakses informasi. Orang tidak perlu lagi mengandalkan ingatan sebagai penyimpan informasi. Buku juga dianggap sangat membantu dalam proses belajar mengajar, bahkan di era digital sekalipun, buku masih sangat penting dalam proses belajar. Produksi massal juga menghasilkan masyarakat yang mirip satu sama lain. Isi yang sama disampaikan berulang-ulang kali dengan cara yang sama. Selain itu masyarakat menjadi terfragmentasi karena mereka berada dalam isolasi saat membaca media yang diproduksi secara massal (West & Turner, 2010: 433).

Ini merupakan era dari komunikasi instan, kembali ke kampung global di mana suara dan sentuhan kembali dominan. Penemuan telegraf oleh Samuel Morse merupakan media elektronik pertama yang mengembalikan manusia seperti sedang di jaman tribal di mana suara dan sentuhan menjadi lebih penting daripada pandangan. Di jaman ini privasi dianggap sebagai suatu kemewahan. Media elektronik memungkinkan kita berhubungan dengan orang lain, di mana saja secara instan. Meskipun pandangan tetap digunakan untuk membaca, namun sirkuit elektronik sangat dibutuhkan. Kontak secara konstan dengan dunia sudah menjadi realitas sehari-hari. Logika linier kurang berguna di masyarakat elektronik (Griffin, 2012: 324).

Media elektronik mendesentralisasi informasi hingga batas di mana individu kini kembali menjadi sumber utama dari informasi tersebut. Era ini mengembalikan manusia ke jaman primitif dan menyukai untuk saling “berbicara” namun tentunya lewat media satu sama lain. Era ini memungkinkan berbagai komunitas berbeda di berbagai belahan dunia yang menjadi tetap terhubung dan terbentuk menjadi kampung global. Zaman ini memungkinkan mata dan telinga untuk bekerja sama. Manusia bahkan membutuhkan rasio indra. Rasio indra itu semacam percakapan di antara indra-indra karena kebutuhan akan keseimbangan indra tersebut (West & Turner, 2010: 433).

Ini merupakan jaman di mana elektronik menjadi terspesialisasi dan dipersonalisasi. Di jaman ini semua menjadi berbasis elektronik (Griffin, 2012: 324). McLuhan sangat kritis mengenai peneliti sosial yang menganalisa dunia Barat tetapi melewatkan pengaruh dari lingkungan simbolik seperti lisan, cetak, maupun elektronik. McLuhan membagi keseluruhan sejarah manusia menjadi empat periode atau masa. Berdasarkan McLuhan, *tribal village* merupakan suatu tempat akustik di mana indra pendengaran, sentuhan, pengecap, dan penciuman dikembangkan jauh di atas kemampuan untuk memvisualisasikannya.

*Tribal age* yaitu era akustik yang merupakan suatu waktu komunitas karena telinga merupakan indra yang paling dominan. Pendengaran lebih bernilai dibandingkan penglihatan karena dapat menjadikan kita lebih menyadari lingkungan sekitar kita. Dengan penglihatan, kita dibatasi oleh arah dan jarak. Kualitas *omnidirectional* juga meningkatkan masyarakat. Kata-kata yang terucap merupakan pengalaman umum. Kata-kata terucap juga merupakan hal yang tiba-tiba dan hidup. McLuhan mengklaim bahwa orang-orang "*primitive*" menjalani kehidupan yang lebih kaya dan kompleks dibandingkan dengan orang yang melek media karena telinga, tidak seperti mata, mendorong rasa holistik tentang dunia. Pada masa *tribal*, mendengar berarti percaya. Mengubah suara menjadi objek yang terlihat secara radikal mengubah lingkungan simbolik. Tiba-tiba mata menjadi warisan yang jelas terlihat. Pendengaran berkurang dalam nilai dan kualitas. *Literary age* merupakan suatu era visual, suatu waktu dari tindakan sendiri karena mata adalah indra yang dominan. McLuhan juga mengklaim bahwa *phonetic alphabet* membangun hubungan sebagai prinsip organizing dalam kehidupan.

Jika *phonetic alphabet* membuat ketergantungan visual memungkinkan, mesin cetak memperluasnya. Dalam *The Gutenberg Galaxy*, McLuhan berpendapat bahwa aspek yang paling penting mengenai tipe yang dapat berubah adalah kemampuannya untuk menghasilkan kembali teks yang sama lagi dan lagi. Karena revolusi cetak mendemonstrasikan produksi massa yang bersifat identik, McLuhan menyebutnya pelopor revolusi industri. *Print age* adalah era visual, produksi massal buku yang mengantarkan kepada revolusi



industri dan nasionalisme, namun masyarakat masih terisolasi. *Electronic age* yaitu suatu era komunikasi instant; kembali ke *global village* dengan keseluruhan dalam satu suara dan sentuhan. McLuhan mendesak bahwa media elektronik sangat memengaruhi umat manusia. Komunikasi instan membawa kita kembali kepada tradisi lisan pre-alphabetic di mana suara dan sentuhan lebih penting daripada penglihatan. Kita telah kembali ke masa depan untuk menjadi suatu kampung (*village*) yang berbeda dengan sebelumnya. Saat ini kita berada dalam *global village*. *Global village* yaitu komunitas elektronik dunia di mana setiap orang mengetahui bisnis dan segalanya dapat bersinggungan. Media elektronik membawa kita ke dalam sentuhan dengan siapa saja, di mana saja, seketika.

Ketika *Wired*, sebuah majalah pada budaya digital, diluncurkan pada tahun 1992, editornya mendeklarasikan McLuhan sebagai "*patron saint*" majalah tersebut. Terdapat rasa di mana revolusi lainnya telah menjulang dan banyak yang kembali kepada kepada perkataan McLuhan sebagai pedoman. Bagaimanapun, teknologi digital tidak menarik penyumbat pada masa elektronik, karena teknologi digital tersebut masih membutuhkan sumber kekuatannya. *Digital age* sepenuhnya adalah elektronik. Perkataan McLuhan merangsang orang lain untuk merenungkan apakah lingkungan media tertentu bermanfaat atau merugikan bagi mereka yang tenggelam di dalamnya. Neil Postman (Griffin, 2012: 328) percaya bahwa bentuk media mengatur dan bahkan mendikte bentuk konten media apa yang dapat dibawa. Berdasarkan Postman, suatu teknologi baru selalu menampilkan kita dengan *Faustian bargain* yaitu suatu potensi kesepakatan dengan setan. Menjual jiwa untuk keuntungan duniawi. Postman berpendapat bahwa televisi dapat merugikan masyarakat karena telah membawa kepada hilangnya opini publik yang serius. Televisi merubah bentuk informasi dari tidak bersambungan menjadi bersambungan, dari proposisional menjadi presentasi, dari rasionalistik menjadi emosional. Seperti McLuhan, Postman mengajukan pertanyaan mengenai teknologi baru (Griffin, 2012: 329), di antaranya:

- *What is the problem to which this technology is a solution?*
- *Whose problem is it, actually?*

- *If there is a legitimate problem to be solved, what other problems will be created by my using technology?*

McLuhan menghadapi kritik kasar dari komunitas para ahli. Dia merupakan satu dari bintang akademik pertama di era TV, oleh karena itu ia berharap popularitasnya memberikan ia dorongan terhadap kritik tentang metode dan pesannya. George Gordon ketua Departemen Komunikasi di Universitas Fordham, melabelkan kerja McLuhan dengan nama “McLuhanacy” dan menganggapnya tidak berguna (Griffin, 2012: 329). Serangan berbeda didapatkan dari orang-orang yang mengeluh mengenai media elektronik yang memengaruhi moral manusia.

## **10.2. Asumsi-asumsi Teori Media Ecology**

*Media Ecology Theory* dikenal dengan slogannya *the medium is the message* (McLuhan, 1964; Griffin, 2012: 321), di mana frase ini merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat, dan bukan isi pesannya. Medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan memengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar memengaruhi keadaan bawah sadar kita.

Banyak pemahaman dari sosial dan perubahan budaya yang tidak mungkin tanpa adanya pengetahuan tentang cara kerja suatu media sebagai sebuah lingkungan. Tetapi dengan mengevaluasi *ecology of media* itu merupakan hal yang sulit karena semua lingkungan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak saling terikat. Sebuah lingkungan bukan sesuatu benda yang dapat diidentifikasi, bahkan lingkungan ini merupakan asosiasi yang rumit. Dengan definisi, benda ini merupakan bagian dari latar belakang, McLuhan mencatat bahwa aturan dasar, struktur persasif, dan keseluruhan dari pola persepsi mudah.

Dalam *An Inconvenient Truth*, Gore (Griffin, 2012: 323) menawarkan bukti ilmiah bahwa planet kita mengalami perubahan yang krisis dalam iklim. Bahkan ketika pemanasan global mengalami hal yang skeptis ini tidak akan mengakui kenaikan suhu rata-rata, mereka menyarankan bahwa tidak ada hubungan yang langsung antara perubahan iklim dan emisi dari karbon dioksida dan gas *greenhouse* lainnya dari aktifitas manusia. Karena lingkungan merupakan hal yang sangat rumit, di mana terdapa sejumlah faktor dan kondisi dalam berkontribusi terhadap iklim. Teoritis menyebut hal ini sebagai *overdetermination* atau *equifinality*. Ketika hal ini terjadi dalam lingkungan, maka tidak ada formula yang mudah untuk sebab-akibat dari hubungan seperti *global warming*. Dengan memahami pengaruh hubungan antara lingkungan media dan masyarakat merupakan hal yang sangat rumit dan kita harus berusaha bahwa permintaan dari hal yang kompleks antara perubahan tambahan dan perubahan yang terjadi secara tiba-tiba. Oleh karena itu, McLuhan menelusuri mayor dari perubahan ekologi dalam media melalui sejarah manusia.

McLuhan mengutip sebuah mantra dari seorang antropologis bahwa “kita tidak tahu siapa yang menemukan air, tetapi kita sangat yakin itu bukan ikan yang menemukannya”. Kutipan ini sama halnya bahwa kita mengakui masalah “cara media bekerja itu sebagai lingkungan” karena kita sangat mempercayai hal tersebut. Menurut McLuhan, itu bukan teknologi yang abnormal bahwa permintaan dari perhatian kita, karena itu sulit untuk melihat hal yang baru dan yang berbeda. Bahkan, kita berfokus pada pengalaman kita sehari-hari terhadap *technology*. Media membentuk kita karena kita mengambil bagian dari itu berulang kali sampai diperpanjang oleh kita sendiri. Karena setiap media menekankan perasaan yang berbeda dan mendorong perbedaan kebiasaan kita, dan menarik hari demi hari setelah kondisi perasaan kita untuk mengambil beberapa rangsangan dan tidak mendaftarkan orang lain. Sebuah media menekankan bahwa telinga dan mata kita dapat mengubah rasio dari persepsi akal yang kita miliki.

Telah dikatakan bahwa pengaruh dari media teknologi bagi masyarakat merupakan ide utama di balik teori *media ecology*. Gagasan ini terbagi atas tiga asumsi (West & Turner, 2010: 430), yaitu:

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat. Kita tidak dapat melarikan diri dari media. Bahkan McLuhan menyebut angka, permainan, dan uang sebagai mediasi. Media ini mentransformasi masyarakat kita melalui permainan yang dimainkan, radio yang didengarkan, atau TV yang ditonton. Pada saat bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi”.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita. Kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Media cukup kuat dalam pandangan kita mengenai dunia. Kita tanpa sadar termanipulasi oleh TV. Sikap dan pengalaman kita secara langsung dipengaruhi oleh apa yang kita tonton di TV, dan sistem kepercayaan kita dapat dipengaruhi secara negatif oleh TV. McLuhan mempersepsikan TV sebagai hal yang memegang peranan penting dalam pengikisan nilai-nilai keluarga.
3. Media menyatukan seluruh dunia. Media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah *global village* untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Media elektronik memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini.

West & Turner (2010: 430) menyatakan tiga asumsi teori ekologi media, yaitu:

1. Media meresap ke dalam setiap perilaku dan aksi masyarakat

Asumsi pertama mengindikasikan bahwa kita tidak dapat melarikan diri dari media di dalam kehidupan kita. Media melingkupi setiap keberadaan kita. McLuhan menginterpretasi secara luas bahwa ada begitu banyak media yang kita hadapi

setiap hari, bahkan uang, permainan, dan angka juga termasuk di dalamnya. Media ini mentransformasi masyarakat dan media itu bergantung pada masyarakat agar dapat mengalami evolusi.

2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasi pengalaman kita

Kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Media cukup kuat dalam memengaruhi pandangan kita tentang dunia. Pembahasan kita dalam komunikasi sehari-hari tentunya dilatarbelakangi oleh informasi yang kita peroleh dari media. Begitu juga dengan perilaku kita akan disesuaikan dengan berbagai informasi yang kita peroleh dari media. Dengan kata lain, kita sudah termanipulasi oleh media yang tampak dari sikap dan perilaku kita. McLuhan menyatakan bahwa televisi berperan besar dalam pengikisan nilai-nilai keluarga.

3. Media mengikat keseluruhan isi dunia bersama

McLuhan menyatakan bahwa media telah menghubungkan dunia menjadi kampung global. Kampung global merupakan suatu pemikiran yang menyatakan bahwa manusia kita tidak lagi dapat hidup terisolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik secara instan dan berkesinambungan. Dampaknya adalah kita dapat menerima informasi secara langsung dan membuat kita menjadi tertarik dengan berbagai peristiwa global dan tidak hanya berfokus pada komunitas sendiri lagi. Berkat media elektronik, kita terlibat dalam kehidupan orang lain dan orang lain terlibat di dalam kehidupan kita. Suatu bagian dari sistem tentunya akan memengaruhi bagian lainnya dalam sistem tersebut. Begitu pula dalam sistem dunia, apa yang terjadi di belahan bumi lain akan memengaruhi manusia di belahan bumi lainnya.

Kesuksesan film *An Inconvenient Truth* menyita banyak perhatian manusia. Film ini menjadi salah satu film dokumenter terbaik yang memenangkan Academy Award di tahun 2006 untuk gambar terbaik dan muncul sebagai titik fokus orang Amerika terhadap pengaruh *global warming*. Pada tahun 1960-an, professor berasal dari

University of Toronto English, Marshall McLuhan meledakkan skenario publik dengan bertanya tentang pertanyaan yang sama mengenai hubungan antara *media* dan budaya. Seperti *An Inconvenient Thruth*, pemahaman media McLuhan telah memberikan pukulan yang mengejutkan yang menimbulkan kekaguman dan perselisihan. Teorinya menyarankan bahwa media seharusnya dapat dipahami secara ekologis. Perubahan dalam teknologi merubah *symbolic environment* yaitu konstruksi sosial, makna dunia sensori yang membentuk persepsi, pengalaman, sikap, dan perilaku kita.

Teori McLuhan tentang *media ecology* telah ditangkap dalam ungkapan nyata yang terkenal: "*the medium is the message.*" Pernyataan yang ringkas dan tajam ini bermaksud untuk mengacaukan dugaan kita. Kita biasanya berpikir bahwa pesan itu terpisah dengan mediumnya. Medium itu yang mengantarkan pesan. McLuhan meruntuhkan perbedaan antara pesan dan medium. Dia melihat bahwa pesan dan medium itu menjadi satu dan sama. Ketika kita memikirkan pengaruh budaya dari *media*, kita juga biasanya disesatkan oleh ilusi mengenai *content*. Kita fokus kepada konten dan melupakan mediumnya. *Moby Dick* adalah sebuah buku. *Moby Dick* adalah sebuah film dongeng lisan. Hal tersebut merupakan cerita yang berbeda. Dengan alasan ini, kita seharusnya tidak mengeluh bahwa sebuah film tidak seperti bukunya, karena sebuah film tidak akan pernah seperti buku. Sebuah film hanya akan menjadi film. Media yaitu istilah umum untuk keseluruhan teknologi manusia yang memperluas jangkauan, kecepatan, dan saluran komunikasi. Medium yaitu tipe spesifik dari media, contohnya buku, koran, radio tv, telepon, film, *website*, atau *e-mail*.

Banyak pemahaman mengenai perubahan sosial dan budaya tidak mungkin terjadi tanpa adanya pengetahuan mengenai bagaimana media bekerja sebagai lingkungan. Tetapi penilaian tentang *ecology of media* merupakan suatu usaha yang sulit karena seluruh lingkungan bersifat *intangibel* dan saling berhubungan. *Media ecology* yaitu suatu pembelajaran mengenai lingkungan personal dan sosial yang berbeda yang diciptakan oleh penggunaan teknologi komunikasi yang berbeda. McLuhan mencatat bahwa "aturan dasar, struktur yang dapat meresap, dan keseluruhan pola mengindarkan diri dari persepsi yang mudah."

Dalam hal yang sama, kita kesulitan untuk mengenali bagaimana media bekerja sebagai lingkungan karena kita terlalu terbenam di dalamnya. Berdasarkan McLuhan, bukanlah kelainan teknologi yang menyita perhatian kita, sejak kita sulit untuk mengenali hal baru dan berbeda. Melainkan kita fokus kepada pengalaman sehari-hari kita mengenai teknologi. Sebuah medium membentuk kita karena kita mengambil bagian dari itu berulang kali sampai menjadi bagian diri kita sendiri. Karena setiap medium menekankan perbedaan rasa dan mendorong kebiasaan yang berbeda, mengaitkan diri dengan sebuah medium hari demi hari untuk mengambil suatu rangsangan dan tidak mengambil yang lainnya. Media sebagai hal yang biasa yang membuatnya menjadi *invisible* atau tak terlihat. Ketika suatu medium baru memasuki masyarakat, terdapat suatu jangka waktu di mana kita sadar terhadap kebaruannya tersebut. Hanya jika ketika medium tersebut memudar ke dalam latar belakang kehidupan kita di mana kita benar-benar mengalami pola yang disebut *environmental influence*.

Dalam *An Inconvenient Truth*, Gore (Griffin, 2012: 323) menawarkan fakta *scientific* bahwa planet mengalami perubahan iklim yang kritis. Bahkan ketika *global warming* menyebabkan kenaikan suhu, mereka menyarankan bahwa tidak terdapat hubungan langsung antara perubahan iklim ini dengan emisi dari karbon dioksida dan gas rumah kaca dari aktivitas manusia. Karena saat ini keadaan lingkungan rumit, maka terdapat beberapa faktor dan kondisi yang memengaruhi iklim saat ini. Para ahli sistem menyebutnya *overdetermination*, atau *equifinality* yaitu suatu asumsi teori sistem yang menyatakan bahwa hasil *outcome* dapat menjadi efektif dikarenakan banyaknya faktor-faktor yang saling berhubungan. Memahami pengaruh hubungan antara lingkungan media dengan masyarakatnya merupakan usaha keras yang menuntut suatu rasa kompleks mengenai tambahan dan perubahan tiba-tiba.

### 10.3. *The Medium is the Message*

Teori McLuhan ini terkenal dari peribahasanya yang menyatakan bahwa medium merupakan pesannya. Kita biasanya berpikir bahwa pesan itu berbeda dengan medianya. Media kita anggap

sebagai penyampai pesan. McLuhan kemudian meruntuhkan perbedaan tersebut dan menjadikannya satu hal yang sama. Ketika kita melihat media, kita terlalu fokus dengan kontennya dan hanya mengabaikan medianya sendiri. Padahal, konten itu tidak ada di luar caranya dimediasi. Media merupakan terminologi umum yang digunakan bagi semua teknologi yang ditemukan oleh manusia yang membantu memperluas *range*, kecepatan, atau saluran komunikasinya. Medium adalah tipe media tertentu. Misalnya, buku, koran, radio, dan lain-lain (Griffin, 2010: 320). West & Turner (2010: 436) bahkan menambahkan bahwa persamaan tersebut mengindikasikan bahwa isi dari pesan sudah dinomor-duakan dibanding dengan mediumnya itu sendiri. Medium mampu mengubah pikiran kita tentang orang lain, diri kita sendiri, dan dunia sekitar. Walaupun McLuhan memengaruhi kesadaran kita, namun medium berpengaruh lebih besar lagi.

Berbagai pemahaman akan perubahan sosial dan budaya itu tidak mungkin tanpa mengetahui cara media bekerja sebagai lingkungan. Namun untuk menilai ekologi dari media itu sendiri dianggap sulit karena semua lingkungan itu cenderung *intangible* dan tidak saling terkait. Lingkungan bukanlah berupa suatu hal yang dapat diidentifikasi karena di dalamnya mengandung asosiasi ke banyak hal. Aturan mendasar, struktur yang luas, dan semua pola akan mempermudah persepsi. Media ekologi itu sendiri merupakan studi tentang personal yang berbeda dan lingkungan sosial yang diciptakan oleh penggunaan teknologi komunikasi yang berbeda. Di sisi lain, West & Turner (2010: 430) mendefinisikan ekologi media sebagai studi tentang bagaimana media dan proses komunikasi memengaruhi persepsi, perasaan, pemahaman, dan nilai manusia.

Kita gagal dalam menyadari cara media itu bekerja sebagai lingkungan karena kita sudah terjebak di dalamnya. McLuhan menyatakan bahwa hal yang normal jika kita memberikan perhatian kita kepada teknologi yang sangat sulit untuk disadari kebaruan dan perbedaannya. Kita perlu fokus pada setiap pengalaman kita akan teknologi. Medium membentuk kita karena kita mengambil bagian akibat dari perluasan diri. Setiap medium memberikan rasa dan mendorong kebiasaan yang berbeda. Kita akan memilih stimuli yang



satu dan mengabaikan yang lain. Layaknya orang buta yang memperkuat pendengarannya, masyarakat juga dibentuk oleh medium yang dominan ia gunakan. Itu merupakan hal yang biasa jika media membuat dirinya *invisible*. Ketika medium baru masuk, akan ada saat di mana kita menjadi sangat peduli akan kebaruan tersebut. Begitu ia menjadi latar belakang kehidupan kita, kita akan dikenai oleh polanya. Inilah pengaruh lingkungan (Griffin, 2010: 322).

Pemahaman akan pengaruh antara lingkungan media dan masyarakat merupakan hal yang sepele namun diperlukan karena menuntut perasaan/selera yang kompleks akan perubahan tambahan dan mendadak. McLuhan berusaha menemukan perubahan terbesar ekologis di dalam sejarah manusia. Menurut McLuhan terdapat faktor *overdetermination* yang merupakan suatu asumsi dari teori sistem yang menyatakan bahwa hasil yang diberikan secara efektif diakibatkan oleh banyak faktor yang berkaitan. Kita tidak akan menyadari kontribusi apa yang kita buat sehingga mengakibatkan perubahan lingkungan tersebut (Griffin, 2010: 322). Kita telah mencatat bahwa pengaruh teknologi media dalam masyarakat merupakan gagasan utama dalam teori *media ecology*. Terdapat tiga asumsi tentang pandangan teori, yaitu media menanamkan setiap tindakan dan bagaimana seseorang bertindak dalam masyarakat, media menentukan persepsi kita dan mengatur pengalaman kita, dan media mengikat dunia menjadi satu.

Asumsi pertama menggaris-bawahi gagasan bahwa kita tidak dapat terbebas dari media dalam kehidupan kita; media menembus eksistensi kita. Kita tidak dapat menghindari media, terutama jika kita masuk ke dalam interpretasi McLuhan mengenai konstitusi media. Asumsi kedua dari teori *media ecology* berhubungan dengan diskusi kita sebelumnya bahwa kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Para ahli *media ecology* percaya bahwa media menentukan persepsi dan mengatur kehidupan kita. McLuhan menyarankan media cukup kuat dalam memengaruhi pandangan kita mengenai dunia. Contohnya dalam percakapan pribadi, kita mungkin akan mulai berbicara tentang rendahnya moral dalam masyarakat. Faktanya, kita mungkin mulai untuk hidup dalam kehidupan kita berdasarkan jenis cerita yang kita tonton.

Asumsi ketiga adalah memperlihatkan wacana yang populer saat ini, yaitu media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah *global village* untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. *Global village* yaitu suatu gagasan bahwa manusia tidak dapat hidup terasing (terisolasi), tetapi akan dapat terus terhubung oleh media elektronik yang instan dan berkelanjutan. Efek dari *global village* adalah kemampuan untuk menerima informasi secara instan, dan kita harus merasa bertanggung jawab terhadap orang lain. Orang lain sekarang terlibat dalam kehidupan kita akibat adanya media elektronik.

McLuhan dan Quentin Fiore mengklaim bahwa media dari suatu masa mendefinisikan esensi dari masyarakat. Mereka mengajukan empat era atau masa dalam sejarah media, di antaranya: *the tribal era* (era di mana tradisi lisan dianut dan pendengaran merupakan indra terpenting), *the literate era* (era di mana komunikasi tertulis berkembang dan mata menjadi indra yang dominan), *print era* (era di mana informasi didapat melalui media cetak, dan penglihatan berlanjut sebagai indra dominan), *the electronic era* (era di mana media elektronik melibatkan indra, membolehkan manusia terkoneksi dalam dunia yang berseberangan). Presentasi sejarah media oleh McLuhan ini menyarankan bahwa media utama dalam suatu masa dapat menimbulkan reaksi sensorik tertentu. McLuhan dan Fiore (West & Turner, 2010: 433) menyatakan *ratio of senses* dibutuhkan oleh orang-orang, yang merupakan percakapan antarindra. *Ratio of senses* yaitu frase yang merujuk kepada bagaimana orang-orang beradaptasi terhadap lingkungannya (melalui keseimbangan indra). Toei *media ecology* dikenal dengan *the medium is the message*, yaitu frase yang merujuk kepada kekuatan dan pengaruh dari medium itu sendiri bukan kontennya dalam masyarakat. Medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita, dan dunia di sekitar kita.

#### 10.4. *Hot Media vs. Cool Media*

Dua ilmuwan kontemporer yang berpengaruh telah bekerja untuk mengintegrasikan pemikiran ke dalam kajian mereka sendiri. Neil Postman (1992) dalam *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, dan Joshua Meyrowitz (1985) dalam *No Sense of Place*, berpengaruh dalam pemahaman McLuhan (West & Turner, 2010: 331). Neil Postman diakui telah memperkenalkan secara formal istilah *media ecology*. Karyanya memunculkan sisi gelap dari McLuhan. Ia menciptakan istilah *technopoly* yang berarti bahwa kita sekarang hidup di dalam budaya di mana teknologi mendominasi pemikiran dan perilaku kita. Dalam teknologi, alat-alat teknologi berfungsi untuk mengambil alih budaya di mana mereka berada. Akibatnya, tradisi, adat-istiadat sosial, mitos, politik, ritual, dan agama harus berjuang demi kehidupan mereka. Joshua Meyrowitz (1985; West & Turner, 2010: 332) setuju dengan McLuhan bahwa media elektronik memiliki konsekuensi sosial. Meyrowitz memperluas pemikiran bahwa hubungan kekuasaan dan kelas sosial dapat dilacak ke media elektronik. Ia menggunakan penelitian sosiologi untuk menyimpulkan bahwa media telah menyebabkan buramnya peranan dan tempat yang tadinya jelas. Ini karena komponen-komponen tempat yang secara tradisional berhubungan satu sama lain telah dikacaukan oleh media elektronik. Kemudian apa yang tadinya bersifat pribadi, sekarang bisa menjadi konsumsi publik.

Untuk memahami perubahan dari struktur besar dalam pandangan manusia (McLuhan, 1964: vi; West & Turner, 2010: 437-438) pada tahun 1960-an. McLuhan mengklasifikasikan media, di mana ia menjelaskan bahwa media dapat diklarifikasikan sebagai *hot media* dan *cool media*. *Hot media* dideskripsikan sebagai media yang menuntut sedikit partisipasi dari para pendengar, pembaca, atau penonton. *Hot media* ini merupakan komunikasi tinggi yang didefinisi memiliki data sensor yang relatif lengkap. Contohnya adalah film, radio, kuliah, buku, dan foto digital. *Cool media* merupakan media yang membutuhkan tingkat partisipasi yang tinggi dan rendah definisi. Sedikit yang disediakan oleh medium dan sangat banyak yang harus dilengkapi sendiri oleh audiens. *Cool media* mengharuskan khalayak untuk

menciptakan makna melalui keterlibatan indra yang tinggi dan imajinatif. Contohnya adalah kartun, percakapan, seminar, telepon, dan TV.

Kita mungkin sudah melihat bahwa Marshall McLuhan telah menimbulkan reaksi yang cukup besar baik dalam lingkungan akademis maupun publik. Ide-idenya yang profokatif seringkali telah diremehkan oleh banyak orang. Tetapi karya dan reputasi McLuhan telah cukup menimbulkan banyak dukungan dari majalah *Wired*. Teori yang dikemukakan oleh McLuhan ini walaupun telah populer, tetapi telah dievaluasi oleh para ilmuwan dan penulis. *Media ecology theory* dikritik karena banyak konsepnya sulit untuk dipahami, sehingga membuat kemungkinan pengujian teori ini menjadi hal yang menantang dan hampir tidak mungkin. Kritik yang berkaitan dengan konsistensi logis dan kemungkinan pengujian dari teori ini dipresentasikan dalam komentar-komentar yang diberikan oleh ilmuwan media selama bertahun-tahun. McLuhan memberikan terlalu banyak penekanan pada seberapa banyak teknologi memengaruhi masyarakat, membuat pondasi dari teori ini agak goyah (Baran & Davis, 2009; West & Turner, 2010: 444). Tidak ada bukti ilmiah yang dipertahankan atau direplikasi, induktif atau deduktif, yang hingga hari ini menjustifikasi slogan, metafora, atau ucapan mana pun dari McLuhan yang paling terkenal (George Gordon, 1982; West & Turner, 2010: 444). McLuhan gagal mendefinisikan kata-katanya dengan hati-hati dan ia terlalu banyak menggunakan istilah yang dilebih-lebihkan.

*Media Ecology Theory* dan tulisan-tulisan McLuhan disambut dengan antusias. Beberapa penulis menggunakan isu dan konsep teoretis McLuhan dalam penelitian mereka, tetapi integrasi ekstensif dari karya McLuhan belum muncul secara signifikan dalam keilmuan. Karya McLuhan merepresentasikan pemikiran asli dan intelektual multisisi yang telah menjadi bagian dari warisan kita. Ia merupakan figur penting dalam pemahaman kita akan budaya, media, dan komunikasi akan tetapi nilai heuristik dari teori ekologi media agak terbatas.

Untuk memahami perubahan struktural dalam pandangan manusia, McLuhan mengklasifikasi media sebagai *cool media* dan *hot media*. *Hot media* diartikan sebagai media yang menuntut sedikit dari audiensnya. *Hot media* merupakan komunikasi berdefinisi tinggi yang memiliki sensor data yang relatif lengkap dan hanya memberikan sedikit ruang bagi audiens untuk berimajinasi sehingga hanya membutuhkan sedikit partisipasi dari audiens. Makna pun sudah diberikan sehingga media itu memberikan kebutuhan audiens. Contohnya, ketika menonton film. *Cool media* membutuhkan tingkat partisipasi yang tinggi karena ini berdefinisi rendah. Medium hanya menyediakan sedikit dan audienslah yang harus aktif melengkapinya. *Cool media* mengharuskan masyarakat berimajinasi dengan keterlibatan indra yang tinggi. Misalnya, ketika menonton kartun kita harus memaknai berbagai gambar atau simbol yang hilang.

Selanjutnya, di zaman modern, McLuhan kembali mempertanyakan peran media televisi dan meragukannya sebagai *hot media*. Media televisi kini sepertinya menjadi interaktif karena adanya *remote control* (West & Turner, 2010: 437). Untuk memahami pandangan mengenai perubahan struktural yang besar, McLuhan menjelaskan bahwa media dapat diklasifikasikan sebagai panas dan dingin, bahasa yang dia pinjam dari slang jazz. *Hot media* yaitu definisi komunikasi yang tinggi yang menuntut sedikit keterlibatan dari orang yang melihat, pendengar, ataupun pembaca. *Cool media* yaitu definisi rendah komunikasi yang menuntut keterlibatan aktif dari penonton, pendengar, ataupun pembaca.

Bersama dengan anaknya, Eric, dan untuk merespon kepada orang yang percaya bahwa tidak ada landasan ilmiah dalam pekerjaannya, McLuhan mengembangkan cara untuk melihat lebih jauh kepada pengaruh teknologi dalam masyarakat. Pengembangannya ini melalui diskusi tentang *laws of media*, yaitu pengembangan lebih lanjut mengenai teori *media ecology* dengan fokus kepada pengaruh teknologi dalam masyarakat. McLuhan dan anaknya juga mengajukan *tetrad* sebagai konsep yang mengatur peneliti untuk memahami pengaruh media pada masa lalu dan saat ini. McLuhan menawarkan *Laws of Media* (West & Turner, 2010: 438-441), di antaranya: *enhancement* yaitu hukum

yang memperkuat media atau memperkuat masyarakat, *obsolescence* yaitu hukum di mana media akhirnya memberikan sesuatu yang kadaluarsa, *retrieval* yaitu hukum yang menyatakan bahwa media mengembalikan sesuatu yang pernah hilang, dan *reversal* yaitu hukum yang menyatakan bahwa media ketika didorong sampai ke batasannya akan menghasilkan sesuatu yang lain

Postman menyimpulkan istilah *technopoly* sebagai suatu istilah yang berarti bahwa kita hidup dalam masyarakat yang didominasi oleh teknologi (West & Turner, 2010: 442). Sebagai ahli komunikasi, Meyrowitz tertarik dalam mengungkapkan efek teknologi komunikasi, seperti televisi, dalam situasi sosial tertentu. Meyrowitz setuju dengan pendapat McLuhan bahwa media elektronik memiliki konsekuensi sosial. Meyrowitz mengembangkan gagasan bahwa hubungan kekuatan dan kelas sosial dapat ditelusuri melalui media elektronik. Keduanya, baik Postman dan Meyrowitz tetap mengartikulasikan dan menjadi pendukung efektif Marshall McLuhan. Mereka membawa spanduk yang berani menyatakan bahwa media elektronik telah menguraikan pondasi masyarakat Barat dan banyak nilai intinya. Teori *media ecology* telah banyak dikritik karena banyak konsepnya yang sulit untuk dipahami yang kemudian membuat pengujian teori ini menantang, dan menjadi tidak mungkin. Kritik yang berkaitan dengan *testability* yang diajukan oleh banyak ahli selama beberapa tahun. Contohnya kritik MET sebagai “*overly optimistic*” mengenai peran teknologi dalam masyarakat. Satu penandaan dari nilai heuristik *media ecology* adalah fakta bahwa saat ini terdapat asosiasi *media ecology*. Organisasi ini didedikasikan untuk mempromosikan teori dalam cara praktis dan teoretis, yang memastikan visibilitas teori.

## 10.5. Tetrad Hukum-hukum Media

Diskusi mengenai *media ecology theory* ini akan dilanjutkan dengan mempelajari perluasan terkini dari pemikiran McLuhan mengenai media (West & Turner, 2010: 438). Dengan putranya, Eric McLuhan, McLuhan mengembangkan sebuah cara untuk melihat lebih jauh ke dalam efek teknologi terhadap masyarakat. Perluasan teorinya

mencakup hukum media. *Laws of media* adalah perluasan lebih jauh dari teori ekologi media dengan fokus pada dampak teknologi terhadap masyarakat. Karya McLuhan dan putranya yang terakhir mempertimbangkan dampak dari internet dan membawa teori ini pada suatu lingkaran yang sempurna. Teknologi memengaruhi komunikasi melalui teknologi baru, dampak dari teknologi baru memengaruhi masyarakat, dan perubahan dalam masyarakat menyebabkan perubahan lebih jauh dalam teknologi. Mereka mengajukan *tetrad* yaitu konsep organisasi untuk memahami hukum-hukum media dan sebagai konsep organisasi yang memungkinkan para ilmuwan untuk memahami dampak masa lalu, masa kini, dan terkini dari media (West & Turner, 2010: 438-443).

#### 1. *Enhancement*

Hukum media yang pertama adalah *enhancement* merupakan media yang meningkatkan atau memperkuat masyarakat. Telepon meningkatkan kata-kata lisan yang ditemukan dalam percakapan tatap muka. Radio tentu saja memperkuat suara melampaui jarak, televisi memperkuat kata-kata dan gambar visual. Internet juga telah meningkatkan masyarakat dalam cara-cara yang berbeda. Pertama, internet memiliki potensi untuk meningkatkan beberapa indra, termasuk penglihatan dan pendengaran. Kedua, keberadaan internet telah meningkatkan aksesibilitas informal. Ketiga, internet dapat meningkatkan pembagian kelas.

#### 2. *Obsolescence*

McLuhan dan McLuhan (1988; West & Turner, 2010: 440) menuliskan bahwa hukum yang kedua dari media adalah media akhirnya membuat sesuatu yang usang atau ketinggalan zaman. Contohnya, kehadiran TV akhirnya membuat radio ketinggalan zaman, walaupun banyak dari kita terus mendengarkan radio saat berkendara di mobil. Dan ternyata Internet juga membuat sesuatu ketinggalan zaman di mana internet perlahan menargetkan *micromedia* daripada *macromedia*.

### 3. *Retrieval*

Hukum yang ketiga adalah *retrieval* merupakan hukum yang menyatakan media yang mengembalikan sesuatu yang pernah hilang. Contohnya, TV membawa kembali pentingnya unsur visual yang tidak dapat dicapai oleh radio, tetapi yang dulunya ada di dalam percakapan tatap muka.

### 4. *Reversal*

Ketika terlalu banyak batasan ada pada sebuah medium, maka medium ini akan menjadi terlalu panas dan menjadi tidak efektif. *Reversal* merupakan karakteristik dari sistem di mana hal ini muncul. Misalnya, keinginan publik untuk memiliki akses terhadap hiburan dalam medium yang relatif murah mendorong terciptanya drama dan program komedi.

McLuhan menyelidiki hal yang spesifik dari lingkungan media yaitu apakah media itu bermanfaat atau justru menghancurkan mereka. Neil Postman menemukan program dari media ekologi di Universitas New York dan dianggap jelas oleh McLuhan. seperti McLuhan, Postman mempercayai bahwa bentuk dari media mengatur dan bahkan mendikte jenis konten apa yang memberikan bentuk media yang dapat membawa hal yang baik. Tetapi tidak seperti McLuhan, Postman mempercayai bahwa tugas utama dalam *media ecology* itu membuat penilaian yang moral. Menurut Postman, teknologi baru selalu ditunjukkan dengan *faustin bargain* yaitu kesepakatan dengan setan di mana kita menjual jiwa kita untuk keuntungan duniawi yang sementara saja. Postman juga mempercayai bahwa televisi merugikan masyarakat karena dapat menghilangkan wacana publik yang serius. Televisi dapat mengubah bentuk informasi dari hal yang diskursif menjadi non-diskursif.

McLuhan menyamakan dirinya menjadi "Louis Pasteur yang memberitahu dokter bahwa musuh terbesar mereka cukup terlihat, dan cukup dikenal oleh mereka". Tentu saja, perbedaan utama bahwa Pasteur seorang ilmuwan, yang akhirnya memberikan bukti yang nyata terhadap teorinya. Masalah yang dihadapi McLuhan terhadap teori yang telah dikemukakannya yaitu bahwa terdapat objektifitas tanpa bukti yang nyata. Di sisi lain, ia menggunakan pendekatan subjektif untuk membuat klaim objektif. George Gordon, ketua dari departemen



komunikasi di Universitas Fordham, melabeli kerja McLuhan sebagai “McLuhancy” dan menganggapnya sebagai sesuatu yang tidak berharga. Gordon mengatakan bahwa tidak sedikit pun dipertahankan dan direplikasi dari bukti nyata, induktif dan deduktif, salah satu bukti sejarah telah dibenarkan dari slogan, metafora, dan diktat McLuhan. Memang sulit untuk mengetahui bagaimana dapat membuktikan bahwa alfabet fonetik diciptakan oleh filsafat Yunani bahwa percetakan dipupuk oleh rasa nasionalisme, atau televisi yang merupakan *media tactile*. Dan juga sangat sulit untuk mengatakan bahwa ia salah, karena itu sulit untuk menyakini apa yang ia katakan. Analisis sejarah yang dikemukakan oleh McLuhan memiliki kesadaran yang tinggi tentang kemungkinan efek budaya dapat menciptakan teknologi media baru. Para ahli yang lain juga sangat marah terhadap pernyataan yang dikatakannya dan lebih ketat terhadap dokumentasi tetapi tidak ada seorangpun yang mengangkat kesadaran media ke level yang lebih tinggi untuk mencapai pernyataan tersebut dengan menggantikannya dengan pernyataan yang bagus dan menggunakan metafora dramatis.

Bersama Eric, putranya, McLuhan memperluas pemikiran tentang media ini untuk melihat lebih jauh efek dari teknologi terhadap masyarakat. Perluasan teori ini mencakup diskusi menyeluruh mengenai hukum media (*laws of media*). Teknologi memengaruhi masyarakat dan perubahan di dalam masyarakat kemudian menyebabkan perubahan yang lebih jauh lagi dalam teknologi. McLuhan menggunakan konsep *tetrad* yang memungkinkan kita untuk memahami dampak masa lalu, masa kini, dan terkini dari media. McLuhan menawarkan empat hukum media (West & Turner, 2010: 439). Media memperkuat dan meningkatkan masyarakat. Telepon meningkatkan kata-kata lisan yang ditemukan di dalam diskusi tatap muka. Radio, memperkuat suara melampaui jarak. Televisi memperkuat gambar bahkan melampaui benua. Internet meningkatkan masyarakat dengan cara berbeda-beda. Pertama, lewat indra. Kedua, internet meningkatkan aksesibilitas informasi. Ketiga, internet meningkatkan pembagian kelas sosial antara yang kaya dan miskin akan informasi tersebut. Internet juga meningkatkan desentralisasi otoritas sehingga

tidak hanya pemimpin politik saja yang mampu memiliki informasi. Informasi kini tersedia *online*.

Media mengakibatkan sesuatu menjadi ketinggalan zaman. Banyak media baru yang terus berdatangan dan mengakibatkan hal sebelumnya menjadi ketinggalan zaman. Bahkan internet terus mengalami perkembangan secara pesat. Percakapan tatap muka (tribal) pun dianggap ketinggalan zaman. Media menyelamatkan dan memperbaiki apa yang telah hilang. TV membawa kembali unsur visual yang tidak dimampukan oleh radio. Internet mengembalikan suatu komunitas yang pernah hilang di media lain. Ketika terlalu banyak batasan pada sebuah medium, medium ini akan menjadi terlalu panas dan tidak efektif. Pemutar-balikan merupakan hukum yang menyatakan bahwa media akan, jika didorong, mencapai batasannya dan menghasilkan sesuatu yang lain. Misalnya, kebutuhan untuk melihat hal-hal yang telah didengar di radio membuat tayangan radio tersebut ditayangkan kembali secara visual di televisi. Internet merupakan medium yang didorong hingga batas potensinya. Memutar-balikkan masyarakat menjadi tempat baru dan unik. Internet berpotensi membawa orang-orang menjadi tribal bersama. Internet merupakan medium yang mampu memutar-balikkan penggunaannya. Walaupun internet mampu mengikis kekuasaan, ia juga mampu mempertahankan atau bahkan mengembalikan kekuasaan tersebut.

Neil Postman dan Joshua Meyrowitz mengintegrasikan pemikiran McLuhan ke dalam kajiannya sendiri. Postman berhipotesis bahwa teknologi mengubah struktur masyarakat secara negatif. Ia menciptakan istilah teknopoli, yang berarti bahwa kita sekarang hidup di dalam budaya di mana teknologi mendominasi pemikiran dan perilaku kita. Dalam teknopoli, alat-alat teknologi berfungsi mengambil alih budaya di mana mereka berada. Kita percaya bahwa teknologi kita akan membawa keamanan dan keselamatan dan kita sepertinya kehilangan perasaan rendah hati, disiplin, dan rasionalitas sehubungan dengan ketergantungan kita pada dan kepercayaan kita terhadap media. Postman mengeluh bahwa tradisi, adat-istiadat sosial, mitos, politik, ritual, dan agama harus berjuang demi kehidupan mereka. Postman mempertanyakan apakah kita ingin hidup di dalam budaya dengan

ketergantungan yang begitu besar terhadap media. Joshua Meyrowitz memperluas pemikiran yang menyatakan bahwa media elektronik berkonsekuensi terhadap kelas sosial. Menurutnya, hubungan kekuasaan dan kelas sosial dapat dilacak dengan media elektronik. Kedua ilmuwan ini mengajak kita untuk melihat pandangan McLuhan dengan cara kontemporer. Penyelidikan McLuhan menstimulasi orang untuk menemukan lingkungan media tertentu yang dapat menguntungkan atau mendestruksi setiap orang yang terlibat di dalamnya. Neil Postman juga meyakini bahwa bentuk media meregulasi dan bahkan mendikte konten apa yang dapat dibawa oleh media tersebut. Namun tidak seperti McLuhan, Postman meyakini bahwa tugas pertama yang dibutuhkan dalam ekologi media ini adalah untuk membuat penilaian moral. Teknologi berpotensi membuat kita melakukan hal-hal yang jahat secara wajar. Televisi mengakibatkan kita kehilangan wacana publik yang serius. Kita menjadi lebih suka pada wacana non-diskursif, presentasional, dan emosional. Kita menjadi lebih menyukai hiburan. Setiap kali menemukan teknologi baru, kita perlu mempertanyakan apa masalah dari teknologi tersebut, bagi siapa masalah itu, adakah masalah di tempat lain yang diakibatkan oleh masalah teknologi tersebut. Banyak orang mengistilahkan pemikirannya dengan McLuhanancy yang berarti ketidak-warasan. Bagaimanapun, karyanya tetap mendapat dukungan dari banyak pihak.

Karya McLuhan dianggap telah memunculkan reaksi dari penerbitan ilmiah maupun terapan. Banyak penulis menggunakan isu dan konsep teoritis dalam penelitiannya, namun intergrasi ekstensif dari karya McLuhan ini belum muncul secara signifikan dalam keilmuan. James Carey menyatakan bahwa karya ini merepresentasikan pemikiran asli dan intelektual dan berperan dalam membentuk pemahaman kita akan budaya, media, dan komunikasi. Namun, nilai heuristik dari teori ini masih dianggap terbatas. Banyak konsep dari teori ini sulit dipahami sehingga pengujian teori ini pun menjadi menantang dan hampir tidak mungkin. Teori ini dianggap terlalu optimis mengenai peranan teknologi di dalam masyarakat. McLuhan dianggap memberikan terlalu banyak penekanan pada teknologi pada masyarakat. Gordon malah lebih keras lagi menyatakan bahwa tidak ada bukti ilmiah yang

dipertahankan atau direplikasi, induktif, atau deduktif yang hingga hari ini menjustifikasi slogan, metafora, atau ucapan manapun dari McLuhan. Di sisi lain, Griffin (2010: 329) menyatakan bahwa McLuhan tidak cukup mampu membuktikan semua pengklaiman yang dia lakukan. Teorinya sulit untuk dipahami. Ini juga tidak memiliki kriteria *falifiability*. Namun, Wolfe menyatakan bahwa McLuhan merupakan salah satu orang yang paling jenius di era masa kini.

# 11

## TEORI AGENDA SETTING

### 11.1. Sejarah Teori *Agenda Setting*

Jurnalisme profesor Maxwell McCombs dan Donald Shaw menjadikan Watergate sebagai contoh sempurna dari fungsi *agenda-setting* seperti pada media massa. McCombs dan Shaw percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer arti penting suatu item pada agenda berita mereka dengan agenda public (Griffin, 2012: 378). Jika sebuah isu tersebut tidak dianggap penting oleh media massa, maka isu tersebut juga menjadi tidak penting bagi diri kita, bahkan menjadi tidak terlihat sama sekali.

McCombs dan Shaw pertama menyebut fungsi agenda-setting pada tahun 1972, gagasan bahwa orang menginginkan bantuan media dalam menentukan realitas politik yang sudah disuarakan oleh sejumlah analisis peristiwa saat ini. Walter Lipmann pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara "*the world outside and the pictures in our heads,*" (Griffin, 2012: 378). McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipmann, menurut mereka, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa saja yang menjadi agenda publik. McCombs dan Shaw juga merupakan ilmuwan politik dari Quot Universitas Wisconsin di mana Bernard Cohen yang menjelaskan tentang fungsi spesifik media yang melayani (Griffin, 2012: 379). Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi agenda media kepada agenda publik. Dimulai dengan Kennedy-Nixon pada tahun 1960, analisis politikal Theodore White menuliskan bahwa adanya jumlah definitif dari pemilihan preseiden (Griffin, 2012: 379).

McCombs dan Shaw menemukan teori *agenda setting* dengan menghargai audiens dalam penelitian komunikasi massa. Teori *agenda setting* ini sangat kontras dengan *selective-exposure hypothesis* yang menegaskan bahwa orang akan mengikuti hanya pada berita dan pandangan yang tidak mengancam kepercayaan yang mereka miliki. Dengan adanya sebuah pemberitaan ini maka media akan melihat kesempatan dan peluang untuk menginformasikan beritanya. *Agenda-setting* menyampaikan dua fitur yang menarik yaitu menegaskan kembali pada kekuatan pers tetapi mereka tetap menjaga adanya kebebasan individu untuk memilih. McCombs dan Shaw mewakili teori ini sebagai penelitian yang kembali pada dasar komunikasi massa dengan fokus pada kampanye pemilu. McCombs dan Shaw mengatakan bahwa adanya teori ini karena adanya penelitian mereka tentang pemilihan presiden, dan dari penelitian tersebut ditemukan adanya hubungan sebab-akibat antara isi media dengan persepsi pemilih, terutama pertandingan antara *agenda setting* media dan *agenda setting* politik di kemudian harinya.

McCombs dan Shaw meyakini bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk mentransfer agar hal yang dianggap penting dan menjadi agenda media, kemudian dapat menjadi agenda publik. Kebanyakan *reporter* di dunia yang bebas ini memiliki hak reputasi atas independensi dan keadilan. Namun, McCombs dan Shaw menilai bahwa kita melihat pada berita professional sebagai isyarat ke mana kita harus memfokuskan perhatian kita. Dengan kata lain, kita menilai sesuatu penting sebagaimana media menganggap hal itu penting.

Ide teori ini sebelumnya bersumber dari Walter Lippman yang mengklaim bahwa media bertindak sebagai mediator di antara dunia luar dan gambaran yang ada di kepala. McCombs dan Shaw juga mengutip pengamatan ilmuwan politik bernama Bernard Cohen yang memberikan perhatian terhadap fungsi spesifik yang disediakan media di mana pers mungkin seringkali tidak sukses dalam menyatakan kepada orang-orang apa yang dipikirkan, namun berhasil menyatakan kepada pembaca terkait dengan "tentang apa yang perlu dipikirkan". Theodore White, seorang analis politik juga memengaruhi teori ini dengan menyatakan bahwa media dapat membentuk kampanye pemilu

yang dilakukan di Amerika pada masa itu (Griffin, 2012: 379). Kampanye itu menetapkan agenda diskusi publik dan mendeterminasikan orang-orang tentang apa yang akan dibicarakan dan dipikirkan mereka.

Teori *agenda setting* berbeda dengan hipotesis *selective exposure* yang menyatakan bahwa orang hanya akan memperhatikan berita dan pandangan yang tidak melanggar kepercayaan yang sudah ada di dalam diri orang tersebut. Jadi, media hanya akan menyentuh sikap yang sudah terbentuk saja. Teori *agenda setting* ini menghadirkan kembali pendekatan awal dari penelitian komunikasi massa yang fokus pada kampanye pemilu. Hipotesa tersebut memprediksi hubungan sebab akibat di antara konten media dan persepsi para pemilih, terutama adanya kecocokan antara agenda media dan agenda publik.

Profesor Jurnalisme Maxwell McCombs dan Donald Shaw menyatakan Watergate sebagai suatu contoh sempurna dari fungsi *agenda setting* dari media massa (Griffin, 2012: 378). Walaupun McCombs dan Shaw pertama merujuk kepada fungsi *agenda setting* pada media di tahun 1972, namun ide bahwa orang-orang menginginkan bantuan media dalam menentukan realitas politik telah disuarakan oleh sejumlah analis dari peristiwa yang telah terjadi sebelumnya. Dalam usahanya untuk menjelaskan bagaimana Amerika tenggelam dalam perang dunia I, pemenang Pulitzer *prize*, Walter Lippman mengklaim bahwa media bertindak sebagai sebuah mediator antara dunia luar dan gambaran di kepala kita. McCombs dan Shaw juga mengutip dari penelitian Cohen yang berfokus kepada fungsi spesifik yang dilayani media bahwa media mungkin tidak akan banyak berhasil dalam memberi tahu orang-orang mengenai apa yang dipikirkan, tetapi dapat sukses dalam memberitahu pembaca mengenai apa yang seharusnya dipikirkan.

Teori *agenda setting* dari McCombs dan Shaw menemukan hipotesis mengenai *selective exposure* yang mengklaim bahwa orang-orang mengikuti berita dan melihat sesuatu yang tidak menentang kepercayaan yang telah dibangunnya. Teori *agenda setting* memiliki dua fitur efektif yaitu teori ini menegaskan kekuatan pers ketika masih menjaga individu yang memiliki kebebasan dalam memilih. Teori

*Agenda setting* McCombs dan Shaw merepresentasikan pendekatan dasar terhadap penelitian komunikasi massa. Seperti voting dari Erie Country, fokusnya adalah keadaan kampanye pemilu hipotesisnya memprediksi hubungan sebab akibat konten media dengan persepsi pemilih (*voter*). McCombs dan Shaw mendukung hipotesis utama mereka dengan hasil dari survei yang mereka ambil ketika bekerja bersama di Universitas North Carolina (Griffin, 2012: 379).

## 11.2. Agenda Media dan Agenda Publik

Dalam studi McCombs dan Shaw pertama kali mengukur tentang *media agenda*. Mereka menentukan bahwa Chapel Hill mengandalkan sembilan media dan *brocast* media sebagai sumber berita politik. *Media agenda* yaitu sebuah bentuk berita yang meliputi seluruh media cetak dan *broadcating* media yang memiliki posisi dan memiliki cerita yang panjang sebagai kriteria utama mereka yang menonjol. Karena hipotesisi dari *agenda setting* menjelaskan tentang substansi sebuah isu, maka penelitian mengabaikan berita tentang strategi kampanye, posisi dan kategori subjektif dari kandidat politik tersebut. Di sisi lain untuk mengukur *public agenda* yaitu hal yang paling penting dalam isu publik yang menjadi tolak ukur pendapat survei publik.

McCombs dan Shaw mempercayai bahawa hipotesis dari *agenda setting* ini berfungsi sebagai media yang merupakan tanggung jawab untuk menghubungkan apa yang mereka terima antara media dan prioritas publik. Namun hubungan ini tidak dapat membuktikan adanya hubungan dari sebab-akibat. Sehingga hasil dari adanya hal tersebut menciptakan sebuah tes yang menunjukka bahwa prioritas publik lagi di balik agenda media. McCombs dan tiga penelitian lainnya menunjukkan korelasi antara liputan media dan agenda publik selama tahun 1976 pada kampanye presiden. Untuk menguji apakah agenda media dan agenda publik ini mungkin mencerminkan kejadian yang terkini, maka Ray Funkhouser mendokumentasikan situasi di mana ada hubungan yang kuat antara media dan agenda publik yang mencerminkan adanya realitas, tetapi Funkhouser gagal membentuk pengaruh dari media kepada publik. Shanto Iyengar, Mark Peters, dan



studi eksperimental Donald Kinder menegaskan hubungan sebab-akibat dari agenda media dan agenda publik (Griffin, 2012: 380).

Tugas pertama dari McCombs dan Shaw adalah mengukur media agenda. Mereka menentukan bahwa Chapel Hill residen bergantung kepada kolaborasi sumber *nine print* dan *broadcast* untuk berita politik—*two raleigh paper*, *Time*, *Newsweek*, the out of-state edition of the *New York Times*, dan CBS dan NBC evening news. Agenda media yaitu suatu pola cakupan berita di antara *major print* dan *broadcast media* seperti yang diukur oleh keadaan dan panjang cerita. Mereka membangun *position* dan *length* cerita sebagai dua kriteria utama dari yang utama. Untuk koran, cerita di halaman depan, sebuah cerita dengan tiga kolom pada halaman tengah, dan lead editorial semuanya dikatakan sebagai fakta dari fokus yang signifikan terhadap isu. Karena hipotesis *agenda setting* merujuk kepada isu substantif, maka peneliti membuang *item news* mengenai strategi kampanye, posisi di tempat pemungutan suara, dan kepribadian para kandidat. Cerita yang tersisa kemudian menjadi 15 kategori subjek, di mana nantinya akan dibagi menjadi 5 isu utama. Susunan isi dari *index media prominence* mengungkapkan urutan yang penting: *foreign policy law and order*, *fiscal policy*, *public welfare*, dan *civil rights*. *Public agenda* yaitu isu publik yang paling penting yang diukur dengan survei opini publik.

McCombs dan Shaw percaya bahwa hipotesis fungsi agenda-setting dari media adalah bertanggung jawab terhadap korelasi yang hampir sempurna yang ditemukan antara media dan prioritas permintaan publik (Griffin, 2012: 380), yaitu:

*Media Agenda* → *Voter's Agenda*

Tetapi seperti yang dikatakan oleh kritik teori kultivasi, korelasi bukanlah sebagai penyebabnya. Sangat memungkinkan bahwa cakupan koran dan televisi dapat merefleksikan perhatian publik yang sudah ada:

*Voters Agenda* → *Media Agenda*

Hasil dari penelitian Chapel Hill dapat diinterpretasikan sebagai penyedia dukungan untuk gagasan bahwa media hanyalah *market driven*

dalam hal cakupan berita sebagai program hiburan. Penemuan McCombs dan Shaw ini sangat mengesankan, tetapi bersifat *equivocal*. Pengujian yang benar dari hipotesis *agenda setting* harus dapat menunjukkan bahwa prioritas publik berada di belakang agenda media. Kritik telah menyarankan bahwa keduanya, baik media agenda dan publik agenda merefleksikan peristiwa yang baru terjadi, tetapi para *professional news* menjadi sadar terhadap apa yang terjadi lebih awal dibandingkan dengan kesadaran kita sendiri. Penelitian ini menyajikan dukungan kuat untuk hipotesis dasar teori *agenda setting* dari McCombs dan Shaw.

McCombs dan Shaw memahami bahwa orang bukan robot yang menunggu untuk diprogram dengan sebuah media. Mereka dicurigai bahwa beberapa *viewers* mungkin akan lebih tahan terhadap prioritas media daripada yang lainnya, oleh karena itu mereka akan disaring keluar dari respon *voters* yang sudah berkomitmen untuk memilih calon kandidat mereka. Untuk mengembangkan studi ini, McCombs dan Shaw menggunakan pendekatan *uses and gratification* yang menyarankan bahwa kita sebagai *viewers* selektif dalam memilih media apa yang akan kita gunakan. Para ahli teori berusaha untuk menemukan jenis apa yang orang paling rentan terhadap agenda media. Mereka menyimpulkan bahwa orang-orang yang memiliki kemauan untuk membiarkan bentuk media yang dipikirkan oleh mereka dengan *high need for orientation*, dan yang lainnya *index of curiosity*.

Televisi merupakan bagian yang sama pentingnya dalam pengalaman manusia di Amerika Serikat dengan keluarga. Di seluruh bagian negara kita, orang menonton berbagai macam program televisi. Kita adalah masyarakat yang bergantung pada TV dan apa yang ditawarkan TV setiap hari. Pekerjaan pertama yang dilakukan McCombs dan Shaw adalah memperhitungkan agenda media. Mereka menetapkan posisi dan panjang cerita sebagai dua kriteria utama yang paling menonjol, misalnya *headline* koran, halaman paling depan majalah yang dianggap sebagai fokus yang paling signifikan. Agenda publik merupakan isu di masyarakat yang paling penting yang diperhitungkan lewat survei opini publik. McCombs dan Shaw meyakini bahwa fungsi

*agenda setting* media yang sudah dihipotesiskan itu menyebabkan adanya korelasi antara media dan urutan prioritas publik.

Kritik menyatakan bahwa keduanya, baik agenda media maupun agenda publik hanya merefleksikan kejadian sebagaimana perkembangannya, namun berita-berita profesional lebih peduli pada apa yang terjadi segera, bukannya apa yang kebanyakan kita lakukan. Untuk menguji kemungkinan tersebut, seorang peneliti komunikasi bernama Ray Funkhouser melakukan *review historical* yang meluas terhadap cerita-cerita di berita majalah dari tahun 1960 hingga 1970 (Griffin, 2012: 380). Ia memetakan jatuh bangun perhatian media terhadap berbagai isu dan membandingkannya dengan respon umum orang-orang ketika ditanyai tentang masalah terpenting yang sedang dihadapi Amerika. Hasil dari penelitian itu secara jelas menyatakan bahwa kedua agenda tersebut bukanlah merupakan refleksi dari realitas. Ini menunjukkan bahwa pernyataan Water Lippman yang menyatakan bahwa lingkungan aktual dan gambaran di dalam pemikiran kita merupakan hal yang berbeda. Meskipun Funkhouser berhasil mendukung hipotesa *agenda setting*, namun ia gagal untuk menentukan rangkaian sebab dan efek dari agenda media terhadap agenda publik. Penelitian untuk membuktikan sebab dan efek itu kemudian dilakukan oleh Shanto Iyengar, Mark Peters, dan Donald Kinder dengan melakukan eksperimen terhadap tiga kelompok yang berbeda selama empat hari. Mereka diberikan tontonan berita malam yang berbeda-beda dan kemudian diminta mengisi kuesioner tentang perhatian mereka masing-masing. Penonton yang menyaksikan berita tentang polusi, menjadikan polusi sebagai prioritas perhatian pertamanya, dan kelompok yang lain memberikan perhatian sesuai dengan tayangan yang mereka saksikan. Eksperimen tersebut mengkonfirmasi adanya sebab dan efek dari agenda media terhadap agenda publik.

Meskipun dari studi yang mereka lakukan, McCombs dan Shaw memahami bahwa manusia bukanlah robot yang menanti untuk diprogram oleh berita di media, mereka mencurigai bahwa beberapa penonton lebih resisten terhadap prioritas media daripada yang lain. Berikutnya, mereka berpindah kepada pendekatan *uses and gratification*

yang menyatakan bahwa penonton itu selektif terhadap jenis program tv yang mereka tonton. Teoretikus kemudian mencoba untuk melihat orang yang seperti apa yang paling rentan terhadap agenda media. Mereka menyimpulkan bahwa orang yang rela media membentuk pemikiran mereka memiliki *need for orientation* yang tinggi, sedangkan yang lain bergantung pada *index of curiosity*. *Need for orientation* timbul dari relevansi dan ketidak-pastian yang tinggi. Misalnya, seorang pemilik anjing akan merasa bahwa berbagai cerita tentang hewan selalu menarik perhatiannya (relevansi). Bagaimanapun ia tidak benar-benar mengetahui perkembangan medis dari eksperimentasi yang dilakukan dengan kehidupan binatang (ketidak-pastian yang tinggi). *Index of curiosity* merupakan suatu perhitungan tentang seberapa luas *need for orientation* dari orang tersebut yang memotivasi mereka untuk membiarkan media membentuk pemikiran mereka tersebut.

### 11.3. Framing Media

Sepanjang dekade terakhir ini, McCombs telah menekankan bahwa media memengaruhi cara kita berpikir. Proses ini disebut sebagai *framing* yang merupakan sebuah bingkai media ide pengorganisasian pusat yang memiliki konten berita yang memasok konteks dan menunjukkan apa masalah ini melalui penggunaan seleksi, penekanan, pengecualian, dan elaborasi. Definisi ini menunjukkan bahwa media tidak hanya mengatur agenda tetapi juga mentransfer *salience of attributes* khusus untuk isu, kejadian, atau kandidat. Terdapat dua tingkat dari *agenda setting* yaitu pertama pengalihan *salience* dari suatu objek sikap dalam gambar media massa tentang dunia ke tempat yang lebih menonjol di dalam pemikiran kita, kedua yaitu pengalihan *salience* dari berkas atribut media ini mengasosiasikan dengan objek sikap ke fitur tertentu di dalam pemikiran kita.

Terdapat dua studi pemilu nasional yang menunjukkan bahwa *framing* bekerja dengan mengubah gambar dalam pemikiran orang dan melalui pembangunan *agenda setting* ini sekelompok atribut yang terkait akan menciptakan citra yang koheren. Penelitian dari B. Salma Ghanem di Texas dilacak dalam tingkat kedua penetapan agenda dan

menyarankan bahwa *frame* atribut ini memiliki efek yang menarik pada public (Griffin, 2012: 383). *Framing* ini tidak dapat dihindari, oleh karena itu McCombs dan Shaw berpendapat bahwa media mungkin tidak hanya memberitahu kita tentang apa yang harus kita pikirkan, tetapi juga dapat memberitahukan kepada kita siapa dan apa yang harus kita pikirkan tentang suatu hal yang terjadi, dan bahkan mungkin terhadap apa yang harus kita lakukan tentang hal tersebut.

Kebanyakan peneliti studi tentang *agenda setting* ini mengukur efek dari media ini dengan menekankan pada *opinion public*, tetapi hal lainnya yang menarik menemukan bahwa media juga memprioritaskan pengaruh dari *behavior* masyarakat. *Nowhere* merupakan efek perilaku dari *agenda setting* ini yang lebih menjelaskan dengan jelas daripada dalam bisnis olahraga profesional. McCombs mengklaim bahwa *agenda setting* ini menetapkan teori yang juga dapat menetapkan agenda rencana bisnis. Banyak penelitian telah dilaksanakan berkenaan dengan agenda media dan kemungkinan dampaknya pada agenda publik, tetapi para peneliti kadang-kadang mengabaikan sebuah pertanyaan penting. Siapa yang menentukan agenda media, karena berita tidak dapat memilih dirinya sendiri. Jadi yang mengatur agenda untuk *agenda setting* ini adalah adanya beberapa sasaran editor utama yang disebut sebagai *gatekeeper*. Dan saat ini para ahli teori ini juga memiliki pemikiran bahwa saat ini yang dapat mengatur sebuah agenda yaitu keberadaan seorang ahli profesional dalam bidang *public relations*. *Interest aggregations* adalah seseorang yang memiliki kemampuan yang semakin ahli dalam menciptakan berita maka mereka harus menjadi seorang *reporter*. Jadi istilah ini mengacu pada orang-orang yang memiliki kepercayaan untuk berfokus pada hal-hal yang anti terhadap segala isu yang beredar di masyarakat.

Kekuatan dari *agenda setting* yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw ini dapat dideskripsikan bahwa keberadaannya akan berkurang. Media mungkin tidak memiliki kekuatan sebanyak untuk mentransfer arti penting dari sebuah isu atau atribut seperti sekarang sehingga akibat adanya pilihan konten diperluas pengguna dan kontrol atas eksposur. McCombs telah mempertimbangkan *agenda setting* ini dalam menetapkan teori efek media yang terbatas. Kemudian

keberadaan *framing* ini dapat membuka kembali kemungkinannya dari efek model yang kuat. Gerald Kosicki mempertanyakan apakah *framing* ini relevan dengan penelitian *agenda-setting*. Di mana menurutnya McCombs mendefinisikan *framing* dengan definisi yang terbatas yang tidak membahas konotasi emosional dari cerita media massa atau faktor penyajiannya. Dan meskipun memiliki definisi yang sederhana dalam teori *agenda setting* ini, popularitas ini membingkai sebagai konstruksi dalam studi media telah menyebabkan beragam istilah dan mungkin menggunakan istilah yang kontradiktif. Penelitian dari *agenda setting* ini menunjukkan bahwa media cetak dan siaran berita memprioritaskan masalah dan juga mengingatkan kepada kita bahwa berita adalah cerita yang membutuhkan interpretasi.

Hingga 1990-an, hampir setiap artikel menyatakan bahwa setiap teori melakukan suatu pengulangan tentang mantra dari *agenda setting* yang menyatakan bahwa media tidak begitu sukses dalam menyatakan kepada kita apa yang dipikirkan, namun ia berhasil menyatakan kita tentang apa yang kita pikirkan. Dengan kata lain, media membuat beberapa isu menjadi lebih menonjol sehingga membuat kita memberikan perhatian yang lebih kepada isu tersebut dan menganggapnya sebagai sesuatu yang lebih penting. Di pertengahan tahun 1990, McCombs menyatakan bahwa media ternyata melakukan lebih daripada itu, media juga memengaruhi cara kita berpikir. Proses spesifik ini dilabeli oleh banyak ahli sebagai *framing*.

*Framing* merupakan pemilihan dari sejumlah tema yang terbatas yang terkait dengan atribusi yang dimasukkan ke dalam agenda media ketika suatu objek atau isu tertentu didiskusikan. James Tankard (Griffin, 2012: 381) mendefinisikan *media frame* sebagai suatu pengorganisasian pusat ide bagi suatu konten berita yang menyediakan suatu konteks dan menunjukkan apa sebenarnya isu tersebut lewat penggunaan seleksi, penekanan, pengecualian, dan elaborasi. Keempat hal tersebut mengindikasikan bahwa media tidak hanya menetapkan agenda tentang isu, kejadian, atau kandidat mana yang paling penting, melainkan juga memberikan penonjolan terhadap atribut tertentu yang dimiliki oleh objek atau kepentingan yang dianggap potensial. Griffin (2012: 381) kemudian menyatakan bahwa ada dua level *agenda setting*.

Level pertama, transfer dari penonjolan suatu *attitude object* di dalam gambaran media massa tentang dunia, kepada tempat yang paling terkemuka di antara gambaran lain di dalam kepala kita. Level kedua adalah transfer penonjolan serangkaian *attitude* yang dominan yang diasosiasikan media dengan suatu *attitude object*, kepada suatu fitur spesifik dari gambaran yang diproyeksikan kedalam pemikiran kita.

Bahkan di dalam Chapel Hill Study, McCombs dan Shaw memahami bahwa orang-orang tidak secara otomatis bergerak menunggu diprogram oleh berita media. Mereka berpendapat bahwa beberapa penonton mungkin dapat lebih melawan prioritas politik media dibandingkan yang lain, oleh karena itu mereka menyaring respon dari para *voters* yang telah berkomitmen kepada suatu kandidat. Dalam *follow-up studies*, McCombs dan Shaw menggunakan pendekatan *uses and gratification* yang berpendapat bahwa penonton itu selektif mengenai program TV yang akan mereka tonton. Para teoritikus berusaha menemukan dengan jelas tipe orang seperti apa yang paling rentan terhadap agenda media. Mereka menyimpulkan bahwa orang-orang yang memiliki keinginan untuk membiarkan media membentuk pemikirannya memiliki *need for orientation* yang tinggi. Yang lain mengatakan hal tersebut sebagai *index of curiosity*. Kebutuhan untuk orientasi berasal dari *relevance* dan *uncertainty* yang tinggi.

Sampai tahun 1990 an, hampir setiap artikel mengenai teori terdiri dari sebuah teras dari mantra *agenda setting—the media aren't very successful in telling us what to think, but they are stunningly successful in telling us what to think about* (Griffin, 2012: 381). Dengan kata lain, media membuat beberapa isu menjadi lebih menonjol atau penting. Kita memberikan perhatian yang besar terhadap isu yang dianggap lebih penting. Pada pertengahan 1990-an, McCombs telah mengatakan bahwa media melakukan hal yang lebih. Faktanya, media memengaruhi bagaimana kita berpikir. Proses yang spesifik yang dia sebutkan adalah salah satu yang didiskusikan oleh para ahli media—*framing*. James Tankard (Griffin, 2012: 381), satu dari penulis teori komunikasi massa mendefinisikan suatu media frame sebagai "*central organizing idea for news content that supplies a context and suggest what the issue is through the use of selection, emphasis, exclusion, and elaboration.*" Keempat kata tersebut

dalam kalimat tersebut menyarankan bahwa media tidak hanya membuat agenda mengenai isu, peristiwa, atau kandidat yang paling penting, mereka juga menyalurkan *salience* dari atribut spesifik yang dimiliki oleh objek yang memiliki ketertarikan potensial.

Apakah terdapat fakta bahwa proses dari *framing* seperti yang didefinisikan teoritikus *agenda setting* mengubah gambaran dalam pikiran orang-orang ketika mereka membaca koran atau menonton berita? Apakah konstruksi media mengenai agenda dengan sekelompok atribut yang berhubungan yang menciptakan gambaran koheren dalam pikiran pelanggan, pendengar, dan penonton? Ghanem menganalisa perubahan persentasi warga Texas yang mengurutkan kriminal sebagai masalah yang paling penting yang dihadapi oleh negara antara tahun 1992 dan 1995. Ghanem menjadi lebih tertarik dalam mengikuti penyaluran *salience* dari atribut kriminal yang spesifik-level kedua dari *agenda setting*.

*Interest agregation* yaitu orang-orang yang menuntut tahapan pusat perhatian terhadap penolakan atau dapat dikatakan sebagai tekanan kelompok. *Interest agregation* ini menjadi meningkat dalam menciptakan berita yang harus dilaporkan. Clifford Christian merupakan direktur dari Institusi Penelitian Komunikasi di Universitas Illinois. Christian setuju dengan pendapat Martin Buber bahwa hubungan merupakan buaian kehidupan (Griffin, 2012: 387). Dia meyakinkan bahwa saling menguntungkan satu sama lain merupakan esensi dari kemanusiaan. Christian memahami bahwa sebuah komitmen saling menguntungkan akan secara signifikan mengubah budaya dan misi media. *Communitarian ethics* membangun transformasi *civic* dibandingkan informasi objektif sebagai tujuan utama pers. *Communication ethics* adalah suatu tanggung jawab moral terhadap komunitas, mutualitas, dan manusia dan hubungannya yang tinggal bersamaan untuk orang lain dan untuk dirinya. Ketika McCombs dan Shaw pertama kali mengajukan hipotesis *agenda setting*, mereka melihatnya sebagai keputusan tajam dari efek terbatasnya mode yang memiliki pengaruh dalam penelitian media semenjak Paul Lazarsfeld mengenalkan konsep *selective exposure*. Setelah beberapa lama penelitian, *agenda setting* ini ternyata tidak selalu bekerja. Dalam keenam kriteria



untuk menilai teori ilmu sosial, *agenda setting* berjalan baik. Hal ini memprediksikan bahwa agenda publik untuk berperilaku *salience* dari objek dan kunci atribut akan mengikuti arahan media, dan menjelaskan mengapa beberapa orang menjadi lebih rentan terhadap pengaruh media dibandingkan yang lain.

Untuk membuktikan apakah proses *framing* di dalam teori *agenda setting* benar-benar dapat mengubah gambaran di dalam benak orang-orang ketika mereka membaca surat kabar, McCombs menyebutkan tentang studi kampanye nasional di Spanyol, Jepang, dan Meksiko yang menunjukkan bagaimana proses *framing* ini berjalan. Ia juga menemukan bukti dalam studi lain yang dilakukan oleh Salma Ghanem. Ghanem menganalisa bahwa perubahan presentasi orang Texas yang memberi urutan tindakan kriminal yang paling penting di antara tahun 1992-1995. Dari 2% responden di tahun 1992, perkembangannya cenderung konstan hingga mencapai 37% di tahun 1994 dan kemudian menurun hingga 21% setahun kemudian. Ironisnya, meskipun perhatian publik terhadap kriminal meningkat di 2 tahun awal, frekuensi tindakan melanggar hukum sebenarnya sudah menurun. Ini menunjukkan adanya *agenda setting* level pertama dan ia menemukan adanya korelasi sebesar +0,70 di antara jangkauan media dengan kedalaman perhatian publik.

Ghanem kemudian berusaha mencari tahu tentang level kedua *agenda setting*. Dari semua cerita yang disampaikan media tentang kriminal, Ghanem menemukan ada 2 atribusi yang kuat terhubung dengan peningkatan perhatian publik. *Frame* yang paling kuat adalah tentang kriminal yang dapat terjadi pada semua orang. *Frame* kedua adalah tentang di mana tindak kriminal itu dilakukan. Kemudian banyak yang menyimpulkan bahwa mungkin saja ia dapat menjadi korban berikutnya. Korelasi yang tinggi antara *frame* media dan perhatian publik ini kembali membuat argumen paksaan bagi pilihan yang dibuat orang setelah menerima berita tersebut. *Framing* bukanlah suatu pilihan. *Reporter* tanpa sengaja melakukan *frame* cerita dengan atribusi pribadi terhadap *public figure* yang mereka pilih untuk digambarkan. Bukan hanya menyatakan kepada kita tentang apa yang kita pikirkan, media juga menyatakan kepada kita apa yang sebaiknya

kita lakukan terkait hal tersebut. McComb dan Shaw kemudian menerima pendapat Cohen tentang keterbatasan peran media di dalam *agenda setting*.

Kebanyakan peneliti yang melakukan studi terhadap *agenda setting* telah memperhitungkan efek dari agenda media terhadap opini publik. Beberapa penemuan menunjukkan bahwa prioritas media juga memengaruhi perilaku masyarakat. Contohnya, salah satu murid McComb menemukan bahwa jumlah pembelian tiket pesawat menurun dan jumlah nasabah asuransi keselamatan penerbangan meningkat setelah ada banyak pemberitaan tentang kecelakaan pesawat. Efek *behavioral* itu paling jelas terlihat di dalam area bisnis olahraga profesional. Pencitraan positif masyarakat terhadap NBA meningkat pesat setelah salah satu stasiun TV menampilkan wawancara luar lapang dengan berbagai pemain basket di jam *prime time*. McComb kemudian menyatakan bahwa teori *agenda setting* juga dapat digunakan dalam perencanaan bisnis. Berita tersebut tentunya tidak dapat menetapkan pilihannya sendiri, melainkan ada orang di balik media tersebut yang mengatur agenda bagi media tersebut. Salah satu pandangan menyatakan bahwa editor beritalah yang menjadi *guardian* atau *gatekeeper* bagi berbagai dialog politik di TV, namun ada juga yang menyatakan para politisilah yang melakukannya. Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya peran profesi PR terkait dengan pemilihan berita di dalam masyarakat tersebut. Peran ini diperlukan di dalam berbagai agensi dan korporasi karena kebanyakan media memang memperoleh berita dari *press release* dan *press conference*. *Interest aggregation* kemudian menjadi semakin mahir dalam menciptakan berita yang harus dilaporkan. *Interest aggregation* merupakan sekelompok orang yang melakukan *demand center stage* (melakukan pementasan tertentu) untuk mengesampingkan perhatian mereka sendiri, mereka menekan kelompok pers untuk menjangkau isu yang mereka sajikan tersebut.

Kekuatan teori *Agenda setting* yang diperkenalkan McCombs dan Shaw semakin berkurang (Griffin, 2012: 386). Suatu eksperimen kreatif yang dilakukan oleh Althaus dan Tewksbury dari University of Illinois menunjukkan bahwa media cetak tradisional lebih efektif dalam menetapkan agenda publik daripada TV karena mereka menyadari

bahwa penempatan *headline* di halaman depan itu dilakukan editor dengan pertimbangan bahwa itu merupakan berita terpenting. Selanjutnya dengan penelitian yang lebih lanjut, mereka menemukan bahwa dengan menyediakan audiens banyak pilihan konten dan mengontrol penerimaannya, teknologi baru memungkinkan orang untuk menciptakan lingkungan informasi yang bersifat personal yang membuat mereka tidak selalu sejalan dengan aliran informasi yang sedang terjadi di dalam masyarakat. Bahkan dalam suatu ilustrasi dinyatakan bahwa kini, orang-orang hanya akan melewatkan informasi *headline* di media cetak dan memilih membaca berita *online*. Namun kemudian, orang tersebut justru kedatangan mengklik cerita dengan ketertarikan personal dan tidak lagi menyadari *headline* atau isu lain. Hal ini mengakibatkan agenda media tidak lagi sama dengan agenda publik.

Kaum Nasrani meyakini bahwa penemuan kebenaran masih memungkinkan jika kita ingin menguji sifat kemanusiaan kita. Mereka sependapat dengan Martin Buber yang menyatakan bahwa hubungan (*relation*) merupakan bagian dalam kehidupan sehingga *mutuality* akan menjadi esensi dari hidup kita sebagai manusia (Griffin, 2012: 387). Komitmen terhadap *mutuality* itulah yang akan mengubah budaya dan misinya secara signifikan. *Comunitarian ethics* merupakan suatu tanggung jawab moral untuk mempromosikan komunitas, *mutuality*, dan hubungan antarmanusia yang hidup secara berkelanjutan bagi orang lain dan bagi dirinya sendiri. *Reporter* dianggap sebagai warga negara yang dibentuk oleh norma komunitas sehingga mereka akan punya standar moral yang sama. *Communitarian ethics* lebih berusaha menciptakan transformasi sipil, bukannya informasi objektif sebagai tujuan akhir dari pers tersebut. Dia menekankan bahwa media harus dapat mengkritisi berbagai ide terkait dengan moral yang benar dan yang salah. Jurnalis juga mempunyai suatu tanggung jawab sosial untuk mempromosikan kesucian di dalam kehidupan.

McCombs menganggap bahwa teori ini memang terlalu terbatas dalam efek medianya. Teori ini dibuat berasal dari kekuatan media cetak dan *broadcast* dalam prioritas politik masyarakat. Setelah dilakukan penelitian yang teliti beberapa tahun kemudian, ditemukan bahwa ternyata teori ini tidak selalu bekerja dengan baik. *Framing* kemudian

dianggap dapat membuka kembali kesempatan untuk efek model yang *powerful*. Gerald Kosicki kemudian mempertanyakan apakah *framing* itu sebenarnya relevan terhadap penelitian *agenda setting*. Meskipun pendefinisian secara langsung dilakukan di dalam teori tersebut, namun popularitas *framing* sebagai suatu konstruk di dalam studi tentang media telah membawanya kepada penggunaan kontradiktori yang berbeda (Griffin, 2012: 388).

## TEORI SPIRAL OF SILENCE

### 12.1. Opini Publik

Opini kita tidaklah konstan dan terus berubah sepanjang tahun. Salah satu pengaruh yang paling penting dalam opini tersebut adalah media yang dapat membentuk opini publik. Pengaruh media terhadap opini publik itu kemudian dipelajari oleh Noelle dan Neumann di awal tahun 1970 dan mengkonsepsikannya dengan teori *spiral of silence* (West & Turner, 2010: 411). Meskipun penelitiannya dilakukan sebelum masa Internet, namun interpretasinya hingga kini dianggap masih berlaku. Manusia yang kini dibombardir oleh pesan dari berbagai media, termasuk Internet dipengaruhi oleh media tersebut dalam setiap wacana budayanya. Noelle-Neumann fokus pada apa yang terjadi ketika orang menyatakan pendapatnya terkait berbagai isu yang sudah disajikan oleh media pada mereka. Teori ini menyatakan bahwa orang yang meyakini bahwa ia menganut pandangan minoritas dalam suatu isu masyarakat akan tetap tinggal di belakang dan menahan diri untuk berkomunikasi, sementara yang merasa pandangannya sesuai dengan kaum mayoritas akan lebih terdorong untuk berbicara. Teori ini akan fokus pada pandangan mayoritas yang terlalu meremehkan pandangan kaum minoritas. Teori ini juga akan mendukung pandangan yang menyatakan bahwa kelompok sangat memengaruhi kehidupan kita.

Pertama, untuk memahami pengertian opini publik, Noelle-Neumann kemudian membagi konsep tersebut ke dalam setiap kata yang terkandung di dalamnya. Kata publik mengindikasikan bahwa itu terbuka bagi siapa saja, terkait dengan isu dan perhatian masyarakat, dan merepresentasikan sisi sosio psikologi masyarakat yang selalu memperhatikan unsur *relationship* dengan orang lain. Sedangkan kata

opini merupakan suatu pengekspresian dari sikap. Intensitas dan stabilitas dari opini tersebut tentu saja berbeda-beda. Noelle-Neumann menyatakan bahwa opini merupakan suatu level persetujuan dari populasi tertentu (West & Turner, 2010: 411). Dalam proses *spiral of silence*, opini ini disinonimkan dengan sesuatu yang dianggap dapat diterima (*acceptable*). Dengan dasar tersebut, ia kemudian mendefinisikan opini publik sebagai suatu sikap atau perilaku yang harus diekspresikan di dalam publik jika seseorang tidak ingin mengisolasi dirinya di dalam area kontroversi atau perubahan, opini publik merupakan sikap yang dapat diekspresikan tanpa adanya bahaya akan terisolasi. Jadi, karena kaum minoritas takut diisolasi, ia memilih untuk tidak menyampaikan opininya.

Noelle-Neumann dan Petersen menyatakan bahwa opini publik merupakan suatu proses dinamis dan terbatas oleh ruang dan waktu (West & Turner, 2010: 413). Maka dari itu, mereka menyatakan bahwa suatu *spiral of silence* hanya akan terjadi dalam periode waktu yang terbatas. Opini publik mengarah kepada perasaan suatu populasi terhadap suatu objek di mana media mendeterminasikan subjek mana yang menjadi ketertarikan orang-orang dan media sering membuat subjek yang kontroversial. Noelle-Neumann menyatakan bahwa opini publik dapat dipengaruhi oleh orang yang menerima dan tidak menerima pandangan tersebut (West & Turner, 2010: 413). *Spiral of silence* merupakan respon dari perbedaan opini orang lain.

Opini Publik yang kita miliki mengenai peristiwa, orang dan topik berubah secara periodik dalam kehidupan kita. Opini yang kita miliki bukanlah sesuatu yang bersifat statis dan sering kali berubah sejalan dengan waktu. Salah satu pengaruh yang penting dalam pendapat kita adalah adanya keberadaan sebuah media. Media inilah yang telah membantu kita membentuk siapa diri kita. Pengaruh media dalam opini publik adalah hal apa yang dipelajari oleh Elizabeth Noelle-Neumann yang mengembangkan penelitiannya pada tahun 1930-an dan 1940-an, tetapi ia mengkonseptualisasikan penelitian teori *spiral of silence* ini pada tahun 1970-an. Noelle-Neumann berfokus pada apa yang terjadi ketika orang menyatakan opini mereka mengenai topik yang telah didefinisikan oleh media bagi publiknya. *Spiral of silence theory* ini

menyatakan bahwa orang yang yakin bahwa media memiliki sudut pandang yang minoritas mengenai isu-isu publik akan tetap berada di latar belakang di mana komunikasi mereka akan dibatasi, mereka yang yakin bahwa mereka memiliki sudut pandang yang mayoritas akan lebih terdorong untuk membuka suara. Noelle-Neumann (1983; West & Turner, 2010: 413) menyatakan bahwa media akan berfokus lebih pada pandangan mayoritas, dan meremehkan pandangan minoritas. Perbedaan antara pandangan minoritas dan mayoritas ini mempercayai bahwa mereka yang berada dalam kelompok mayoritas memiliki kepercayaan diri untuk menyuarakan pendapat mereka yang lebih daripada kelompok yang minoritas. Untuk memahami perbatasan yang ada di teori ini, maka pertama-tama kita akan menguraikan pemikiran opini publik, komponen utama dari teori ini dan kemudian tiga asumsi dari teori ini.

Opini kita mengenai kejadian, orang-orang, dan topik berubah secara bertahap dalam kehidupan kita. sebagai pertimbangan, contohnya opini kita tentang kencana ketika berumur 15 tahun berbeda dengan opini kita saat duduk di bangku pendidikan perguruan tinggi. Atau mempertimbangkan opini yang dimiliki orang tua selama masa pertumbuhan dan saat ini. Satu pengaruh penting dalam opini kita saat ini adalah media. Media telah membantu kita membentuk diri kita. Sering, pengaruh ini tajam, dan secara langsung di waktu yang berlainan. Pengaruh media terhadap opini publik inilah yang dipelajari oleh Elisabeth Noelle-Neumann. Walaupun teori Noelle-Neumann ada pada sebelum masa Internet, namun interpretasinya mengenai pengaruh media terbukti benar. Saat ini, popularitas dalam penggunaan blog, email, listserves, dan YouTube dibombardir dengan *mediated message*. Noelle-Neumann fokus kepada apa yang terjadi ketika orang-orang memiliki opini terhadap berbagai isu yang didefinisikan media terhadap publik. Teori *spiral of silence* menyarankan bahwa orang-orang yang percaya mereka memiliki sudut pandang minoritas terhadap isu publik akan berada di belakang di mana komunikasi mereka akan tertahan; orang-orang yang percaya bahwa mereka memegang pandangan mayoritas maka akan lebih berani untuk berbicara.

Noelle-Neumann (1983; West & Turner, 2010: 411) berpendapat bahwa media akan berfokus lebih kepada berita besar, menyepelekan pandangan minoritas. Perbedaan antara pandangan mayoritas dan minoritas pada *senior center* lebih jauh diklarifikasikan oleh Noelle-Neumann (1991; West & Turner, 2010: 412). Dia percaya bahwa orang-orang yang berada dalam mayoritas memiliki kepercayaan diri untuk berbicara. Orang-orang yang memiliki pandangan minoritas selalu berhati-hati dan terdiam, yang akan menguatkan persepsi publik mengenai kelemahan mereka. Teori *spiral of silence* secara unik memotong opini publik dan media. Untuk memahaminya dengan lebih baik, pertama kita membahas gagasan opini publik, sebuah kunci dari teori.

## 12.2. Suara Publik di Media

Sebagai seorang peneliti, Noelle-Neumann tertarik dalam mengklarifikasi istilah-istilah yang mungkin dapat memiliki banyak makna. Istilah yang terletak pada inti dari teori *spiral of silence* ini adalah istilah yang secara umum diterima tetapi menurutnya sering kali disalah-artikan sebagai opini publik. Noelle-Neumann berpendapat bahwa interpretasi mengenai *public opini* sering kali keliru. Dalam bukunya yang berjudul *The Spiral Of Silence: Public Opinion Our Social Skin*, Noelle-Neumann (1984, 1993; West & Turner, 2010: 413) memisahkan opini publik menjadi dua istilah yang terpisah yaitu *public*. Pertama, terdapat asosiasi umum mengenai istilah ini di mana publik ini mengisyaratkan keterbukaan bagi semua orang seperti wilayah umum. Kedua, publik ini berkaitan dengan konsep yang berhubungan dengan isu-isu atau orang, seperti tanggung jawab seorang jurnalis. Dan publik ini mewakili sisi sosial-psikologis dari manusia, yaitu orang-orang yang tidak hanya berpikir di dalam dirinya saja, tetapi juga berpikir mengenai hubungan mereka dengan orang lain. Istilah kedua yaitu, *opinion* adalah ekspresi dari suatu sikap. Opini ini dapat bervariasi baik dalam stabilitas. Dengan melihat adanya interpretasi dari bahasa Prancis dan Inggris, maka Noelle-Neumann menyatakan bahwa opini publik ini adalah tingkat persetujuan dari populasi tertentu. Jadi Noelle-Neumann



(1993: 178; West & Turner, 2010: 413) mendefinisikan *opini publik* sebagai “sikap atau perilaku yang harus diekspresikan seseorang di depan publik jika ia tidak ingin menyebabkan dirinya terisolasi; dalam area kontroversi atau perubahan, opini publik adalah sikap yang dapat diekspresikan tanpa harus memunculkan bahwa akan isolasi terhadap dirinya”.

Sebagai seorang peneliti, Noelle-Neumann tertarik dalam mengklarifikasikan istilah yang kemungkinan memiliki makna lebih dari satu. Pada inti teori *spiral of silence* adalah sebuah istilah yang secara umum dapat diterima tetapi satu yang dirasakannya adalah adanya *miscontrued* (salah menanggapi) opini publik. Noelle-Neumann berpendapat bahwa interpretasi mengenai *public opinion* telah disalah-artikan. Faktanya, walaupun dia mengidentifikasi lebih dari lima puluh definisi tentang istilah sejak teorinya lahir, tidak ada yang memuaskannya. Walaupun teori ini sudah sejak lama ditampilkan, konsep dari “*public opinion*” adalah terutama dibebani oleh kebingungan, kesalahpahaman, dan masalah komunikasi (Noelle-Neumann & Petersen, 2004: 339-340; West & Turner, 2012: 413). Berusaha untuk menyajikan beberapa pemahaman mengenai kata kunci dalam teori, Noelle-Neumann (1984, 1993; West & Turner, 2010: 413) telah menyajikan beberapa kejelasan. Dia membagi *public opinion* menjadi dua ciri-ciri yang berlainan yaitu *public* dan *opinion*.

Terdapat tiga makna dari *public*, yaitu terdapat suatu asosiasi legal dengan istilah. Publik berarti terbuka bagi semua orang, sama seperti “*public lands*” atau “*public place*”. Publik menyinggung perhatian atau isu terhadap orang-orang, sama seperti tanggung jawab publik dari jurnalis. Akhirnya, publik merepresentasikan sisi sosial psikologikal orang-orang. Sebuah opini merupakan suatu ekspresi dari perilaku. Opini mungkin bervariasi dalam intensitas dan stabilitas. Noelle-Neumann mencatat bahwa opini adalah suatu tingkat kesepakatan dari populasi tertentu. Dalam proses *spiral of silence*, opini merupakan sinonim dari sesuatu yang dapat diterima. Menempatkan keseluruhan definisi ini, Noelle-Neumann mendefinisikan opini publik sebagai sikap atau perilaku yang di ditampilkan di publik; dalam suatu area kontroversi atau perubahan, opini publik adalah suatu perilaku di mana seseorang

dapat mengekspresikan dirinya tanpa membahayakan diri untuk menghindari pengasingan dirinya. Noelle-Neumann dan Petersen (2004; West & Turner, 2010: 413) berpendapat bahwa *public opinion* merupakan suatu proses dinamis dan dibatasi oleh waktu dan tempat. Pada akhirnya, mereka mencatat bahwa *spiral of silence* hanya memegang kekuasaan terhadap masyarakat untuk periode waktu yang terbatas. Secara esensial, opini publik merujuk kepada sentimen kolektif dari suatu populasi dalam subjek tertentu. Kebanyakan media menentukan subjek apa yang menarik bagi masyarakat, dan media sering membuat subjek yang kontroversial.

### 12.3. Asumsi-asumsi Teori *Spiral of Silence*

Dengan adanya opini publik sebagai dasar dari teori ini, maka kita akan mempelajari tiga asumsi dari teori *spiral of silence* ini, Noelle-Neumann (1991; 1993; West & Turner, 2010: 414) telah membahas tiga pernyataan sebelumnya, yaitu:

1. Masyarakat mengancam individu-individu yang menyimpang dengan adanya isolasi; rasa takut terhadap isolasi sangat berkuasa. Asumsi yang pertama ini menyatakan bahwa masyarakat memegang kekuasaan terhadap mereka yang tidak sepakat melalui ancaman akan isolasi. Noelle-Nuemann percaya bahwa struktur masyarakat kita bergantung sepenuhnya pada orang-orang yang secara bersama menentukan dan mendukung seperangkat nilai. Dan opini publiklah yang menentukan apakah nilai-nilai ini diyakini secara sama di seluruh populasi. Ketika orang sepakat mengenai seperangkat nilai bersama, maka ketakutan terhadap isolasi akan berkurang. Ketika terdapat perbedaan nilai, ketakutan akan isolasi muncul.
2. Rasa takut akan isolasi menyebabkan individu-individu untuk setiap saat mencoba menilai iklim opini. Asumsi kedua dari teori ini menyatakan bahwa orang yang secara terus-menerus menilai iklim dari opini publik. Noelle-Neumann berpendapat bahwa individu-individu menerima informasi mengenai opini publik dari dua sumber yaitu observasi pribadi dan media. Noelle-Neumann (1991;

West & Turner, 2010: 416) menyatakan bahwa orang yang terlibat dalam kemampuannya kuasi statistik untuk mengevaluasi opini publik. *Quasi-statistical sense* menjelaskan bahwa orang mampu untuk memperkirakan kekuatan dari sisi-sisi yang berlawanan di dalam sebuah debat publik. Mereka mampu melakukan ini dengan mendengarkan pendapat orang lain dan menggabungkan pengetahuan mereka ke dalam pandangan mereka sendiri. Noelle-Nuemann menyebutkan observasi yang keliru mengenai bagaimana kebanyakan orang merasakan *pluralistic ignorance*. Ia berpendapat bahwa orang “mencampur-adukkan persepsi langsung mereka dengan persepsi yang diseleksi melalui mata media ke dalam sebuah kesatuan yang tidak terpisahkan yang tampaknya berasal dari pemikiran dan pengalaman mereka sendiri (Noelle-Nuemann (1991: 169; West & Turner, 2010: 416).

3. Perilaku publik dipengaruhi oleh penilaian akan opini publik. Asumsi ketiga ini adalah bahwa perilaku publik dipengaruhi oleh adanya evaluasi opini publik. Noelle-Neumann (1991: 271; West & Turner, 2010: 416) mengemukakan bahwa perilaku publik dapat berupa berbicara mengenai suatu topik atau tetap diam. Jika individu merasakan adanya berbicara mengenai suatu topik, maka mereka akan cenderung mengkomunikasikan hal itu, jika mereka merasa bahwa orang-orang lainnya tidak mendukung adanya suatu topik, maka mereka akan tetap diam. Ia melanjutkan bahwa kekuatan sinyal dari sekelompok pendukung dan kelemahan dari kelompok yang lain, merupakan tenaga pendorong yang menggerakkan sebuah spiral. Secara keseluruhan, orang tampaknya bertindak sesuai dengan apa yang dirasakan oleh orang lain

Masyarakat mengancam individu yang menyimpang dengan isolasi, ketakutan akan isolasi tersebut dapat meresap. Asumsi ini menekankan bahwa masyarakat memegang *power* atas orang-orang yang tidak sesuai dengan mengancam mereka akan diisolasi. Noelle-Neumann meyakini bahwa struktur masyarakat bergantung pada seperangkat nilai yang diterima masyarakat. opini publik itulah yang mendeterminasikan apakah nilai tersebut sesuai dengan pendirian yang sama di dalam populasi (West & Turner, 2010: 415). Ketika seseorang

menyetujui seperangkat nilai umum, maka ketakutan akan isolasi akan berkurang, dan sebaliknya. Solomon Asch kemudian menyimpulkan berdasarkan penelitiannya bahwa individu secara frekuentif merasakan tekanan yang besar untuk menyetujui orang lain, meskipun orang lain itu salah (West & Turner, 2010: 415). Noelle-Neumann kemudian meresponi penemuan Asch ini dengan menyatakan bahwa sebenarnya orang bukan merasakan ketakutan akan diisolasi, melainkan kurang percaya diri dengan penilaiannya sendiri.

Ketakutan akan isolasi itu menyebabkan individu mencoba untuk menilai iklim opini setiap waktu. Asumsi kedua ini mengidentifikasikan manusia sebagai suatu penilai tetap dari iklim opini publik. Noelle-Neumann menyatakan bahwa individu menerima informasi dari dua sumber, yaitu pengamatan pribadi dan media (West & Turner, 2010: 416). Ia menyatakan bahwa manusia terlibat dalam kemampuan *quasi-statistical* dalam menilai opini publik. *Quasi-statistical sense* itu berarti bahwa orang mampu mengestimasi kekuatan dari pihak yang berlawanan di dalam debat publik. Mereka mampu melakukan itu dengan mendengarkan pandangan orang lain dan kemudian menyertakan pengetahuan tersebut dalam pengetahuan mereka. *Sense* tersebut akan bekerja ketika kita melihat bahwa opini kita berbeda dengan mayoritas di sekitar kita terhadap suatu subjek yang sama.

Pengamatan pribadi yang dilakukan terhadap opini publik bisa saja tidak akurat. Noelle-Neumann menyatakan kesalahan pengamatan tersebut sebagai *pluralistic ignorance* (West & Turner, 2010: 416). Ia kemudian menyatakan bahwa orang akan menggabungkan persepsi langsungnya dan persepsi yang ia saring lewat mata media menjadi suatu kesatuan yang tidak terpisahkan yang kelihatannya berasal dari pemikiran dan pengalaman sendiri. Orang-orang tidak hanya dipengaruhi oleh pengamatan pribadi melainkan juga bergantung pada media. Efek media itu seringkali terjadi secara tidak langsung. Karena manusia itu bersifat sosial, mereka membicarakan pengamatan mereka dengan orang lain. Orang akan menggunakan media untuk mengkonfirmasi atau menolak pengamatannya dan kemudian menginterpretasi pengamatannya sendiri lewat media tersebut.

Perilaku publik dipengaruhi oleh penaksiran atau penilaian opini publik. Asumsi ini menyatakan bahwa perilaku publik dipengaruhi oleh evaluasi yang mereka lakukan terhadap opini publik. Noelle-Neumann menyatakan bahwa perilaku publik berbentuk pembicaraan terhadap suatu subjek atau hanya dengan diam (West & Turner, 2010: 413). Jika seorang individu merasakan adanya dukungan terhadap suatu topik, mereka akan mengkomunikasikannya; namun jika ternyata mereka merasa bahwa orang lain tidak sependapat dengannya dalam topik tersebut, maka mereka akan tetap diam. Kesimpulannya, orang akan bertindak berdasarkan perasaan orang lain. Noelle-Neumann meyakini bahwa manusia memiliki keengganan untuk mendiskusikan topik yang tidak mendukung keyakinan mayoritas.

Dengan opini publik sebagai latar belakang teori, kita sekarang mengeksplor tiga asumsi dari teori *spiral of silence*. Terdapat tiga asumsi, yaitu masyarakat memperlakukan individu yang menyimpang dengan isolasi; ketakutan akan isolasi itu dapat meresap, ketakutan akan isolasi ini menyebabkan individu berusaha untuk mendapatkan iklim opini setiap waktu, dan perilaku publik dipengaruhi oleh penilaian opini publik. Asumsi pertama menyatakan bahwa masyarakat memegang kekuatan di antara orang-orang yang tidak menyesuaikan diri melalui perlakuan isolasi. Noelle-Neumann percaya bahwa struktur masyarakat kita tergantung kepada orang-orang yang secara umum mengenali dan menguasai sekumpulan nilai. Dan opini publik menentukan apakah nilai-nilai ini memiliki keyakinan yang sama di antara populasi. Ketika orang-orang setuju terhadap suatu kumpulan nilai yang sama, maka ketakutan terhadap isolasi akan berkurang. Ketika terdapat perbedaan dalam nilai, maka ketakutan akan isolasi akan terjadi.

Asumsi kedua dari teori mengidentifikasi orang-orang sebagai penaksir kontan dari iklim opini publik. Noelle-Neumann berpendapat bahwa individu menerima informasi mengenai opini publik dari dua sumber, yaitu pengamatan personal dan media. Noelle-Neumann (1991; West & Turner, 2010: 416) menyatakan bahwa orang-orang terlibat dalam suatu *quasi-statistical ability* untuk menilai opini publik. Suatu *quasi-statistical sense* berarti bahwa orang-orang dapat memperkirakan kekuatan dari sisi yang berlawanan dalam debat publik. Mereka akan

dapat melakukan ini dengan mendengarkan pandangan orang lain dan menemani pengetahuan menjadi sudut pandang masing-masing. Opini publik mengenai pengamatan personal dapat sering disimpangkan dan tidak akurat. Noelle-Neumann (1993; West & Turner, 2010: 416) menyebut pengamatan yang bermasalah mengenai bagaimana kebanyakan orang merasakan *pluralistic ignorance*. Dia mencatat bahwa orang-orang mencampurkan persepsi langsung mereka dan persepsi yang disaring melalui mata media ke dalam sesuatu yang tak dapat dibagi yang terlihat didapatkan dari pemikiran dan pengalaman mereka. Asumsi terakhir dari teori adalah bahwa perilaku publik dipengaruhi oleh penilaian opini publik. Noelle-Neumann (1991; West & Turner, 2010: 416) mengajukan bahwa perilaku publik mengambil bentuk berbicara mengenai suatu subjek atau tetap diam. Jika individu mendukung suatu topik, maka mereka akan cenderung untuk berkomunikasi mengenai hal tersebut; jika mereka merasa bahwa orang lain tidak mendukung suatu topik, maka mereka akan tetap diam.

#### **12.4. Pengaruh Media**

Sebagaimana yang telah didiskusikan, teori *spiral of silence* ini berpijak pada opini publik. Noelle-Neumann (1993: 272; West & Turner, 2010: 418) mengingatkan bahwa “banyak dari populasi menyesuaikan perilakunya pada arahan dari media”. Nancy Eckstein dan Paul Turman (2002: 173; West & Turner, 2010: 418) menyatakan bahwa media dapat memberikan dorongan di belakang *spiral of silence* karena media dianggap sebagai percakapan satu sisi, sebuah bentuk komunikasi publik yang tidak langsung di mana orang merasa tidak kuasa untuk memberikan respon. Dalam menjelaskan mengapa media memiliki pengaruh yang demikian, maka Noelle-Neumann percaya bahwa publik tidak diberi interpretasi peristiwa dalam berita yang luas dan seimbang. Oleh karenanya, publik ini diberi pandangan mengenai realitas yang terbatas. Pendekatan yang terbatas ini dalam meliputi berita juga mempersempit persepsi seseorang.

Pertimbangan tiga karakteristik media yang dikemukakan oleh para teoretikus yaitu *ubiquity* merupakan fakta yang mengatakan bahwa

sumber informasi yang berkuasa, karena media ini berada di mana-mana, banyak orang yang bergantung pada media ketika mencari sebuah informasi. *Cumulativeness* merupakan media yang merujuk pada proses media yang mengulangi dirinya sendiri melintasi program dan waktu. Di mana sering kali ketika kita membaca surat kabar dan kemudian menonton sebuah berita, maka biasanya informasi yang ada di kedua media tersebut sama dan masalahnya bahwa sumber aslinya tidak akan dipertanyakan sehingga teori ini menyatakan bahwa persetujuan terhadap suatu suara memengaruhi informasi apa yang dikeluarkan kepada publik untuk membantu mereka membentuk opini. Dan terakhir yaitu *consonance* merupakan sesuatu yang berhubungan dengan kesamaan keyakinan, sikap dan nilai yang dipegang oleh media.

Noelle-Neumann menyatakan bahwa konsonansi ini dihasilkan dari tendensi orang-orang pada berita untuk menginformasikan ide dan opini mereka sendiri, dan ini membuat bahwa seperti opini ini berasal dari publik (West & Turner, 2010: 418). Sebagaimana kita ketahui, ketika orang melihat pada media untuk mendapatkan gambaran dan persepsi dari populasi, mereka akan cenderung menerima apapun kecuali representasi yang tidak parsial. *Dual climates of opinion* merupakan iklim yang dipersepsikan secara langsung oleh populasi dan iklim liputan media. Dan hal yang paling mengagumkan adalah walaupun terdapat perbedaan dalam pendapat, banyak orang memutuskan untuk tetap diam. Untuk memahami apa yang memotivasi mereka untuk menyuarakan pendapatnya, Noelle-Neumann mengembangkan adanya *the train test*.

Noelle-Neumann menyatakan bahwa bagaimanapun kebanyakan populasi akan menyesuaikan sikapnya dengan media (West & Turner, 2010: 418). Eckstein dan Turman membenarkannya dengan mengklaim bahwa media menyediakan suatu sokongan di belakang *spiral of silence* karena media berada di dalam satu sisi percakapan, suatu bentuk komunikasi tidak langsung di mana orang-orang tidak mampu meresponnya (West & Turner, 2010: 418). Suatu kerelaan untuk membicarakannya sangat bergantung pada media. Tanpa adanya dukungan dari orang lain pada suatu pandangan yang menyimpang, orang hanya akan menyesuaikan diri dengan pandangan yang disajikan

oleh media. Faktanya, Noelle-Neumann menyatakan bahkan media telah menyediakan kata dan frase yang membuat orang dapat dengan percaya diri membicarakan subjek tersebut (West & Turner, 2010: 418). George Gerbner menyatakan bahwa TV merupakan media yang paling berpengaruh dari segala bentuk media, hingga kemudian Internet datang dan menggantikannya (West & Turner, 2010: 418).

Noelle-Neumann meyakini bahwa publik tidak ditawarkan interpretasi yang luas dan seimbang tentang berita dari suatu kejadian. Konsekuensinya adalah pandangan realitas publik akan menjadi terbatas. Ada tiga karakteristik dari pemberitaan di media (West & Turner, 2010: 418), yaitu:

1. *Ubiquity*

Ini merupakan keyakinan bahwa media ada di mana-mana sehingga merupakan suatu sumber yang dapat menyebarkan informasi ke mana saja.

2. *Cumulativeness*

Ini merupakan keyakinan bahwa media terus mengulang-ulang hal yang sama dalam berbagai program dan acaranya dalam berbagai waktu. Namun ini akan menjadi problematis ketika sumber awalnya tidak diketahui secara pasti.

3. *Consonance*

Ini terkait dengan keyakinan bahwa semua media memiliki sikap, kepercayaan, dan nilai yang sama di mana terdapat kecenderungan semua media mengkonfirmasi pemikiran dan opininya, membuatnya seakan-akan merupakan refleksi dari masyarakat.

Ketiga hal di atas kemudian mengakibatkan opini mayoritas semakin didengar. Seperti yang kita ketahui, bahwa sebenarnya dalam pembentukan berita tersebut, dilakukan penyaringan oleh reporter atau agensinya yang mengakibatkan apa yang kita terima tersebut bukanlah merupakan gambaran realitas yang akurat. Noelle-Neumann kemudian menyatakan bahwa sebenarnya, orang-orang tersebut menetapkan suatu agenda berita, yaitu mengidentifikasi apa yang harus diperhatikan, memutuskan pertanyaan apa yang ditanyakan, dan mendeterminasikan



apakah berbagai kebijakan dan program sosial itu efektif (West & Turner, 2010: 420). Dengan kata lain, orang merasakan iklim opini publik tersebut lewat media massa. Ketika orang-orang melihat media sebagai persepsi dan keyakinan dari populasi, mereka akan menerima apapun, tetapi sebagai suatu representasi yang tidak berpihak. *Dual climates of opinion* sering kali terjadi, yaitu suatu perbedaan di antara persepsi populasi terhadap suatu isu publik dengan cara media melaporkan isu tersebut.

Seperti yang telah kita diskusikan, teori *spiral of silence* merujuk kepada opini publik. Noelle-Neumann (1993; West & Turner, 2010: 418) memberikan perhatian, bagaimanapun banyak orang menyesuaikan perilakunya dengan tujuan media. Nancy Eckstein dan Paul Turman (2002; West & Turner, 2010: 418) setuju dan mengklaim bahwa media mungkin menyajikan kekuatan di belakang *spiral of silence* karena hal tersebut mempertimbangkan komunikasi satu sisi, suatu bentuk komunikasi tidak langsung publik di mana orang-orang merasa tidak dapat merespon. Suatu keinginan untuk merepon bergantung terhadap medianya.

Terdapat tiga karakteristik dari *news media* yaitu *ubiquity*, *cumulativeness*, dan *consonance*. *Ubiquity* merujuk keadaan fakta bahwa media merupakan sumber informasi yang dapat menembus dan ada di mana-mana. Karena media ada di mana-mana, mereka bergantung kepada ketika orang mencari informasi. *Cumulativeness* dari media merujuk kepada proses media dalam mengulangi dirinya melintasi program dan waktu. Secara terus-menerus, kita akan membaca sebuah cerita pada pagi hari di koran, mendengarkan cerita yang sama di radio, dan menonton berita di TV. Akhirnya, *consonance* bersinggungan dengan kesamaan kepercayaan, perilaku, dan nilai yang dipegang oleh media. Noelle-Neumann menyatakan bahwa *consonance* dihasilkan dari suatu kecenderungan untuk orang-orang menerima pemikiran dan opini mereka masing-masing, membuatnya terlihat seperti opini tersebut berasal dari publik. Seperti yang kita lihat, ketika orang-orang memandang sekilas media terhadap persepsi dan kepercayaan populasi, mereka cenderung untuk menerima segala sesuatunya dengan representasi yang tidak berat sebelah. *Dual climates of opinion* sering ada,

yaitu suatu iklim yang dilihat secara langsung oleh populasi dan iklim dari laporan media.

## 12.5. *The Train Test*

*The train test* merupakan suatu penilaian dari perluasan di mana orang-orang akan berbicara dengan opini mereka masing-masing. Berdasarkan teori *spiral of silence*, orang-orang pada dua sisi berbeda dari sebuah isu memiliki keinginan untuk mengekspresikan pandangannya bervariasi di publik. *Train test* ini telah terbukti sebagai pendekatan yang menarik untuk mempelajari opini publik. Mempelajari apakah orang akan menyuarakan pendapat mereka atau tidak membutuhkan suatu metodologi yang jelas, dapat diuji, representatif dan dapat diprediksi. Untuk membuktikan hal ini maka, Noelle-Nuemann mengkonseptualisasikan *the train test* yang merupakan penilaian mengenai sejauhmana orang akan mengemukakan opini mereka (West & turner, 2010: 420). Menurut teori *spiral of silence*, orang dari dua sisi yang berbeda mengenai suatu isu akan bervariasi dalam kesediaan mereka untuk mengungkapkan pandangan mereka ke publik. Untuk menguji *the train test* ini maka, diadakan suatu penelitian yang menanyakan kepada orang A atau Orang B tentang sesuatu misalnya mengukur opini mereka mengenai keamanan makanan. Dan hasil dari pengujian ini yaitu:

1. Pendukung dari opini yang dominan lebih bersedia untuk menyuarakan opini dibandingkan mereka yang memiliki opini minoritas.
2. Orang dari kota-kota besar yang adalah pria berusia antara 45 dan 49 lebih bersedia untuk menyuarakan pendapat.
3. Terdapat berbagai cara untuk menyuarakan pendapat, misalnya menempelkan poster, stiker pada mobil, dan mendistribusikan selebaran.
4. Orang akan lebih menyuarakan pendapat jika pendapat ini sesuai dengan keyakinan mereka dan juga sesuai dengan tren terkini dan semangat dari kelompok seusianya.

5. Orang akan menyuarakan pendapat jika itu sejajar dengan pandangan masyarakat.
6. Orang akan cenderung berbagi pendapat dengan mereka yang sepakat dibandingkan dengan mereka yang tidak sepakat.
7. Orang mendapatkan kekuatan akan keyakinan melalui berbagai sumber, termasuk keluarga, teman dan kenalan.
8. Orang mungkin akan terlibat dalam *last-minute swing* atau melompat ke sisi opini yang populer pada saat-saat terakhir percakapan.

Untuk memahami apa sebenarnya yang memotivasi orang-orang untuk berbicara. Noelle-Neumann mengkonsepsikan suatu *train test* yang merupakan penilaian kecenderungan ke arah mana orang akan menyuarakan opininya (West & Turner, 2010: 420). Menurut teori *spiral of silence*, orang dalam dua sisi yang berbeda dalam suatu isu akan memiliki perbedaan kerelaan dalam mengekspresikan pandangannya kepada publik. Studi ini dilakukan dengan memberikan sketsa kepada responden yang menunjukkan adanya dua orang yang sedang dalam suatu percakapan di dalam kereta. Lalu responden itu kemudian ditanyai kepada siapa dia akan sependapat di antara kedua orang dalam sketsa tersebut. Salah satu subjek yang dikaitkan dengan percakapan tersebut adalah masalah keamanan makanan. Kesimpulan yang di dapat dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

Pendukung dari opini yang dominan akan lebih rela menyuarakan opininya daripada penganut keyakinan yang minoritas. Karena adanya ketakutan akan isolasi, orang akan cenderung menahan diri dalam menyatakan posisi mereka di dalam percakapan publik jika mereka merasa bahwa persepsi itu akan mengundang tertawaan, cemoohan, atau bentuk-bentuk pengisolasian yang lain. Ada banyak cara untuk berbicara, misalnya menggantungkan poster, stiker, dan mendistribusikan *flyer*. Orang akan lebih suka menyuarakan opininya jika itu sesuai dengan pendiriannya sebagaimana itu juga sesuai dengan tren terkini. Orang akan menyuarakan opininya jika itu sesuai dengan pandangan masyarakat. Orang akan cenderung membagikan opini mereka dengan orang yang setuju dengan mereka, bukannya dengan

yang tidak. Orang akan cenderung memperoleh kekuatan pendiriannya lewat beragam sumber, termasuk keluarga, teman, dan kerabat.

## 12.6. *The Hard Core*

Terkadang opini minoritas yang diam mulai bangkit. Kelompok ini yang disebut sebagai "*hard core*" tetap berada pada ujung akhir dari proses *spiral of silence* tanpa memperdulikan ancaman akan isolasi (Noelle-Nuemann, 1994: 170; West & Turner, 2010: 421). Noelle-Nuemann melihat bahwa seperti kebanyakan hal dalam hidup, terdapat pengecualian pada setiap aturan dan teori. *The hard core* ini mewakili sekelompok individu yang mengetahui bahwa ada harga yang harus dibayar bagi kearsifan mereka. Para penyimpang ini akan berusaha untuk menentang cara berpikir yang dominan dan siap untuk secara langsung mengonfrontasikan siapa pun yang menghalangi mereka. Noelle-Nuemann mengatakan bahwa *the hard core* ini terdiri atau orang-orang seperti Don Quixote seorang tokoh dalam karya sastra yang karena pakaiannya dan persenjataannya yang kuno, mendapati dirinya dipermalukan, dikalahkan dan dikucilkan. Dia menyimpulkan bahwa *the hard core* (seperti Quixote) tetap berkomitmen pada masa lalu, mempertahankan nilai-nilai sementara menderita dan diisolasi dari masa kini (p. 218; West & Turner, 2010: 423). Ia menambahkan *hard core* ini adalah kaum minoritas pada ujung akhir *spiral of silence* yang menantang ancaman akan adanya sebuah isolasi.

Teori *spiral of silence* ini merupakan satu dari sedikit teori dalam komunikasi yang berfokus pada opini publik. Teori ini telah dinyatakan sebagai dasar yang penting dalam mempelajari kondisi manusia (Csikszentmihalyi, 1991: 288; West & Turner, 2010: 423). Konsekuensi mempelajari opini publik ini sebagaimana dikemukakan oleh Elizabeth Noelle-Nuemann dinyatakan oleh Mihaly Csikszentmihalyi bahwa dalam sebuah demokrasi yang berkaitan dengan pemilihan, bahkan di dalam bentuk pemerintahan yang paling tiran, hak untuk memimpin dan memutuskan harus terletak pada kesepakatan dari segmen yang signifikan dari sebuah populasi.

Secara heuristik, teori Noelle-Neumann ini sangat berhasil menjadi pemantik bagi ilmuwan-ilmuwan lainnya. Banyak peneliti yang menggunakan teorinya untuk melakukan penelitian lanjutan, seperti Wedel yang meneliti tentang popularitas stasiun radio, Neuwirth dan Frederick yang meneliti tentang perilaku minum, dan masih banyak lagi penelitian yang menggunakan konsep *spiral of silence*. Kerelevanan yang ditawarkan memicu semakin banyaknya penggunaan, dan terbukti dengan bervariasinya topik yang berhasil dijelaskan. Seperti halnya teori-teori lain, beberapa kritik mengenai kekonsistensian teori ini bermunculan terutama dalam beberapa istilah dan konsep. Charles Salmon dan F. Gerald Kline (1985; West & Turner, 2010: 424) menyatakan bahwa kegagalan *spiral of silence* dalam menjelaskan ego seseorang dalam sebuah isu. Contohnya, teori ini tidak bisa diterapkan pada orang-orang yang memiliki keyakinan kuat terhadap sesuatu, biasanya menyangkut hal-hal keyakinan beragama. Umat Islam taat di Amerika tetap saja tidak mau makan daging babi meski lingkungannya menghalalkan itu. Carroll Glynn dan Jack McLeod (1985; West & Turner, 2010: 424) menganggap Noelle-Neumann tidak secara empiris menguji asumsi bahwa rasa takut akan isolasi menghalangi orang untuk berbicara. Mereka juga berargumen bahwa pengaruh komunitas tidak dimasukkan oleh Neumann dalam konsep asumsinya.

Kini, kaum minoritas mulai bangkit. Noelle-Neumann menyadari bahwa seperti banyak hal yang terjadi di dalam kehidupan kita, selalu ada hal yang menjadi pengecualian bagi suatu aturan atau teori. *Hard core* merepresentasikan suatu kelompok atau individu yang mengetahui ada suatu harga yang bisa membuat mereka rela untuk berbicara. Menurutnya, para *hard core* ini adalah orang-orang yang siap menantang ancaman isolasi tersebut. Teori ini merupakan salah satu teori yang fokus pada opini publik yang dianggap penting untuk mengidentifikasi kondisi manusia. Teori ini digolongkan ke dalam tradisi sosio-psikologis dalam konteks media massa dengan pendekatan positivistik atau empirikal.

Teori ini dianggap kurang konsistensi logikanya dalam berbagai terminologi dan konsep. Charles Salmon dan Gerald Kline

menyatakan bahwa teori ini gagal dalam menjelaskan keterlibatan ego seseorang dalam suatu isu (West & Turner, 2010: 424). Padahal, orang akan cenderung rela dan mau untuk berbicara jika ego mereka terlibat di dalam suatu topik tersebut. Carroll Glynn, Andrew Hayes, dan James Shanahan mengangkat isu proses selektif, yaitu teori disonansi kognitif dimana kita akan cenderung menghindari topik yang bertentangan dengan pandangan kita (West & Turner, 2010: 424). Glynn dan kawan-kawan juga melihat bahwa hanya ada sedikit bukti bagi pernyataan teori ini yang menyatakan bahwa orang akan berbicara hanya jika mereka merasa ada dukungan bagi pandangan mereka tersebut. Carrol Gynn dan Jack McLeod kemudian menambahkan dua hal tambahan terkait dengan konsistensi logika dari teori ini (West & Turner, 2010: 424). Pertama, mereka meyakini bahwa ketakutan akan terjadinya isolasi tidak akan memotivasi orang untuk mengekspresikan opininya. Mereka mengklaim bahwa Noelle-Neumann tidak secara empiris menguji asumsi tersebut. Kedua, mereka menduga bahwa Noelle-Neumann tidak menjelaskan tentang pengaruh dari komunitas tempat orang itu berada dan referensi kelompok dalam opini mereka. Noelle-Neumann terlalu fokus pada medianya saja. Tiga karakteristik media yang telah disebutkan di atas juga tampaknya terbatas dalam aplikasi budaya di Amerika Serikat.

Teori ini telah menarik banyak penulis dan para ahli untuk mendiskusikan teori ini dengan berbagai cara yang berbeda. Ada yang membahasnya karena keterbatasan pengaplikasiannya dalam satu budaya, namun ada juga yang mendukung pengaplikasiannya dalam *cross-culture*. Teori ini juga sering kali didiskusikan dalam diskusi politik di mana para peneliti mencoba menguji kembali vitalitas teori ini. Meskipun masyarakat secara terbuka mengekspresikan pandangan mayoritas maupun minoritas mungkin tidak secara proporsional terkait dengan keterlibatan media dalam isu tersebut. Namun yang pasti, publik akan tetap bergantung pada media di dalam masyarakat yang kini semakin mengglobal. Maka dari itulah, keberlangsungan dan keberlakuan teori ini menjadi tidak dapat dibayangkan seberapa lama lagi efeknya di masyarakat. Saat ini dan di kemudian hari, *silent minority* meningkat tajam. Grup ini, disebut sebagai *hard core*, yaitu

tetap berada pada akhir proses *spiral of silence* dalam tantangan dari perlakuan isolasi. *Hard core* yaitu suatu kelompok yang berada pada akhir spiral dan berkeinginan untuk berbicara dalam *cost* apapun. *Hard core* ini merepresentasikan suatu kelompok individu yang mengetahui bahwa terdapat biaya yang harus dibayar untuk ketegasan mereka. Orang yang menyimpang ini berusaha untuk melawan pemikiran dominan dan bersiap secara langsung untuk melawan orang-orang yang menghadang jalannya.

Teori *spiral of silence* ini merupakan satu dari beberapa teori dalam komunikasi yang fokus kepada opini publik. Teori ini telah diidentifikasi sebagai dasar penting dalam menilai kondisi manusia. Teori ini disebut teori dinamis yang berarti bahwa teori ini menggaris-bawahi proses *nature of communication* yang kita diskusikan pada bab sebelumnya. Teori Noelle-Neumann tidak mengabaikan kritik substansial. Dan kebanyakan kritik menyinggung kurangnya *logical consistency* dalam beberapa istilah dan konsep. Charles Salmon dan F. Gerald Kline (1985; West & Turner, 2010: 424) menyatakan bahwa *spiral of silence* gagal untuk menjawab keterlibatan ego seseorang dalam suatu isu. Pada saat itu, orang mungkin akan berkeinginan untuk berbicara karena egonya terlibat dalam topik. Teori ini telah menarik perhatian penulis dan peneliti yang telah mendiskusikan kegunaannya dalam beragam cara. Peneliti telah menggunakan teori dan konsep utamanya dalam penelitiannya, termasuk mengikuti topik yaitu *declaring english as the official language of the United States, religion in the classroom, the Persian Gulf War in the 1990s*, dan sebagainya. Seperti suatu susunan topik dan aktivitas yang menyarankan bahwa teori dan konsepnya memiliki nilai untuk dipelajari.

## TEORI *CULTIVATION*

### 13.1. Pengertian *Cultivation*

Teori ini dikembangkan oleh George Gerbner, seorang Hungarian yang pensiun dari Anenberg School of Communication di University of Pennsylvania. Gerbner mengklaim karena TV mengandung begitu banyak kekerasan, orang yang menghabiskan banyak waktu di depan TV akan membentuk suatu kepercayaan yang berlebih-lebihan akan suatu makna dan dunia yang menakutkan (Griffin, 2012: 366). Seperti Marshall McLuhan menyatakan bahwa TV merupakan sumber yang paling dominan dalam membentuk masyarakat modern. Namun tidak seperti McLuhan yang menyatakan bahwa medium adalah pesan, Gerbner menganggap bahwa sebenarnya konten simboliklah yang paling berpengaruh. Atas dasar tersebut, TV kemudian dianggap sebagai suatu *storyteller* institusional pada masyarakat, penyampai cerita tentang apa yang ada, apa yang penting, apa yang saling terkait, dan apa yang benar di dalam masyarakat. Bahkan Gerbner mengumpamakan keharusan dalam menyaksikan TV bagi orang-orang di zaman tersebut adalah hal yang sama dengan keharusan mereka hadir di gereja (Griffin, 2012: 366).

West & Turner (2010: 377) menyatakan bahwa Gerbner dan Gross memulai *cultural indicators project* dengan mengadakan pengamatan yang reguler dan berkala terhadap pemrograman TV dan “konsep mengenai realitas sosial yang dikultivasi oleh khalayak”. Untuk mengawali apa yang dimaksud dengan kultivasi, ia membuat *causal argument* di mana TV mengkultivasi (menyebabkan) konsep akan realitas sosial. Analisa kultivasi merupakan sebuah teori yang memprediksi dan menjelaskan formasi dan pembentukan persepsi,



pemahaman, dan keyakinan jangka panjang dari pesan-pesan media. Pemikiran Gerbner menunjukkan bahwa komunikasi massa, terutama TV, mengkultivasi keyakinan tertentu mengenai kenyataan yang dianggap sebagai sesuatu yang umum oleh konsumen komunikasi massa. Ia menyatakan bahwa kebanyakan dari apa yang kita ketahui, kita pikir kita ketahui sebenarnya tidak pernah kita alami secara pribadi. Bagi para penonton yang setia, menyaksikan kekerasan merupakan suatu hal yang biasa karena merupakan drama paling sederhana dan murah untuk didemonstrasikan dalam setiap permainan. Fakta hidup ini akan lebih disaksikan oleh penonton setia daripada orang biasa. Banyak orang yang khawatir bahwa hal tersebut dapat memberi pengaruh buruk bagi para penonton muda dengan mendorong mereka untuk melakukan kebiasaan yang agresif. Itu memengaruhi kepercayaan penonton tentang dunia sekitar dan membentuk perasaan mereka terhadap kepercayaan tersebut. Akibat kepercayaan tentang kekerasan dunia yang dimunculkan di TV, orang-orang akan merasa takut dalam keterlibatannya di dunia nyata. Misalnya, hingga mereka menyiapkan anjing penjaga, mengunci rumah dan kendaraan dengan lebih hati-hati, dan sebagainya.

Namun teori ini bukan hanya terbatas pada kekerasan di TV saja, namun juga dapat membantu orang untuk membentuk teori tentang bagaimana pengaruh TV yang lain dan pengaruh pandangan akan realita sosial. Kemudian dijelaskan mengenai konsepsi *transmissional perspective* dan *ritual perspective* (Griffin: 2012: 367). *Transmissional perspective* merupakan posisi yang menggambarkan media sebagai pengirim pesan-pesan dan potongan-potongan informasi yang jelas ke seluruh penjuru ruang. Ini terkait dengan *limited effect theory*. Jika media hanya dapat mengirimkan potongan-potongan informasi, maka audiens dapat memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan informasi tersebut. Sebaliknya, *ritual perspective* merupakan posisi yang menggambarkan media sebagai pembawa representasi mengenai keyakinan yang dimiliki bersama.

Pada masa 1960-an, minat terhadap dampak media, terutama TV sangat tinggi. Pemerintah federal mengkhawatirkan dampak media di dalam masyarakat, terutama kontribusinya terhadap tingkat

kekerasan di kalangan kaum muda. Gerbner terlibat dalam usaha *national commission on the causes and prevention of violence* dan *scientific advisory committee on television and social behavior* yang diperintahkan oleh pemerintahan. Tugasnya dalam kedua usaha tersebut adalah untuk menghasilkan suatu *violence index* yang merupakan analisis isi tahunan terhadap pemrograman jaringan *prime time* untuk menilai jumlah kekerasan yang ditampilkan (West & Turner, 2010: 378).

George Gerbner berpendapat bahwa menonton televisi itu akan menciptakan keyakinan yang berlebihan dan menakutkan dunia. Seperti Marshall McLuhan, Gerbner mengacu pada televisi yang merupakan faktor yang dominan dalam membentuk masyarakat yang modern. Gerbner memandang bahwa televisi itu memiliki kekuatan yang datang dari isi simbolis dari sebuah kehidupan nyata di drama. Jadi televisi itu merupakan lembaga *storyteller* di masyarakat dan cerita masyarakat yang memiliki gambaran koheren terhadap apa yang terjadi, apa yang penting, apa yang berkaitan dan apa yang benar, sehingga banyak orang memandang televisi itu sebagai agama yang menjadi kunci dalam budaya kita. Saat ini, kekerasan merupakan pesan utama yang ditampilkan dalam televisi, dan ini ditampilkan terutama untuk pemirsa setia televisi itu sendiri. Banyak orang yang menentang kekerasan dalam televisi ini karena mereka khawatir terhadap dampak dari kekerasan tersebut yang diterima oleh pemirsa muda dengan mendorong perilaku agresif mereka. Gerbner juga berfokus pada dampak pemirsa yang mempercayai tentang dunia di sekitar mereka dan perasaan yang berhubungan dengan kepercayaan tersebut. Jika pemirsa mempercayai apa yang terjadi di dunia sekitar mereka, maka hal ini akan mengisi kejahatan dan mereka akan merasa takut tentang prospek yang terlibat dalam *crime-filled world*.

Televisi merupakan bagian yang sama pentingnya dalam pengalaman manusia di keluarga Amerika Serikat. Di seluruh bagian negara ini, orang menonton berbagai macam program televisi. Mereka adalah masyarakat yang bergantung pada TV dan apa yang ditawarkan TV setiap hari. Respon keberadaan TV di dalam masyarakat lebih dari tiga puluh tahun yang lalu, George Gerbner dan koleganya Lawrence Gross (1972: 174; West & Turner, 2010: 377) menyatakan bahwa mereka

menonton televisi dengan lebih religius. Dengan memfokuskan kajian mereka pada dampak televisi, Gerbner dan Gross memulai *cultural indicators project* dengan mengadakan pengamatan yang reguler dan berkala terhadap pemrograman televisi dan konsepsi mengenai realitas sosial yang dikultivasi dalam khalayak anak-anak dan dewasa. Dalam mengawali teori ini, mereka memperkenalkan *causal argument* yaitu pernyataan sebab-akibat yang termasuk arah dari kausalitas. Analisis kultivasi ini adalah sebuah teori yang memprediksikan dan menjelaskan formasi dan pembentukan jangka panjang dari persepsi, pemahaman, dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi akan pesan-pesan media.

Gerbner pertama kali menggunakan istilah kultivasi ini pada tahun 1969; tetapi, analisis ini sebagai teori yang unik dan berpengaruh, tidak muncul dalam beberapa tahun (West & Turner, 2010: 378). Gerbner merupakan seorang ilmuwan sosial dan saat ini yang memiliki tugas untuk menghasilkan sebuah *violence index*, merupakan sebuah analisis isi tahunan yang dilakukan untuk menganalisis sampel mingguan mengenai isi dari *prime-time* televisi jaringan yang akan diputar, dari musim ke musim, seberapa banyak kekerasan yang sebenarnya ada di televisi. Jika hubungan antara peranan televisi dan agresi yang muncul dari penonton akan dibuat, maka adanya kekerasan di dalam televisi ini harus dibuktikan terlebih dahulu.

Garis pemikiran Gerbner menunjukkan bahwa komunikasi massa, terutama televisi, mengkultivasi keyakinan tertentu mengenai kenyataan yang dianggap sebagai sesuatu yang umum oleh konsumen komunikasi massa. *Transmissional perspective* melihat media sebagai pengirim pesan-pesan, potongan-potongan informasi yang jelas ke seluruh penjuru ruang. Jika apa yang dilakukan oleh media hanya menyebarkan potongan-potongan informasi, maka orang dapat memilih untuk, menggunakan atau tidak menggunakan informasi tersebut sebagaimana mereka hendaki. Dalam *ritual perspective* sebaliknya media dikonseptualisasikan sebagai suatu cara mentransmisikan pesan di dalam ruang tetapi sebagai hal yang sentral bagi pemeliharaan masyarakat pada suatu waktu (Carey, 1975: 6; West & Turner, 2010: 378). Komunikasi massa bukan tindakan yang mengkomunikasikan informasi

melainkan merupakan representasi dan keyakinan yang dimiliki bersama.

TV merupakan *storyteller* dari institusi masyarakat, dan sebuah cerita masyarakat yang memberikan sebuah gambaran koheren mengenai apa yang ada, apa yang penting, apa yang berhubungan, dan apa yang benar. Apakah yang dilihat orang dalam tayangan sehari-hari? Menurut Gerbner, kekerasan merupakan salah satu dari bahan utama dari dunia televisi (Griffin, 2012: 366). Dia menulis bahwa kekerasan merupakan drama yang memiliki makna paling sederhana dan mudah untuk mendemonstrasikan siapa yang menang dalam permainan kehidupan dan diatur oleh permainan mana yang sedang dimainkan. Orang-orang yang tenggelam dalam dunia drama TV mempelajari "*facts of life*" lebih baik dibandingkan dengan orang yang menonton sekali-sekali. Kebanyakan orang yang menentang kekerasan pada televisi khawatir bahwa hal tersebut dapat memengaruhi penonton generasi muda dengan mendorong terjadinya perilaku agresif (*aggressive behavior*). Gerbner lebih fokus bahwa hal tersebut akan memengaruhi kepercayaan (*belief*) mengenai dunia di sekitar mereka dan perasaan (*feelings*) yang terhubung dengan kepercayaan itu. Tetapi teori kultivasi tidak dibatasi oleh kekerasan di televisi. Para ahli lain telah menggunakan teori ini untuk berteori mengenai bagaimana TV memengaruhi persepsi mengenai resiko kesehatan merokok, popularitas posisi politik, dan peran gender yang sesuai. Cabang pertama dari perhatian para ahli mengenai alasan mengapa media menghasilkan pesan yang mereka lakukan. Gerbner melabelkan penelitian pada perhatian ini dengan nama *institutional process analysis*, yaitu para ahli yang menembus di belakang organisasi media dalam usahanya untuk memahami peraturan atau praktik apa yang tersembunyi di sana (Griffin, 2012: 367). Akan sulit bagi para ahli untuk menemukan peraturan institusional tanpa melaksanakan wawancara *in-depth* dengan produser media, akuntan, dan eksekutif studio. Ketika para ahli melakukan rangkaian wawancara ini, maka mereka terlibat dalam *institutional process analysis*.

## 13.2. Asumsi-asumsi Teori *Cultivation*

West & Turner (2010: 379) menyatakan bahwa terdapat tiga asumsi dari teori ini, yaitu bahwa TV secara esensi dan fundamental berbeda dengan bentuk-bentuk media massa lainnya. TV mempunyai ciri yang unik dibanding media lain. TV tidak memerlukan kemampuan membaca dan bisa didapatkan secara gratis. TV juga menyediakan kombinasi gambar dan suara. Selain itu, TV juga tidak membutuhkan mobilitas seperti ketika pergi ke teater atau bioskop. TV juga merupakan satu-satunya media yang dibuat tanpa batasan usia yang membuat orang dapat menikmati TV di tahun awal, tengah, dan akhir hidupnya. Semua hal tersebut membuat TV menjadi pembentuk kebudayaan masyarakat. TV menjadi pencerita kebudayaan masyarakat. TV membentuk cara berpikir dan membuat kaitan dari masyarakat kita. TV tidak berusaha untuk memengaruhi kita melainkan melukiskan gambaran yang lebih kurang meyakinkan mengenai seperti apa dunia sebenarnya. Gerbner meyakini bahwa orang mengamati TV lebih dari 7 jam sehari dengan sistem penceritaan kisah yang terpusat. Gerbner menyatakan bahwa kebanyakan kisah di dalam masyarakat modern sekarang berasal dari TV. Fungsi kebudayaan utama dari TV adalah untuk menstabilisasi pola-pola sosial untuk memperkuat resistensi terhadap perubahan. TV merupakan medium sosialisasi dan enkulturasi. Pengaruh TV terbatas. Gerbner menganalogikan pernyataan ini dengan *ice age analogy* yang merupakan posisi yang menyatakan bahwa TV tidak memiliki satu dampak besar, melainkan memengaruhi penonton melalui dampak-dampak yang berkelanjutan dan terbatas (West & Turner, 2010: 382). Analogi ini digunakan mengingat pergeseran temperatur rata-rata sebanyak beberapa derajat dapat mengakibatkan zaman es.

Dalam mengemukakan posisi bahwa realitas yang dimediasi menyebabkan konsumen memperkuat realitas sosial mereka, maka analisis kultivasi ini membuat beberapa asumsi (West & Turner, 2010: 379), yaitu:

1. Televisi, secara esensi dan fundamental berbeda dengan bentuk-bentuk media massa lainnya.

Asumsi pertama dari analisis kultivasi ini menggaris-bawahi keunikan dari televisi. Televisi ini tidak membutuhkan kemampuan membaca, sebagaimana media cetak. Televisi ini tidak seperti film yang harus mengeluarkan biaya, televisi ini tidak membutuhkan mobilitas seperti bioskop. Televisi ini merupakan satu-satunya medium yang pernah diciptakan yang tidak memiliki batasan usia, maksudnya orang dapat menggunakannya dalam tahun ke tahun dari kehidupan mereka. Oleh karena itu, televisi ini mudah diakses dan tersedia bagi siapa saja dan merupakan senjata budaya utama dari budaya kita (Gerber, Gross, Jackson-Beeck, Jeffries-Fox, & Signorielli, 1978: 178; West & Turner, 2010: 381).

2. Televisi membentuk cara berpikir dan membuat kaitan dari masyarakat kita. asumsi yang kedua ini berkaitan dengan dampak dari televisi.

Gerbner dan Gross (1972: 175; West & Turner, 2010: 381) menyatakan bahwa “substansi dari kesadaran yang dikultivasi oleh TV bukan merupakan sikap dan opini yang lebih spesifik dibandingkan asumsi-asumsi yang lebih mendasar mengenai fakta-fakta kehidupan dan standar penilaian yang mendasari penarikan kesimpulan”. Artinya, televisi ini tidak lebih berusaha untuk memengaruhi kita. Gerbner (1998; West & Turner, 2010: 381) mengamati bahwa televisi mencapai orang, rata-rata, lebih dari tujuh jam sehari. Fungsi kebudayaan utama dari televisi adalah untuk menstabilisasi pola-pola sosial, untuk memperkuat resistensi terhadap perubahan. Televisi ini merupakan medium sosialisasi dan enkulturasi. Barbara Wilson dan koleganya (Wilson, Martins, & Marske, 2005; West & Turner, 2010: 382) menemukan bahwa orang tua yang memberikan perhatian besar pada berita televisi berpikir bahwa anak-anak mereka memiliki resiko penculikan yang lebih besar dibandingkan orang tua yang lebih jarang menonton televisi. Berdasarkan asumsi ini, analisis kultivasi memberikan cara pemikiran yang alternatif mengenai kekerasan dalam TV. Beberapa teori, seperti *social learning theory* (Bandura, 1977; West & Turner, 2010: 382) mengasumsikan bahwa kita cenderung melakukan kekerasan setelah terpapar kekerasan itu sendiri. Analisis kultivasi ini tidak menyatakan mengenai apa yang akan kita lakukan

berdasarkan menonton televisi yang penuh dengan kekerasan yang akan membuat kita merasa takut karena televisi menanamkan di dalam dirinya sebuah gambaran dunia yang kejam dan berbahaya.

3. Pengaruh dari televisi terbatas.

Asumsi ketiga dari analisis kultivasi ini menyatakan bahwa hal ini merupakan fakta bahwa televisi ini tersebar sangat luas, tetapi kontribusi kepada budaya yang dapat diamati, diikuti, dan independen relatif kecil. Gerbner menggunakan analogi zaman es untuk membedakan analisis kultivasi ini dari pendekatan dampak yang terbatas. *Ice age analogy* menyatakan bahwa sebagaimana pergeseran temperatur rata-rata sebanyak beberapa derajat dapat mengakibatkan zaman es, atau hasil akhir pemilihan umum dapat ditentukan dengan batas yang tipis, demikian pula dampak yang relatif kecil namun tersebar luas dapat membuat perbedaan yang besar (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1980: 14; West & Turner, 2010: 382). Argumen ini tidak menyatakan bahwa dampak dari televisi ini tidak memiliki konsekuensi. Sebaliknya walaupun dampak televisi terhadap budaya yang dapat diamati, diukur, dan independen ini pada satu titik waktu tertentu mungkin terlihat kecil, tetapi dampak ini tetap saja ada dan signifikan.

Televisi merupakan bagian dalam pengalaman manusia sebagai keluarga. Merespon terhadap meluasnya pengaruh televisi dalam kehidupan kita selama tiga puluh tahun, George Gerbner dan rekannya Lawrence Gross (1972; West & Turner, 2010: 377) mengomentari bahwa orang-orang menonton televisi sama halnya seperti mereka pergi ke gereja, kecuali mereka menonton televisi dengan lebih religius lagi. Fokus terhadap efek televisi, Gerbner dan Gross memulai proyek indikator kultural, melakukan hal umum, pengujian periodik tentang program televisi dan konsep dari realita sosial yang melihat kultivasi di mata audiens anak-anak dan orang dewasa. Dalam memulai analisa kultivasi, mereka membuat *casual argument* yaitu kultivasi televisi yang menyebabkan pembentukan konsep realita sosial. Analisis kultivasi merupakan teori yang memprediksi dan menjelaskan pembentukan persepsi jangka panjang, pemahaman, dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari konsumsi pesan media.

Pada tahun 1970-an, Gerbner melihat pesan media dapat mengubah gagasan tradisional mengenai waktu, jarak, dan kelompok sosial yang merupakan tantangan langsung terhadap pemikiran umum bahwa media memiliki pengaruh kepada individu dan budaya. Analisa kultivasi dikembangkan dalam responnya terhadap kepercayaan mengenai batasan efek media yang dominan pada saat itu. Lebih penting lagi, hal tersebut merefleksikan teori media yang memperlambat informasi dari kepercayaan dalam perspektif *transmissional* kepada penerimaan yang lebih besar terhadap perspektif ritual dari komunikasi massa. *Transmissional perspective* melihat media sebagai pengirim pesan mencirikan informasi yang melintasi jarak. *Ritual perspective* yaitu media dikonseptualisasikan bukan sebagai bagian yang menyalurkan pesan dalam jarak, tetapi sebagai pusat perbaikan masyarakat dalam satu waktu.

Dalam mengembangkan posisi dari realitas media yang menyebabkan khalayak untuk mengkultivasi realita sosial mereka, analisa kultivasi membuat beberapa asumsi. Karena teori tersebut masih merupakan teori yang berdasarkan pada televisi, tiga asumsi ini membicarakan tentang hubungan antara media dan budaya, yaitu televisi secara esensial dan fundamental berbeda dari bentuk media massa lain, televisi membentuk cara berpikir dan berhubungan masyarakat, dan pengaruh televisi itu terbatas. Asumsi pertama dari analisa kultivasi menonjolkan keunikan televisi. TV tidak membutuhkan literasi, seperti media cetak. Tidak seperti film, televisi itu gratis (di atas harga awal dan harga iklan yang dimasukkan ke dalam produk yang kita beli). Tidak seperti radio, televisi itu mengkombinasikan gambar dan suara. TV tidak membutuhkan mobilitas dan televisi merupakan satu-satunya medium yang telah ditemukan yang bersifat abadi, oleh karena itu manusia dapat menggunakannya pada awal dan akhir tahun kehidupan dan di antaranya. Asumsi kedua menyinggung kepada pengaruh televisi. Gerbner dan Gross (1972; West & Turner, 2010: 377) berpendapat bahwa substansi atau isi dari kesadaran yang dikultivasi oleh televisi tidak terdiri dari perilaku spesifik dan opini sebagai asumsi dasar mengenai fakta kehidupan dan standar penilaian di mana kesimpulan dibuat.



Televisi sebagai fungsi budaya utama adalah untuk menstabilkan pola sosial, untuk mengkultivasikan resistensi agar berubah. Televisi merupakan medium sosialisasi dan enkulturasi. Analisis kultivasi menyediakan jalan alternatif mengenai pemikiran tentang kekerasan di televisi. Beberapa teori, seperti *social learning theory* mengasumsikan bahwa manusia menjadi lebih sering melakukan kekerasan setelah mengalami kekerasan. Asumsi ketiga dari analisa kultivasi menyatakan bahwa pengaruh televisi terbatas. Hal ini mungkin terdengar tidak biasa, namun faktanya adalah televisi itu bersifat *pervasive* (menembus). Pengamatan, pengukuran, dan kontribusi yang berkaitan dari televisi terhadap kebudayaan relatif kecil. Gerbner menggunakan *ice age analogy* untuk menjauhkan analisa kultivasi dari keterbatasan pengaruh. *Ice age analogy* menyatakan bahwa sama halnya seperti perubahan suhu dari beberapa derajat dapat menyebabkan *ice age*, atau hasil dari pemilu dapat ditentukan dengan sedikit perbedaan, begitu juga dengan pengaruh yang relatif kecil ternyata dapat membuat perubahan yang penting.

### 13.3. Proses Kultivasi

Cabang pertama yang mewakili pernyataan para ahli yaitu mereka memfokuskan pada alasan mengapa media memproduksi pesan yang mereka lakukan. Gerbner melabeli penelitiannya ini sebagai *institutional process analysis* (Griffin, 2012: 367). Para ahli yang melakukan analisis ini melakukan penetrasi di balik layar dari organisasi yang merupakan usaha mereka untuk memahami kebijakan apa atau praktik apa yang bersembunyi di belakangnya. Dan hal ini akan menyulitkan para peneliti untuk menemukan kebijakan institusional tanpa melakukan wawancara yang mendalam dengan produser media, akuntan, dan eksekutif studio. Ketika para ahli melakukan wawancara yang singkat ini, maka mereka akan terlibat dalam *institutional process analysis*. Dan sejauh ini, teori *cultivation* merupakan teori yang baik untuk mengetahui serta menjadi teori yang mewakili cabang kedua dan ketiga sumbat (*plug*).

Jika TV memberikan persepsi tentang kultivasi dari realitas sosial di antara pemirsa, maka hal ini akan menjadi sangat penting untuk mengetahui pesan apa yang ditransmisi dalam TV. Salah satu cara yang paling baik untuk mengetahui dengan yakin hal ini yaitu dengan melakukannya secara hati-hati, studi sistematis dari konten TV yaitu *message system analysis*. Menurut Gerbner, *message system analysis* ini melibatkan para pekerja dengan metode kuantitatif yaitu *content-analysis*, di mana hasilnya ini berupa laporan numerik yang persis menjelaskan apa yang terkandung dalam dunia televisi. Menurut Gerbner, analisis konten dalam hal ini yaitu mengacu pada seberapa banyak kekerasan yang terjadi di TV dan bagaimana kekerasan tersebut digambarkan, dan metode ini dapat digunakan untuk fokus pada jenis-jenis konten TV (Griffin, 2012: 368).

Seperti yang diungkapkan di paragraf pembuka, Gerbner menunjukkan penelitiannya terhadap studi tentang dampak kultivasi terhadap kekerasan media. Analisis konten ini dirancang untuk mengungkapkan bagaimana kekerasan di dalam TV itu digambarkan. Dan tentunya Gerbner mengkhususkan analisis kontennya terhadap apa yang dimaksud dengan kekerasan itu sendiri. Ia mendefinisikannya sebagai *dramatic violence*, yaitu ekspresi nyata dari kekuatan fisik (dengan atau tanpa senjata, melawan diri sendiri atau orang lain) tindakan kuat terhadap kehendak seseorang yang disakiti dan atau dibunuh atau terancam akan jadi korban sebagai bagian dari sebuah plot. Gerbner dan rekan-rekannya memonitor insiden kekerasan di televisi ini selama lebih dua puluh tahun.

Gerbner menemukan bahwa penggambaran kekerasan yang ditampilkan dalam TV itu bervariasi dari tahun ke tahun. Ia menemukan bahwa, lebih dari setengah program *prime-time* mengandung kekerasan atau ancaman kekerasan, serta dua pertiga dari karakter utama yang terjebak dalam kekerasan ini hanya sebagai pahlawan yang terlibat sebagai penjahat. Orang tua, anak-anak, perempuan, dan pekerja buruh lebih sering menjadi korban yang mendapatkan kekerasan yang digambarkan dalam TV ini. Sehingga hal ini tidak mengherankan, orang-orang tersebut terpinggirkan dalam TV dan kemudian menunjukkan ketakutan mereka sebagai hasil dari

bahaya kekerasan program TV. Dan kesimpulannya bahwa analisis konten yang dikemukakan oleh Gerbner ini mengungkapkan bahwa orang dalam margin masyarakat Amerika meletakkan *symbolic double jeopardy*, tapi keberadaannya diremehkan oleh orang-orang di waktu yang sama mereka rentan untuk memerankan kekerasan ini dengan cara yang berlebihan.

Griffin dan West & Turner menuliskan proses dari analisis kultivasi ini dengan cara yang berbeda. Pertama, kita akan membahas tentang proses yang dituliskan di dalam Griffin (2012: 367), yaitu:

1. *Institutional process analysis: The first prong*

Para peneliti kemudian tertarik untuk mengetahui alasan mengapa media memproduksi pesan. *Institutional process analysis* merupakan para ahli yang mempenetrasi *scene* yang ada di dalam organisasi media dalam rangka untuk memahami kebijakan atau praktik apa yang disembunyikan oleh mereka. Misalnya, Hollywood yang bertujuan agar dapat melakukan ekspor produknya secara global untuk mendapatkan profit maksimal dan modal minimal.

2. *Message system analysis: The second prong*

Jika TV mengkultivasi persepsi tentang realitas sosial di antara para penontonnya, maka menjadi penting bagi kita untuk mengetahui apa sebenarnya yang ditransmisikan oleh TV. Satu-satunya cara untuk mengetahuinya adalah lewat studi yang hati-hati dan sistematis dari konten TV yang disebut sebagai suatu *message system analysis*. Menurut Gerbner ini mengharuskan adanya metode kuantitatif dalam menganalisa konten yang akan menghasilkan laporan numerik tentang apa yang sebenarnya terkandung di dalam TV. Gerbner mendesain analisa konten TV untuk mengungkap seberapa banyak kekerasan di dalam TV dan bagaimana kekerasan tersebut digambarkan, metode ini dapat digunakan untuk berbagai tipe konten TV.

– *An index of violence*

Karena fokus utama teori ini adalah untuk menjelaskan bagaimana kekerasan tersebut digambarkan di TV maka hal itu

mengharuskan Gerbner untuk secara jelas menspesifikasikan apa yang ia maksud dengan kekerasan. Ia mendefinisikan *dramatic violence* sebagai suatu pengekspresian paksaan atau ancaman fisik secara terang-terangan sebagai bagian dari *plot*. Dari pandangan artistik, setiap tindak kekerasan di TV bukan merupakan suatu hal yang tidak disengaja, melainkan dirancang oleh penulis untuk menimbulkan efek jera pada drama tersebut. Gerbner bahkan mempelajari jadwal tayang TV berdasarkan level kekerasan yang terkandung di dalam tayangan tersebut. Indeks kekerasan tahunan tersebut cenderung tinggi dan stabil (Griffin, 2012: 368).

– *Equal violence, unequal risk*

Bentuk-bentuk kekerasan itu sedikit beragam dari tahun ke tahun. Resiko yang muncul dari bentuk-bentuk kekerasan tersebut beragam dalam diri setiap orang. Misalnya, kelompok minoritas biasanya sering menjadi penerima efek kekerasan yang ada di TV.

3. *Cultivation analysis: The third prong*

Banyak yang menyatakan bahwa sistem analisis pesan merupakan suatu prasyarat dari cabang ketiga, yaitu *cultivation analysis*. Keduanya mempunyai makna yang berbeda. Jika sistem analisa pesan terkait dengan konten TV, maka analisis kultivasi terkait dengan bagaimana konten TV dapat memengaruhi pendengar, terutama penonton yang menghabiskan banyak waktu di depannya. Konsep kultivasi merujuk kepada kontribusi independen dalam menyaksikan TV yang dibuat bagi audiens. TV mengusahakan (mengkultivasi) cara untuk melihat dunia. Orang yang lebih banyak menonton TV akan melihat dunia nyata sebagaimana yang digambarkan, dinilai, dan ideologi dari lensa TV tersebut.

Di sisi lain, West & Turner (2012: 383) menuliskan proses empat tahap kultivasi sebagai berikut:

1. Analisis sistem pesan. Ini merupakan analisis isi mendetail dari pemrograman TV untuk menunjukkan presentasi gambar, tema, nilai, dan penggambaran yang paling sering berulang dan konsisten.
2. Formulasi pertanyaan mengenai realitas sosial penonton. Ini merupakan penyusunan pertanyaan mengenai pemahaman orang akan kehidupan sehari-hari mereka.
3. Menyurvei khalayak, mensyaratkan bahwa pertanyaan-pertanyaan di tahap kedua diberikan kepada khalayak dan bahwa para peneliti menanyakan para penonton ini mengenai level konsumsi TV mereka.
4. Membandingkan realitas sosial dari penonton kelas berat dan kelas ringan (*cultivation differential*).

Untuk secara empiris mendemonstrasikan kepercayaan bahwa televisi memiliki sebuah pengaruh penting terhadap budaya, para peneliti kultivasi mengembangkan *four-step process*. Tahap pertama adalah *message system analysis*, terdiri dari konten detail analisis dari program televisi dalam hal untuk mendemonstrasikan presentasi berulang mengenai gambar, tema, nilai, dan *portrayals*. Tahap kedua adalah *formulation of questions about viewers social realities*, meliputi pengembangan pertanyaan mengenai pemahaman orang-orang terhadap kehidupan sehari-hari mereka. Tahap ketiga, *surveying the audience*, membutuhkan pertanyaan dari tahap kedua yang diajukan kepada audiens dan bahwa peneliti menanyakan penonton mengenai tingkat konsumsi televisi mereka. Terakhir, tahap keempat, *comparing the social realities of light and heavy viewers*. Bagi Gerbner, sebuah "*cultivation differential*" terdapat di antara *lights viewers* dan *heavy viewers* dan persepsi tentang kekerasan. *Cultivation differential* dapat didefinisikan sebagai persentase dari perbedaan dalam respon antara *lights viewers* dan *heavy viewers*. *Heavy viewers* merupakan orang-orang yang paling banyak menonton dalam sampel yang diukur, di mana merupakan orang-orang yang menonton paling sedikit.

Proses kultivasi terjadi dalam dua cara. Pertama adalah *mainstreaming*. *Mainstreaming* terjadi ketika, terutama terjadi pada *heavy viewers*, terjadi ketika simbol di televisi mendominasi sumber informasi

lain dan ide mengenai dunia. *Mainstreaming* adalah kecenderungan bagi *heavy viewers* untuk melihat sebuah realitas budaya yang dominan pada media walaupun sebenarnya berbeda dengan realitas yang sebenarnya. Cara kedua kultivasi beroperasi adalah melalui *resonance*. *Resonance* terjadi ketika sesuatu pada televisi, faktanya kongruen atau sama dengan realita sebenarnya dari aktivitas sehari-hari penonton. Kultivasi baik sebagai *mainstreaming* atau *resonance* menimbulkan pengaruh yang terjadi pada dua tingkatan. *First order effects* merujuk kepada pembelajaran tentang fakta dari media. *Second order effects* merujuk kepada pembelajaran nilai dan asumsi dari media.

#### 13.4. Analisis Kultivasi

Kebanyakan para peminat dari teori kultivasi ini meyakini gagasan dari *message system analysis* yang merupakan prasyarat dalam cabang ketiga dari analisis kultivasi ini yaitu *cultivation analysis*. Hal ini sangat penting untuk mengetahui perbedaan di antara keduanya. *Message system analysis* ini lebih menekankan terhadap konten TV, sedangkan *cultivation analysis* ini lebih menekankan pada bagaimana konten TV ini dapat memengaruhi pemirsanya, dan khususnya bagaimana para pemirsanya ini menghabiskan banyak waktu untuk terpaku dalam layar TV itu. Dan menurut Gerbner, analisis ini sangat membantu untuk memikirkan cabang ketiga ini merupakan paradigma yang paling berfokus pada tindakan yang berlangsung.

Gerbner mengatakan bahwa pengguna berat dalam menonton TV akan memengaruhi pemirsanya untuk mempercayai tentang dunia, maka bagaimana ia mengetahui dengan pasti tentang hal tersebut. Oleh karena itu, hal ini sangat penting untuk kita pikirkan bahwa teori kultivasi ini merupakan proses *push* di mana menunjukkan bahwa seberapa besar konten TV itu dapat memengaruhi pemirsanya dan diibaratkan sebagai isyarat bola. Tetapi penelitian kultivasi ini tidak menemukan metafora yang mendukung penelitiannya, sehingga Michael Morgan dan para penulisnya menunjukkan bahwa proses kultivasi ini lebih kepada proses *pull* terhadap bidang grafitasional (Griffin, 2012: 371). Metafora ini seperti magnet isyarat bola yang dapat

menjelaskan tentang proses dari teori ini. Beberapa peneliti melihat hal ini sebagai batasan istilah dalam menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi. L.J. Shrum, profesor marketing dari Universitas Texas di San Antonio ini menawarkan wawasannya kedalam pemikiran “*black box*”, jadi kita dapat mengetahui lebih baik tentang bagaimana dengan menonton TV ini dapat memengaruhi kita untuk menilai dunia yang berada di sekitar kita (Griffin, 2012: 371). Shrum bergantung pada *accessibility principle* yang dijelaskan TV terhadap dampak kultivasi. Prinsip ini mengatakan bahwa ketika orang membuat penilaian terhadap dunia yang ada di sekitar mereka, maka mereka bergantung pada potongan yang terkecil dari informasi yang datang dari pikiran kita yang paling cepat dan ini merupakan informasi yang paling dapat diakses. Gerbner sangat puas dengan apa yang dikatakan oleh Shrum ini yang menjelaskan tentang bagaimana proses kerja dari teori kultivasi ini. Dan kemudian Gerbner lebih mengkhususkan proposisi dari teori ini ke dalam dua proposisi utama yaitu *mainstreaming* dan *resonance*.

Analisis kultivasi ini telah diterapkan pada berbagai macam isu dampak dan juga pada situasi yang berbeda-beda di mana para penonton televisi menemukan diri mereka sendiri. Dalam melaksanakan hal tersebut, para peneliti telah mengembangkan proses dan produk tertentu yang berhubungan dengan teori ini. Untuk menunjukkan secara empiris keyakinan mereka bahwa televisi memiliki dampak kausal terhadap budaya, para peneliti mengembangkan kultivasi ini pada empat proses. Tahap pertama yaitu analisis sistem pesan, terdiri atas analisis isi yang mendetail dari pemrograman televisi untuk menunjukkan presentasi gambar, tema, nilai dan penggambaran yang paling sering berulang dan konsisten. Tahap kedua yaitu formulasi pertanyaan mengenai realitas sosial penonton, yang melibatkan penyusunan pertanyaan mengenai pemahaman orang akan kehidupan sehari-hari mereka. Tahap ketiga yaitu menyurvei khalayak, mensyaratkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari tahap kedua diberikan kepada anggota khalayak dan bahwa para peneliti menanyakan para penonton ini mengenai level konsumsi televisi mereka. Tahap keempat yaitu membandingkan realitas sosial dari penonton kelas berat dan kelas ringan. Menurut

Gerbner terdapat sebuah *differential cultivation* di antara penonton kelas berat dan kelas ringan dan persepsi mereka mengenai kekerasan.

Gerbner (1998; West & Turner, 2010: 381) menjelaskan bahwa jumlah menonton televisi digunakan dalam istilah yang relatif. Jadi penonton kelas berat adalah mereka yang paling sering menonton televisi dan kelas ringan adalah mereka yang paling sedikit menonton televisi. Hasil dari analisa kultivasi adalah *the Mean World Index* (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1980; West & Turner, 2010: 382), yang terdiri dari serangkaian pernyataan bahwa kebanyakan orang hanya mementingkan dirinya sendiri, kita tidak bisa terlalu berhati-hati dalam berhadapan dengan orang lain, dan kebanyakan orang akan mengambil keuntungan dari kita juga mereka mendapatkan kesempatan. Analisa kultivasi memprediksikan bahwa persetujuan mengenai pernyataan ini berbeda dari sudut pandang *heavy viewers* dan *light viewers*, di mana *heavy viewers* melihat dunia sebagai tempat yang lebih kejam dibandingkan *light viewers*. Hal ini juga memprediksikan bahwa jumlah tayangan televisi merupakan prediktor terbagi dari jawaban orang-orang, terdapat perbedaan di antara orang-orang yang berbeda, contohnya pendapatan dan pendidikan.

Analisa kultivasi telah membuat kontribusi penting terhadap pemikiran kontemporer mengenai komunikasi massa. Horace Newcomb (1978; West & Turner, 2010: 385-386), komentator mengenai analisa kultivasi menulis bahwa "*Their foresight to collect data on a systematic, long-term basis, to move out of the laboratory and away from the closed experimental model, will enable other researchers to avoid costly mistakes. Their material holds a wealth of information.*" Analisa Kultivasi, sebagai teori kritis, mempelajari sebuah institusi sosial penting (televisi) dalam hal bagaimana televisi menggunakan fungsi *storytelling* untuk melayani orang lain dibandingkan memberikan keuntungan kepada komunitas yang lebih besar. Selain itu, analisa kultivasi berbagi ciri-ciri lain dengan teori kritis lain yaitu bersifat politik; dalam menerima asumsi ini, para pendukung harus berkomitmen untuk melakukan sesuatu terhadap situasi yang terjadi. George Gerbner pada pertengahan tahun 1990-an mengembangkan PROD (*Proportional Representation of Diversity*) index. Tujuan dari index adalah untuk menguji penyimpangan dalam



representasi dari beragam *co-cultures* “melintasi demografi dari pandangan media”.

### 13.5. *Mainstreaming dan Resonance*

Gerbner menjelaskan tentang istilah *mainstreaming* ini untuk menjelaskan proses dari “*blurring, blending, dan bending*” di mana hal ini merupakan kebiasaan yang dijalani oleh penonton berat (Griffin, 2012: 371). Ia mengatakan bahwa *mainstreaming* ini merupakan proses di mana pemirsa berat ini memaparkan terus-menerus gambar dan label yang sama, dan pemirsa berat ini mengembangkan kesamaan pandangan yang terjadi dan hal ini tidak terjadi dengan radio. Gerbner menggambarkan efek dari *mainstreaming* ini dengan menunjukkan perbedaan penonton *blur* dari sisi ekonomi dan politik. Pertama yaitu mereka menganggap bahwa mereka berada dalam kelas menengah, kedua yaitu mereka percaya bahwa mereka adalah politik moderat, dan terakhir mereka merupakan pemirsa yang berat yang cenderung konservatif.

Untuk mengetahui proses resonansi ini, maka kita pertimbangkan dengan isyarat bola yang telah dijelaskan sebelumnya. Bola ini memiliki magnet yang kuat seperti pemirsa TV yang merupakan lingkungan dunia nyata yang terdiri dari orang yang sangat banyak di dunia. Ilustrasi ini menggambarkan proses resonansi, di mana *resonance* merupakan proses yang terjadi secara berulang dalam menggambarkan simbolis kekerasan yang dapat menyebabkan pemirsanya untuk memutar ulang pengalaman kehidupan nyata mereka; di mana pemirsanya ini sangat rentan dalam kekuatan kultivasi dari TV. Dengan adanya resonansi ini maka akan menguatkan pola teori kultivasi ini yang akan terjadi di sekitar kita. Daripada berfokus pada beberapa orang yang meniru kekerasan di TV ini, maka Gerbner ingin melihat sebagian besar orang yang takut oleh dunia.

Proses kultivasi ini terjadi dalam dua cara, pertama adalah *mainstreaming* yaitu terjadi ketika, terutama bagi penonton kelas berat, simbol-simbol televisi mendominasi sumber informasi lainnya dan ide mengenai dunia. Karena orang yang menonton televisi terlalu banyak,

maka konstruksi realitas sosial seseorang bergerak ke arah yang *mainstream*- bukan *mainstream* dalam arti politik, tetapi realitas budaya dominan yang lebih mirip dengan realitas dalam televisi daripada dengan realitas eksternal yang dapat diukur dan objektif. *Mainstreaming* ini menyatakan bahwa penonton televisi kelas berat dari sebuah budaya cenderung untuk memiliki keyakinan mengenai dunia yang sama dengan anggota dari kelompok budaya yang berbeda. Cara kedua dari analisis kultivasi ini yaitu melalui resonansi. *Resonance* yaitu terjadi ketika hal-hal di dalam televisi, dalam kenyataannya, kongruen dengan realitas keseharian para penonton (Griffin, 2012: 372). Dengan kata lain, realitas eksternal objektif dari para penonton beresonansi dengan realitas televisi. Beberapa orang yang tinggal di daerah pusat kota, misalnya mungkin akan melihat dunia yang penuh kekerasan di televisi beresonansi di lingkungan perumahan mereka yang mulai kacau. Realitas sosial yang dikultivasi bagi para penonton ini mungkin saja sesuai dengan realitas objektif mereka, tetapi dampaknya mungkin adalah untuk mencegah pembentukan realitas sosial yang lebih optimistik; hal ini menghilangkan harapan mereka bahwa mereka dapat membangun kehidupan yang lebih baik. Kultivasi baik sebagai *mainstreaming* maupun *resonance*, menghasilkan dampak pada dua level. *First order effect* merupakan pembelajaran mengenai fakta-fakta, misalnya seperti banyak pria bekerja yang terlibat dalam proses penegakan hukum atau bagaimana proporsi pernikahan yang berakhir dengan perceraian. Dan *second order effect* merupakan hipotesis mengenai isu dan asumsi yang lebih umum yang dibuat oleh orang mengenai lingkungan mereka (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1989: 28; West & Turner, 2010: 384).

Teori kultivasi ini membutuhkan waktu, untuk itu Gerbner memandang proses ini merupakan satu-satunya yang mengungkapkan secara bertahap melalui akumulasi yang stabil dari pesan TV. Konsekuensinya, ia mendeteksi metode eksperimental ini dan banyak para peneliti menggunakan studi dampak kekerasan TV ini pada perilaku yang agresif. Menurut Gerbner, eksperimen ini tidak dapat mencari perubahan yang singkat dalam sebuah dokumen. Prediksi mendasar Gerbner ini bahwa pemirsa berat TV akan lebih banyak

daripada pemirsa ringan untuk melihat dunia sosial sebagai hal yang menyerupai dunia pada TV. *Heavy viewers* ini merupakan pemirsa TV yang menonton TV paling tidak empat jam atau lebih menonton TV. Gerbner akan menggabungkan orang dengan pola yang berbeda dari paparan televisi.

Mempercayai kekerasan merupakan fokus utama dalam drama TV dan mengetahui bahwa orang berbeda dalam menonton TV, maka Gerbner menemukan istilah *cultivation differential*, yaitu istilah yang mengacu pada perbedaan dalam memberikan persen jawaban televisi dengan menggabungkan kelompok penonton ringan dan penonton berat. Gerbner lebih mengacu pada *cultivation differential* daripada *media effects* karena istilah terakhir ini menyiratkan pada perbandingan antara paparan sebelum TV dan paparan sesudah TV. Tetapi Gerbner percaya bahwa tidak ada kondisi sebelum dan sesudah TV. Ia mengatakan bahwa orang hidup dalam masa pertumbuhan, untuk itu ia mengungkapkan beberapa hal yang profokatif, pertama ia mengatakan bahwa terdapat korelasi yang positif antara pemirsa TV dan pemirsa yang takut terhadap kekerasan kriminalisasi, kedua yaitu kegiatan yang dilakukan memiliki hubungan dengan polisi, dan ketiga yaitu adanya ketidakpercayaan yang dirasakan oleh orang. Gerbner menyebut pikiran tersebut merupakan *mean world syndrome*. Bukti ini menyatakan bahwa pikiran dari penonton yang berat itu merupakan lahan yang subur untuk memberikan bahaya kekerasan di TV.

Meskipun klaim dasar dari Gebner ini masuk akal, tetapi teori dan penelitian dari kultivasi ini masih kontroversial. Teori kultivasi ini yang didukung oleh Michael Morgan dan James Shanahan berpendapat bahwa serangan terhadap teori kultivasi ini berfokus pada metodologis dan bermotif politik (West & Turner, 2010: 387). Namun, bagaimana kita menafsirkan hubungan yang konsisten ini masih kecil antara penonton berat dan keyakinan mereka terhadap dunia yang menakutkan. Sehingga dengan begitu, kita dapat melakukan meta-analisis studi kultivasi yang meneliti hubungan antara jam menonton dan kecenderungan untuk memberikan jawaban televisi, Morgan dan Shanahan ini menemukan hubungan positif yang konsisten. Dengan adanya isu-isu dari teori kultivasi ini, maka Gerbner mendirikan

gerakan lingkungan budaya yang dijadikan sebagai koalisi organisasi dan aktivis sosial.

Michael Morgan menyatakan bahwa teori ini dapat diibaratkan sebagai dorongan gravitasi. Meskipun pengaruh TV yang besar itu tidak sama bagi setiap penontonnya, namun semua orang terpengaruh olehnya. Seperti halnya magnet, Professor L.J. Shrum meyakini bahwa ketika kita membuat penilaian tentang dunia, itu dibuat berdasarkan apa yang datang kepada kita paling cepat (informasi yang paling mudah diakses) (Griffin, 2012: 371). Griffin (2012: 371) menyatakan bahwa *mainstreaming* merupakan proses penyamaran, pencampuran, dan *bending* yang dialami penonton TV yang berat dari kelompok yang berbeda mengembangkan suatu pandangan yang sama lewat pemaparan yang konstan dari suatu gambaran dan label. TV menghomogenisasi audiensnya sehingga penonton yang berat akan membagikan orientasi, persektif, dan makna yang sama satu sama lain yang menyebabkan orang lain juga membagikan persepsi yang sama tentang realitas yang diciptakan oleh dunia TV. Di sisi lain, West & Turner (2010: 383) menuliskan *mainstreaming* sebagai suatu kecenderungan bagi para penonton kelas berat untuk menerima realitas budaya dominan yang mirip dengan yang ditampilkan di TV walaupun hal ini sebenarnya berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya. Karena menonton TV terlalu banyak, konstruksi realitas sosial seseorang bergerak ke arah *mainstream*, realitas budaya dominan yang lebih mirip dengan realitas di dalam TV dengan realitas eksternal manapun yang dapat diukur dan objektif. West & Turner menuliskan *mainstreaming* ini sebagai cara kerja pertama dari kultivasi.

Proses resonansi menyebabkan kekuatan pesan TV menjadi semakin tinggi. Penonton memandang dunia yang ada di TV sebagaimana dunianya sendiri. Resonansi merupakan kondisi ketika penonton menganggap bahwa lingkungan di dunia nyata adalah seperti yang ada di TV (Griffin, 2012: 372). West & Turner (2010: 384) yang menganggap resonansi ini sebagai cara kedua dari kultivasi tersebut bekerja menyatakan bahwa resonansi terjadi ketika realitas yang sedang dijalani penonton sesuai dengan realitas yang digambarkan di dalam media. Hal ini dapat menghilangkan harapan audiens akan kehidupan

yang lebih baik. West & Turner (2010: 384) menyatakan bahwa *mainstreaming* dan resonansi itu mempunyai dampak dalam dua tingkatan, yaitu merujuk pada pembelajaran mengenai fakta-fakta, dan melibatkan hipotesis mengenai isu dan asumsi yang lebih umum yang dibuat oleh orang mengenai lingkungan mereka.

Proses kultivasi itu sendiri membutuhkan waktu di mana prosesnya merupakan akumulasi dari pesan TV. Analisa kultivasi itu akan lebih berhasil jika dilakukan lewat survei, bukannya eksperimen. Penonton TV yang berat akan lebih memandangi dunia sosial sebagaimana yang dibentuk di TV daripada penonton ringan (Griffin, 2012: 372). Gerbner kemudian berusaha mencari tahu *cultivation differential* yang merupakan perbedaan persentase dari *television answer* antara kelompok penonton ringan dan penonton berat. Ada berbagai hal yang ditemukan (Griffin, 2012: 374), yaitu:

1. Ada korelasi yang positif di antara penonton TV dan ketakutan akan menjadi korban kriminalisasi.
2. Aktivitas polisi yang dirasakan, yaitu orang dengan kebiasaan menonton TV yang tinggi meyakini bahwa 5 persen masyarakat terlibat dalam penyelenggaraan hukum, sedangkan yang ringan hanya mengasumsikan 5 persen saja.
3. Adanya ketidakpercayaan secara umum kepada orang lain yang mengakibatkan penonton berat mencurigai motif yang dilakukan orang lain.

Salah satu kritik menyatakan ketidak-yakinannya akan penelitian kultivasi yang menyatakan klaim penyebab bahwa penonton TV berat akan mengakibatkan orang merasakan dunia sebagai sesuatu yang menakutkan. Pengujian teori ini juga dianggap rendah karena rendahnya studi longitudinal. Efek kultivasi juga cenderung kecil secara statistik. Teori ini harus beradaptasi dengan lingkungan media baru, yaitu kabel dan satelit (Griffin, 2012: 374).

### 13.6. *The Mean World Index*

Jika TV memperkuat persepsi tentang realitas sosial di antara penonton, hal tersebut menjadi esensial untuk mengetahui dengan jelas pesan apa yang disalurkan oleh TV. Satu-satunya cara untuk mengetahuinya adalah dengan melakukan studi dengan teliti dan sistematis mengenai konten televisi dengan menggunakan *message system analysis*. Ketika Gerbner membuat kebanyakan analisis konten untuk mengungkapkan seberapa banyak kekerasan ada pada TV dan bagaimana kekerasan itu digambarkan, metode ini dapat digunakan terhadap berbagai tipe konten TV.

Sebagai paragraf pembuka, Gerbner mengabdikan banyak penelitiannya untuk mempelajari efek kultivasi dari kekerasan media, dan hal ini masih menjadi fokus dari teori. Konten analisisnya telah dibuat untuk menemukan dengan jelas bagaimana kekerasan digambarkan di televisi. Gerbner mendefinisikan *dramatic violence* sebagai ekspresi jelas atau ancaman serius dari dorongan fisik (dengan atau tanpa senjata, melawan diri sendiri atau orang lain) memaksa tindakan melawan keinginan seseorang yang menimbulkan rasa disakiti sebagai korban dan merupakan bagian dari plot cerita (Griffin, 2012: 368). Satu fakta yang tidak dapat dibantahkan lagi dari analisa Gerbner adalah gambaran kumulatif dari kekerasan sedikit bervariasi dari tahun ke tahun. Lebih dari program *prime-time* berisi kekerasan yang berbahaya. Drama yang meliputi kekerasan rata-rata menyebabkan lima insiden traumatik per jam tayang. Hampir seluruh tayangan anak-anak di akhir minggu kebanyakan bersifat bahaya. Rata-rata 20 kasus sehari. Pada kesimpulannya, konten analisis dari Gerbner mengungkapkan bahwa orang-orang yang berada pada masyarakat Amerika ditempatkan pada bahaya simbolik ganda.

Kebanyakan pendukung dari teori kultivasi menganut gagasan bahwa *message system analysis* merupakan sebuah prasyarat terhadap cabang ketiga, yaitu *cultivation analysis*. Penting untuk mengenali perbedaan di antara keduanya. *Message system analysis* berhadapan dengan konten TV; *cultivation analysis* berhadapan dengan bagaimana konten TV mungkin dapat memengaruhi audiens, khususnya penonton

atau audiens yang menghabiskan banyak waktu terpaku pada media. *Cultivation analysis* adalah sebuah penelitian yang didesain untuk menemukan dukungan terhadap gagasan bahwa orang-orang yang menghabiskan banyak waktu menonton TV cenderung melihat dunia nyata atau “*real world*” melalui lensa TV.

Jika Gerbner benar bahwa tontonan TV yang cukup berat dapat memengaruhi kepercayaan penonton mengenai dunia, bagaimana kita dapat memahami secara jelas mengenai apa yang terjadi? Menarik untuk berpikir mengenai kultivasi sebagai sebuah proses linier *push* di mana konten televisi memengaruhi penonton seperti bola *billiard* yang mendorong bola lainnya pada meja *billiard*. Namun, Michael Morgan dan rekannya menunjukkan bahwa proses kultivasi hampir sama seperti *pull of gravitational field*. Glenn Sparks, ahli *media effects* lainnya yang telah melakukan beberapa studi kultivasi, mengembangkan metafora dari gravitasi menjadi *magnetism*. Ketika metafora seperti *magnetic cue ball* ini dapat menerangi proses teoretikal seperti kultivasi, beberapa ahli melihat mereka terbatas dalam hal penjelasan mengenai apa yang terjadi. L.J Shrum, menawarkan pandangan ke dalam “*black box*” pikiran sehingga kita akan memahami lebih baik bagaimana tayangan TV memengaruhi penilaian dari dunia di sekitar kita. Shrum bergantung kepada *accessibility principle* dalam menjelaskan pengaruh kultivasi TV. Prinsip ini menyatakan bahwa ketika orang-orang membuat penilaian mengenai dunia di sekitar mereka, mereka bergantung kepada hal terkecil dari informasi yang masuk ke dalam pikiran yang paling cepat yaitu informasi yang paling dapat diakses. Untuk mereka yang mengkonsumsi TV dalam jumlah banyak, informasi yang paling dapat diakses untuk membuat suatu penilaian cenderung berasal dari tayangan TV dibandingkan dari sumber lain.

*Mainstreaming* merupakan istilah Gerbner untuk mendeskripsikan proses “*blurring, blending, dan bending*” dengan kebiasaan yang mereka jalani. *Mainstreaming* adalah suatu proses yang kabur, bercampur, dan berlekuk di mana penonton TV berat dari kelompok yang berbeda menggambarkan pandangan umum melalui paparan konstan untuk gambar dan label yang sama. Gerbner mengilustrasikan pengaruh *mainstream* dengan menunjukkan

bagaimana penonton TV kelas berat mengaburkan perbedaan ekonomi dan politik. Sama halnya dengan *fashion*, orang-orang yang memiliki kebiasaan menonton yang berat melabelkan dirinya sebagai *political moderates*. Kebanyakan karakter drama TV berkerut pada ekstremisme politik. Ilmuwan sosial berusaha untuk menemukan perbedaan politik antara kaya dan miskin, kulit hitam dan putih, katolik dan protestan, penduduk kota dan petani. Walaupun orang-orang yang memiliki kebiasaan menonton yang berat memanggil diri mereka moderates, Gerbner dan rekannya yang mempelajari indikator budaya mencatat bahwa posisi mereka pada isu sosial jelas konservatif.

Untuk memahami proses *resonance*, pertimbangkan metafora *billiard*. Walaupun Gerbner tidak menggunakan metafora ini, Griffin berpikir bahwa Gerbner akan melihatnya sebagai ilustratif dari proses *resonance*, yaitu suatu kondisi yang terjadi di mana lingkungan nyata atau "*real life*" penonton sama dengan yang ada di TV; pandangan ini terutama rentan terhadap kekuatan kultivasi TV. Kultivasi memakan waktu. Gerbner melihat prosesnya sebagai salah satu yang terungkap secara bertahap melalui pesan TV yang stabil. Akibatnya, ia menjauhi metode yang banyak digunakan oleh para peneliti untuk mempelajari pengaruh kekerasan TV pada perilaku agresif. Berdasarkan Gerbner, eksperimen ini tidak dapat mungkin mendeteksi perubahan yang berusaha didokumentasikannya. Perubahan ini terjadi dalam waktu yang cukup lama. Oleh karena itu mengapa strategi dalam melakukan *cultivation analysis* ini bergantung kepada survei bukan berdasarkan eksperimen.

Dasar prediksi Gerbner adalah bahwa *heavy TV viewers* (penonton berat) cenderung melihat dunia sosial seperti yang digambarkan pada TV dibandingkan dengan *light viewers* (penonton ringan). Dia melabelkan *heavy viewers* sebagai pihak yang menonton TV empat jam atau lebih. Dia juga merujuk *heavy viewer* sebagai *television type*. Terdapat lebih banyak *heavy viewer* dibandingkan *light viewer*, tetapi setiap kelompok berjumlah satu seperempat dari keseluruhan populasi. Percaya bahwa kekerasan merupakan tulang belakang dari drama TV dan mengetahui bahwa orang-orang berbeda dalam hal seberapa banyak TV yang mereka tonton, Gerbner berusaha untuk menemukan



*cultivation differential*, yaitu perbedaan dalam persentasi pemberian “*television answer*” dengan kelompok *light viewers* dan *heavy viewers* yang dapat dibandingkan. Surveynya mengungkapkan beberapa temuan provokatif (Griffin, 2012: 373-374), yaitu:

1. *Positive correlation between TV viewing and fear of criminal victimization.*  
Dalam survei yang ditunjukkan Gerbner, hasilnya mengungkapkan hubungan signifikan yang kecil antara konsumsi TV dan ketakutan menjadi korban dari suatu tindakan kriminal.
2. *Perceived activity of police.*  
Orang-orang dengan kebiasaan *viewing habits* percaya bahwa 5 persen masyarakat terlibat dalam pelaksanaan hukum.
3. *General mistrust of people.*  
Orang-orang dengan *heavy viewing habits* mencurigai motif orang lain.

Bagi kebanyakan pengamat, klaim Gerbner mengenai konten dramatik dari televisi dapat menciptakan iklim menakutkan menjadi masuk akal. Mungkin masalah yang paling menakutkan yang menghantui penelitian kultivasi adalah menetapkan klaim yang jelas mengenai tontonan TV yang berat dan lama dapat membuat seseorang melihat dunia ini kejam dan menakutkan. Dengan korelasi data, merupakan satu-satunya cara untuk membedakan data yang satu dengan yang lainnya adalah dengan mengumpulkan data dari orang yang sama selama jangka waktu yang panjang. Kemungkinan lainnya adalah bahwa hubungan antara tontonan TV dengan ketakutan terhadap kriminal sama seperti hubungan antara hidung tersumbat dan sakit tenggorokan. Apakah satu hal menyebabkan hal lainnya yang keduanya disebabkan oleh sesuatu yang lain. Para ahli memiliki reservasi lain mengenai fakta bahwa pengaruh kultivasi cenderung kecil secara statistik. Teori ini bukan teori yang buruk karena mempertimbangkan fakta bahwa teori ini telah menghasilkan penelitian selama setengah abad. Teori ini juga telah ada sejak lama dan juga penting untuk dipikirkan bahwa sedikit teori dalam area komunikasi massa telah menghasilkan banyak studi atau penelitian. Di samping itu, mengenai kontribusinya yang sangat besar terhadap penelitian, teori ini

telah memengaruhi sedikitnya tiga generasi peneliti untuk berpikir mengenai media dalam cara tertentu.

Hasil dari analisis kultivasi ini adalah *mean world index* (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorelli, 1980; West & Turner, 2010: 385) yang terdiri atas tiga pertanyaan:

- Kebanyakan orang berhati-hati untuk diri mereka sendiri.
- Kita tidak dapat berhati-hati dalam berurusan dengan orang lain.
- Kebanyakan orang akan mengambil keuntungan dari kita jika mereka memiliki kesempatan.

Analisis kultivasi ini memprediksi bahwa persetujuan dengan pernyataan ini dari penonton kelas berat dan ringan akan berbeda. Di mana penonton kelas berat memandang bahwa dunia ini sebagai dunia yang lebih kejam dibandingkan penonton kelas ringan. Teori ini juga memprediksi bahwa jumlah yang menonton televisi adalah penduga jawaban orang yang terbaik, mengalahkan jenis perbedaan di antara orang yang lain misalnya pendapatan dan pendidikan. Para penonton yang memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi dan lebih baik dalam hal finansialnya maka mereka secara umum memandang dunia sebagai hal yang kejam dibandingkan yang rendah. Dengan kata lain, para penonton kelas berat memegang persepsi *mainstream* mengenai dunia sebagai tempat yang kejam, tanpa memperdulikan faktor seperti pendidikan dan pendapatan. Para peneliti melihat bahwa bukti ini merupakan isi televisi yang menyusun realitas sosial bagi para penonton kelas berat, tanpa memperdulikan perbedaan individual atau sosial.

Analisis kultivasi ini telah memberikan kontribusi penting pada pemikiran kontemporer mengenai komunikasi massa. Horace Newcomb (1978; West & Turner, 2010: 385-386) merupakan salah seorang komentator awal mengenai analisis ini. Para teoritikus kultivasi akan berargumen bahwa belajar dari televisi tidak hanya menghasilkan persepsi mengenai dunia yang kejam (*self-fulfilling prophecy*) karena ketidakpercayaan orang terhadap orang lain akan menghasilkan atmosfer ketidakpercayaan yang jauh lagi tetapi juga mendistorsikan wacana politik sosial, dan budaya. Argumen ini mirip dengan *spiral of*

*cilence* di mana orang akan cenderung lebih tidak bersedia untuk menyatakan pendapat mereka mengenai pendekatan-pendekatan alternatif terhadap kejahatan dan pencegahan tindak kejahatan karena media, terutama televisi, memperkuat realitas sosial yang dominan yang mencegah terjadinya diskusi ini di antara para pemberi suara. Analisis kultivasi ini sebagai teori yang kritis mempelajari institusi sosial yang penting (televisi) dalam hal ini bagaimana seseorang menggunakan fungsi penceritaan kisahnya untuk kepentingan satu pihak dibandingkan kepentingan seluruh masyarakat yang lebih luas. Pada tahun 1996, Gerbner membantu pembentukan *cultural environment movement* untuk membantu orang dalam pergulatan mereka dengan industri media yang sangat kuat. Gerbner menyakini bahwa sangat penting untuk menggaris-bawahi bagaimana industri media mencerminkan kebutuhan dan perspektif dari kelompok yang dominan.

Gerbner dan koleganya telah begitu berpengaruh dalam mengidentifikasi televisi sebagai kekuatan pembentuk di dalam masyarakat. Analisis kultivasi ini membantu menjelaskan implikasi dari kebiasaan menonton, dan teori ini telah menjadi teori yang begitu populer dalam penelitian komunikasi massa. Analisis kultivasi ini adalah teori ketiga yang paling banyak digunakan setelah *uses and gratification* dan *agenda setting*. Teori ini cukup baik dalam hal heurisme, contohnya teori ini telah diaplikasikan pada kejahatan, kekuatan akan menjadi korban, sikap terhadap rasisme, perasaan teralienasi, kecemasan, stereotip gender, dan lain-lain. Para kritikus yang mencari kesalahan dalam hal konsistensi logis ini melihat bahwa metode-metode yang digunakan oleh para peneliti CA tidak sesuai dengan jangkauan konseptual teori ini. Metode ini melihat bahwa penelitian mendukung analisis kultivasi ini menggunakan metode sosial ilmiah yang biasanya dihubungkan dengan perspektif transmisional dan penemuan dampak yang terbatas. Tetapi analisis kultivasi ini telah mempelajari pertanyaan budaya yang lebih besar yang biasanya ditanyakan oleh para humanis.

CA juga dikritik karena klaim-klaimnya tidak selalu berguna dalam menjelaskan fenomena yang ingin diteliti: bagaimana orang

memandang dunia. Pertama, Newcomb (1978; West & Turner, 2010: 389) berargumen bahwa kekerasan yang tidak ditampilkan secara seragam di televisi sebagaimana diasumsikan oleh CA ini jadi televisi tidak dapat bertanggung jawab sepenuhnya untuk menumbuhkan realitas yang sama bagi semua penonton. Selain itu, kultivasi ini juga dikritik karena mengabaikan isu-isu lain seperti realisme yang dipersepsikan di dalam isi televisi yang mungkin sangat penting dalam menjelaskan pemahaman orang mengenai realitas. Selain itu para peneliti lainnya juga menemukan bahwa perhatian kepada televisi dapat lebih penting dalam memperkuat persepsi daripada sekedar jumlah menonton televisi. Faktanya bahwa CA ini mengabaikan proses kognitif seperti perhatian atau pemikiran rasional yang membuatnya lebih tidak berguna dari yang diinginkan.

Sebagaimana telah kita lihat bahwa CA ini bersifat heuristik, tetapi terdapat dua isu yang mulai menentang teori ini. Pertama, kajian yang didasarkan pada prinsip-prinsipnya gagal untuk menemukan hasil yang konsisten dengan prediksi-prediksi CA. Leo Jeffers, David Aktin, dan Kimberley Neuendorf (2001; West & Turner, 2010: 389) menemukan bahwa penonton televisi kelas berat justru memiliki keragaman pendapat mengenai isu-isu publik dan tidak mengarahkan pada persepsi orang ke dalam *mainstream* sebagaimana diprediksikan oleh CA. Jeffers dan koleganya menemukan istilah *scatter-streaming* dan menyatakan bahwa hal ini memberikan dukungan yang lemah bagi CA. Kedua, sebagaimana diamati oleh James Shanahan dan Michael Morgan (1999: 161; West & Turner, 2010: 390) zaman dan penggunaan media akan berubah bahwa ketika semakin banyak orang tumbuh bersama televisi, maka akan sangat mungkin orang akan menjadi sulit untuk membedakan antara penonton kelas berat dan kelas ringan. Namun dengan mengesampingkan kritik yang ada, analisis kultivasi ini telah dan tetap menjadi salah satu teori dari beberapa teori komunikasi massa yang paling berpengaruh dalam dua dekade terakhir ini.

## TEORI USES AND GRATIFICATIONS

### 14.1. Khalayak Pasif vs. Khalayak Aktif

Pada masa awal kemunculan media massa, yaitu pada era *penny newspaper*, radio, film, dan *talkies*, ide mengenai *mass society theory* yaitu suatu gagasan bahwa orang-orang rata-rata merupakan korban dari kekuatan media massa yang mendefinisikan hubungan antara *audience* dan media yang mereka konsumsi. Secara jelas, tidak hanya semua orang yang tidak secara langsung dipengaruhi oleh pesan media, tetapi ketika mereka terpengaruh, dan pengaruh yang mereka terima berbeda-beda.

Dalam beberapa waktu, *mass society theory* telah digantikan dengan apa yang sekarang kita sebut *limited effects theory*, yaitu konsepsi dari pengaruh media yang mengatakan bahwa media dibatasi oleh aspek tertentu dari pribadi audiens dan kehidupan sosial (West & Turner, 2010: 393). Dua pendekatan terhadap orientasi *limited effects* telah diidentifikasi. Pertama, *individual difference perspective* melihat kekuatan media dibentuk oleh faktor pribadi seperti intelegensi dan *self-esteem*. Pendekatan *limited effects* kedua adalah *social categories model*, melihat kekuatan media dibatasi oleh asosiasi anggota kelompok dan afiliasi kelompok. *Mass society* menyatakan bahwa orang-orang pada kenyataannya tidak cukup pintar atau cukup kuat untuk melindungi dirinya dari pengaruh media yang tidak diinginkan. *Limited effects* menyatakan bahwa orang-orang memiliki pilihan pribadi yang sedikit dalam menginterpretasi makna pesan yang mereka konsumsi dan dalam menentukan tingkat pengaruh pesan yang mereka dapatkan.

Pada masa awal media massa (koran, radio, film, dan film dengan suara). *Mass society theory* merupakan ide yang menyatakan

bahwa rata-rata orang merupakan korban yang tak berdaya dari kekuatan media massa dan mendefinisikan hubungan antara khalayak dan media yang mereka konsumsi. Pemikiran ini pada akhirnya dikreditkan, sebagian besar karena adanya ilmu sosial dan pengamatan yang sederhana yang tidak dapat mengkonfirmasi operasi dari media yang sangat kuat dan pesan-pesan media. Kemudian, teori *mass society* ini digantikan dengan *limited effect* yang merupakan konsepsi dari pengaruh media yang dibatasi oleh aspek-aspek tertentu dari kehidupan personal dan sosial anggota khalayak. Dua pendekatan diidentifikasi oleh *limited effect*, pertama *individual differences perspective* yang melihat kekuatan media dibentuk oleh faktor-faktor personal seperti kecerdasan dan penghargaan diri. Contohnya adalah orang pintar dan orang mapan adalah orang yang mampu untuk mempertahankan diri mereka terhadap dampak media yang tidak diinginkan. Kedua, *social categories model* yang melihat kekuatan media terbatas pada asosiasi anggota khalayak dan dilandasi kelompok. Contohnya, kelompok partai Republik cenderung untuk menghabiskan waktu dengan orang Republik lainnya, yang membantu mereka menginterpretasikan pesan media secara konsisten, sesuai dengan cara Republik.

Apabila kita memperhatikan secara seksama beberapa bagian di atas memberikan kita gambaran bahwa anggota khalayak mendapatkan kredibilitas yang sedikit. Pandangan pertama mensiratkan bahwa orang yang tidak cukup pintar atau cukup kuat untuk melindungi diri mereka terhadap pengaruh media yang tidak diinginkan. Pandangan selanjutnya menyatakan bahwa orang secara relatif memiliki sedikit pilihan pribadi dalam menginterpretasikan makna pesan yang mereka konsumsi dalam menentukan tingkat pengaruh pesan terhadap diri mereka. Selanjutnya untuk menanggapi pandangan yang tidak sesuai dengan tipikal anggota khalayak, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974) mempresentasikan sebuah artikulasi yang sistematis dan komperhensif mengenai peran anggota khalayak dalam proses komunikasi massa (West & Turner, 2010: 393). Mereka merumuskan pemikiran mereka dan menghasilkan teori *uses and gratifications* yang menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu.

Teoretikus menganggap bahwa orang aktif ini karena mereka mampu mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi.

Teori yang didasarkan pada asumsi bahwa konsumen media adalah aktif harus menjelaskan apa yang dikatakan sebagai “khalayak aktif”. Jay G. Blumler (1979; West & Turner, 2010: 400) menawarkan beberapa saran jenis dari aktivitas khalayak yang dapat dilakukan oleh konsumen media. Termasuk di dalamnya kegunaan, kesengajaan, selektivitas, dan kesulitan untuk memengaruhi. Pertama, media memiliki kegunaan bagi orang, dan orang dapat menempatkan media pada kegunaan tersebut. Istilah ini disebut sebagai *utility* yaitu menggunakan media untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu, contohnya orang mendengarkan radio di mobil untuk mendapatkan informasi, atau orang membeli majalah tertentu karena ingin melihat mode terbaru. *Intentionality* terjadi ketika motivasi awal orang menentukan konsumsi mereka akan isi media, contohnya ketika orang ingin dihibur maka mereka menonton komedi. *Selectivity* yaitu bahwa khalayak menggunakan media yang dapat merefleksikan keterkaitan dan preferensi mereka, contohnya jika kita menyukai musik jazz maka kita mendengarkan program musik jazz. Dan yang terakhir yaitu *imperviousness to influence* merujuk pada khalayak membentuk pemahaman mereka sendiri dari isi media dan bahwa makna memengaruhi apa yang mereka pikirkan dan lakukan dan mereka sering kali secara aktif menghindari jenis pengaruh media tertentu, contohnya beberapa orang membeli produk berdasarkan kualitas dan nilai daripada berdasarkan cara kampanye iklan tersebut. *Uses and gratifications* juga membedakan antara aktivitas dan keaktifan untuk memahami dengan lebih baik meningkatkan aktivitas khalayak (west & Turner, 2010: 401). Walaupun istilah ini saling berhubungan, *activity* ini lebih merujuk kepada apa yang dilakukan oleh konsumen media (misalnya, orang memilih *online* demi mencari berita dibandingkan membaca surat kabar). *Activeness* lebih dekat dengan apa yang benar-benar menarik minat peneliti dalam *uses and gratifications*; kebebasan dan otonomi khalayak dalam situasi komunikasi massa.

Kebanyakan orang yang aktif menggunakan media dilibatkan dalam pilihan-pilihan. Pada masa awal media massa. Teori masyarakat massa menyatakan bahwa rata-rata orang merupakan korban yang tidak berdaya terhadap media massa. Pernyataan itu kemudian didiskreditkan karena itu dianggap tidak dapat mengonfirmasikan operasi media yang sangat kuat dan media massa. Ketika orang dipengaruhi media massa, mereka tidak akan dipengaruhi dengan cara yang sama. Teori masyarakat massa itu kemudian digantikan oleh teori *limited effect* yang menyatakan bahwa media dibatasi oleh aspek-aspek tertentu dari kehidupan pribadi dan sosial khalayak. Ada dua pendekatan, yaitu:

1. Perspektif perbedaan individu  
Kekuatan media dibentuk oleh faktor-faktor pribadi, seperti kecerdasan dan penghargaan diri.
2. Model kategori sosial  
Kekuatan media dibatasi oleh asosiasi anggota khalayak dan afiliasi kelompok.

Teori *uses and gratifications* kemudian menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (hasil) tertentu. Teoretikus menyatakan bahwa orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. Teori ini berpusat pada khalayaknya sebagai konsumen media yang aktif (West & Turner, 2010: 393). Aktifitas audiens merujuk pada orientasi sukarela dan selektif yang dilakukan oleh khalayak dalam proses komunikasi. Penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan oleh khalayak itu sendiri dan bahwa partisipasi aktif itu sendiri mungkin difasilitasi, dibatasi, atau memengaruhi kepuasan dan pengaruh yang dihubungkan dengan eksposur. Jay G. Blumler kemudian mengajukan berbagai jenis aktivitas khalayak yang dapat dilakukan oleh konsumen media, di antaranya kegunaan, kesengajaan, selektivitas, dan kesulitan untuk memengaruhi. Pertama, media memiliki kegunaan bagi orang dan orang dapat menempatkan media pada kegunaan tersebut. Misalnya, orang mendengarkan radio di mobil untuk mengetahui informasi tentang arus



lalu lintas. Kedua, kesengajaan dilakukan ketika motivasi orang untuk menentukan konsumsi mereka akan isi media, misalnya ketika orang ingin dihibur maka mereka akan menonton komedi. Ketiga, selektivitas mengacu pada khalayak yang menggunakan media dapat merefleksikan ketertarikan dan preferensi mereka. Terakhir, adanya kesulitan untuk memengaruhi terkait dengan khalayak yang sudah membentuk pemahaman sendiri dari isi dan makna apa yang memengaruhi apa yang mereka pikirkan dan lakukan. Audiens sering kali secara aktif menghindari jenis pengaruh dari media tertentu. Aktivitas lebih merujuk pada apa yang dilakukan oleh konsumen media, misalnya lebih memilih TV daripada radio. Di sisi lain, keaktifan merujuk pada seberapa banyak kebebasan yang dimiliki khalayak di hadapan media massa. Keaktifan ini bersifat relatif, ada yang pasif dan ada yang lebih aktif. Keaktifan itu bervariasi berdasarkan individu (West & Turner, 2010: 397).

Elihu Katz membuat pendapat mengenai penyelamatan bidang komunikasi dalam responnya terhadap ahli komunikasi lainnya, Bernard Berelson, yang telah mengumumkan sebuah esai yang berpengaruh yang berpendapat bahwa penelitian komunikasi di masa depan akan suram (Griffin, 2012: 357). Berelson berdasarkan kasus dalam penelitian mengenai kekuatan persuasif dari radio selama kampanye presiden di tahun 1940—para peneliti mendeskripsikan pengenalan terhadap bagian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa media tidak melakukan apa-apa dalam mengubah perilaku orang-orang. Berelson beralasan bahwa jika media tidak bersifat persuasif, maka bidang penelitian komunikasi akan melemah. Katz, yang saat ini merupakan profesor di The Hebrew University of Jerusalem, mengenalkan logika yang berbeda. Dalam halnya untuk mencegah kehancuran bidang penelitian, ia berpendapat bahwa para ahli mengubah pertanyaan yang digunakan untuk menghasilkan penelitiannya. Katz tidak bertanya mengenai “apa yang dilakukan media terhadap orang-orang?” Katz membalik pertanyaan tersebut untuk menanyakan “Apa yang dilakukan orang-orang dengan media?” (Griffin, 2012: 358). Teori ini berusaha untuk memahami fakta bahwa orang-orang mengkonsumsi susunan pesan media yang menarik untuk

beragam hal, dan pengaruh dari pesan yang diberikan tidak sama bagi setiap orang. Mekanisme teori ini membutuhkan gratifikasi. Dengan memahami kebutuhan tertentu dari konsumen media, maka alasan untuk konsumsi media menjadi jelas.

## 14.2. Tahapan dalam Penelitian *Uses and Gratifications*

Teori *uses and gratifications* merupakan perluasan dari teori *needs and motivation* dari Maslow. Dalam teori Maslow, Abraham Maslow mengusulkan bahwa orang-orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya (West & Turner, 2010: 394). Orang-orang dapat secara aktif berpartisipasi dalam proses komunikasi massa, seperti yang telah diteliti oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Wilbur Schramm (1954; West & Turner, 2010: 394) contohnya mengembangkan makna dalam menentukan komunikasi massa mana yang akan dipilih oleh individu tertentu. Ide Schramm mengenai *function of selection* secara visual merepresentasikan dengan tepat proses yang dilewati ketika kita membuat keputusan mengenai media massa mana yang akan kita pilih:

$$\frac{\textit{Expectation of reward}}{\textit{Effort required}}$$

(sumber: West & Turner, 2010: 394)

Schramm berusaha untuk menjelaskan bahwa audience menilai tingkat *rewards* (gratifikasi) yang mereka harapkan dari medium atau pesan berlawanan dengan seberapa banyak usaha yang harus mereka ambil untuk memperoleh *reward* itu—suatu komponen penting mengenai apa yang nantinya akan disebut dengan perspektif *uses and gratifications*. Tahap kedua dari penelitian *uses and gratifications* dimulai ketika peneliti menciptakan tipologi yang merepresentasikan keseluruhan alasan yang dimiliki orang-orang dalam penggunaan media. Contohnya, Alan Rubin (1981; West & Turner, 2010: 395) menemukan bahwa motivasi penggunaan televisi dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu: untuk menghabiskan waktu, untuk persahabatan, kegembiraan, pelarian, kesenangan, interaksi sosial, ketenangan, informasi, dan untuk mempelajari tentang konten tertentu. Peneliti lain (McQuail, Blumler, &

Brown, 1972; West & Turner, 2010: 395) menyatakan bahwa penggunaan media dapat dikategorikan dengan hanya empat dimensi, yaitu *diversion*, hubungan personal, identitas personal, dan pengawasan.

Alan Rubin dan Mary Step (2000; West & Turner, 2010: 396) berpendapat melaksanakan studi yang menunjukkan tahap penelitian *uses and gratifications*. Rubin dan Step menguji hubungan motivasi, ketertarikan interpersonal, dan interaksi parasosial (hubungan yang kita rasakan yang kita miliki dengan orang yang hanya kita ketahui melalui media) untuk mendengarkan pembicaraan *public affairs* di radio. Asumsi fundamental dari teori telah berkembang pada saat Katz mengajukannya premis bahwa pembelajaran mengenai bagaimana media memengaruhi orang-orang di mana faktanya orang-orang menggunakan media untuk alasan tertentu. Hal utama dari gagasan ini adalah para ahli berpikir bahwa audiens merupakan target pasif yang menunggu pengaruh dari pesan media yang akan memengaruhi setiap orang dengan cara yang sama. Dalam *uses and gratifications*, audiens memutuskan media mana yang mereka inginkan dan pengaruh apa yang mereka inginkan dari media tersebut. Teori *uses and gratifications* menekankan pilihan pribadi media yang dibuat oleh konsumen untuk memenuhi tujuan berbeda dalam waktu yang berbeda. The *uniform - effects model* yaitu suatu pandangan bahwa pesan media mempengaruhi setiap orang sebagai audiens melalui cara yang sama; sering dirujuk sebagai “*magic bullet*” atau model “*hypodermic needle*” dari komunikasi massa.

Seperti halnya orang-orang makan untuk menghilangkan lapar, *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa orang-orang memiliki kebutuhan yang mereka cari untuk kepuasan (*gratify*) melalui penggunaan media. Mencatat bahwa terdapat hubungan dekat antara konsep *media use* dengan *gratification from media*. A *straight-line effect of media* merupakan pengaruh spesifik terhadap perilaku yang diprediksikan dari konten media itu sendiri, dengan sedikit pertimbangan mengenai orang-orang yang mengkonsumsi konten tersebut. Katz berpendapat bahwa kunci dalam memahami media bergantung kepada kebutuhan mana yang ingin dipenuhi oleh seseorang ketika memilih pesan media. Gagasan bahwa media bersaing

untuk mendapatkan perhatian dan waktu hanya merupakan sebuah langkah awal dalam memahami pilihan yang mungkin dibuat oleh orang-orang. Semakin menariknya pertanyaan mengenai mengapa (*why*) orang-orang memilih untuk menonton TV ketika orang lain memutuskan untuk memainkan *video game* atau membaca buku, dan kegiatan lainnya. Berdasarkan *uses and gratifications*, kita tidak akan memahami pilihan media yang kita buat kecuali jika kita pertama kali mengenali kebutuhan yang memotivasi perilaku kita.

Satu dari konsep inti *uses and gratifications* adalah bahwa pesan media yang sama tidak perlu memengaruhi orang-orang dengan cara yang sama. Hal tersebut terjadi karena audiens media berasal dari orang-orang yang tidak identik satu sama lain. Dalam hal pengaruh media, perbedaan dipersoalkan. Studi Griffin mengenai pengaruh media yang menakutkan, mengasumsikan bahwa Hollywood membuat banyak film yang menakutkan dikarenakan popularitas dari genre tersebut. Jurnalis sering bertanya kepada Griffin, "Mengapa orang-orang senang menonton film yang menakutkan?" respon pertama Griffin adalah selalu sama dan memantulkan penggunaan fundamental dari *uses and gratifications* bahwa tidak semua orang senang dengan film menakutkan (*scary movies*). Beberapa orang menghindarinya dan dapat menderita selama sehari-hari jika mereka secara emosional sedih dari apa yang mereka lihat dalam film. Sedikit orang secara sukarela membuka dirinya terhadap *scary movie* untuk merasakan ketakutan (*fear*). Ketakutan merupakan emosi negatif dan secara umum orang-orang ingin menghindarinya.

Jika *uses and gratifications* dibuat untuk menjadi teori di masa depan, peneliti harus menemukan sebuah cara untuk membongkar media yang dikonsumsi dan alasan mengapa mereka mengkonsumsi media tersebut. Untuk tujuan ini, cara yang paling jelas untuk mengumpulkan data adalah bertanya kepada orang-orang secara langsung dan merekam jawaban mereka. Saat ini terdapat tradisi panjang dalam penelitian komunikasi massa yang menyuruh orang-orang melaporkan jumlah waktu yang dicurahkan untuk jenis media yang berbeda. Aspek kontroversial dari strategi pengukuran ini adalah apakah iya atau tidak orang-orang dengan benar memiliki kemampuan

untuk membedakan alasan konsumsi media mereka. Mungkin mudah bagi kita untuk melaporkan alasan mengapa kita menonton berita cuaca lokal, mungkin hal tersebut menjadi semakin sulit untuk mengetahui secara jelas mengapa kita ingin untuk menghabiskan waktu setiap hari untuk bermain *game* di *smartphone* kita.

Teori *uses and gratifications* adalah perluasan dari teori *needs and motivation* (Maslow, 1970; West & Turner, 2010: 394). Dalam teori kebutuhan dan motivasi ini, Abraham Maslow menyatakan bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya. Setelah mereka memperoleh tujuan yang mereka cari pada satu tingkat hierarki, mereka dapat bergerak ke tahap berikutnya. Gambaran mengenai manusia sebagai seseorang yang aktif ini berusaha untuk memuaskan kebutuhannya, sesuai dengan ide yang dikatakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch ke dalam kajian mereka mengenai bagaimana manusia mengkonsumsi komunikasi massa (West & Turner, 2010: 394). *Fraction of selection* dikemukakan oleh Schramm menjelaskan bahwa anggota khalayak menilai tingkat penghargaan (gratifikasi) yang mereka harapkan dari sebuah media atau pesan yang diberikan terhadap seberapa banyak usaha yang mereka harus buat untuk melindungi penghargaan tersebut, sebuah komponen yang penting dari apa yang kemudian dikenal sebagai perspektif *uses and gratifications*. Herta Herzog (1944; West & Turner, 2010: 395) memulai tahap awal penelitian dari *uses and gratifications* ini, di mana ia berusaha membagi alasan-alasan orang melakukan bentuk-bentuk yang berbeda mengenai perilaku media.

1. Tahap pertama ditandai oleh Elihu Katz dan Blumler yang memberikan deskripsi tentang orientasi sub-grup audiens untuk memilih dari ragam isi media. Dalam fase ini masih terdapat kelemahan metodologis dan konseptual dalam meneliti orientasi audiens.
2. Tahap kedua dari penelitian *uses and gratifications* ini dimulai ketika para peneliti mulai menciptakan tipologi yang mewakili semua alasan yang dimiliki orang untuk menggunakan media. Peneliti lainnya menambahkan bahwa penggunaan media dapat

dikategorikan dalam empat bagian dasar yaitu pengalihan perhatian, hubungan personal, identitas personal dan pengawasan.

3. Tahap ketiga merupakan tahapan yang paling baru, penelitian *uses and gratifications* ini tertarik dalam menghubungkan alasan khusus untuk penggunaan media dengan variabel seperti kebutuhan, tujuan, keuntungan dan konsekuensi penggunaan media dan faktor individual (Faber, 2000; Greene & Kremer, 2005; Haridakis & Rubin, 2005; Rubin, 1994; West & Turner, 2010: 396). Rubin dan Mary Step (2000) melakukan sebuah kajian yang menjelaskan tahapan penelitian *uses and gratifications*. Rubin dan Step ini mempelajari hubungan motivasi, keterkaitan interpersonal, dan *parasocial interaction* yaitu hubungan yang kita miliki dengan orang yang kita kenal hanya melalui media (West & Turner, 2010: 396). Mereka menemukan bahwa sebuah motivasi untuk hiburan yang menyenangkan dan pemerolehan informasi itu berhubungan dengan persepsi hubungan parasosial untuk menjelaskan mengapa pendengar mendengarkan pembicaraan di radio dan mengapa mereka memiliki anggapan bahwa penyiar itu memiliki kredibilitas.

Teori *uses and gratifications* dan asumsinya mendapatkan penerimaan untuk sejumlah alasan. Pertama, para peneliti pada *limited effect* mulai kehabisan bahan untuk dipelajari. Kedua yaitu cara pandang pengaruh media yang terbatas gagal untuk menjelaskan mengapa pengiklan menghabiskan berjuta-juta *dollar* untuk menempatkan iklan mereka dalam media atau mengapa banyak orang menghabiskan waktu untuk mengkonsumsi media. Ketiga, beberapa pengamat berspekulasi bahwa orang sering kali memutuskan apakah pengaruh media diinginkan dan orang secara sengaja mencari pengaruh tersebut. Teori ini sebenarnya merupakan perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi dari Maslow yang menyatakan bahwa orang akan secara aktif berusaha untuk memenuhi hirarki kebutuhannya. Ketika hirarki tujuannya sudah terpenuhi, ia kemudian akan melanjutkan ke tingkat hirarki berikutnya. Orang dapat melakukan partisipasi yang aktif dalam proses komunikasi massa. Wilbur Schramm kemudian menyatakan bagaimana pemilihan terhadap media itu dilakukan, ekspektasi *reward* yang akan didapat dibanding dengan usaha yang dikeluarkan.

Herta Herzog memulai tahap awal penelitian teori ini dengan berusaha mencari alasan orang-orang untuk melakukan bentuk-bentuk perilaku yang berbeda di media (West & Turner, 2010: 395). Herzog mempelajari peranan dari keinginan dan kebutuhan khalayak tersebut sehingga ia sering kali dinyatakan sebagai pelopor awal teori ini. Tahap kedua dari penelitian ini dimulai ketika para peneliti mulai menciptakan tipologi yang mewakili semua alasan manusia dalam menggunakan media. Misalnya, Alan Rubin menyatakan bahwa manusia menggunakan media untuk menghabiskan waktu, menemani, kesenangan, pelarian, kenikmatan, interaksi sosial, relaksasi, dan sebagainya (West & Turner, 2010: 395). Ia juga menguraikan berbagai tipologi yang disampaikan oleh McQuail dan Katz. Di tahapan ketiga, peneliti teori ini tertarik dalam menghubungkan alasan khusus dalam penggunaan media dengan variabel seperti kebutuhan, tujuan, keuntungan, konsekuensi penggunaan media, dan faktor individual. Rubin dan Step mempelajari hubungan motivasi, ketertarikan interpersonal dan *parasocial interaction* (hubungan yang menurut kita, kita miliki dengan orang yang hanya kita kenal lewat media). Mereka menemukan bahwa sebenarnya hubungan parasosial memengaruhi motivasi untuk hiburan dan pemerolehan informasi dan mengapa seorang penyiar dianggap kredibel (West & Turner, 2012: 394). Griffin (2012: 358) menyatakan bahwa teori *uses and gratifications* merupakan perpindahan dari keyakinan terdahulu yang menyatakan bahwa pesan media itu sangat kuat dan memiliki efek yang seragam bagi masyarakat dalam jumlah luas (*uniform-effect model*), misalnya teori *magic bullet and hypodermic needle*.

### **14.3. Asumsi-asumsi Teori *Uses and Gratifications***

Teori *uses and gratification* ini memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana konsumen media individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun. Banyak asumsi dari *uses and gratifications* secara jelas dinyatakan oleh para pencetus dari pendekatan ini (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974; West & Turner, 2010: 397), yaitu:

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi pertama ini mengatakan bahwa anggota khalayak individu dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media mereka. Anggota khalayak juga berusaha untuk menyelesaikan tujuannya melalui media. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, McQuil dan koleganya (1972; West & Turner, 2010: 397) mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak. Klasifikasi tersebut mencakup *diversion* didefinisikan sebagai kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang melibatkan pelarian diri dari rutinitas dan permasalahan, *personal relationship* didefinisikan sebagai kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang melibatkan penggunaan media sebagai pengganti teman, *personal identity* didefinisikan sebagai kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu, *surveillance* didefinisikan sebagai kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak. Asumsi kedua ini menyatakan bahwa karena orang adalah agen yang aktif dalam mengkonsumsi media, maka mereka mengambil inisiatif.
3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan. Asumsi ketiga ini menyatakan bahwa media dan khalayak tidak berada dalam kevakuman. Keduanya adalah bagian dari masyarakat luas, dan hubungan antara media dan khalayak dipengaruhi oleh masyarakat.
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minta, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti. Asumsi keempat ini menyatakan bahwa untuk berargumen, khalayak cukup sadar diri akan penggunaan media, niat serta motif mereka sehingga mereka dapat memberikan kepada peneliti sebuah gambaran akurat menyatakan kembali keyakinan akan khalayak yang aktif dan hal ini merupakan implikasi bahwa orang sadar akan aktivitasnya.



5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak. Asumsi kelima ini menyatakan bahwa peneliti harus mempertahankan penilaiannya mengenai hubungan antara kebutuhan khalayak akan media atau isi media tertentu. Teoretikus dari *uses and gratifications* ini berargumen bahwa karena individu khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi tertentu tujuan akhirnya, nilai isi media dapat dinilai hanya oleh khalayaknya.

Khalayak aktif dan penggunaan media tersebut berorientasi pada tujuan. Aktivitas khalayak yang berbeda membuat mereka juga melakukan penggunaan media yang berbeda pula. Anggota khalayak juga berusaha menyelesaikan tujuannya lewat media. McQuail, dan kawan-kawan mengidentifikasi beberapa cara pengklasifikasian kebutuhan dan kepuasan khalayak (West & Turner, 2010: 397-398), yaitu:

- Pengalihan (*diversion*) yaitu upaya untuk keluar dari rutinitas atau masalah sehari-hari.
- Hubungan pribadi (*personal relationship*) yaitu terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti temannya.
- Identitas pribadi (*personal identity*) yaitu cara untuk menekankan nilai-nilai individu.
- Pengawasan (*surveillance*) yaitu informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu mencapai sesuatu.

Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan media tertentu pada anggota khalayak. Khalayak yang aktif tersebut membuat mereka mengambil inisiatif untuk setiap acara yang dipilih. Khalayak memiliki banyak sekali otonomi dalam proses komunikasi massa. Media berkompetisi dengan berbagai sumber lain untuk kepuasan kebutuhan. Media dan khalayak tersebut tidak bersifat vakum. Khalayak mungkin akan lebih sering beralih pada media dengan frekuensi yang lebih tinggi dalam menyediakan apa yang dia butuhkan. Orang mempunyai kesadaran diri akan penggunaan media, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada peneliti. Ini terkait dengan metodologi penelitian yang dilakukan oleh para peneliti. Kesadaran diri

dari khalayak membuat para peneliti dapat dengan mudah melakukan pengumpulan data karena orang-orang berada pada posisi terbaik untuk menjelaskan apa yang mereka lakukan dan mengapa mereka melakukan hal tersebut. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dilakukan oleh khalayak. Karena khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi tertentu untuk tujuan akhirnya, nilai muatan media hanya dapat dinilai hanya oleh khalayaknya. Bahkan muatan yang dianggap murahan dalam acara tertentu dapat juga memberikan kepuasan bagi khalayak. Namun bukan berarti jika orang membaca surat kabar tertentu ia telah terpuaskan oleh kontennya karena mungkin saja itu hanya satu-satunya media yang tersedia (West & Turner, 2010: 397).

Studi mengenai berbagai motif yang dimiliki orang-orang dalam mengkonsumsi media dibuat untuk membangun sebuah *typology* dari alasan utama mengapa orang-orang secara sukarela membuka dirinya terhadap media yang berbeda. Tipologi merupakan sebuah skema klasifikasi yang berusaha untuk mengurutkan jumlah besar dari peristiwa tertentu menjadi rangkaian kategori yang lebih mudah diatur. Satu dari komprehensif tipologi dari *uses and gratifications* media diajukan oleh ahli komunikasi Alan Rubin pada tahun 1981. Rubin mengklaim bahwa tipologi mengenai delapan motivasi dapat dihitung sebagai kebanyakan penjelasan yang diberikan orang-orang mengenai mengapa mereka menonton televisi. Rubin mengembangkan tipologi tentang motivasi manusia melakukan *uses and gratifications*. Kedelapan tipologi tersebut dituliskan di dalam Griffin (2012: 362) sebagai berikut:

1. *Passing Time* (hanya untuk sekedar melewati waktu luang)
2. *Companionship* (terkait dengan hubungan pertemanan, misalnya, nonton bersama)
3. *Escape* (sebagai pelarian)
4. *Enjoyment* (menyenangkan diri)
5. *Social interaction* (menonton TV memberi kita kesempatan untuk terhubung dengan orang lain, misalnya yang menonton tayangan yang sama dengan kita)
6. *Relaxation* (untuk merelaksasi diri setelah aktivitas yang melelahkan)

7. *Information* (untuk tetap mengikuti perkembangan informasi setiap hari)
8. *Excitement* (sebagai hiburan)

*Parasocial relationship* yaitu suatu rasa persahabatan atau rasa kasih sayang yang berkembang antara penonton televisi dan personaliti media (West & Turner, 2010: 396). Untuk mengetahui konsumen media mana yang akan membentuk *parasocial relationship* dapat membantu peneliti memprediksi bagaimana media akan memengaruhi penonton berbeda dalam cara yang berbeda. Dalam pandangannya tentang beberapa arah dari penelitian *uses and gratifications*, Rubin mencatat beberapa ilmu yang menggunakan keberadaan *parasocial relationship* untuk memprediksi pengaruh berbeda dari konten media terhadap penonton. Satu kritik dari *uses and gratifications* adalah bahwa kontribusi utamanya berupa *descriptive typology* dari media *uses and gratifications*. Penekanan terhadap deskripsi dibandingkan dengan *explanation* dan *prediction* merupakan kelemahan yang serius dari teori ini. Tidak ada yang terlalu kompleks mengenai teori ini, preposisi bahwa orang-orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan tertentu dan kebutuhan tersebut dapat dideskripsikan dengan ringkas dan jelas menggunakan delapan kategori dari yang berhubungan dengan *relative simplicity*. Di sisi lain, para ahli berlanjut untuk menanyakan perluasan di mana orang-orang dapat secara akurat melaporkan alasan penggunaan media. Jika tidak dapat dijelaskan, maka *testability* perlu dipertanyakan.

Jika pengguna bukan merupakan partisipan aktif dalam pilihan media yang mereka buat. Jika mereka merupakan partisipan aktif, seperti yang disarankan teori, perhatian mengenai pengaruh negatif media yang sering ditunjukkan oleh agen pemerintahan, asosiasi kesehatan, dan organisasi orang tua disalah-letakkan. Kemungkinan yang ada saat ini membuat orang-orang merasa tidak gelisah. Hal tersebut melihat kepada teori yang menawarkan *practical utility* untuk memperkuat perhatian mengenai pengaruh negatif media yang hanya sedikit disajikan oleh *uses and gratifications*. *Uses and gratifications* telah menghasilkan *quantitative research* yang luas selama kurang lebih 50 tahun. Fakta mengatakan bahwa peneliti berlanjut untuk terinspirasi

dalam mengadakan studi baru di bawah testimoni terhadap kontribusinya pada bidang komunikasi. Jika studi masa depan fokus kepada membuat *testable predictions* mengenai pengaruh media berdasarkan bagaimana media digunakan, kritik ini akan dapat diperdebatkan.

Teori *uses and gratifications* menyajikan pandangan dalam memahami kapan dan bagaimana konsumer media oleh individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi keterlibatan bertambah atau berkurang. Banyak asumsi dari UGT telah jelas terartikulasi oleh penemu pendekatan ini (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974; West & Turner, 2010: 397). Asumsi teori pertama, mengenai audiens yang aktif dan penggunaan media yang bersifat *goal-oriented*, seimbang. Audiens dapat membawa tingkat aktivitas berbeda dalam penggunaan media. McQuail dan rekannya (1972; West & Turner, 2010: 397) mengidentifikasi beberapa cara dalam mengklasifikasikan kebutuhan audiens dan *gratification*. Hal tersebut meliputi *diversion*, yang didefinisikan sebagai pelarian dari hal rutin atau masalah sehari-hari; *personal relationship*, yang terjadi ketika orang-orang menggantikan media untuk pertemanan; *personal identity*, atau cara untuk menguatkan nilai individu; dan *surveillance*, atau informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu dalam mencapai sesuatu.

Asumsi teori kedua, menghubungkan kebutuhan akan gratifikasi terhadap pilihan medium tertentu yang diserahkan kepada audiens. Karena orang-orang merupakan agen aktif, mereka mengambil inisiatif. Kita memilih tayangan seperti *the Simpson* ketika kita ingin tertawa dan kita menonton CNN karena kita ingin mendapatkan informasi, namun tidak ada yang dapat menentukan tayangan apa yang kita inginkan dari medium yang diberikan. Asumsi ketiga, yaitu bahwa media bersaing dengan sumber lain dalam kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan, berarti bahwa media dan audiensnya tidak berada dalam suatu ruang hampa (*vacuum*). Keduanya adalah bagian dari masyarakat, dan hubungan antara media dan audiens dipengaruhi oleh masyarakat. Asumsi keempat dari UGT berhubungan dengan isu metodologi yang berkaitan dengan kemampuan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya dari konsumen media. Asumsi kelima

mengatakan bahwa audienslah yang dapat memutuskan menggunakan konten tertentu untuk akhir tertentu, penilaian dari media konten hanya dapat dilakukan oleh audiens. Orang-orang adalah konsumen yang kritis.

*Uses and gratifications* adalah sebuah teori yang berdasarkan kepada asumsi bahwa konsumen media itu aktif harus menggambarkan makna dari “*active audience*”. Jay G. Blumler (1979; West & Turner, 2010: 400) menawarkan beberapa saran sebagai jenis aktivitas audiens di mana konsumen media dapat terlibat. Mereka meliputi *utility*, *intentionality*, *selectivity*, dan *imperviousness to influence*. Pertama, media memiliki kegunaan bagi orang-orang, dan orang-orang dapat menempatkan media sesuai dengan penggunaannya. Hal ini disebut dengan *utility*. *Intentionality* terjadi ketika motivasi utama menentukan konsumsi mereka terhadap konten media. Tipe ketiga dari aktivitas audiens adalah *selectivity*, yang berarti bahwa penggunaan media oleh audiens mungkin merefleksikan ketertarikan dan pilihan yang sudah ada. *Imperviousness to influence* menyarankan bahwa audiens membangun makna dalam dirinya dari konten dan makna tersebut memengaruhi apa yang mereka pikirkan dan lakukan.

UGT juga membedakan antara *activity* dengan *activeness* untuk memahami lebih baik derajat aktivitas audiens. Walaupun istilahnya berhubungan, *activity* merujuk kepada lebih dari apa yang dilakukan oleh konsumen media (contohnya seseorang memilih untuk membaca berita *online* dibandingkan dengan membacanya di koran). *Activeness* lebih dekat kepada apa yang menarik peneliti dalam *uses and gratifications*, yaitu kebebasan audiens dan otonomi dalam situasi komunikasi massa. Kita telah melihat sebelumnya bahwa teori *uses and gratifications* dikembangkan dalam hal untuk membantu menyelesaikan masalah penting bagi teoritikus komunikasi massa, yaitu bagaimana mereka memegang gagasan dari *limited effects* ketika terdapat banyak bukti dari adanya pengaruh media. Beberapa peneliti percaya bahwa nilainya berada dalam kemampuannya untuk mengklarifikasi bagaimana pengaruh tersebut dapat terjadi. Teoretikus *uses and gratifications* menunjuk kepada rangkaian kedua dari premis yang membuat jelas kepercayaan orang-orang yang menggunakan media dan

gratifikasi yang mereka cari tak memungkinkan untuk dijalin dengan dunia di mana mereka tinggal. Katz (1974; West & Turner, 2010: 403) menulis bahwa “*social situations*” di mana orang-orang menemukan dirinya dapat terlibat dalam generasi kebutuhan akan media.

Kedua, situasi sosial dapat menciptakan sebuah kesadaran mengenai masalah yang menggantungkan perhatian, informasi mengenai hal apa yang dapat dicari di media. Secara sederhana, dunia di mana kita tinggal terdiri dari informasi yang membuat kita sadar terhadap sesuatu yang menarik perhatian kita, dan kita akan dapat menemukan lebih banyak mengenai ketertarikan kita melalui media. Ketiga, situasi sosial dapat melemahkan kesempatan di kehidupan nyata untuk memuaskan kebutuhan tertentu, dan media dapat dijadikan pengganti atau tambahan. Keempat, situasi sosial sering mendatangkan nilai tertentu, dan penegasan dan penguatan dapat difasilitasi oleh konsumsi materi media yang bersangkutan. Terakhir, situasi sosial memerlukan kebiasaan (*familiarity*) dengan media; keperluan ini harus dapat dipenuhi untuk menjaga keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu.

Banyak peneliti (dan konsumen media) percaya bahwa kita akan merubah cara kita menonton televisi dan penggunaan media di masa depan. Contohnya, Gilder (1994; West & Turner, 2010: 404) berbicara mengenai televisi *hybrid* dan komputer yang akan memengaruhi budaya kita. Pada tahun sejak prediksi Gilder, beberapa pendapatnya telah dibuktikan. Tayangan televisi telah berubah dan sekarang harus berkompetisi dengan media yang beragam, dan banyak orang menonton video di komputernya, tetapi banyak perkataan Gilder juga yang tidak menjadi kenyataan. Walaupun prediksi Gilder belum semuanya menjadi nyata, kebanyakan orang mengharapkan bahwa *new media* akan berlanjut untuk mengubah masa depan kita. Dalam penelitian untuk menginvestigasi, Louis Leung dan Ran Wei (2000; West & Turner, 2010: 405) menguji *use and gratifications* dari telepon genggam. Leung dan Wei tertarik mengenai bagaimana orang menggunakan telepon genggam dan mengapa alasan mereka berbeda mengenai *old wired* dan *land based telephones*. Pertanyaan untuk peneliti *uses and gratifications* adalah apakah motivasi yang dibawa orang-orang terhadap penggunaan *old media* akan

diaplikasikan ke *new media*. Teoretikus tertarik dalam menemukan apakah media dapat mengatur pesan dan pengalaman di mana teori *uses and gratifications* tidak diaplikasikan lagi atau telah secara radikal dimodifikasi.

*Uses and gratifications* sebagai teori yang mudah dikenali dan memiliki ciri-ciri tersendiri, memiliki pengaruh yang paling besar pada tahun 1970-an dan 1980-an. Paradigma *limited effects* digoyangkan pada saat itu, dan para teoretikus media membutuhkan sebuah pandangan di mana mereka dapat mendiskusikan pengaruh nyata dari pengaruh media tanpa terlalu jauh menyimpang dari disiplin ortodok. Denis McQuail (1984; West & Turner, 2010: 407) percaya bahwa teori ini kekurangan koherensi teoretikal. Dia berpikir bahwa beberapa terminologi teori harus dapat lebih jauh didefinisikan. Dia mencatat bahwa teori bergantung kepada penggunaan fungsional dari media, karena terdapat waktu ketika media dapat bersifat berani. Teori ini telah dikritik karena beberapa prinsip intinya mungkin dapat dipertanyakan. Jika konsep kunci dari teori goyah, maka teori ini tidak berguna, karena tidak benar-benar menjelaskan segalanya. Gagasan dari *active audience* yang sangat kritis terhadap *uses and gratifications*, telah dipertanyakan oleh beberapa kritik. beberapa peneliti (Kubey & Csikszentmihalyi 1990; West & Turner, 2010: 408) mencatat bahwa orang-orang melaporkan bahwa tayangan televisi dalam hal tertentu bersifat pasif dan membutuhkan sedikit konsentrasi. Lebih jauh lagi, teori terlihat menunjukkan suatu konsumen media yang beralasan tertentu, seseorang yang tidak menerima segala sesuatu yang disajikan media.

Kita dapat melihat sifat heuristik dari teori tanpa pertanyaan. Penelitian telah dikembangkan selama beberapa abad, dan teori ini telah membuat banyak penelitian. Katz, Blummer, dan Gurevitch dan rekannya, telah memasukkan teori dan pemikirannya ke dalam penelitiannya mengenai penggunaan komputer rumah, *remote control*, Internet. Nilai dari teori *uses and gratifications* adalah kemampuannya untuk menyajikan sebuah pandangan untuk pertimbangan terhadap audiens dan konsumen media dalam penelitian komunikasi massa kontemporer dan teori *uses and gratifications* mungkin tidak mendefinisikan teori dalam bidang komunikasi massa, tetapi teori ini

menyajikan disiplin sebagai pandangan melalui ide dan teori mengenai pilihan media, konsumsi, dan bahkan pengaruh yang dapat dilihat.

#### 14.4. Efek Media

Kita telah melihat sebelumnya bahwa *uses and gratifications* ini dikembangkan untuk membantu menyelesaikan masalah yang penting bagi teoretikus komunikasi massa yaitu bagaimana mereka berpegang pada pemikiran mengenai pengaruh yang terbatas ketika terdapat banyak bukti mengenai pengaruh media di mana-mana. Sven Windahl (1981; West & Turner, 2010: 401) menyebutkan kombinasi teori *uses and gratifications* dan pengaruh tradisi menjadi istilah model “kegunaan dan dampaknya”. Ketika khalayak aktif dan bahkan ketika mereka menentukan untuk diri mereka sendiri dalam menggunakan media yang ingin mereka konsumsi dan kepuasan yang mereka cari dari penggunaan tersebut maka pengaruh dapat terjadi. Kegagalan peneliti dalam *uses and gratifications* tradisional ini untuk mempertimbangkan kemungkinan dampak media yang penting membuat pencipta aslinya mengecam kolega mereka.

Katz dan koleganya (1974: 27; West & Turner, 2010: 403) menulis bahwa “situasi sosial” di mana orang menemukan diri mereka “terlibat dalam menghasilkan kebutuhan yang berhubungan dengan media” dalam lima cara. Pertama, situasi sosial dapat menghasilkan ketegangan konflik, menuntun pada tekanan untuk meredakan hal ini melalui konsumsi media, artinya kita hidup di dunia, dan peristiwa-peristiwa di dalamnya dapat memaksa kita untuk mencari media dan isi tertentu. Kedua, situasi sosial dapat menghasilkan sebuah kesadaran akan masalah yang meminta perhatian, informasi mengenai apa saja yang bisa didapatkan dalam media. Secara sederhana dapat dikatakan, dunia di mana kita hidup terdiri atas informasi yang membuat kita menyadari segala sesuatu yang menarik perhatian kita, dan kita dapat menemukan lebih mengenai minat kita melalui media. Ketiga, situasi sosial dapat meruntuhkan kesempatan hidup yang sesungguhnya untuk memuaskan kebutuhan tertentu, dan media dapat menjadi pengganti atau suplemen.



Dengan kata lain, terkadang situasi diri kita membuat media menjadi sumber yang paling baik jika bukan yang satu-satunya. Keempat, situasi sosial sering kali memunculkan nilai tertentu, dan afirmasi serta penekanan mereka dapat difasilitasi oleh konsumsi materi media yang berkaitan dan media ini menawarkan lokasi yang memungkinkan untuk afirmasi dan penekanan mereka. Dan terakhir, situasi sosial menuntut kedekatan dengan media yaitu tuntunan ini harus dipenuhi untuk mempertahankan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Dalam menolak "*the vulgar gratification*" Katz dan koleganya (1974; West & Turner, 2010: 403) menyatakan bahwa kita harus menanyakan tiga hal yaitu apakah media massa penting dalam menciptakan situasi sosial, apakah media massa berperan dalam membuat kepuasan dari kebutuhan yang berhubungan dengan situasi ini, dan siapa yang menentukan apa yang penting dari peristiwa yang terjadi saat ini.

Teori ini berperan penting bagi para teoretikus komunikasi massa untuk mengetahui apakah mereka akan tetap berpegang teguh pada pemikiran media massa yang memiliki *limited effect*. Teori ini berkemampuan untuk mengklarifikasi bagaimana pengaruh dapat benar-benar terjadi. Sven Windahl menyebutkan bahwa kombinasi antara teori *uses and gratifications* dan *effect tradition* menjadi *uses and effect* (West & Turner, 2010: 401). Di sisi lain Philip Palmgreen dan kawan-kawan menyatakan bahwa berbagai kepuasan khalayak (baik yang dicari atau didapatkan) terkait dengan suatu spektrum efek yang luas, termasuk pengetahuan, ketergantungan, sikap, persepsi realitas sosial, penetapan agenda, diskusi, dan berbagai variabel politik (West & Turner, 2010: 401).

Blumler menyarankan penggunaan teori *uses and gratifications* untuk memprediksi dan menjelaskan pengaruh media. Pertama, motivasi kognitif akan memfasilitasi perolehan informasi. Kedua, konsumsi media untuk tujuan pengalihan dan pelarian akan membantu penerimaan khalayak akan persepsi situasi sosial sesuai dengan penggambaran yang sering kali kita temukan dalam materi hiburan tersebut. Ketiga, keterlibatan dalam materi media untuk alasan identitas personal cenderung akan meningkatkan dampak penguatan. Dengan

kata lain, bahkan ketika khalayak aktif dan menentukan bagi diri mereka sendiri penggunaan media yang ingin mereka lakukan dan kepuasan yang dicari terkait penggunaan tersebut, pengaruh tetap dapat dan memang terjadi. Para teoretikus merujuk kepada dua premis yang menjelaskan bahwa penggunaan orang terhadap media dan kepuasan yang mereka cari darinya terkait dengan dunia di mana mereka hidup. Katz dan koleganya (West & Turner, 2012: 401) menyatakan bahwa situasi sosial di mana orang menemukan dirinya terlibat dalam penghasilan kebutuhan yang berhubungan dengan media dilakukan dalam 5 cara, yaitu:

1. Situasi sosial dapat menghasilkan ketegangan dan konflik, menuntun pada tekanan untuk meredakan hal ini. Maksudnya, kita hidup di dunia dan peristiwa di dalamnya dapat memaksa kita untuk mencari media dan muatan tertentu.
2. Kedua, situasi sosial dapat menghasilkan suatu kesadaran akan masalah yang meminta perhatian, informasi mengenai apa saja yang bisa didapatkan lewat media. Sederhananya, dunia tempat kita hidup terdiri dari informasi yang membuat kita menyadari bahwa segala sesuatu yang menarik perhatian kita dan kita dapat menemukan lebih mengenai minat kita lewat media. Anda akan berpaling ke media untuk informasi, perspektif, dan analisis.
3. Situasi sosial dapat meruntuhkan kesempatan hidup yang sesungguhnya untuk memuaskan kebutuhan tertentu dan media dapat menjadi pengganti atau suplemen. Situasi kita kadang membuat media menjadi sumber yang paling baik jika bukan satu-satunya.
4. Situasi sosial sering kali memunculkan nilai tertentu dan afirmasi serta penekanan mereka dapat difasilitasi oleh konsumsi materi media yang berkaitan.
5. Situasi sosial menuntut pengenalan dengan media, tuntutan ini harus dipengaruhi untuk mempertahankan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu.

## 14.5. *Uses and Gratifications* dan Media Baru

Banyak peneliti dan konsumen media yakin bahwa kita akan mengubah cara kita untuk menonton televisi dan menggunakan media secara umum di waktu yang akan datang. Contohnya Gilder (1994; West & Turner, 2010: 404) berbicara mengenai bagaimana gabungan televisi dan komputer yang dapat memengaruhi budaya kita. Dalam tahun ke tahun sejak prediksi Gilder, beberapa hal yang ia kemukakan tidak menjadi kenyataan. Penonton televisi telah berubah dan sekarang harus berkompetisi dengan media yang bermacam-macam saat ini dan banyak orang menonton video dari komputer mereka, tetapi banyak yang dikatakan oleh Gilder tidak terjadi. Meskipun prediksi Gilder (masih) belum menjadi kenyataan, hampir setiap orang berharap bahwa media baru akan terus mengubah masa depan kita. Dalam sebuah studi yang menyelidiki premis ini, Louis Leung dan Ran Wei (2000; West & Turner, 2010: 405) mempelajari *uses and gratifications* ini pada telepon seluler. Leung dan Wei tertarik tentang mengapa orang menggunakan telepon seluler dan apakah alasan mereka yang berbeda dari mengapa mereka menggunakan telepon kabel dan jaringan.

Kemampuan Leung dan Wei untuk menerapkan teori *uses and gratification* ini pada teknologi baru dijelaskan oleh pengamatan Shanahan dan Morgan (1999: 199; West & Turner, 2010: 405) bahwa terdapat “konsistensi lingkungan dari isi pesan yang kita konsumsi dan pada sifat dasar dari lingkungan simbolik di mana kita hidup” meski jika terjadi perubahan distribusi teknologi. Shanahan dan Morgan menambahkan bahwa teknologi baru selalu dikembangkan dengan mengadopsi isi pesan dari teknologi dominan sebelumnya. Zizi Papacharissi dan Alan Rubin (2000; West & Turner, 2010: 406) memprediksi penggunaan Internet dalam menemukan penjelasan mengenai *uses and gratifications*. Papacharissi dan Rubin menemukan bahwa orang mempunyai lima motif utama untuk penggunaan Internet, dan yang paling penting adalah pencarian informasi dan mereka juga menemukan bahwa orang merasa dihargai secara interpersonal menggunakan Internet untuk pengumpulan informasi dan mereka merasa tidak aman pada interaksi tatap muka berpaling pada Internet untuk interaksi sosial. John Dimmick, Yan Chen, dan Zhan Li (2004;

West & Turner, 2010: 406) mengamati bahwa meskipun Internet sebuah media baru, Internet bersinggungan dengan media tradisional dalam hal *uses and gratifications*. Orang mencari Interet untuk berita dalam cara yang sama dan dengan cara mereka menggunakan media lainnya demi kebutuhan tersebut.

*Uses and gratifications* dirumuskan oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch menekankan pada dampak media. Dua faktor yang membentuk bagaimana teori ini dulu dan sekarang digunakan. Pertama adalah prinsip kesederhanaan dalam perkembangannya. Pencipta teori ini adalah ilmuwan politik dan sosiolog, mereka berfokus pada kampanye informasi dan politik. Karenanya, peneliti teori ini mempelajari bagaimana orang menggunakan informasi yang diberikan media. Dan kedua yaitu *uses and gratifications* ini memiliki sasaran tertentu tentang bagaimana orang menggunakan media tertentu untuk dapat mencapai keputusan atau penilaian tertentu pula. Penelitian ini telah berlangsung selama beberapa dekade, dan teori ini membingkai sejumlah kajian penelitian. Selain pendiri teori ini dan koleganya, teori ini juga digunakan dalam penelitian penggunaan komputer, *remote control*, dan Internet. Jika konsep kunci dari teori ini goyah, kemudian teori ini menjadi tidak berguna dan teori ini tidak menjelaskan apa pun. Pemikiran mengenai khalayak yang aktif, yang merupakan hal yang penting dalam teori *uses and grtification* ini telah dipertanyakan oleh beberapa teoretikus. Kubey dan Csikszentmihalyi (1990; West & Turner, 2010: 408) menyatakan bahwa orang melaporkan kegiatan menonton televisi mereka secara khusus adalah pasif dan membutuhkan sedikit konsentrasi. Selanjutnya teori ini tampaknya terlihat lebih berfokus pada konsumen media yang memiliki akal sehat serta teori ini juga mempertimbangkan bahwa individu tidak mempunyai pertimbangan atas semua pilihan yang dimiliki dalam mengkonsumsi media.

Dennis McQuail (1984; West & Turner, 2010: 407) meyakini bahwa teori ini kekurangan pada koherensi teoritis. Ia berpikir bahwa terminologi teori ini membutuhkan penjelasan lebih lanjut dan ia mencatat bahwa teori ini terlalu bergantung pada penggunaan media yang fungsional, karena terdapat waktu di mana media ini dapat menjadi ceroboh dan tidak hati-hati. Nilai dari teori *uses and gratifications*

ini adalah kemampuannya untuk memberikan kerangka dalam mempertimbangkan khalayak dan konsumen media individu dalam teori dan penelitian komunikasi massa kontemporer. *Uses and gratifications* ini mungkin tidak mendefinisikan teori dalam bidang komunikasi massa, tetapi melayani disiplin ilmu secara baik sebagai “sebuah perspektif melalui sejumlah ide dan teori mengenai pemilihan media, konsumsi, dan bahkan pengaruhnya yang dapat dilihat” (Baran & Davis, 2003: 241; West & Turner, 2010: 408).

Teori ini menyatakan bahwa bukan hanya media yang berkompetisi satu sama lain untuk dapat menjangkau waktu yang kita miliki, media juga bersaing dengan aktivitas lain yang tidak berkaitan dengan media itu sendiri. Pengindentifikasian persaingan media ini menunjukkan suatu pemahaman awal tentang pilihan yang kerap kali dibuat oleh individu. Pertanyaan yang semakin menarik untuk ditanyakan berkaitan dengan hal ini adalah mengapa individu memutuskan untuk memilih media tertentu. Dalam berbagai kesempatan, jumlah cara yang dapat kita pilih untuk menghabiskan waktu kita hampir terbatas. Kita tidak akan dapat memahami pilihan media yang kita buat, kecuali jika kita telah menyadari kebutuhan yang memotivasi perilaku tersebut (Griffin, 2012: 360).

Banyak peneliti yang meyakini bahwa cara menonton televisi dan penggunaan media akan berubah di masa yang akan datang. Gilder (West & Turner, 2010: 404-405) menyatakan bahwa budaya massa akan meningkatkan individualisme. Teleputer akan memunculkan budaya sesuai dengan perkembangan teknologi terbaru dan akan memperkaya serta memperkuat demokrasi dan kapitalisme di seluruh dunia. Pertanyaan yang penting di sini adalah terkait dengan motivasi yang dibawa orang kepada penggunaan media yang lama. Apakah motivasi itu masih akan dibawa di media yang baru. Setelah dilakukan berbagai penelitian lanjutan, Lucas dan Sherry menemukan bahwa kerangka teori ini juga membantu menjelaskan daya tarik media, meski medianya itu sendiri berubah (West & Turner, 2010: 402). Terkait dengan penggunaan teori, John Dimmick, dan kawan-kawan mengamati bahwa Internet bersinggungan dengan media tradisional dalam hal *uses and*

*gratifications* (West & Turner, 2010: 406). Hal ini menunjukkan bahwa teori ini masih diterapkan di dalam media baru.

Teori bertradisi sosiopsikologi ini dibuat dalam konteks media massa dan pendekatan empiris atau positivistik. Dengan karakteristik sebagai berikut (West & Turner, 2012: 406-407). Sejak dibuat beberapa dekade lalu, teori ini sudah membingkai sejumlah kajian penelitian. Teori ini dikritik karena beberapa pemikiran utamanya mungkin dapat dipertanyakan sehingga jika konsep kunci dari teori goyah akan dapat membuat teori ini menjadi tidak berguna. Beberapa peneliti justru mendapat laporan bahwa kegiatan menonton TV mereka secara khusus adalah pasif dan membutuhkan sedikit konsentrasi. Selanjutnya, teori ini tampak lebih fokus pada konsumen media yang berakal sehat. McQuail menyatakan bahwa teori ini kekurangan koherensi teoritis sehingga beberapa terminologi masih butuh penjelasan yang lebih lanjut. Teori ini terlalu bergantung pada penggunaan media yang fungsional karena ada waktu-waktu di mana media dapat menjadi ceroboh dan tidak hati-hati.

# 15

## TEORI COMMUNICATION ACCOMODATION

### 15.1. Sejarah Teori *Communication Accomodation*

Pada tahun 1973, professor di Universitas California, Santa Barbara, Welsh Howard Giles (Griffin, 2010: 394) mengkalim bahwa ketika dua orang dari kelompok etnis atau budaya sedang berinteraksi, maka mereka cenderung untuk mengakomodasikan satu sama lain dalam cara mereka berbicara untuk mendapatkan persetujuan. Giles berfokus pada penyesuaian non-verbal baik itu pada tingkatan percakapan, aksen maupun jeda. Berdasarkan prinsip bahwa kita cenderung menyukai orang lain yang memiliki kemiripan dengan kita, maka Giles mengklaim bahwa ketika kita berbicara maka terdapat sebuah strategi yang sering kita gunakan untuk mendapatkan apresiasi dari orang-orang yang berasal dari kelompok atau budaya yang berbeda. Proses yang mencari persetujuan oleh melakukan penyesuaian dengan gaya lain merupakan inti *speech accommodation theory*.

Pada tahun 1973, psikolog sosial Giles menyatakan bahwa pengalaman seseorang itu bersifat khas. Giles mengatakan bahwa ketika dua orang dari etnik yang berbeda atau kelompok budaya berbeda berinteraksi, mereka cenderung untuk mengakomodasi satu sama lain dengan cara berbicara tertentu untuk mendapatkan penerimaan satu sama lain (Griffin, 2010: 394). Giles terutama fokus kepada penyesuaian non-verbal dari kecepatan berbicara, aksen dan selaan/jeda. Berdasarkan prinsip bahwa kita cenderung menyukai orang lain yang kita temukan sama dengan kita, Giles mengatakan bahwa *speech accomodation* merupakan strategi yang sering digunakan untuk mendapatkan apresiasi dari orang-orang dari kelompok dan budaya

yang berbeda. Proses dalam mencari penerimaan dengan menggabungkan gaya berbicara yang satu dengan yang lain merupakan inti dari teori *speech accomodation*. Ketika dua orang berbicara, mereka sering meniru pembicaraan dan perilaku satu sama lain. Sering, kita berbicara satu sama lain yang menggunakan bahasa yang sama seperti yang kita gunakan, dengan gestur yang sama, dan bahkan berbicara dengan kecepatan yang sama. Kita, pada gilirannya mungkin merespon seperti itu kepada komunikator yang lain.

Walaupun kita semua memiliki tipe pengalaman pada tingkat interpersonal, terkadang terdapat kelompok atau budaya yang berdasarkan kepada perbedaan, seperti merasakan perbedaan usia di dalam kelompok, aksen atau etnisitas, atau pada gerakan dan kecepatan berbicara. Dalam hubungan interpersonal, dalam sebuah *small-group*, atau antarbudaya, orang-orang menyesuaikan komunikasinya kepada orang lain. Adaptasi ini merupakan inti dari teori *communication accommodation* (CAT), yang dikembangkan oleh Howard Giles. Pada awalnya dikenal dengan nama teori *speech accomodation* tetapi kemudian dikembangkan dengan meliputi perilaku non-verbal dan pola perilaku, CAT bersandar kepada premis yang mengatakan bahwa ketika pembicara berinteraksi, mereka menyesuaikan pembicaraan, pola vokal, dan gestur untuk mengakomodasi satu sama lain. Giles dan rekannya percaya bahwa pembicara memiliki bermacam alasan untuk menjadi akomodatif terhadap orang lain. Beberapa orang ingin untuk membangkitkan penerimaan pendengar, dan yang lainnya ingin mencapai komunikasi yang efisien, dan masih menginginkan orang lain untuk memelihara identitas sosial yang positif.

Untuk mendapatkan rasa karakteristik utama dari CAT, kita pertama menggambarkan apa yang dimaksudkan oleh kata *accomodation*. Untuk tujuan kita, *accomodation* didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain (West & Turner, 2010: 467). *Accomodation* ini biasanya dilakukan dengan tanpa disadari. Kita cenderung untuk memiliki panduan kognitif internal yang kita gambarkan ketika kita menemukan diri kita sedang berkomunikasi dengan orang lain.



Kebanyakan peneliti dan teori dalam bidang psikologi sosial menyinggung secara langsung kepada bagaimana orang-orang mencari makna dalam perilaku orang lain dan bagaimana makna ini memengaruhi interaksi di masa depan dengan orang lain. Mengenalinya diri dan hubungannya dengan identitas kelompok, Henri Tajfel dan John Turner (1986; West & Turner, 2010: 468) mengembangkan teori *social identity*. Teori ini menyatakan bahwa konsep diri seseorang terdiri atas identitas personal (karakteristik tubuh, perilaku psikologis), sama halnya dengan identitas sosial (afiliasi dalam kelompok). Ketika orang-orang diberikan kesempatan, Worchel dan rekannya berpendapat bahwa mereka akan memberikan sumber daya yang lebih kepada kelompoknya sendiri, dibandingkan dengan kelompok luar (West & Turner, 2010: 468). Dan ketika *in-group* diidentifikasi, seorang individu memutuskan di mana kelompok tersebut penting bagi identitasnya. *In-group* yaitu kelompok di mana seseorang merasa termasuk di dalamnya. *Out-group* yaitu kelompok di mana seseorang merasa tidak termasuk di dalamnya.

Tajfel dan Turner (1986; West & Turner, 2010: 468) mencatat bahwa orang-orang berusaha keras untuk memelihara identitas sosial yang positif, dan ketika identitas sosial tersebut dirasa tidak memuaskan, mereka akan bergabung dengan kelompok yang dirasa nyaman atau membuat kelompoknya tersebut menjadi lebih positif. Teori *communication accommodation* berdasarkan kepada banyak prinsip dan konsep dari teori *social identity*. Giles telah dipengaruhi oleh kepercayaan bahwa ketika anggota dari kelompok berbeda datang bersama, mereka membandingkan diri mereka. Jika perbandingan mereka menyenangkan, maka identitas sosial yang positif akan dihasilkan.

Giles dan rekannya meluncurkan sebuah perpanjangan program lab dan penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan yang diangkat oleh praktik *speech accommodation* (Griffin, 2012: 395), yaitu:

- Apakah terdapat waktu di mana kita tidak menyesuaikan gaya berbicara untuk mencocokkan dengan orang lain?
- Jika iya, apakah motif kita untuk tidak melakukan akomodasi?

- Bagaimana kelompok yang telah kita identifikasi memengaruhi pilihan akomodasi kita?
- Apakah akomodasi selalu membingungkan?
- Apakah orang lain melihat maksud kita ketika kita mengganti gaya berbahasa kita?
- Apakah kita menyesuaikan apa yang kita katakan sama halnya dengan cara kita mengatakannya?
- Apakah konsekuensi sosial jika kita melakukan akomodasi secara berlebihan?

Pada tahun 1987 Giles mengganti nama teori ini menjadi *communication accommodation theory* (CAT) dan menawarkan teori itu sebagai sebuah teori dari komunikasi interkultural yang berhubungan dengan komunikasi (Griffin, 2012: 395). Penelitian Giles dan rekannya berpusat kepada komunikasi antaretnik, sering antara dua kelompok bilingual pada negara yang sama. Pada dua abad terakhir, peneliti CAT juga memperlihatkan ketertarikan yang konsisten dalam menyelidiki *communication accommodation* dalam sebuah konteks *intergenerational*. Mereka secara luas mendefinisikan komunikator *young* sebagai remaja hingga dewasa berumur 40 bahkan 50 tahun. Mereka mendefinisikan komunikator *old* sebagai orang-orang yang berumur 65 tahun ke atas. *Accommodation* yaitu perubahan konstan mendekat atau menjauh dari orang lain dengan mengubah perilaku komunikasi kita.

Giles dan rekan-rekannya meluncurkan program ekstensif laboratorium dan penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan tentang praktik akomodasi ini. Tetapi karena jawaban atas pertanyaan ini mengenai masalah komunikasi yang jauh dari isu mobilitas aksen, jeda, dan pengucapan, ruang lingkup yang merupakan sebuah teori yang berkembang secara dramatis. Maka pada tahun 1987 Giles mengubah nama teori ini sebagai *communication accommodation theory* (CAT) dan menawarkan teori ini sebagai teori komunikasi antar budaya yang benar-benar diperuntukkan untuk komunikasi. Penelitian awal yang dilakukan oleh Giles dan rekannya berpusat pada komunikasi etnis. Penelitian CAT ini menunjukkan bahwa minat yang konsisten dalam mengeksplorasi akomodasi komunikasi ini dilakukan antargenerasi, dan komunikasi antargenerasi ini digunakan untuk

menggambarkan prediksi-prediksi dalam teori ini, sehingga kita mengetahui kepentingan pribadi yang kita miliki dalam memahami klaim teori tersebut.

Giles mengklaim bahwa ketika dua orang dari etnis atau kelompok budaya yang berbeda berinteraksi, mereka cenderung berakomodasi satu sama lain dalam cara berbicaranya untuk mendapatkan penerimaan dari orang lain. Ia fokus pada penilaian nonverbal. Akomodasi *speech* merupakan suatu strategi yang secara frekuentif dilakukan untuk memperoleh apresiasi dari orang yang berbeda dengan kita (Griffin, 2010: 394). Adaptasi merupakan inti dari teori ini. Premis teori ini menyatakan bahwa ketika pembicara berinteraksi, mereka menyesuaikan pembicaraan, pola vokal, dan atau tindak-tanduk mereka untuk mengakomodasi orang lain. Akomodasi tersebut dilakukan dengan berbagai tujuan, di antaranya adalah untuk mendapat persetujuan dari pendengar, mencapai efisiensi komunikasi, atau sekedar mempertahankan identitas sosial yang positif. Akomodasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain (West & Turner, 2010: 467). Akomodasi ini biasanya dilakukan secara tidak sadar.

Ketika dua orang berbicara, mereka sering kali meniru pembicaraan dan perilaku satu sama lain. Sering kali, kita akan berbicara kepada orang lain yang menggunakan bahasa yang sama dengan kita, bertindak-tanduk mirip dan bahkan berbicara dengan kecepatan yang sama. Kita, sebagai gantinya juga akan merespon dalam cara yang sama kepada lawan bicara kita. Walaupun kita semua memiliki berbagai pengalaman ini dalam level interpersonal, terkadang terdapat perbedaan berdasarkan kelompok atau budaya seperti perbedaan yang muncul pada kelompok usia, dalam aksen atau etnis, atau dalam kecepatan berbicara. Apakah di dalam hubungan interpersonal, dalam kelompok kecil atau lintas budaya, orang menyesuaikan komunikasi mereka dengan orang lain. Adaptasi ini merupakan inti dari teori *accommodation communication* yang dikembangkan oleh Howard Giles. Sebelumnya dikenal sebagai teori

*speech accommodation*, tetapi kemudian dikonseptualisasikan secara lebih luas untuk mencakup perilaku non-verbal.

Teori *accommodation communication* ini berpijak pada premis bahwa ketika pembicara berinteraksi, mereka menyesuaikan pembicaraan, pola vokal, dan atau tindak-tanduk mereka untuk mengakomodasikan kepada orang lain. Giles dan koleganya yakin bahwa pembicara memiliki berbagai alasan untuk mengakomodasikan orang lain. Beberapa orang berharap untuk memancing persetujuan dari pendengarnya, yang lain ingin mencapai efisiensi komunikasi dan yang lainnya lagi ingin mempertahankan identitas sosial yang positif (Giles, Mulac, Bradac, & Johnson, 1987; West & Turner, 2010: 467). Teori ini berawal pada tahun 1973, ketika Giles pertama kali memperkenalkan pemikiran mengenai model “mobilitas aksen” yang didasarkan pada berbagai aksen yang dapat didengar dalam situasi wawancara. Untuk mendapatkan pengertian mengenai karakteristik utama dari teori *accommodation communication*, pertama-tama akan dijelaskan apa yang dimaksud dengan kata akomodasi. *Accommodation* didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain. Akomodasi biasanya dilakukan secara tidak sadar. Kita cenderung memiliki naskah kognitif internal yang kita gunakan ketika kita berbicara dengan orang lain.

Teori ini diadopsi dari penelitian di bidang psikologi sosial. Henry Tajfel dan koleganya (West & Turner, 2010: 468) mengemukakan teori identitas sosial yang berpendapat bahwa identitas sosial seseorang ditentukan oleh kelompok di mana ia tergabung. Para peneliti dan teoretikus dalam teori ini mengemukakan bahwa orang termotivasi untuk bergabung dengan kelompok yang paling menarik dan paling memberikan keuntungan bagi kelompok di mana ia bergabung. *In-group* merupakan kelompok di mana seseorang merasa bahwa itu adalah tempatnya, sedangkan *out-group* merupakan kelompok di mana seseorang merasa bahwa itu bukan tempatnya. Tajfel dan Turner mengamati bahwa orang akan berjuang untuk mendapatkan atau mempertahankan identitas sosial yang positif dan ketika identitas sosial dipandang tidak memuaskan maka mereka akan bergabung di

kelompok yang dirasa lebih nyaman atau menyenangkan. Giles kemudian terpengaruh dengan pandangan Tajfel dan Turner dan merasa bahwa sebenarnya bukan hanya orang tertentu saja yang kita akomodasi, melainkan juga pada mereka yang kita anggap anggota dari kelompok lain. Gaya berbicara seseorang (aksen, nada kecepatan, dan pola interupsi) akan memengaruhi kesan yang dimiliki orang lain terhadap seseorang. Jika seorang individu dianggap positif, maka lawan bicaranya akan menyesuaikan gaya bicaranya dengan seseorang tersebut. Kita akan cenderung mengakomodasi cara berbicara kita menjadi apa yang kita anggap baik di mata orang lain (West & Turner, 2010: 468).

## 15.2. Asumsi-asumsi Teori *Communication Accomodation*

Giles dan pendukung teori *accommodation communication* akan tertarik dengan akomodasi yang terjadi antara Luke Tomsha dan Roberto Hernandez (West & Turner, 2010: 468). Dengan mengingat bahwa akomodasi ini dipengaruhi oleh beberapa keadaan personal, situasional, dan budaya. West & Turner (2010: 469) mengidentifikasi beberapa asumsi berikut ini:

1. Persamaan dan perbedaan berbicara dan perilaku terdapat di dalam semua percakapan.

Asumsi pertama ini mengatakan bahwa banyak prinsip dari teori *accommodation communication* ini berpijak pada keyakinan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan di antara para komunikator dalam sebuah percakapan. Pengalaman-pengalaman dan latar belakang yang bervariasi ini akan menentukan sejauhmana orang akan mengakomodasikan orang lain. Semakin mirip sikap dan keyakinan kita dengan orang lain, maka kita akan tertarik kepada dan mengakomodasi orang lain tersebut.

2. Cara di mana kita mempersepsikan tuturan dan perilaku orang lain akan menentukan bagaimana kita mengevaluasi sebuah percakapan.

Asumsi kedua ini terletak baik pada persepsi maupun evaluasi. Teori *accommodation communication* adalah teori yang

mengutamakan bagaimana orang mempersepsikan dan mengevaluasi apa yang terjadi di dalam sebuah percakapan. *Perception* adalah proses memerhatikan dan menginterpretasikan pesan, *evaluation* merupakan proses menilai percakapan. Orang pertama-tama mempersepsikan apa yang terjadi di dalam percakapan (misalnya, kemampuan berbicara orang satunya) sebelum mereka memutuskan bagaimana mereka akan berperilaku dalam percakapan. Motivasi merupakan bagian kunci dari proses persepsi dan evaluasi dalam teori *communication accommodation* ini, artinya kita mungkin akan mempersepsikan tuturan dan perilaku seseorang, tetapi kita tidak selalu mengevaluasinya.

3. Bahasa dan perilaku memberikan informasi mengenai status sosial dan keanggotaan kelompok.

Asumsi ketiga dari teori *accommodation communication* ini berkaitan dengan dampak yang dimiliki bahasa terhadap orang lain. Secara khusus, bahasa memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan status dan keanggotaan kelompok di antara para komunikator dalam sebuah percakapan. Bahasa yang digunakan dalam sebuah percakapan, akan merefleksikan individu dengan status sosial yang lebih tinggi. Selain itu, keanggotaan kelompok menjadi hal yang penting karena sebagaimana dapat ditarik dari kutipan ini terdapat keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok yang “dominan”.

4. Akomodasi bervariasi dalam hal tingkat kesesuaian dan norma mengarahkan proses akomodasi.

Asumsi keempat berfokus pada norma dan isu mengenai kepatutan sosial. Kita telah melihat bahwa akomodasi dapat bervariasi dalam hal kepatutan sosial. Tentu saja, terdapat saat-saat ketika mengakomodasi tidaklah pantas. Misalnya, Melanie Booth-Butterfield dan Felicia Jordan (1989; West & Turner, 2010: 471) menemukan bahwa orang dari budaya yang termarginalisasikan biasanya mengharapkan untuk mengadaptasi (mengakomodasi) orang lain. Norma telah terbukti memainkan peran dalam teori Giles (Gallos & Callan, 1991; West & Turner, 2010: 471). *Norm* adalah harapan mengenai perilaku yang dirasa seseorang harus atau tidak harus terjadi di dalam percakapan.

Hubungan antara norma dan akomodasi diperjelas oleh Cynthia dan Victor Callan (1991: 253; West & Turner, 2010: 471), bahwa norma-norma memberikan batasan dalam tingkatan yang bervariasi. Terhadap perilaku akomodatif yang dipandang sebagai hal yang diinginkan dalam sebuah interaksi. Karenanya, norma yang umum bahwa orang yang lebih muda harus menurut pada orang yang lebih tua.

Persamaan dan perbedaan berbicara dan berperilaku terdapat di dalam semua percakapan. Pengalaman sebelumnya dan latar belakang akan memengaruhi bagaimana orang tersebut berakomodasi dengan orang lain. Semakin mirip sikap dan keyakinan kita dengan orang lain, maka kita akan tertarik kepada dan mengakomodasi orang lain tersebut. Cara kita mempersepsikan tuturan dan perilaku orang lain akan menentukan cara kita mengevaluasi percakapan. Teori ini mementingkan bagaimana orang mempersepsikan dan mengevaluasi apa yang terjadi di dalam sebuah percakapan. Persepsi adalah proses memperhatikan dan menginterpretasi pesan. Evaluasi adalah proses menilai percakapan. Orang akan mempersepsikan dahulu, baru dapat menilai perilaku lawan bicaranya dalam percakapan. Motivasi juga penting dalam asumsi kedua ini. Kita mungkin akan selalu mempersepsikan orang lain dalam percakapan kita, namun belum tentu kita melakukan pengevaluasian. Bahasa dan perilaku memberikan informasi mengenai status sosial dan keanggotaan kelompok. Ini terkait dengan dampak bahasa terhadap orang lain. Bahasa berkemampuan untuk mengkomunikasikan status dan keanggotaan kelompok di antara para komunikator dalam suatu percakapan. Bahasa yang digunakan di dalam percakapan akan cenderung merefleksikan individu dengan status sosial yang lebih tinggi. Selain itu, keanggotaan kelompok akan menjadi hal yang penting karena kita memiliki keinginan untuk berada di dalam kelompok yang dominan. Akomodasi bervariasi dalam hal tingkat kesesuaian dan norma mengarahkan proses akomodasi. Ini fokus pada norma dan isu mengenai kepantasan sosial. Akomodasi bervariasi dalam kepantasan sosial tersebut. Ada saat di mana akomodasi justru menjadi tidak pantas. Orang dari budaya yang termarginalisasi biasanya akan berakomodasi terhadap orang lain.

Norma adalah harapan mengenai perilaku yang dirasa seseorang harus atau tidak harus terjadi di dalam percakapan (West & Turner, 2010: 470).

## **15.2. Strategi *Communication Accomodation***

Giles membedakan antara konvergensi dan divergensi yang merupakan dua bentuk strategi komunikasi yang berbeda yang digunakan dalam berinteraksi dengan banyak orang yang berbeda (Griffin, 2012: 395). Teori akomodasi komunikasi menyatakan bahwa dalam percakapan orang memiliki pilihan, untuk menciptakan komunitas percakapan yang melibatkan penggunaan bahasa atau sistem nonverbal yang sama, mereka akan membedakan dirinya dengan orang lain atau berusaha keras untuk beradaptasi. Pilihan-pilihan ini dilabeli dengan konvergensi, divergensi, dan overakomodasi (West & Turner, 2010: 472).

### **1. Konvergensi**

- Suatu strategi yang digunakan dalam mengadaptasikan perilaku komunikasi kita agar menyerupai orang lain.
- Suatu bentuk adaptasi audiens untuk mengurangi perbedaan non-verbal.
- Manajemen diskursi, cara lain untuk beradaptasi, pemilihan yang selektif terhadap topik yang akan didiskusikan. Contoh: beradaptasi terhadap kecepatan jeda, senyuman, tatapan mata, perilaku non-verbal dan verbal lainnya (Griffin, 2012: 395).
- Ini merupakan proses yang selektif, kita tidak selalu melakukan konvergensi dengan orang lain. Konvergensi ini bergantung pada persepsi mereka akan tuturan dan perilaku orang lain. Konvergensi juga dipengaruhi oleh ketertarikan, jika saling tertarik maka komunikator akan melakukan konvergensi. Keyakinan yang sama, kepribadian yang sama, dan berperilaku dengan cara yang sama juga akan mendorong konvergensi. Stereotipe sering kali dilakukan ketika hendak melakukan konvergensi (West & Turner, 2010: 473).



## 2. Divergensi

- Suatu strategi komunikasi yang mengaksentuasikan perbedaan yang ada dalam diri kita dengan orang lain.
- Divergensi merupakan suatu kontra akomodasi, cara langsung yang digunakan untuk memaksimalkan perbedaan di antara pembicara atau tidak terdapat usaha untuk menunjukkan persamaan antara para pembicara.
- Pembicara juga akan mempertahankan gaya aslinya dalam berbicara bergantung pada orang lain (Griffin, 2010: 395).
- Divergensi tidak boleh disalah-artikan sebagai suatu cara untuk tidak sepekat atau tidak merespon komunikator lain. Divergensi tidak sama dengan ketidak-pedulian. Ketika orang melakukan divergensi berarti mereka memutuskan untuk berdisosiasi dengan lawan bicaranya. Divergensi merupakan suatu cara untuk mempertahankan identitas sosialnya. Banyak orang dari budaya berbeda dengan sengaja melakukannya sebagai taktik atau sekedar untuk menunjukkan keunikannya. Alasan kedua melakukan divergensi juga berkaitan dengan *power* dan perbedaan peranan dalam percakapan. Misalnya, untuk menunjukkan status yang lebih tinggi. Alasan terakhir melakukan divergensi adalah untuk menunjukkan bahwa lawan bicara tersebut berasal dari kelompok yang tidak diinginkan, dianggap memiliki sikap yang tidak menyenangkan, atau menunjukkan penampilan yang jelek. Dalam hal ini divergensi dilakukan untuk membedakan atau mengontraskan citra diri dalam percakapan tersebut.

## 3. *Overaccomodation*

West & Turner (2010: 471) menambahkan konsep yang diyakini sebagai suatu usaha melakukan akomodasi yang berlebihan dalam mengatur dan memodifikasi atau merespon orang lain. Label ini diberikan oleh pendengar kepada pembicara yang terlalu berlebihan. Pendengar menganggapnya menjadi sesuatu yang tidak menyenangkan dan tidak menghargai dirinya.

- *Sensory overaccomodation* terjadi ketika seorang pembicara beradaptasi secara berlebihan pada lawan bicaranya yang

dianggap terbatas dalam hal tertentu. Keterbatasan ini mengarah pada keterbatasan fisik atau linguistik. Misalnya, ia peka terhadap ketidak-mampuan berbahasa yang dimiliki oleh orang lain. Ini biasa terjadi pada kaum lansia dengan orang lain.

- *Dependency overaccomodation* terjadi ketika seorang pembicara secara sadar atau tidak menempatkan pendengar dalam status yang lebih rendah, pendengar dibuat tampak tergantung dengan pembicara tersebut.
- *Intergroup accomodation* terjadi ketika pembicara menempatkan pendengar ke dalam kelompok tertentu dan gagal untuk memperlakukan tiap orang sebagai individu yang unik. Intinya adalah stereotipe. Meskipun identitas ras dan etnis itu penting, tetapi identitas individu juga penting.
- *Overaccomodation* dapat berdampak parah karena cenderung mempersepsikan diri tidak setara dengan lawan bicara. Dampaknya adalah kehilangan motivasi untuk mempelajari bahasa lebih jauh, menghindari percakapan, dan sikap negatif terhadap pembicara serta masyarakatnya.

Sepanjang pengembangan teori ini, Giles secara konsisten membandingkan dua bentuk strategi komunikasi yang beragam di mana orang menggunakan kedua startegi ini ketika mereka berinterkasi secara *convergence* dan *divergence*. Ia melihat bahwa kedua jenis perilaku ini sebagai akomodasi karena melibatkan gerakan yang bergerak secara konstan atau jauh dari orang lain dan melalui perubahan perilaku yang komunikatif. *Convergence* merupakan startegi di mana kita menyesuaikan perilaku komunikasi yang sedemikian rupa untuk menjadi lebih mirip dengan orang lain. Seperti kita lihat, salah satu cara untuk melakukan hal ini adalah menyesuaikan gaya berbicara kita dengan orang lain. Adaptasi yang kita lakukan ini yaitu mengurangi perbedaan non-verbal yang kita miliki, seperti menampilkan ekspresi wajah dan meningkatkan variasi vocal. Cara tambahan untuk menjembatani kesenjangan generasi ini dapat dilakukan dengan cara *discourse management* yaitu pemilihan topik untuk didiskusikan. Giles dan Angie Williams dari Universitas Cardiff, Wales menemukan bahwa

orang muda sangat menghargai orang tua ketika ia menceritakan sesuatu (Griffin, 2012: 396).

*Divergence* adalah strategi komunikasi yang menonjolkan perbedaan antara kita dengan orang lain. Dalam pertemuan antar etnis ini, kita mungkin menggunakan bahasa atau dialek yang orang lain tidak memahami dan merasa tidak nyaman berbicara dengan kita, tetapi dengan adanya perbedaan ini orang lain akan memaksimalkan untuk dapat melakukan komunikasi dengan kita. Selama pertemuan antar generasi, peneliti telah menemukan bahwa CAT ini merupakan norma dan pengecualian konvergensi, terutama ketika keduanya bukan anggota dari keluarga yang sama. Orang muda biasanya memandang orang tua itu berpikiran tertutup, suka marah, dan memiliki stereotipe yang negatif. Sedangkan orang tua sering meningkatkan jarak sosial melalui proses *self-handicapping* yaitu strategi yang digunakan orang tua untuk tidak berkerja dengan baik. Sebagai contoh, professor komunikasi Jake Harword Universitas Arizona dan rekannya menemukan bahwa banyak dari bicara orang tua terus-menerus mengingatkan anak muda mengenai masa tuanya (Griffin, 2012: 397). Biasanya mereka membicarakan tentang umur, tentang kesehatan, kecenderungan orang tua menggurui anak muda, *patronizing*, *painful self-disclosure*, *difficulty hearing*, dan *mental confusion*.

Giles dan rekan-rekannya menjelaskan dua bentuk lain dari penyimpangan yang sedikit halus yaitu *maintenance* adalah sebuah strategi yang bertahan dalam gaya komunikasi yang kita miliki dan terlepas dari perilaku komunikasi yang lain (Griffin, 2012: 398). Meskipun teori *speech accommodation* mendefinisikan *maintenance* ini sebagai strategi yang berbeda dari konvergensi atau divergensi, tetapi kedua hal ini tetap memiliki efek yang sama. Bentuk lain dari divergensi ini adalah *overaccomodation* yaitu cara bicara yang merendahkan dan menggurui di mana maksudnya baik tetapi memiliki efek yang dapat membuat si penerima merasa lebih buruk karena adanya kejelasan vokal atau amplifikasi yang berlebihan, penyederhanaan pesan dan terjadinya pengulangan pesan.

Teori CAT ini menganggap bahwa *desire for social approval* merupakan motivasi utama untuk melakukan konvergensi. Sebagai salah satu teorema dari teori *uncertainty reduction* menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kesamaan dan daya tarik. Jika kita mengidentifikasi orang lain dengan menyesuaikan apa yang ingin kita katakan maka kita melakukan sebuah cara agar dapat mirip dengan lawan bicara kita. Dalam hal ini di antara orang yang melakukan komunikasi bertindak sebagai individu yang unik yang membentuk identitas pribadi dan hubungan maka mewakili dua langkah konvergensi serta hubungan sebab-akibat juga memiliki hubungan di dalamnya, yaitu:

*Desire for approval (personal identity) → Convergence → Positive response*

(sumber: Griffin, 2012: 398)

Terdapat dua masalah, pertama motivasi ini tidak dapat menjelaskan mengapa kita sering berkomunikasi dengan cara yang berbeda, dan kedua yaitu hubungan sebab-akibat tidak dapat memperhitungkan fakta-fakta bahwa kita sering bertindak dalam merepresentasikan sebuah kelompok. Maka Giles dan teori CAT memanfaatkan teori *social identity* yang dipelopori oleh Henri Tajfel (Universitas Bristol, Inggris) dan John Turner (Universitas Nasional Australia) untuk memecahkan kedua masalah ini. Teori *accommodation communication theory* menyatakan bahwa dalam percakapan orang memiliki pilihan. Mereka mungkin menciptakan komunitas percakapan yang melibatkan penggunaan bahasa atau sistem nonverbal yang sama, mereka mungkin akan membedakan diri mereka dari orang lain atau mereka akan berusaha terlalu keras untuk beradaptasi.

*Convergence: Merging Thought Ahead.* Proses pertama yang dihubungkan dengan teori *communication accommodation* ini disebut sebagai *convergence*. Giles, Nikolas Coupland dan Justine Coupland (1991: 7; West & Turner, 2010: 472) mendefinisikan *convergence* sebagai strategi di mana individu beradaptasi terhadap perilaku komunikatif satu sama lain. Orang akan beradaptasi terhadap kecepatan bicara, jeda, senyuman, tatapan mata, dan perilaku verbal dan nonverbal lainnya. Konvergensi ini merupakan proses yang selektif; kita tidak selalu

memilih untuk menggunakan strategi konvergen dengan orang lain. Ketika orang melakukan konvergensi, mereka bergantung pada persepsi mereka mengenai tuturan atau perilaku orang lainnya. Selain persepsi mengenai komunikasi orang lain, konvergensi juga didasarkan pada ketertarikan (Giles, et al, 1987; West & Turner, 2010: 473). Biasanya, ketika para komunikator saling tertarik, maka mereka akan melakukan konvergensi dalam percakapannya. Ketertarikan ini merupakan istilah yang luas dan mencakup beberapa karakteristik lainnya seperti kesukaan, karisma, dan kredibilitas.

Giles dan Smith (1979; West & Turner, 2010: 472) percaya bahwa beberapa faktor memengaruhi ketertarikan kita terhadap orang lain, misalnya kemungkinan akan interaksi berikutnya dengan pendengar, kemampuan pembicara untuk berkomunikasi, dan perbedaan status antara kedua komunikator. Memiliki keyakinan yang sama, kepribadian yang sama, atau berperilaku dalam cara yang sama menyebabkan orang tertarik satu sama lain dan sangat mungkin untuk mendorong terjadinya konvergensi. Terdapat beberapa implikasi yang nyata dari konvergensi yang bersifat stereotip, dengan mempelajari pengalaman budaya dari warga Afro-Amerika, Mark Orbe (1998; West & Turner, 2010: 474) menemukan bahwa kaum Afro-Amerika sering kali diidentifikasi dengan cara-cara yang berdasarkan pada stereotip. Ia menunjukkan bahwa terdapat *indirect stereotyping* yaitu stereotip ketika warga kulit putih Amerika berbicara dengan teman-teman Afro-Amerika mengenai apa yang mereka yakini sebagai “topik” Afro-Amerika (olahraga, musik, dan seterusnya). Beberapa orang Afro-Amerika menyebutkan bahwa jika mereka berbicara dalam dialek yang tidak standar, maka mereka secara khusus rentan terhadap reaksi stereotip. Dalam hal ini kita juga perlu mempertimbangkan bahwa evaluasi konvergensi biasanya tergantung pada apakah konvergensi tersebut telah diperkirakan baik-baik. Jika konvergensi dipersepsikan baik, maka hal ini dapat memperbaiki dialog; ketika dipersepsikan jelek, maka hal ini dapat menghancurkan proses komunikasi. Jika seseorang komunikator berbicara atau bertindak dalam suatu gaya yang mirip dengan pendengarnya, maka konvergensi akan dianggap sebagai sesuatu yang positif. Tetapi jika konvergensi dilakukan untuk

mempermalukan, menggoda, atau merendahkan maka hal ini akan sangat mungkin dipandang negatif.

Giles (1980; West & Turner, 2010: 475) percaya bahwa pembicara terkadang menonjolkan perbedaan verbal dan non-verbal di antara diri mereka sendiri dan orang lain. Ia menyebut hal ini sebagai *divergence* yaitu sebuah strategi yang digunakan pembicara untuk menunjukkan bagaimana dua pembicara ini mirip dalam hal kecepatan bicara, tindak-tanduk atau postur, divergensi ini adalah ketika tidak terdapat usaha untuk menunjukkan persamaan antara para pembicara. Dengan kata lain, dua orang berbicara dengan satu sama lain tanpa adanya kekhawatiran mengenai mengakomodasi satu sama lain. Divergensi ini belum menerima banyak perhatian dalam penelitian seperti konvergensi, untuk itu terdapat pengetahuan yang terbatas mengenai fungsi teori *communication accommodation* dalam hal *divergence* ini. Pertama, divergensi tidak boleh disalah-artikan sebagai suatu cara untuk tidak sepekat atau tidak memberikan respon pada komunikator yang lain. Divergensi ini tidak sama dengan ketidak-pedulian. Ketika orang melakukan divergensi, mereka memutuskan untuk mendisosiasikan diri mereka dari komunikator dan percakapan tersebut. Divergensi ini merupakan satu cara yang digunakan para anggota komunitas budaya yang berbeda untuk mempertahankan identitas sosial.

Giles dan koleganya (1987: 28; West & Turner, 2010: 476) mengamati bahwa ada peristiwa di mana orang yaitu kelompok ras dan etnis “secara sengaja menggunakan gaya bicara sebagai taktik simbolis untuk mempertahankan identitas, kebanggaan budaya, dan keunikan mereka”. Alasan kedua mengapa orang melakukan divergensi berkaitan dengan kekuasaan dan perbedaan peranan dalam percakapan. Divergensi ini sering kali terjadi dalam percakapan ketika terdapat perbedaan kekuasaan di antara para komunikator dan ketika terdapat perbedaan peranan yang jelas dalam percakapan seperti dokter-pasien, orangtua-anak, dan lain -lain (Street & Giles, 1982; West & Turner, 2010: 476). Street (1991: 135; West & Turner, 2010: 476) menyatakan bahwa “para interaktan yang memiliki status lebih tinggi mungkin akan berbicara dalam jangka waktu yang lebih lama, memulai hampir semua

topik pembicaraan, berbicara lebih perlahan dan mempertahankan postur tubuh yang lebih santai dibandingkan yang kurang berkuasa. Dan yang terakhir yaitu, walaupun tidak sering alasan yang telah dibahas sebelumnya, divergensi cenderung terjadi karena lawan bicara dalam percakapan dipandang sebagai “anggota dari kelompok yang tidak diinginkan, dianggap memiliki sikap-sikap yang tidak menyenangkan, atau menunjukkan penampilan yang jelek” (Street & Giles, 1982: 195; West & Turner, 2010: 477). Giles dan koleganya (1987; West & Turner, 2010: 477) menyatakan bahwa divergensi digunakan untuk mengontraskan citra diri dalam suatu percakapan. Giles dan koleganya (1987: 32; West & Turner, 2010: 477) menyimpulkan bahwa divergensi ini memiliki tujuan untuk membawa perilaku orang lainnya (serta penampilannya) “pada level yang dapat diterima” dan bahwa divergensi ini merupakan suatu tipe pembukaan diri yang menggambarkan jenis bicara dan perilaku tertentu yang tidak dimiliki bersama oleh keduanya.

Jane Zuengler (1991: 239; West & Turner, 2010: 477) mengamati bahwa *overaccomodation* adalah “label yang diberikan kepada pembicara yang dianggap pendengar terlalu berlebihan”. Istilah ini diberikan kepada orang yang walaupun bertindak berdasarkan niat yang baik, malah akan dianggap merendahkan. Dalam hal ini juga dinyatakan bahwa akomodasi yang berlebihan itu dapat menimbulkan miskomunikasi. *Overaccomodation* dapat terjadi dalam tiga bentuk yaitu *sensory overaccomodation* terjadi ketika seorang pembicara beradaptasi secara berlebihan pada lawan bicaranya yang dianggap terbatas dalam hal tertentu. Batasan dalam hal ini merujuk pada keterbatasan linguistik atau fisik, yaitu pembicara mungkin yakin bahwa ia peka terhadap ketidak-mampuan berbahasa seseorang atau terhadap kekurangan fisik seseorang tetapi terlalu berlebihan dalam melakukan akomodasi.

Nikolas Coupland dan koleganya (1988; West & Turner, 2010: 477) percaya bahwa akomodasi berlebihan sensoris sering kali terjadi dalam percakapan antara kaum lansia dan orang lain. Kedua yaitu, *dependency overaccomodation* terjadi ketika seorang pembicara secara sadar atau tidak sadar menempatkan pendengar dalam peranan status yang lebih rendah dan pendengar dibuat tampak tergantung pada

pembicara. Dalam *overaccomodation* ini ketergantungan pendengar percaya bahwa pembicara mengendalikan percakapan untuk menunjukkan status yang lebih tinggi. Dan yang terakhir yaitu *intergroup overaccomodation* terjadi ketika pembicara yang menempatkan pendengar ke dalam kelompok tertentu, dan gagal untuk mempermalukan tiap orang sebagai individu. Inti *overaccomodation* adalah stereotip dan dapat muncul dampak yang sangat parah. Walaupun mempertahankan identitas ras dan etnis merupakan hal yang penting, identitas individual juga sama pentingnya. *Overaccomodation* ini biasanya menyebabkan pendengar untuk mempersepsikan diri mereka tidak setara. Terdapat dampak yang serius dari akomodasi berlebihan, termasuk kehilangan motivasi untuk mempelajari bahasa yang lebih jauh, menghindari percakapan dan membentuk sikap negatif terhadap pembicara dan juga masyarakat (Zuengler, 1991; West & Turner, 2010: 477). Jika salah satu tujuan komunikasi adalah mencapai makna yang dimaksudkan, maka *overaccomodation* ini merupakan penghalang utama bagi tujuan tersebut.

Teoretikus CAT selalu memperlakukan *desire for social approval* sebagai motivasi utama bagi konvergensi. Kita bertemu seseorang yang berbeda dari kita, dan kita menginginkan mereka untuk berpikir baik mengenai kita, menghormati kita, atau menganggap kita menarik. Seperti teorema dari teori *uncertainty reduction*, terdapat hubungan positif antara *similarity* dan *attraction*. Jadi, kita mengidentifikasi orang lain dengan menyesuaikan apa yang kita butuhkan dan bagaimana kita mengatakannya agar kita terlihat lebih sama dengan orang lain. Selama kita bertindak sebagai individu yang unik yang membentuk identitas pribadi dan hubungan sendiri, merepresentasikan konvergensi sebagai dua tahap, hubungan *cause-effect* dapat dibenarkan.

Teori *communication accomodation* menyatakan bahwa dalam percakapan, orang-orang memiliki pilihan. Mereka mungkin menciptakan suatu komunitas percakapan yang memerlukan penggunaan bahasa yang sama atau sistem non-verbal, mereka mungkin akan membedakan dirinya dari orang lain, atau mereka mencoba dengan keras untuk beradaptasi. Pilihan ini dilabelkan dengan *convergence*, *divergence*, dan *overaccomodation*.



Proses pertama yang berhubungan dengan CAT adalah istilah *convergence*. Giles, Nikolas Coupland, dan Justin Coupland (1991; Griffin, 2012: 396) mendefinisikan *convergence* sebagai suatu strategi di mana individu beradaptasi terhadap perilaku komunikatif satu sama lain. Orang-orang mungkin akan beradaptasi terhadap kecepatan berbicara, jeda, senyuman, tatapan mata, dan perilaku verbal dan non-verbal lainnya. Konvergensi merupakan proses selektif; kita tidak selalu memilih untuk memainkan strategi konvergensi dengan orang lain. Ketika orang melakukan konvergensi, mereka bergantung kepada persepsi mereka mengenai pembicaraan atau perilaku orang lain.

Pada tambahannya terhadap persepsi komunikasi orang lain, konvergensi juga didasarkan pada *attraction* (Giles, 2008; West & Turner, 2010: 472). Biasanya, ketika komunikator tertarik kepada lawan bicaranya, maka mereka akan melakukan konvergensi dalam pembicaraannya. *Attraction* merupakan istilah luas yang meliputi karakteristik orang lain, seperti kegemaran, karisma, dan kredibilitas. Giles and Smith (1979; West & Turner, 2010: 472) percaya bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi ketertarikan kita terhadap orang lain, contohnya kemungkinan interaksi di masa depan dengan pendengar, kemampuan pembicara untuk berkomunikasi, dan perbedaan status antara komunikator. Memiliki kepercayaan yang sama, memiliki pribadi yang sama, atau berperilaku dengan cara yang sama menyebabkan orang-orang saling tertarik satu sama lain cenderung melakukan konvergensi.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, konvergensi mungkin dapat berdasarkan persepsi stereotip. Seperti yang disimpulkan Giles dan rekannya (1987; West & Turner, 2010: 473), yang berarti bahwa orang-orang akan melakukan konvergensi stereotip dibandingkan pada pembicaraan dan perilaku nyata. Dengan mengamati pengalaman budaya orang Afrika-Amerika, Mark Obe (1998; West & Turner, 2010: 474) mencatat bahwa African-American diidentifikasi dengan cara stereotip. Dia menekankan bahwa *indirect stereotyping* yang ada; yaitu melakukan stereotip ketika orang Eropa-Amerika berbicara kepada teman Afrika-Amerikanya mengenai apa yang mereka percayai sebagai subjek African-American seperti olahraga, musik, dan sebagainya.

*Indirect stereotyping* yaitu kesan ketinggalan jaman dan asumsi kaku mengenai sebuah kelompok budaya tertentu (West & Turner, 2010: 474).

*Accommodation* merupakan proses pilihan di mana kedua komunikasi memutuskan untuk melakukan *accomodate*, apakah iya atau tidak. Pembicara terkadang menonjolkan perbedaan verbal dan non-verbal di antara keduanya dan orang lain. Dia memberinya istilah *divergence* atau *non-accomodation*. *Divergence* yaitu strategi yang digunakan untuk menonjolkan perbedaan verbal dan non-verbal antara komunikator. Daripada menunjukkan bagaimana kedua pembicara memiliki kesamaan dalam kecepatan berbicara, gestur, atau postur. Divergensi adalah situasi di mana tidak ada usaha untuk menunjukkan kesamaan di antara komunikator. Tidak ada usaha yang digunakan untuk mengurangi perbedaan sosial atau untuk membuat komunikasi lebih lancar. Divergensi ini tidak mendapatkan perhatian besar dari peneliti seperti konvergensi, dan pengetahuan kita mengenai prosesnya terbatas terhadap sedikit pernyataan mengenai fungsinya dalam teori *communication accomodation*.

Pertama, divergensi seharusnya tidak disalah-artikan sebagai usaha untuk tidak setuju atau tidak merespon terhadap komunikator. Divergensi itu tidak seperti *inattentiveness*. Ketika orang-orang melakukan *divergence*, mereka memilih untuk mengeluarkan dirinya dari komunikator dan pembicaraan. Tidak semua divergensi itu dipandang negatif. Divergensi merupakan jalan bagi anggota komunitas budaya beragam untuk memelihara identitas sosial. Giles dan rekannya (1987; West & Turner, 2010: 476) mengamati bahwa terdapat upacara, seperti kelompok ras dan etnis dengan bebas menggunakan bahasa atau gaya bicaranya sebagai taktik simbolik untuk memelihara identitasnya, kebanggaan budaya, dan kekhasannya. Alasan kedua mengapa orang-orang melakukan divergensi menyinggung kepada kekuasaan dan perbedaan peran dalam percakapan. Divergensi sering terjadi dalam percakapan ketika terdapat perbedaan kekuasaan antara komunikator dan ketika ada perbedaan peran yang nyata dalam percakapan, seperti dokter-pasien, atau orang tua-anak.

Jane Zuengler (1991; West & Turner, 2010: 477) mengamati bahwa *overaccomodation* merupakan istilah yang berhubungan dengan usaha untuk melakukan sesuatu yang berlebihan dalam hal mengatur, memodifikasi, atau merespon terhadap orang lain. *Overaccomodation* memiliki pengaruh membuat target merasa buruk. *Sensory accomodation* terjadi ketika seorang pembicara secara berlebihan beradaptasi terhadap orang lain yang dirasa terbatas dalam beberapa hal, seperti keterbatasan kemampuan (fisik, linguistik, dan lain-lain). Keterbatasan dalam hal ini merujuk kepada keterbatasan fisik atau linguistik. Tipe kedua dari *overaccomodation* adalah *dependency overaccomodation*, yang terjadi ketika pembicara menempatkan pendengar dalam peran *lower-status* (status yang lebih rendah), dan pendengar dibuat bergantung kepada pembicara. Dalam *dependency accomodation*, pendengar juga percaya bahwa pembicara mengatur percakapan untuk menunjukkan status yang lebih tinggi. Tipe ketiga dari *overaccomodation* disebut *intergroup accomodation*. Hal ini terjadi ketika pembicara menempatkan pendengar dalam kelompok budaya tanpa mengakui keunikan individu. Pada inti dari *overaccomodation* ini adalah melakukan stereotip, dan terdapat pencapaian konsekuensi yang jauh. Walaupun memelihara identitas ras dan etnis bersifat kritis, identitas individu sama pentingnya. *Overaccomodation* biasanya menghasilkan pendengar yang merasa bahwa mereka berada di bawah rata-rata. Terdapat implikasi serius terhadap akomodasi, termasuk kehilangan motivasi untuk kemahiran berbicara, menghindari percakapan, dan membentuk perilaku negatif terhadap pembicara dan masyarakat.

#### **15.4. Teori *Social Identity***

Banyak dari penelitian dan teori dalam bidang ilmu psikolog sosial berkaitan secara langsung pada bagaimana orang mencari makna dalam perilaku orang lain dan bagaimana makna ini memengaruhi interaksi selanjutnya dengan orang lain. Stephen Worchel (1998: 53; West & Turner, 2010: 468) merangkum bidang ini dengan cara demikian: "Biasanya, psikolog sosial mencari akibat (dari perilaku) dan sebab dari akibat ini. Salah satu konsep utama yang didiskusikan di dalam

penelitian psikolog sosial adalah identitas". Menyadari pentingnya diri dan hubungannya dengan identitas kelompok, Henri Tajfel (1982; West & Turner, 2010: 468) menyatakan bahwa *social identity theory* merupakan identitas sosial seseorang ditentukan oleh kelompok di mana ia tergabung. Para peneliti dan teoretikus dalam identitas sosial mengemukakan bahwa orang "termotivasi untuk bergabung dengan kelompok yang paling menarik dan atau memberikan keuntungan bagi kelompok di mana ia tergabung (kelompok dalam)," (Worchel, Rothberger, Day, Hart, & Butemeyer, 1998: 390; West & Turner, 2010: 468).

Ketika kelompok dalam telah ditentukan, seseorang akan memutuskan hingga pada batasan mana kelompok ini penting bagi identitasnya. Identitas sosial, karenanya terutama didasarkan pada perbandingan yang dibuat orang antara *in-groups* yaitu kelompok di mana orang merasa bahwa itu adalah tempatnya, dan *out-groups* yaitu kelompok di mana orang merasa bahwa itu bukan tempatnya. Tajfel dan Turner (1986; West & Turner, 2010: 468) mengamati bahwa orang berjuang untuk mendapatkan atau mempertahankan identitas sosial yang positif, dan ketika identitas sosialnya dipandang tidak memuaskan, mereka akan bergabung dengan kelompok di mana mereka merasa lebih nyaman atau membuat kelompok di mana mereka sedang tergabung sebagai tempat yang lebih menyenangkan. Tajfel dan Turner melihat bahwa komunikasi ada pada sebuah kontinum mulai dari "lintas individu" hingga "lintas kelompok". Dengan adanya teoretis ini, kita sekarang akan mengalihkan perhatian kita pada asumsi-asumsi yang menuntun perkembangan dari teori *communication accommodation*.

Tajfel dan Turner menyarankan bahwa kita sering berkomunikasi bukan sebagai aktor individu, tetapi mewakili kelompok-kelompok yang membantu menentukan siapa diri kita sebenarnya (West & Turner, 2010: 468). *Social identity* ini didasarkan pada perilaku antarkelompok. Jake Harwood menyatakan bahwa "kita buka individu acak yang berkeliaran di planet dengan koneksi yang digunakan untuk berhubungan dengan orang lain dan koneksi ini kita gunakan untuk suatu hal yang tidak dapat dipahami orang lain dan hal ini dinyatakan sebagai fenomena individu," (West & Turner, 2010: 469).

Menurut Tajfel dan Turner, setiap kali terjadinya asosiasi di pikiran kita ketika kita berbicara dengan orang lain maka menimbulkan motivasi dari dalam diri kita untuk memperkuat dan mempertahankan hubungan kita dengan kelompok tersebut setelah kita membuat identitas sosial. Dan ketika kelompok ini menonjol pada awal interaksi dengan orang yang berbeda, maka CAT ini mengklaim bahwa komunikasi yang kita lakukan itu akan menyimpang jauh dari cara berbicara pasangan kita.

Tajfel dan Turner menggambarkan motivasi ini dengan *personal identity* pada salah satu ujung dari skala identitas dan *social identity* di kutub lainnya. Selama kedua belah pihak ini menganggap diri mereka dan lawan bicaranya tidak terbebani maka individu ini bertindak untuk diri mereka sendiri. Tajfel dan Turner mengatakan bahwa komunikasi mereka kemungkinan besar akan menjadi berbeda karena kebutuhan mereka untuk menekankan kekhasan yang dimilikinya. Jadi, ketika identitas kelompok adalah penting, dua langka, urutan dan sebab-akibat ini sangatlah penting, sehingga menjadikannya sebagai:

*Need for distinctiveness (social identity) → Divergence → Negative response*

(sumber: Griffin, 2012: 399)

Giles dan rekan-rekannya percaya bahwa urutan alternatif terjadi cukup sering. Mereka berpegang pada kemungkinan bahwa seseorang bisa meminta persetujuan dan kekhasan dalam percakapan yang sama ketika identitas pribadi dan sosial mereka berdua menonjol. Sebagai contoh, pertimbangkan sebuah persahabatan antar-ras di mana teman-teman tidak pernah melupakan etnis mereka. Atau memikirkan pernikahan yang penuh kasih di mana suami dan istri sangat menyadari peran gender mereka. Pandangan pertama kita di teori akomodasi komunikasi akan datang ke dalam fokus lebih mudah, bagaimanapun, jika kita tetap dengan Tajfel dan Turner baik atau konsepsi salah satu dari dua motivasi memegang kekuasaan dalam interaksi tertentu. Sejauh bahwa teori mereka akurat, bagaimana kita dapat memprediksi apakah kekhawatiran terhadap identitas pribadi atau identitas sosial akan menentang. Menurut Giles tidak ada aturan yang keras dan cepat. Tapi *initial orientation* seseorang adalah *predictor* yang agak handal.

*Initial orientation* adalah kecenderungan seseorang yang berfokus pada kedua identitas individu atau identitas kelompok (Griffin, 2012: 400). Terdapat lima faktor yang dapat meningkatkan kemungkinan bahwa komunikator akan melihat percakapan sebagai suatu pertemuan antar kelompok, dan faktor-faktor ini mengacu pada komunikasi antargenerasi (Griffin, 2012: 400-401).

1. *Collectivistic cultural context*

Seperti yang telah disebutkan dalam pengantar komunikasi interkultural, perbedaan antara budaya kolektif dan individualistik mungkin merupakan sebuah dimensi yang penting dari variabilitas budaya. *The we-centered* berfokus pada kolektivisme yang menekankan kesamaan dan saling peduli dalam budaya dan hal ini sangat jelas berorientasi pada identitas sosial. Komunikasi antara mereka terhadap anggota kelompok juga berbeda, sehingga *the I-centered* berfokus pada budaya individualis dan jelas berorientasi pada identitas individu.

2. *Distressing history of interaction*

Jika interaksi yang terjalin sebelumnya tidak nyaman, kompetitif dan bermusuhan, maka hal ini akan cenderung dianggap sebagai hasil untuk identitas sosial orang lain. Jika interaksi bersifat positif maka hasilnya dianggap berasal dari individu daripada kelompok.

3. *Stereotypes*

Semakin spesifik dan negatif citra yang dimiliki seseorang dalam sebuah kelompok, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk memikirkan yang lain dalam hal identitas sosial dan kemudian cara komunikasi mereka menjadi berbeda. Hal inilah merupakan faktor yang besar dalam komunikasi antargenerasi. Kaum muda cenderung memandang orang tua suka marah, mengomel dan lain-lain. Sebaliknya, orang tua juga memandang bahwa anak muda itu manja.

4. *Norms for treatment of groups*

*Norms* dapat didefinisikan sebagai ekspektasi tentang perilaku di mana anggota dari sebuah kelompok merasa harus (atau tidak harus) terjadi di dalam situasi tertentu. Harapan ini dapat memengaruhi apakah seorang anggota dari satu kelompok

menganggap seseorang dari kelompok lain sebagai individu yang merupakan bagian dari salah satu mereka. Aturan yang menyatakan bahwa kita sebaiknya menghormati yang lebih tua menunjukkan bahwa orang tua adalah sekelompok orang menjunjung tinggi norma yang dimilikinya karena mereka memiliki pengalaman hidup yang sudah lama.

5. *High group-solidarity/high group-dependence*

Giles memprediksi bahwa hubungan antarkelompok yang terjalin dalam *initial intergroup orientation* disebabkan karena adanya identifikasi yang kuat dari kelompok dan ketergantungan yang tinggi untuk menciptakan hubungan yang rasional dan patut untuk dihargai. Tidak ada faktor tunggal yang menentukan *initial intergroup orientation*, tetapi jika semua faktor ini berbaris ke arah identitas masyarakat maka akan menciptakan pola pikir antarkelompok yang mungkin dapat menjadi masalah di sebagian besar interaksi antargenerasi.

Giles dan rekan-rekannya tetap mempercayai yang ia tulis pertama kali tentang teori akomodasi ini dan pendengar menganggap bahwa konvergensi dan divergensi ini sebagai hal yang positif dan negatif. Secara khusus, pendengar konvergen dipandang sebagai orang yang lebih kompeten, menarik, hangat dan kooperatif. Di sisi lain, divergensi ini dilihat sebagai orang yang sering menghina, tidak sopan dan sering bermusuhan. Namun para peneliti CAT ini mengingatkan kita bahwa akomodasi ini terbentuk dari mata dan telinga individu yang melihatnya. Sehingga yang terpenting dalam hal ini yaitu bukan bagaimana komunikator konvergensi ini menyimpang tetapi apa yang dirasakan oleh perilaku komunikator.

Pada awal penelitian, Giles menyadari bahwa tidak terdapat hubungan di antara perilaku komunikasi dengan peneliti karena orang mengamati sesuatu itu berdasarkan apa yang ia dengar dan ia lihat. Dia menggambarkan kesenjangan ini sebagai perbedaan antara akomodasi objektif dan subjektif. Misalnya, ketika kita berbicara dengan aksen yang berbeda dengan lawan berbicara, tetapi lawan berbicara kita ini mungkin menganggap bahwa hal ini merupakan divergensi yang kita miliki. Oleh karena itu Giles mengatakan bahwa evaluasi subjektif ini

sangat penting ketika seseorang ingin merespon pembicaraan kita. Dari sudut pandang objektif, apa yang dilakukan seseorang itu tidak konvergen (menyimpang) dari cara berbicara sebenarnya, tetapi lawan berbicara menerima hal tersebut.

Taifel dan Turner menyatakan bahwa kita sering berkomunikasi bukan sebagai aktor individu, melainkan sebagai representatif dari kelompok yang mendefinisikan siapa kita (Griffin, 2012: 399). *Social identity* kita berdasarkan perilaku di dalam kelompok kita. *Social identity* yaitu keanggotaan kelompok dan kategori sosial yang kita gunakan untuk mendefinisikan siapa diri kita. Taifel dan Turner menggambarkan kontinum motivasi dengan *personal identity* pada akhir skala dan *social identity* pada kutub yang satunya (Griffin, 2012: 399). Selama kedua belah pihak mempertimbangkan diri mereka dan pasangan bicara mereka tak terbebani, individu otonom bertindak untuk dirinya sendiri, para teoretikus percaya bahwa terjadilah rangkaian *desired for approval, convergence, dan positive response*. Tetapi jika satu atau kedua pihak yang berinteraksi menyatakan dirinya sebagai perwakilan kelompok tertentu, Taifel dan Turner mengatakan bahwa komunikasi mereka cenderung menjadi divergen karena kebutuhan mereka untuk menekankan perbedaan mereka. Jadi, ketika identitas kelompok menyolok, dua tahapan, rangkaian *cause-effect* menjadi sedikit berbeda, yaitu *need for distinctiveness, divergence, dan negative response*. Giles dan rekannya percaya bahwa rangkaian ini hampir sering terjadi. Mereka memegang tanggung jawab bahwa seseorang dapat mencari penerimaan dan perbedaan di dalam percakapan yang sama ketika identitas personal dan sosial mereka menonjol.

*Initial orientation* merupakan kecenderungan seseorang untuk fokus kepada identitas individu atau identitas kelompok. Memprediksi rute mana yang akan diambil seseorang itu sulit, namun terdapat lima faktor yang menyebabkan meningkatnya perselisihan yang akan dilihat di mana komunikator akan melihat percakapan sebagai perjumpaan intergrup. Faktor-faktor yang merujuk komunikasi *intergenerational* (Griffin, 2012: 400), yaitu:



1. *Collectivistic cultural context*
2. *Distressing history of interaction*
3. *Stereotypes*
4. *Norms for treatment of groups*
5. *High group – solidarity / high group – dependence*

Setelah 35 tahun revisi, pernyataan ulang, dan studi penelitian, Giles dan rekannya lanjut untuk mempercayai apa yang ia tulis tentang *accomodation* pada monograph pertamanya bahwa pendengar menganggap konvergensi sebagai hal positif dan divergensi sebagai hal negatif. Khususnya, pembicara konvergensi dilihat dengan lebih kompeten, atraktif, hangat, dan kooperatif. Di sisi lain, divergensi sering dirasa oleh penerimanya sebagai mengejek, tidak sopan, atau merendahkan tuan rumah. Tetapi peneliti CAT dengan cepat mengingatkan kita bahwa *accomodation* berada pada mata dan telinga pemirsa. Yang penting adalah bukan bagaimana komunikator konvergen atau divergen, tetapi bagaimana orang lain memandang perilaku komunikator. Pada awal penelitian, Giles menyadari bahwa terdapat pemutusan antara perilaku komunikasi yang dia dan peneliti lain teliti dan apa yang dilihat dan didengar partisipan. Dia mendeskripsikan gap sebagai perbedaan antara *objective* dan *subjective accomodation*. Pembicara yang berkeinginan untuk mencari penerimaan dengan bergabung dengan cara berbicara orang lain mungkin juga salah merasakan gaya apa sebenarnya yang digunakan.

### **15.5. Teori Attribution**

Tanggapan kita terhadap komunikasi orang lain tidak hanya terjadi pada perilaku yang kita rasakan, tetapi juga pada niat atau motif yang kita gunakan ketika kita berbicara dengan orang lain. Giles menggambarkan *attribution theory* ini sebagai proses persepsi bagaimana kita akan menafsirkan perilaku konvergen atau divergen orang lain ketika mereka melakukan sebuah percakapan. Dua versi yang berbeda dari teori atribusi ini, psikolog sosial Fritz Heider (Universitas Kansas) dan Harold Kelley (UCLA) menyarankan bahwa atribut yang kita miliki ini merupakan internal disposisi untuk perilaku

kita (Griffin, 2012: 402). Sebagai psikolog, ia mengasumsikan bahwa *people what do things like that are like that*. Dan memberikan tiga faktor yaitu kemampuan orang lain, kendala eksternal dan usaha yang dikeluarkan. Misalnya, ketika kita sedang berbicara dengan seorang kakek yang terus-menerus meminta kita untuk mengulangi apa yang kita katakan. Maka kita tahu bahwa pendengarannya tidak baik (*high ability*) dan ruang tenang (*no external constraints*) namun dia tidak memiliki perhatian yang lebih (*low ability*), sehingga kita akan menggunakan perilaku atribut ini juga rendah.

Tapi sebagai salah satu penelitian studi menunjukkan, kita masih akan terganggu oleh kurangnya pertimbangan-pertimbangan jika ia bebas memilih untuk tidak memakai alat bantu dengar (*low ability*). Bagaimana jika kita tahu dia hampir tuli (*low ability*), ruang berisik (*environmental constraints*), dan dia memakai alat bantu dengar dan masih berjuang untuk menangkap kata-kata kita (*high ability*). Kita mungkin akan menghargai kenyataan bahwa dia peduli tentang apa yang ia katakan dan ingin mengerti, bahkan jika kita menemukan percakapan melelahkan atau tak nyaman. Secara keseluruhan, pendengar yang menafsirkan konvergensi sebagai keinginan pembicara untuk mendobrak hambatan budaya dan bereaksi cukup baik. Respon merupakan inti dari CAT, namun karena ada kendala sosial atau norma bahwa mereka dengan lebih sedikit daya (pekerja, pasien, mahasiswa, imigran) harus mengakomodasi praktik komunitas dari mereka dengan status yang lebih tinggi (bos, dokter, profesor, warga negara), *convergers* ke atas tidak mendapatkan banyak kredit seperti ketika status relatif sama. Namun, reaksi ini jauh lebih menguntungkan daripada respon terhadap orang dengan status rendah yang mengadopsi strategi berbeda. Ada manfaat dan biaya untuk kedua strategi konvergen dan divergen. Penelitian CAT terus mendokumentasikan hubungan interpersonal yang positif membangun yang didapat dari hasil konvergensi yang tepat. Praktik ini juga memfasilitasi pemahaman yang lebih baik dan pemahaman. Dalam hal ini, perbedaan merupakan strategi akomodasi seperti halnya konvergensi, tapi akomodasi ke *in-group* daripada anggota *out-group*.

Respon kita terhadap komunikasi orang lain tidak hanya pada perilaku yang kita rasakan, tetapi juga kepada maksud atau motif yang kita anggap berasal dari mereka untuk berbicara dengan cara tertentu. Giles menggambarkan dari *attribution theory* untuk memberikan penerangan terhadap bagaimana kita akan menginterpretasi perilaku konvergen atau divergen pasangan bicara kita. *Attribution* yaitu proses perseptual di mana kita mengamati apa yang dilakukan orang-orang dan kemudian berusaha untuk mencari tahu maksud atau kecenderungannya. Secara keseluruhan, pendengar yang menginterpretasikan konvergensi sebagai keinginan pembicara untuk menguraikan hambatan budaya bereaksi dengan cukup baik. Respon tersebut merupakan inti dari CAT. Terdapat *reward* dan *cost* terhadap kedua strategi baik konvergensi maupun divergensi. Peneliti CAT lanjut untuk mendokumentasikan perkembangan hubungan interpersonal positif yang dapat dihasilkan dari konvergensi yang tepat. Praktik ini juga memberikan pemahaman yang lebih baik. Tekanan interpersonal yang diciptakan oleh divergensi atau *maintenance* dapat dengan jelas menghalangi pembentukan intergroup atau hubungan interkultural dan pemahaman.

Teori CAT dapat diaplikasikan kepada situasi interkultural atau intergrup di mana perbedaan antara orang-orang nyata dan signifikan. Sejak Giles merupakan pensiunan, dia menemukan bahwa sangat berguna untuk mengaplikasikan CAT dalam interaksi antara petugas polisi dan masyarakat selama pemberhentian lalu lintas. Teori *communication accomodation* telah berkembang menjadi teori dengan jangkauan yang sangat besar. Adopsi Giles mengenai *social identity theory of group behavior* dan *attribution theory*, yang esensial dengan penjelasan CAT mengenai *accomodation*, mendemonstrasikan bahwa teori Giles tidak pernah mengabaikan akar psikologi sosialnya. CAT tidak hanya mendeskripsikan perilaku komunikasi, tetapi juga menjelaskan mengapa hal tersebut terjadi. Dua mesin teoretis dari *desire for approval* dan *need to maintain a distinctive social identity* merupakan alasan paksaan untuk kedua strategi komunikasi yang sangat berbeda ini. Sejak jangkauan teori diperluas, Giles menemukan bahwa penting untuk mengubah atau mengkualifikasi banyak prediksi, tetapi CAT

menempatkan taruhannya di waktu depan. CAT merupakan teori kompleks yang luar biasa yang dipresentasikan dalam versi beragam yang terkadang ditawarkan secara bersamaan. Masalah kompleksitas juga jatuh kepada kemungkinan untuk dapat mendemonstrasikan bahwa teori tersebut salah.

Melihat kembali kepada empat abad perkembangan teori, Giles dan rekannya mengakui bahwa teori tersebut secara keseluruhan masih kurang jelas. Studi menggunakan *survey* dan *interview* merupakan norma, eksperimen itu langka. Frekuensi respon bersifat tabulasi, tetapi menemukan bahwa perilaku tergantung kepada bagaimana orang menginterpretasikan tindakannya sendiri. Banyak ahli mengapresiasi gabungan metodologi kuantitatif dan kualitatif, namun mengejutkan untuk menemukan hal tersebut pada sebuah teori yang berakar dari psikologi sosial. Aplikasi Giles terhadap teori untuk komunikasi *intergenerational* dan kontak polisi-masyarakat mendemonstrasikan kegunaan CAT dalam kehidupan manusia. Teori ini dapat diaplikasikan pada banyak situasi di mana orang-orang dari kelompok atau budaya berbeda melakukan hubungan.

## 15.6. Pengembangan Teori *Communication Accomodation*

Penjelasan mengenai komunikasi antargenerasi ini telah memberikan kita gagasan bahwa ruang lingkup teori akomodasi komunikasi ini terbatas pada percakapan antara kaum muda dan kaum orang tua. CAT dapat diterapkan untuk setiap antarbudaya atau antarkelompok dalam situasi yang berbeda di mana perbedaan ini jelas dan signifikan. Karena Giles ini merupakan pensiunan dari Santa Barbara Departemen Kepolisian, maka ia menemukan bahwa teori ini berguna untuk menerapkan sebuah interkasi antara petugas polisi dan warga selama ia mengawasi lalu lintas. Tujuan dari studi CAT ini untuk bergerak melampaui asumsi yang sistematis menyelidiki sejauhmana ras ini memengaruhi komunikasi polisi.

Pada awalnya teori ini dikenal sebagai teori psikolog sosial yang sempit, namun saat ini *communication accommodation theory* ini menjadi ruang lingkup komunikasi yang lebih besar. Giles mengadopsi *social*

*identity theory of group behavior and attribution theory*, merupakan hal yang penting dalam menjelaskan CAT ini.

1. CAT tidak hanya menjelaskan perilaku komunikasi tetapi juga menjelaskan mengapa perilaku komunikasi tersebut terjadi. Dua teori yaitu *desire for approval and need to maintain distinctive social identity* ini merupakan dua strategi komunikasi yang sangat berbeda. Kemudian, Giles dan koleganya menawarkan beberapa faktor untuk mengklarifikasi motivasi tersebut.
2. Giles tidak menghindari apa yang akan terjadi dalam situasi tertentu di masa depan. Sebagai teori yang memiliki ruang lingkup yang berkembang, maka ia merasa bahwa perlu mengubah prediksi ini. Dan metode kualitatif yang dikemukakan oleh Giles ini mampu memprediksi bagaimana penerima akan menafsirkan perilaku akomodasi kita.
3. CAT adalah sebuah teori yang sangat kompleks dan disajikan beberapa versi yang kadang-kadang ditawarkan secara bersamaan. Cindy Gallois (University of Queensland, Australia), Tania Ogay (Universitas Jenewa, Swiss), dan Giles mengakui bahwa CAT ini merupakan struktur dan terminologi yang tidak didasari secara konsisten dalam teks dan proposisi.
4. Masalah kompleksitas juga disebabkan karena kemungkinan teori ini adalah palsu. Pada tahun 1998, Gallois dan Giles menulis: CAT telah menjadi sangat kompleks, sehingga teori secara keseluruhan mungkin tidak dapat diuji pada satu waktu. Ini berarti bahwa peneliti menggunakan CAT harus mengembangkan mini-teori yang sesuai dengan konteks di mana mereka bekerja, sementara pada saat yang sama menjaga seluruh teori dalam pikiran. Melihat kembali lebih dari empat dekade pembangunan teori, Giles dan rekan-rekannya mengakui bahwa itu tidak jelas apa "seluruh teori", jika mereka tidak yakin, sulit bagi orang lain untuk mengetahui.
5. Banyak perubahan dan penambahan teori asli ini. Giles menanggapi penelitian lapangan yang menunjukkan bahwa teori *communication accommodation* lebih rumit daripada yang diperkirakan. Studi menggunakan survei dan wawancara adalah norma, sedangkan percobaannya jarang dilakukan.

6. Aplikasi Giles untuk komunikasi antargenerasi dan kontak polisi-warga teori menunjukkan kegunaan CAT di arena penting dari kehidupan manusia. Teori ini dapat menguntungkan diterapkan untuk setiap situasi di mana orang-orang dari kelompok atau budaya yang berbeda datang ke dalam kontak.

Teori *communication accommodation* berfokus pada peranan percakapan dalam kehidupan kita dan pengaruh yang dimiliki oleh komunikasi dan budaya terhadap percakapan-percakapan tersebut. Teori ini telah menjabarkan beberapa poin penting berkaitan dengan peranan yang dimainkan pola komunikasi dan gaya bagi para komunikator dan bagi pesan. Tak diragukan lagi, Giles dan koleganya telah mengkonseptualisasikan teori ini yang kaya dalam hal heuristik. Teori ini telah digunakan dalam beberapa kajian yang berbeda, misalnya akomodasi ini telah dipelajari di dalam media massa, keluarga, mahasiswa, kaum lansia, pada pekerjaan, dalam wawancara, *e-mail*, dan bahkan pada pesan-pesan yang ditinggalakan pada mesin penerima pesan telepon.

Kekuatan teori ini mungkin dapat menjadi cukup signifikan karena teori ini telah sedikit memunculkan kritik ilmiah. Namun, beberapa kekurangan berhubungan dengan kemungkinan pengajuan dari konsep-konsep yang ada telah ditemukan. Singkatnya, beberapa ilmuwan menyatakan bahwa beberapa fitur utama dari teori ini mengharuskan adanya penelitian yang jauh. Judee Burgoon, Leesa Dillman, dan Lesa Stern (1993; West & Turner, 2012: 481) percaya bahwa percakapan yang terlalu kompleks untuk direduksi ke dalam proses-proses ini, dan mereka menyatakan bahwa akomodasi orang itu dapat dijelaskan dengan hanya dua praktik. Yaitu apa yang terjadi jika orang melakukan konvergensi baik dengan cara divergensi atau percakapan, dan konsekuensi apa yang didapatkan bagi pembicara atau pendengar. Giles juga menantang para peneliti untuk menerapkan teori *communication accommodation* ini melintasi waktu hidup dalam latar budaya yang berbeda. Sejauh ini, sarannya telah diperhatikan. Peneliti telah memperluas pemahaman kita mengenai mengapa percakapan begitu rumit. Melalui konvergensi ini, Giles memberikan penerangan pada mengapa orang beradaptasi dengan orang lain dalam interaksi

mereka. Melalui divergensi, kita dapat memahami mengapa orang cenderung mengabaikan strategi mengadaptasi. Ia telah memelopori teori yang telah membantu kita untuk memahami dengan lebih baik budaya dan keberagaman yang ada di sekeliling kita.

CAT dapat dievaluasi dengan menggunakan enam kriteria dari penelitian ilmiah yang baik. CAT, yang merupakan upaya bersama dari Giles dan koleganya menggambarkan dan menjelaskan perilaku. Struktur dan terminologinya tidak selalu merepresentasi maknanya secara konsisten. Falsifiabilitas dari teori ini secara keseluruhan juga tidak mungkin dapat diuji. Pengujian teori ini telah menggunakan campuran dari metode kualitatif dan kuantitatif. CAT dapat diaplikasikan dalam berbagai situasi di mana orang dari kelompok dan budaya yang berbeda saling berhubungan satu sama lain (Griffin, 2010: 403).

Teori ini berada dalam tradisi sosio-psikologis dengan konteks budaya dan pendekatan empiris. Heurisme dari teori ini tidak diragukan lagi karena telah menginspirasi banyak penelitian baru yang terkait. Namun dari kemungkinan pengujiannya, dianggap masih perlu dilakukan lebih jauh (West & Turner, 2010: 481). Teori *communication accomodation* fokus kepada peran percakapan dalam kehidupan kita dan bahwa terdapat pengaruh komunikasi dan budaya dalam percakapan. Teori ini mengartikulasi poin penting yang menunjukkan peran pola komunikasi dan gaya yang dimainkan untuk komunikator dan untuk pesan. Batasan teori cukup luas. Kita mungkin mengingat bahwa teori pada awalnya memeriksa pembicaraan; teori ini kemudian diperluas untuk memasukkan arena nonverbal. Giles (2008; West & Turner, 2010: 481) menunjukkan jangkauan luas dari teori *communication accomodation*, dengan mengatakan “*began to take propositional forms that became increasingly more complex and arguably, more demanding on readers.*”

Kekuatan dari teori mungkin terlihat cukup signifikan karena teori memiliki kritik yang sedikit. Namun, terdapat sedikit perhatian terhadap testabilitas dari konsep yang telah diidentifikasi. Pada kesimpulan, beberapa ahli berpendapat bahwa beberapa bagian utama

teori memerlukan pengujian lebih lanjut. Tanpa perdebatan, Giles dan rekannya mengkonseptualisasikan sebuah teori yang kaya akan nilai heuristik. Teori telah dimasukkan ke dalam banyak studi yang berbeda. Contohnya, *accomodation* telah dipelajari dengan penyelenggaraan hukum, dengan kedokteran, dengan kaum tua, pada pekerjaan, dalam pengiklanan, dan konjungsi dengan email, dan bahkan dengan pesan yang ditinggalkan pada mesin penjawab telepon. Tidak ada keraguan bahwa teori ini heuristik dan memiliki nilai yang tahan lama dalam bidang komunikasi.



## TEORI *FACE-NEGOTIATION*

### 16.1. Tentang Teori *Face-Negotiation*

Teori *face-negotiation* dari Stella Ting-Toomey ini membantu menjelaskan perbedaan budaya dalam menanggapi konflik. Seorang profesor komunikasi di California State University, Fullerton, Ting-Toomey berasumsi bahwa orang-orang dari setiap budaya selalu melakukan negoisasi *face* (Griffin, 2012: 407). Istilah ini merupakan metafora untuk citra diri di publik, yaitu tentang cara yang kita lakukan agar orang lain melihat kita dan memperlakukan kita. *Facework* mengacu pada pesan verbal dan non-verbal yang lebih spesifik membantu untuk memelihara dan memulihkan citra kita dan menegaskan dan menghormati citra kita (Griffin, 2012: 408). Teori *face-negotiation* ini membantu kita untuk mengendalikan bahwa *facework* yang dimiliki seseorang dalam budaya individualistik seperti orang Amerika Serikat akan sangat berbeda dengan budaya kolektif dari orang Jepang atau Cina. Teori ini menunjukkan bahwa pemeliharaan wajah kita ini sangat penting untuk menyelesaikan konflik yang ada.

*Face-negotiation* merupakan satu dari sedikit teori yang secara eksplisit mengakui bahwa orang dari budaya yang berbeda memiliki bermacam pemikiran mengenai *face* orang lain. Pemikiran ini menyebabkan mereka menghadapi konflik dengan cara yang berbeda. Teori *face-negotiation* ini bertumpu pada konsep bahwa *face* yang dimiliki seseorang merupakan perpanjangan dari konsep diri seseorang, *face* telah menjadi fokus dari banyak penelitian di dalam beberapa bidang ilmu. Untuk itu, pertama-tama kita akan menginterpretasikan makna di balik istilah ini dan kemudian mempelajari asumsi-asumsi teori ini.

Ting-Toomey mendasarkan banyak bagian dari teorinya pada *face* dan *facework*. *Face* jelas merupakan fitur yang penting dalam

kehidupan yaitu sebuah metafora bagi citra diri yang diyakini Dacid Ho (1976: 867; West & Turner, 2010: 450) melingkupi seluruh aspek kehidupan sosial. Konsep *face* ini telah berevolusi dalam hal interpretasi selama bertahun-tahun. Menurut Ho, *face* dapat menjadi lebih penting dibandingkan kehidupan itu sendiri. Erving Goffman (1967; West & Turner, 2010: 450) diakui sebagai sosok yang menempatkan *face* dalam penelitian kontemporer Barat. Ia mengamati bahwa *face* merupakan citra dari diri yang ditunjukkan orang dalam percakapannya dengan orang lain. Ting-Toomey dan koleganya (Oetzel, Ting-Toomey, Yokochi, Masumoto, & Takai, 2000; West & Turner, 2010: 450) mengamati bahwa *face* berkaitan dengan nilai diri yang positif dan atau memproyeksikan nilai lain dalam situasi interpersonal. Orang tidak “melihat” *face* orang lain; sebaliknya, *face* merupakan metafora bagi batasan yang dimiliki orang dalam hubungan dengan orang lain. Ting-Toomey menggabungkan beberapa pemikiran dari penelitian mengenai kesantunan yang menyimpulkan bahwa keinginan mengenai *face* merupakan keinginan yang universal (Brown & Levinson, 1978; West & Turner, 2010: 450).

Selama dua abad terakhir, Griffin telah menjadi voluntir mediator pada metropolitan center untuk resolusi konflik. Perannya adalah sebagai mediator untuk membantu orang-orang dalam konflik mencapai persetujuan bersama yang sukarela dan memuaskan kedua belah pihak. Sebagai mediator dia merupakan pihak ketiga yang netral yang tugasnya memfasilitasi proses negosiasi. Hal tersebut tidak berarti mudah.

Teori *face-negotiation* dari Stella Ting-Toomey membantu menjelaskan perbedaan budaya dalam responnya terhadap konflik. Ting-Toomey yang merupakan seorang profesor komunikasi di Universitas California berasumsi bahwa orang-orang dari setiap budaya selalu melakukan negosiasi *face*. Istilah ini merupakan metafora untuk gambaran diri publik, cara kita menginginkan orang lain melihat kita dan memperlakukan kita. *Facework* merujuk kepada pesan spesifik yang berbentuk verbal dan non-verbal yang membantu memperbaiki dan mengembalikan kehilangan *face*, dan untuk menegakkan dan menghormati *face* lagi. Identitas kita dapat juga dimasukkan ke dalam

pertanyaan, dan ketidak-gelisahan dan ketidak-pastian meningkat dengan adanya konflik yang membuat kita semakin rapuh. Teori *face-negotiation* Ting-Toomey menyatakan bahwa perbaikan *face* merupakan variabel campur tangan yang mengikat budaya untuk cara menangani konflik. Pada bagian selanjutnya, Griffin akan membuka makna keempat konsep yang saling berhubungan:

Type of culture → Type of self-construal → Type of face maintenance →  
Type of conflict management

(sumber: Griffin, 2012: 408)

Identitas kita dapat selalu dipertanyakan yang kemudian dapat mengakibatkan konflik dan pertentangan. *Facework* dan gaya dalam melakukan korespondensi dari konflik yang sedang dihadapi tentunya berbeda-beda dari setiap budaya. Ting-Toomey menyatakan bahwa pertahanan *face* tersebut merupakan variabel penting yang mengikat budaya dan cara dari setiap orang yang sedang menangani konflik (Griffin, 2012: 407). West & Turner (2010: 449) menambahkan bahwa teori *face negotiation* ini merupakan salah satu teori yang mengakui secara eksplisit bahwa orang dari budaya yang berbeda memiliki pemikiran yang berbeda pula akan *face* orang lain.

West & Turner (2010: 450) menjelaskan bahwa *face* merupakan citra diri yang ditunjukkan orang dalam percakapannya dengan orang lain. Ting Toomey dan koleganya mengamati bahwa *face* berkaitan dengan nilai diri yang positif dan atau memproyeksikan nilai lain dalam situasi antarpersonal. Erving Goffman (West & Turner, 2010: 450) mendeskripsikan *face* sebagai sesuatu yang dipertahankan, hilang, dan diperkuat. Awalnya ia hanya memprediksi ini berlaku pada hubungan dekat, namun kemudian ini berkembang kepada kelompok kecil juga. Ting-Toomey menyimpulkan bahwa *face* merupakan suatu keinginan yang universal, citra diri seseorang yang diproyeksikan dan merupakan klaim akan penghargaan diri dalam suatu hubungan. Selain itu, *face* merupakan identitas yang didefinisikan oleh dua orang secara bersamaan dalam sebuah episode hubungan. Kebutuhan akan *face* tersebut ada di dalam semua budaya, tetapi tidak semua mengelolanya dengan cara yang sama. Ting-Toomey memperkenalkan konsep *concern*

*of face* yang didefinisikan sebagai kepentingan untuk mempertahankan *face* diri sendiri atau orang lain. sedangkan *face need* diartikan sebagai keinginan untuk diasosiasikan dengan orang lain. Di sisi lain, Griffin (2012: 411) menyatakan bahwa *face* merupakan suatu perhatian yang bersifat universal karena ini merupakan perpanjangan/kelanjutan dari konsep diri. Penelope Brown dan Stephen Levinson (Griffin, 2012: 411) mendefinisikan *face* sebagai suatu citra diri publik yang setiap anggota masyarakat inginkan untuk diklaim bagi dirinya. Ting-Toomey mendefinisikan *face* sebagai suatu proyeksi citra diri seseorang dalam suatu situasi relasional. Makna *face* itu berbeda, bergantung pada perbedaan budaya dan identitas individu.

Penelope Brown dan Stephen Levinson menyatakan bahwa orang akan menggunakan strategi kesantunan berdasarkan persepsi ancaman *facethreat* (Griffin, 2012: 411). *Positive face* merupakan keinginan untuk disukai atau dikagumi oleh orang lain, sedangkan *negative face* merupakan keinginan untuk dibiarkan bebas (otonomi) dan tidak dikekang oleh karena orang lain. Karen Tracy dan Sheryl Baratz (West & Turner, 2010: 451) menyatakan bahwa *face needs* tersebut merupakan bagian dari suatu hubungan. West & Turner (2010: 452) menjelaskan bahwa ketika *positive face* dan *negative face* komunikator sedang terancam, mereka akan cenderung mencari bantuan atau cara untuk mengembalikan *face*-nya sendiri atau orang lain. Brown Levinson mendefinisikan *facework* sebagai tindakan-tindakan yang digunakan untuk menghadapi kebutuhan atau keinginan *face* sendiri dan orang lain. Ting-Toomey menyatakan bahwa *facework* terkait dengan strategi verbal dan non-verbal yang kita gunakan, pelihara, pertahankan, atau meningkatkan citra diri sosial kita dan menyerang atau mempertahankan (menyelamatkan) citra sosial orang lain. Dengan kata lain, orang akan berusaha membuat apapun yang mereka lakukan konsisten dengan *face* mereka.

Te-Stop Lim dan John Bowers (1991; West & Turner, 2010: 452) memperluas diskusi ini dengan mengidentifikasi tiga jenis *facework*, yaitu:

1. *Tact facework* merupakan batasan di mana seseorang menghargai otonomi orang lain. Di sini seseorang akan memberikan kebebasan pada orang lain untuk bertindak sesuai dengan apa yang dia inginkan dan meminimalisasi hal-hal yang akan membatasi hal tersebut.
2. *Solidarity facework* merupakan penerimaan terhadap orang lain sebagai anggota di dalam kelompok sendiri. Solidaritas ini meningkatkan hubungan di antara dua orang yang sedang berbicara. Perbedaan-perbedaan diminimalkan dan kebersamaan ditekankan melalui bahasa informal dan pengalaman-pengalaman yang dimiliki bersama.
3. *Approbation facework* melibatkan meminimalisasi cemooh atau ejekan (aspek negatif) dan memaksimalkan pujian (aspek positif) kepada orang lain. Ini terjadi ketika orang tidak fokus pada aspek negatif, namun lebih fokus kepada positifnya.

## 16.2. Asumsi-asumsi Teori *Face-Negotiation*

Ting-Toomey mendasarkan teori *face-negotiation* kepada perbedaan antara *collectivism* dan *individualism*. Perbedaan yang paling besar di antara kedua budaya telah dibuat oleh Harry Triandis, professor dari Universitas Illinois. Triandis mengatakan bahwa ketiga perbedaan penting antara budaya *collectivistic* dan *individualistic* merupakan cara berbeda anggota memandang *self*, *goals*, dan *duty* (West & Turner, 2010: 456). Budaya *collectivistic* adalah suatu budaya di mana orang-orang mengidentifikasi dirinya dengan kelompok yang lebih besar yang bertanggung jawab dalam menyediakan perawatan dan pertukaran terhadap loyalitas kelompok; *we identity*; merupakan budaya *high context*. Budaya *individualistic* adalah suatu budaya di mana orang-orang hanya mementingkan dirinya sendiri dan keluarga dekatnya; *I-identity*; merupakan budaya *low context*.

Orang-orang bukan merupakan kloningan budaya. Seperti halnya budaya yang bervariasi dengan skala orientasi individualistik atau kolektivistik, anggotanya juga sama. Ting-Toomey menekankan bahwa orang-orang di dalam suatu budaya berbeda pada tekanan relatif

yang mereka berikan kepada kecukupan diri individu atau solidaritas kelompok. Dia menggunakan istilah *independent* dan *interdependent* yang merujuk kepada derajat di mana orang-orang memahami dirinya sebagai otonomi relatif dari, atau terhubung dengan orang lain. Psikologi Hazel Markus dan Shinobu Kitayama menyebut dimensi ini sebagai *self construal*, atau lebih dikenal dengan nama *self-image* (Griffin, 2012: 410).

Ting-Toomey dan Oetzel mengidentifikasi *self-construal* seseorang dengan bertanya kepada orang tersebut untuk merespon survei mengenai situasi konflik yang nyata atau diimajinasikan (Griffin, 2012: 410). Persetujuan kuat dengan dua pernyataan pertama dari empat pernyataan mengindikasikan sebuah *independent self-image*. Dua pernyataan terakhir menunjukkan *interdependent self-image* (Griffin, 2012: 411), yaitu:

*"It was important for me to be able to act as a free and independent person."*

*"I tried not to depend on others."*

*"I sacrifice my self-interest for the benefit of our relationship."*

*"I was sensitive to the wishes of the other person."*

Perbedaan di antara budaya *collectivistic* dan *individualistic* masih penting karena budaya memiliki pengaruh yang kuat terhadap *self-construal* individu. Tetapi rasa identitas individu merupakan tahap yang lebih dekat terhadap gaya yang lebih disukai dalam berhadapan dengan konflik, oleh karena itu identitas individual memprediksi perilaku perselisihan lebih baik dibandingkan budaya yang disama-ratakan.

Ting-Toomey dan peneliti lainnya menemukan bahwa *face* merupakan konsentrasi atau perhatian bersama. Hal tersebut dikarenakan *face* adalah perluasan dari konsep diri: *a vulnerable, identity-based resource*. Seperti yang dicatat Ting-Toomey, hal tersebut merupakan tanda pembuka petunjuk di mana kita merasa canggung, malu, atau bangga, semua *face* itu berhubungan dengan isu. Dalam teori *politeness* yang telah dikembangkan dengan baik oleh Penelope Brown dan Stephen Levinson (Griffin, 2012: 411), mereka mendefinisikan *face*

sebagai “gambaran diri publik di mana setiap anggota masyarakat ingin untuk mengklaim dirinya sendiri.”

Walaupun dari keseluruhan pandangan *face* sebagai gambaran diri publik bersifat langsung dan konsisten dengan konsep Mead mengenai *generalized other*. Ting-Toomey mementingkan beberapa isu yang mengubah *face* menjadi studi objek beraneka segi. *Face* berarti berbeda terhadap orang-orang berbeda, pertama tergantung kepada budaya, dan kedua tergantung kepada bagaimana mereka menafsirkan identitas personal mereka. Ting-Toomey mengingatkan kita bahwa orang-orang dalam budaya kolektivis memberikan perhatian yang lebih untuk memperbaiki *face* pihak lain dibandingkan mereka memelihara *face* dirinya sendiri. *Face concern* menunjuk kepada *self-face*, *face* orang lain, atau *mutual-face*. *Face-restoration* merupakan strategi *facework* yang digunakan untuk mempertahankan otonomi dan bertahan terhadap kehilangan kebebasan pribadi. *Face-giving* yaitu konsentrasi lain dari strategi *facework* yang digunakan untuk bertahan dan mendukung kebutuhan pihak lain terhadap inklusi.

Berdasarkan kerja yang dilakukan oleh M. Afzalur Rahim, profesor dari Universitas Kentucky, Ting-Toomey pada awalnya mengidentifikasi lima perbedaan respon terhadap situasi di mana terdapat ketidak-sesuaian kebutuhan (*needs*), ketertarikan (*interest*), atau tujuan (*goals*). Kelima gaya tersebut antara lain *avoiding* (*withdrawing*), *obliging* (*giving in*), *compromising* (*negotiating*), *dominating* (*competing*), dan *integreting* (*problem solving*) (Griffin, 2012: 412).

*Avoiding* yaitu merespon terhadap konflik dengan menarik diri dari diskusi terbuka. Contoh pernyataannya adalah “*I would avoid discussing my differences with the group member.*” *Obliging* adalah akomodasi atau menyerah terhadap keinginan orang lain dalam suatu situasi konflik. Contoh pernyataannya “*I would give in to the wishes of the group member.*” *Compromising* yaitu penyelesaian konflik dengan negosiasi atau penawaran; mencari jalan tengah. Contoh pernyataannya “*I would use give-and-take so that a compromise could be made.*” *Dominating* yaitu bersaing untuk menang ketika orang-orang tertarik dengan konflik. Contoh pernyataannya “*I would be firm in pursuing my side of the*

*issue.*" *Integration* yaitu penyelesaian masalah melalui diskusi terbuka; kolaborasi untuk penyelesaian konflik *win-win*. Contoh pernyataan "I would exchange accurate information with the group member to solve the problem together."

Ting-Toomey dan Oetzel juga mengidentifikasi tiga gaya tambahan mengenai manajemen konflik yang dilewatkan oleh American, *individualistic based scholarship* (West & Turner, 2010: 459). *Style* atau gaya tersebut antara lain *emotional expression, passive aggressive, and third-party help*. *Emotional expression* yaitu penyelesaian konflik dengan mengungkapkan perasaan. Contoh pernyataannya "Whatever my 'gut' and my 'heart' tell me, I would let feelings show." *Passive aggressive* yaitu membuat tuduhan tidak langsung, memperlihatkan kemarahan, penundaan, dan perilaku lainnya yang bertujuan menghalangi penyelesaian konflik. Contoh pernyataan "Without actually accusing anyone of being lazy, I'd try to make him or her feel guilty." *Third party help* yaitu suatu metode manajemen konflik di mana pihak yang berselisih mencari bantuan seorang mediator, arbitrator, atau pihak netral untuk membantu mereka menyelesaikan perbedaannya. Contoh pernyataan "I would enlist the professor to aid us in solving the conflict."

Ting-Toomey menyarankan bagaimanapun bahwa perbedaan kekuatan merumitkan situasi. *Power distance* merujuk kepada bagaimana cara budaya berhadapan atau mengatasi perbedaan status dan hirarki sosial; derajat di mana kekuatan rendah anggota menerima ketidak-samaan kekuatan sebagai hal yang alami (Griffin, 2012: 416). Perbedaan nilai dan kekuatan rendah individu selalu berjalan bersama. Ting-Toomey juga mengatakan bahwa ancaman *face* yang spesifik dapat memengaruhi perhatian *face* dan tipe *facework* yang kita lakukan. Ting-Toomey memberikan tujuh faktor adiktif yang meningkatkan tingkat ancaman yang kita rasakan (Griffin, 2012: 416).

- a. *Central the violated – facework rule is in your culture*
- b. *Cultural difference causes mistrust between you*
- c. *Important the topic under dispute is to you*
- d. *Power than other has over you*
- e. *Harm that will be done when the threat is carried out*
- f. *You view the other as responsible for initiating the conflict*



g. *You regard the other as an out-group member*

Fokus dari tujuan Ting-Toomey untuk teorinya melebihi identifikasi yang dilakukan orang-orang pada budaya berbeda dalam menegosiasi *face* atau menangani masalah. Dia percaya bahwa *knowledge*, *mindfulness* dan *facework interaction* budaya merupakan tiga hal yang diperlukan dalam komunikasi antar budaya. *Knowledge* merupakan dimensi yang paling penting dari kompetensi *facework*. Teori Ting-Toomey menawarkan pandangan dasar terhadap budaya kolektivis dan individualistis, *self-construal*, *face concerns*, dan *conflict styles*, di mana semuanya dapat membantu kita memahami sudut pandang manusia dan sebaliknya. *Mindfulness* menunjukkan sebuah pengenalan bahwa sesuatu tidak selalu seperti apa yang terlihat, dan oleh karena itu mencari perspektif yang berbeda dalam situasi konflik. Hal ini merupakan pilihan sadar untuk mencari perspektif beragam pada peristiwa yang sama. Ketika kita *mindful*, secara mental kita mematikan pilot otomatis dan memproses situasi dan percakapan melalui *central route* pikiran, seperti teori Elaboration Likelihood Model. *Interaction skill* merupakan kemampuan untuk berkomunikasi secara tepat, efektif, dan adaptif dalam situasi tertentu.

Kebanyakan peneliti antarbudaya menganalisa budaya berbeda dari perspektif interpretif yang tinggi. Ting-Toomey dan Oetzel berbeda karena mereka berkomitmen terhadap penelitian ilmu sosial yang objektif yang mencari persamaan yang dapat diukur antarbudaya. Mereka menghubungkan persamaan transbudaya (*individualism* atau *collectivism*) untuk kemudian menghasilkan *behavioral outcomes* - dalam kasus ini merespon terhadap orang lain dalam situasi konflik.

Penemuan mengenai *face concern* sangat mengesankan. Pada kritik awal teori Griffin telah menanyakan apakah mengetahui *face concern* seseorang akan dapat meningkatkan model prediksi dari perilaku konflik. Hasilnya menunjukkan jalur seperti di bawah ini:

*Culture* → *Self-construal* → *Face concern* → *Conflict style*

(sumber: Griffin, 2012: 418)

Yang menyediakan prediksi yang lebih baik mengenai apa yang dilaporkan orang-orang dibandingkan rute langsung sebagai berikut:

*Culture* → *Conflict style*

(sumber: Griffin, 2012: 418)

Faktanya, ketika orang bernilai tinggi dalam *self-face*, mereka selalu mengambil sebuah *dominating stance*. Akhirnya, peneliti melaporkan bahwa sampel individualistik maupun *collectivistic* memiliki kemandirian (*independensi*) yang lebih dan kecenderungan *self-face* dibandingkan dengan ketergantungan (*interdependence*) dan kecenderungan *face* lainnya.

Menyelesaikan konflik itu tidak mudah. Di Amerika Serikat secara khusus, individu berusaha untuk mengelola konfliknya dalam dalam sebuah solusi dengan tata cara tertentu, sering tidak menghiraukan nilai atau norma budaya lain. walaupun orang-orang dari budaya berbeda juga melakukan pendekatan ini, beberapa budaya tidak mendukung strategi ini dalam menyelesaikan konflik. Teori ini beraneka segi, menemani penelitian dari komunikasi interkultural, konflik, kesopanan, dan *facework* yang akan dibahas dalam bab ini. *Face-negotiation* memiliki daya tarik antar budaya dan aplikasi karena Ting-Toomey fokus kepada jumlah populasi budaya yang berbeda, termasuk pada negara-negara Jepang, Korea Selatan, Taiwan, China, dan Amerika Serikat. Hal ini digaris-bawahi oleh komentar Ting-Toomey (1988; Griffin, 2012: 407): “budaya menyajikan perbaikan interpretif yang lebih luas.” Teori ini menggaris-bawahi diskusi mengenai relevansinya dengan komunikasi interpersonal.

Ting-Toomey mengatakan bahwa anggota dari latar belakang budaya yang berbeda memiliki beragam perhatian terhadap *face* orang lain. Perhatian ini mengarahkan mereka untuk menangani konflik dengan cara yang berbeda. Komentar ini membentuk latar belakang dari Face Negotiation Theory. Ting-Toomey mendasarkan teorinya pada *face* dan *facework*. *Face* merupakan bagian kehidupan yang paling jelas, sebuah metafora untuk gambaran diri yang meliputi keseluruhan aspek dari kehidupan sosial. Konsep dari *face* telah berkembang dalam interpretasinya dari tahun ke tahun. Istilah ini berasal dari China, seperti

yang dikatakan Ho, memiliki dua konseptualisasi dari *face*: *lien* dan *mien-tzu*, dua istilah yang mendeskripsikan identitas dan ego (West & Turner, 2010: 450).

Erving Goffman (1967; West & Turner, 2010: 450) mencatat bahwa *face* merupakan gambaran diri yang ditampilkan dalam percakapannya dengan orang lain. Seseorang tidak melihat *face* orang lain, karena *face* merupakan metafora sebagai batasan yang dimiliki seseorang dalam hubungannya dengan orang lain. Goffman (1967; West & Turner, 2010: 450) mendeskripsikan *face* sebagai sesuatu yang dipelihara, hilang, atau dikuatkan. Ting-Toomey menggabungkan beberapa pemikiran dari peneliti pada *politeness* yang menyimpulkan bahwa keinginan terhadap *face* merupakan konsentrasi atau perhatian bersama. Ting-Toomey mengembangkan pemikiran Goffman dan berpendapat bahwa *face* merupakan proyeksi gambaran dari seseorang dan klaim mengenai *self-respect* dalam hubungan. Ting-Toomey berpendapat bahwa *face* dapat diinterpretasikan dalam dua cara utama: *face concern* dan *face need*. *Face concern* yaitu ketertarikan dalam memelihara *face* diri sendiri atau *face* orang lain. Sedangkan *face need* adalah keinginan untuk bergaul atau tidak bergaul dengan orang lain.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, Ting-Toomey telah dipengaruhi oleh peneliti *politeness*. Teori Politeness (Brown & Levinson, 1978, 1987; West & Turner, 2010: 450) berpendapat bahwa orang-orang akan menggunakan strategi kesopanan (*politeness*) berdasarkan persepsi tentang adanya ancaman *face*. Teori tersebut, berdasarkan Johnson (2007; West & Turner, 2010: 451) yang berpendapat bahwa pesan tunggal dapat lebih menghasut dari ancaman satu *face* dan dukungan keduanya dan pengaruh ancaman *face* dapat berlangsung secara bersamaan, dan bahwa *politeness* dan ancaman *face* memengaruhi pesan berikutnya. Brown & Levinson menemukan dua tipe kebutuhan umum, yaitu *positive face needs* dan *negative face needs*. *Positive face* merupakan keinginan untuk disukai dan dikagumi oleh orang-orang dalam kehidupan. *Negative face* merupakan keinginan untuk otonomi atau mandiri dan bebas dari orang lain.

Ting-Toomey (1994; West & Turner, 2010: 450) mengikuti Brown dan Levinson mendefinisikan *facework* sebagai tindakan yang digunakan untuk berhadapan dengan keinginan atau kebutuhan *face* diri maupun orang lain. Ting-Toomey dan Leeva Chung (2005; West & Turner, 2010: 450) berpendapat bahwa *facework* adalah strategi verbal dan non-verbal yang kita gunakan untuk memelihara, bertahan, atau meningkatkan gambaran diri sosial kita dan menyerang atau mempertahankan gambaran sosial dari orang lain. Te-Stop Lim and John Bowers (1991; West & Turner, 2010: 452) memperluas diskusi dengan mengidentifikasi tiga tipe *facework*, yaitu kebijaksanaan, solidaritas, dan penerimaan yang baik. Pertama, *tact facework* merujuk kepada situasi di mana seseorang menghargai otonomi orang lain. Tipe kedua dari *facework* adalah *solidarity facework*, yaitu menerima orang lain sebagai anggota dari sebuah *in-group*. Solidaritas meningkatkan hubungan antara dua pembicara. Oleh karena itu perbedaan dapat diminimalisir dan kesamaan yang ditonjolkan melalui bahasa informal dan pengalaman yang dibagi bersama. Tipe terakhir adalah *approbation facework*, yaitu pengurangan perhatian kepada aspek negatif dan lebih memfokuskan kepada aspek positif dari orang lain.

Beberapa jumlah asumsi dari teori *face-negotiation* mempertimbangkan komponen kunci dari teori, yaitu *face*, konflik, dan budaya. Identitas diri merupakan interaksi interpersonal yang penting, dengan individu menegosiasikan identitasnya berbeda antar budaya. Manajemen konflik dimediasi oleh *face* dan budaya. Tindakan tertentu mengancam proyeksi gambaran diri orang lain (*face*). Asumsi pertama menyoroti *self-identity*, atau bagian pribadi atau atribut karakter dari seorang individu. Dalam diskusinya tentang *face*, William Cupach dan Sandra Metts (1994; West & Turner, 2010: 453) mengamati bahwa ketika orang-orang bertemu, mereka menunjukkan sebuah gambaran mengenai siapa dirinya dalam interaksi. Gambaran ini merupakan suatu identitas yang ingin diasumsikan seseorang dan ingin orang lain untuk menerimanya. Asumsi kedua, berhubungan dengan konflik, yang merupakan komponen utama dalam teori. Konflik dalam teori ini, bagaimanapun bekerja dengan *face* dan budaya. Bagi Ting-Toomey

(1994, Griffin, 2012: 408) konflik dapat merusak sosial *face* individu dan dapat disajikan untuk mengurangi hubungan dekat di antara manusia.

Asumsi dari teori *face-negotiation* menyinggung kepada pengaruh yang dimiliki beragam tindakan pada *face* seseorang. Sejalan dengan pemikiran penelitian *politeness*, Ting-Toomey (1988; West & Turner, 2010: 451) menyatakan bahwa *Face-Threatening Acts* (FTAs) mengancam interaktan positif atau negatif *face*. FTAs dapat bersifat langsung atau tidak langsung dan terjadi ketika identitas yang diinginkan seseorang ditantang. Ting-Toomey dan Mark Cole (1990; West & Turner, 2010: 451) menyatakan bahwa dua tindakan membuat proses *face-threatening*, yaitu *face-saving* dan *face-restoration*. *Face saving* melibatkan usaha untuk menghindari rasa malu atau kerapuhan. *Face restoration* terjadi setelah kehilangan *face* terjadi. Ting-Toomey dan Cole (1990; West & Turner, 2010: 451) mengamati bahwa orang-orang berusaha untuk memperbaiki *face* dalam responnya terhadap suatu peristiwa. *Face-restoration* merupakan strategi yang digunakan untuk memelihara otonomi dan menghindari kehilangan *face*.

Beberapa asumsi teori *face-negotiation* mencakup komponen-komponen penting, yaitu:

1. Identitas diri penting di dalam interaksi interpersonal, dan individu-individu menegosiasikan identitas mereka secara berbeda dalam budaya yang berbeda. Asumsi pertama adalah keyakinan bahwa para individu di dalam semua budaya memiliki beberapa citra diri yang berbeda dan bahwa mereka mengasosiasikan citra ini secara terus-menerus. Ting-Toomey (1993; West & Turner, 2010: 453) menyatakan bahwa rasa akan diri seseorang merupakan hal yang sadar maupun tidak sadar. Artinya, dalam banyak budaya yang berbeda, orang-orang membawa citra yang mereka presentasikan kepada orang lain secara kebiasaan atau strategis. Ting-Toomey percaya bahwa bagaimana kita mempersepsikan rasa akan diri kita dan bagaimana kita ingin orang lain untuk mempersepsikan kita merupakan hal yang sangat penting dalam pengalaman komunikasi kita.
2. Manajemen konflik dimediasi oleh *face* dan budaya. Asumsi kedua dari teori *face negotiation* ini berhubungan dengan konflik yang

merupakan komponen utama dari teori ini. Konflik dalam teori ini bekerja sama dengan *face* dan budaya. Menurut Ting-Toomey (1994; West & Turner, 2010: 453), konflik dapat merusak *face social* seseorang dan dapat mengurangi kedekatan hubungan antara dua orang. Sebagaimana yang dinyatakan, konflik adalah “forum” bagi kehilangan *face* dan penghinaan terhadap *face*. Konflik mengancam *face* kedua pihak dan ketika terdapat negosiasi yang tidak berkesesuaian dalam bagaimana menyelesaikan konflik tersebut (seperti menghina orang lain, memaksakan kehendak, dan seterusnya), konflik dapat memperparah situasi tersebut. Ting-Toomey menyatakan bahwa cara manusia disosialisasikan ke dalam budaya mereka yang memengaruhi bagaimana mereka akan mengelola konflik. Artinya dalam beberapa budaya, seperti Amerika Serikat menganggap bahwa menunjukkan perbedaan di antara dua orang sebagai hal yang penting, sementara budaya lain yakin bahwa konflik harus ditangani secara diam-diam.

3. Tindakan-tindakan tertentu mengancam citra diri seseorang yang ditampilkan (*face*). Asumsi ketiga dari *face negotiation theory* ini berkaitan dengan dampak yang dapat diakibatkan oleh suatu tindakan terhadap *face*. Dengan menggabungkan hasil penelitian mengenai kesantunan, Ting-Toomey (1988; West & Turner, 2010: 451) menyatakan bahwa tindakan yang mengancam *face-threatening acts* (FTA) mengancam *face* baik positif maupun negatif dari para partisipan. FTA ini dapat juga bersifat langsung dan tidak langsung dan terjadi ketika identitas yang diinginkan seseorang itu ditentang (Tracy, 1990 West & Turner, 2010: 451). FTA ini langsung lebih mengancam *face* orang lain, sementara FTA tidak langsung lebih sedikit mengancam. Ting-Toomey dan Mark Cole (1990 West & Turner, 2010: 451) mengamati bahwa dua tindakan yang menyusun proses ancaman terhadap *face* itu adalah *face-saving* mencakup usaha-usaha untuk mencegah peristiwa yang dapat menimbulkan kerentanan atau merusak citra seseorang. *Face-saving* ini seringkali menghindarkan rasa malu. Dan kedua yaitu *face restoration* terjadi setelah terjadi kehilangan citra. Ting-Toomey dan Cole mengamati bahwa orang berusaha untuk memulihkan *face* dalam respons akan

suatu peristiwa. Misalnya, alasan-alasan orang yang merupakan teknik-teknik pemulihan *face* ketika suatu peristiwa yang memalukan terjadi (Cupach & Metts, 1994; West & Turner, 2010: 453).

West & Turner (2010: 453) menjelaskan beberapa asumsi dari teori ini mencakup konsep-konsep pentingnya (*face*, konflik, dan budaya), yaitu:

1. Identitas diri penting di dalam interaksi antarpribadi dan individu-individu menegosiasikan identitas mereka secara berbeda dalam budaya yang berbeda.

Asumsi pertama ini menekankan adanya identitas diri atau ciri pribadi atau karakteristik seseorang. William Cupach dan Sandra Metts mengamati bahwa ketika orang bertemu, mereka mempresentasikan citra diri mereka dalam suatu interaksi. Citra ini merupakan identitas yang ia harapkan dan inginkan agar identitas tersebut diterima oleh orang lain. identitas diri ini mencakup pengalaman kolektif seseorang, pemikiran, ide, memori, dan rencana. Identitas ini tidak bersifat stagnan, melainkan dinegosiasikan dalam interaksi dengan orang lain. Orang memiliki kekhawatiran akan identitas dirinya dan juga identitas orang lain. Sebagaimana budaya dan etnis memengaruhi identitas diri, cara individu memproyeksikan identitas itu juga bervariasi dalam budaya yang berbeda. Identitas diri ini juga dipengaruhi oleh faktor waktu. Dalam asumsi pertama ini melekat anggapan yang menyatakan bahwa individu di dalam semua budaya memiliki beberapa citra diri yang berbeda dan mereka akan menegosiasikan citra ini secara terus-menerus.

2. Manajemen konflik dimediasi oleh *face* dan budaya.

Ting-Toomey menyatakan bahwa konflik dapat merusak *social face* seseorang dan dapat mengurangi kedekatan hubungan antara dua orang (West & Turner, 2010: 453). Konflik dapat mengancam *face* dari kedua pihak dan ketika terdapat negosiasi yang tidak sesuai dalam upaya penyelesaian konflik tersebut, maka akan dapat memperparah situasi konflik.

3. Tindakan-tindakan tertentu mengancam citra diri seseorang yang ditampilkan (*face*).

Ini berkaitan dengan dampak yang dapat diakibatkan oleh suatu tindakan terhadap *face*. Ini terkait dengan *face threatening* yang mengancam *positive face* dan *negative face* seseorang. *FTA* dapat bersifat langsung ataupun tidak langsung dari segi pengancamannya. Ting-Toomey dan Mark Cole mengamati ada dua tindakan yang dilakukan dalam proses *face threatening* tersebut:

- *Face saving* mencakup usaha untuk menghindari rasa malu atau rentan.
- *Face restoration* terjadi setelah *face loose*. Orang-orang akan berusaha untuk memulihkan *face* mereka dalam respon akan suatu peristiwa.

### 16.3. Budaya Kolektivistik dan Individualistik

Teori *face-negotiation* menurut Ting-Toomey ini didasarkan pada perbedaan antara *collectivism and individualism*. Perbedaan yang paling luas di antara dua jenis kebudayaan telah dibuat oleh profesor psikologi emeritus dari University of Illinois, Harry Triandis. Triandis (Griffin, 2010: 408), mengatakan bahwa tiga perbedaan penting antara budaya kolektif dan individualistik adalah cara yang berbeda anggota menerima diri, tujuan, dan kewajiban. Untuk membantu kita menggambarkan gambaran yang lebih jelas mengenai perbedaan lintas budaya ini maka kita akan membahas budaya Jepang dan Amerika Serikat sebagai contoh klasik dari budaya kolektif dan individualistik. Di mana nilai-nilai yang dimiliki orang Jepang ini sangat bersifat kolektif dan tujuan (*we-identity*) serta menganggap bahwa orang lain merupakan kategori mereka dan memandang bahwa seseorang itu dalam mengejar sikap, sedangkan nilai-nilai Amerika sangat bersifat individualistik dan tujuan (*I-identity*). Jadi, *collective culture* merupakan orang yang mengidentifikasi kelompok yang lebih besar yang bertanggung jawab untuk menyediakan perawatan dalam pertukaran untuk loyalitas kelompok; *we-identity*, dan *high-context culture*, sedangkan *individualistic culture* merupakan orang



yang melihat diri mereka sendiri dan keluarga mereka; *I-identity*, dan *low-context culture*.

Budaya menurut Ting-Toomey bukanlah variabel yang statis. Budaya dapat diinterpretasikan melalui banyak dimensi. Budaya dapat diorganisasikan dalam dua kontinum, yaitu individualisme dan kolektivisme. Budaya individualistis adalah budaya “kemandirian” dan budaya kolektivistik adalah budaya “saling ketergantungan”. Budaya di seluruh dunia beragam dalam hal individualisme dan kolektivisme. Kedua dimensi ini memainkan peranan yang penting dalam cara bagaimana *facework* dan konflik dikelola. Ting-Toomey dan koleganya mengklarifikasi bahwa individualisme dan kolektivisme berlaku tidak hanya pada budaya nasional, melainkan juga pada sub-budaya tertentu. Individualisme merujuk pada kecenderungan orang untuk mengutamakan identitas individual dibandingkan identitas kelompok, hak individual dibandingkan hak kelompok, dan kebutuhan individu dibandingkan kebutuhan kelompok. Individualisme adalah identitas “aku”.

Larry Samovar dan Richard Potter (2004; West & Turner, 2012: 455) percaya bahwa individualisme merupakan suatu pola yang penting di Amerika Serikat. Menurut mereka individualisme menekankan inisiatif individu, kemandirian, ekspresi individu, dan bahkan privasi. Nilai-nilai individualistik menekankan adanya antara lain kebebasan, kejujuran, kenyamanan, dan kesetaraan pribadi. Individualisme melibatkan motivasi diri, otonomi, dan pemikiran mandiri. Individualisme menyiratkan komunikasi langsung (*to the point*) dengan orang lain yang sering dikenal dengan budaya komunikasi konteks rendah. Menurut ilmuwan lintas budaya, individualisme dianggap penting di Amerika Serikat, selain itu ada Australia, Inggris, Kanada, Belanda, dan Selandia Baru. Italia, Belgia dan Denmark juga dianggap memiliki budaya individualistik. Apabila individualisme berfokus pada identitas personal seseorang, kolektivisme melihat ke luar diri sendiri.

Kolektivisme adalah penekanan pada tujuan kelompok dibandingkan tujuan individu, kewajiban kelompok dibandingkan hak individu dan kebutuhan kelompok dibandingkan

kebutuhan pribadi. Kolektivisme adalah identitas “kita”. Orang-orang di dalam budaya kolektivistik menganggap penting berkerja sama dan memandang diri mereka sebagai bagian dari kelompok yang lebih besar. Masyarakat kolektivistik mementingkan keterlibatan. Beberapa nilai kolektivistik di antaranya adalah menekankan keselarasan, menghargai keinginan orang tua, dan pemenuhan kebutuhan orang lain. Kolektivisme menyiratkan komunikasi tidak langsung (lebih banyak basa-basi terlebih dulu), istilah sering dikenal dengan budaya komunikasi konteks tinggi. Contoh-contoh budaya kolektivistik meliputi Indonesia, Vietnam, Kolombia, Venezuela, Panama, Meksiko, Ekuador, dan Guatemala. Negara-negara ini umumnya miskin, bahkan beberapa kemiskinan yang paling parah ditemukan di negara-negara kategori budaya kolektivistik. Karenanya orang-orang di beberapa budaya ini lebih tidak dituntut oleh aturan dan berfungsi sebagai kelompok lebih karena kebutuhan fisik dan ekonomi.

Individualisme merujuk pada kecenderungan orang untuk mengutamakan identitas individual dibandingkan individual kelompok, hak individual dibandingkan hak kelompok, dan kebutuhan individual dibandingkan kebutuhan kelompok. Individualisme melibatkan motivasi diri, otonomi, dan pemikiran mandiri. Individualisme ini menyiratkan komunikasi langsung dengan orang lain dan budaya ini menekankan pada pencapaian individu dan mementingkan kemandirian. Contoh budaya individualistik yaitu Amerika Serikat, Inggris, Kanada, Belanda, Australia dan lain sebagainya. Apabila individualisme berfokus pada identitas personal seseorang, maka kolektivisme melihat ke luar dari diri sendiri. Ting-Toomey (1994; West & Turner, 2010: 450) menyatakan bahwa *collectivism* adalah penekanan pada tujuan kelompok dibandingkan tujuan individu, kewajiban kelompok dibandingkan hak individual, dan kebutuhan kelompok dibandingkan kebutuhan pribadi. Orang-orang di dalam budaya kolektivistik ini menganggap penting bekerja sama dan memandang diri mereka sebagai bagian dari kelompok yang lebih besar. Contoh budaya kolektivistik ini adalah Indonesia, Kolombia, Venezuela, Panama, dan lain sebagainya.

Griffin (2012: 408) mengutip Harry Triandis menyatakan bahwa ada tiga perbedaan mendasar di antara budaya kolektivis dan individualistis, yaitu perbedaan cara anggota tersebut dalam memahami diri, tujuan, dan tanggung jawabnya. West & Turner (2010: 168) menambahkan pendefinisian dari kedua konsep tersebut. Individualisme merujuk pada kecenderungan orang untuk mengemukakan identitas individual dibandingkan identitas kelompok, hak individual dibanding hak kelompok, kebutuhan individual dibandingkan kebutuhan kelompok. Individualisme ini terkait dengan adanya kemandirian, ekspresi individual, dan privasi. Individualisme menjunjung nilai-nilai kebebasan, kejujuran, kenyamanan, dan kesetaraan pribadi. Individualisme ini menyiratkan komunikasi langsung dengan orang lain. Contohnya, di AS, Australia, Inggris, Kanada, Belanda, Selandia Baru, Italia, Belgia, Denmark yang menekankan pencapaian individu dan mementingkan kemandirian.

Kolektivisme merupakan nilai budaya yang menekankan pada kelompok dibandingkan individu, baik dari segi tujuan, kewajiban, hak, dan maupun kebutuhan. Orang-orang dengan budaya ini menjunjung tinggi kerja sama dan memandang dirinya sebagai anggota dari kelompok yang lebih besar sehingga mereka lebih menghargai keterlibatan, keselarasan, dan pemenuhan kebutuhan orang lain. Contoh Indonesia, Kolombia, Venezuela, Panama, Meksiko, Ekuador, Guatemala. Pada umumnya ini merupakan negara miskin, kurang dituntun oleh aturan (West & Turner, 2010: 456). Orang Jepang memahami orang lain dari kategori mereka sendiri dan hanya sedikit perhatian akan sikap dan perasaan orang lain, sedangkan orang Amerika menganggap bahwa semua orang itu unik dan mengurangi ketidak-pastian dengan “bertanya” (Griffin, 2012: 409).

Ting-Toomey berargumen bahwa anggota dari budaya yang individualistik cenderung lebih berorientasi pada *self face*, sedangkan yang kolektivis lebih berorientasi pada *other's face*. Ting-Toomey meyakini bahwa dalam budaya individualistik, *face management* dilakukan secara terbuka yang meliputi *face saving of other*, bahkan jika harus tawar-menawar. Budaya ini akan cenderung menggunakan strategi penyelamatan otonomi *face* dalam mengelola konflik

dibandingkan anggota kelompok yang kolektivistik. Budaya kolektivistik berkaitan dengan kemampuan adaptasi dari citra presentasi diri. Kemampuan beradaptasi ini memungkinkan munculnya ikatan yang saling tergantung dengan orang lain (*positive face*). Mereka lebih mempertimbangkan hubungan mereka dengan orang lain ketika mereka mendiskusikan sesuatu dan merasa bahwa suatu percakapan membutuhkan keberlanjutan dari kedua komunikator. Ting-Toomey percaya bahwa konflik sering kali ada ketika anggota-anggota dari dua budaya yang berbeda, yaitu individualistik dan kolektivistik berkumpul bersama dan bahwa individu-individu akan menggunakan beberapa gaya konflik yang berbeda. Pengaruh budaya juga akan ada dalam pengelolaan konflik (West & Turner, 2010: 458).

Ting-Toomey meyakini bahwa orang dalam suatu budaya, relatif berbeda dalam penekanan kemandirian atau solidaritas yang mereka tempatkan dalam diri individu. Ia mendiskusikan dimensi *self construal* (citra diri) dalam bentuk diri yang independen dan interdependen, atau tingkatan di mana orang menganggap dirinya sebagai sesuatu yang otonomi dari, atau terkoneksi dengan orang lain. Hazel Markus dan Shinobu Kitayama (Griffin, 2012: 410) menyebut dimensi ini dengan *self construal* (citra diri). Diri yang independen akan cenderung lebih berorientasi pada *self-face* dan pandangan diri ini lebih mengarah kepada budaya individualistik, sementara diri yang interdependen akan lebih memperhatikan *The other face* dan lebih mengarah kepada budaya kolektivistik. Bahkan, individu di dalam suatu budaya sekalipun akan memiliki perbedaan dari citra diri tersebut. Ada yang lebih memberikan kesempatan pada *other face*, namun ada juga yang berusaha memperbaiki *face* sendiri dalam situasi konflik. Ting-Toomey membentuk teorinya dalam ide dasar yang menyatakan bahwa orang dengan budaya kolektivistik/budaya *high context* itu memiliki cara yang lebih berbeda dalam melakukan manajemen *face* dan situasi konflik daripada yang memiliki budaya individualis. Ting-Toomey meyakini bahwa *self-construal* itu merupakan cara terbaik untuk memprediksi *face-concerns* dan *conflict styles* daripada latar belakang budaya atau etniknya (Griffin, 2010: 410).

*Face concern* tersebut fokus pada *face* mana yang ingin diselamatkan oleh seseorang. Seseorang dapat menyelamatkan *face* dirinya sendiri atau orang lain. Budaya individualistik itu cenderung lebih memperhatikan penyelamatan *face* sendiri, sedangkan orang dalam budaya kolektivistik lebih menghargai pertahanan atau penyelamatan *face* dari pihak lain. *Mutual face* terjadi ketika ada perhatian yang seimbang di antara citra kedua belah pihak, sebagaimana citranya di hadapan publik atau hubungan mereka. *Face restoration* merupakan suatu strategi *facework* yang bersifat *self concerned* digunakan untuk mempertahankan atau memelihara otonomi dan kebebasan personal. Ini merupakan strategi *face* mendasar yang dilakukan oleh budaya individualistik. Ini biasanya meliputi penilaian terhadap suatu situasi atau menyalahkan situasi. *Face giving* merupakan strategi *facework* yang digunakan untuk mempertahankan atau memelihara dan mendukung kebutuhan orang lain akan suatu masukan. Ini berarti memperhatikan dan juga tidak mempermalukan orang lain di depan publik. Ini merupakan ciri orang dari budaya kolektivistik. Ini juga meliputi *self effacement* (penonjolan diri) (Griffin, 2010: 412).

Ting-Toomey menyatakan bahwa perbedaan *power* akan mempersulit situasi tersebut. Kesenjangan *power* merupakan suatu cara budaya dalam menghadapi perbedaan status. Perbedaan *power* dan nilai individualistik dan kolektivistik cenderung berjalan bersama, namun ada beberapa pengecualian. Sebagai tambahan, tidak semua *face threats* itu sama dan beragam faktor dapat memengaruhi pemahaman *face threat* tersebut. Orang yang meningkat menjadi budaya individualistik biasanya akan menjadi agresif dalam situasi *face-defending*, sedangkan kolektivistik akan cenderung *avoidance* (Griffin, 2010: 416). Ting-Toomey meyakini bahwa ada tiga keharusan dalam berkomunikasi secara efektif antarbudaya, yaitu *knowledge* (seseorang harus sensitif akan budaya), *mindfulness* (seseorang harus melihat berbagai perspektif dalam waktu yang sama), dan *interaction skill* (seseorang harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang tepat, efektif, dan adaptif dalam situasi tersebut (Griffin, 2010: 417).

Ting-Toomey dan Oetzel berkomitmen pada penelitian sosial ilmiah yang objektif dengan agenda untuk memperhitungkan kesamaan antarbudaya. Oetzel dan Ting-Toomey menguji inti teori ini dalam empat negara dengan menggunakan hanya tiga gaya konflik saja, yaitu *dominating, integrating, and avoiding* dengan hasil yang hampir keseluruhannya positif. Hasil dari penelitian itu menyarankan bahwa budaya, *self construal, face concern, conflict style* merupakan prediktor terbaik dalam tahapan penyelesaian konflik budaya secara langsung. Hasilnya harus diinterpretasikan dengan berhati-hati, sebagaimana berdasarkan *self-reports* yang sering kali merupakan *self serving* (Griffin, 2010: 418).

Dimensi budaya tidak dapat sepenuhnya dapat menjelaskan perbedaan budaya, Ting-Toomey dan koleganya menemukan beberapa ketidak-sesuaian. Ia menemukan bahwa responden Jepang lebih memperhatikan *self face* daripada AS. Selain itu, meski sebelumnya dinyatakan bahwa individualistik tidak berkompromi dalam penyelesaian konflik, namun ditemukan bahwa terdapat kompromi yang tinggi pada penyelesaian konflik orang Amerika yang terkenal individualistik. Penerapan teori ini dan kaitannya dengan *politeness theory* juga harus direfleksikan dan diteliti lebih lanjut (West & Turner, 2010: 462).

#### **16.4. Self-Construal**

Ting-Toomey mengakui bahwa orang dalam budaya yang berbeda pada penekanan yang relatif itu akan menempatkan mereka pada solidaritas kelompok individu. Ting-Toomey membahas tentang *self-construal* yaitu *self-image* yang merupakan derajat di mana orang membayangkan diri mereka sebagai otonom atau tersambung dengan orang lain. Hazel Markus dan Shinobu Kitayama menyebut dimensi ini sebagai *self-construal*. *Independent-self* memandang *I-identity* dan lebih *self-face oriented* yang lebih menonjol dalam budaya individualistis, sedangkan *interdependent-self* memandang *we-identity* dan menekankan pada relasi yang saling terhubung dan dengan demikian hal ini berkaitan dengan budaya kolektif. Namun, orang dalam budaya

terutama berada dalam satu etnis yang beragam akan berbeda dalam menggambarkan diri mereka serta memiliki pandangan yang bervariasi pada sejauhmana mereka memberikan *face* orang lain dan mengembalikan *face* mereka sendiri dalam situasi konflik. Ting-Toomey membangun teorinya ini berdasarkan gagasan yang mendasar bahwa orang-orang dari budaya kolektif atau *high-context* akan berbeda mengelola *face* mereka dan situasi konflik daripada individualistik budaya atau *low-context*.

Citra diri merupakan hal yang universal oleh karena itu perlu adanya perluasan dari konsep diri. Penelope Brown dan Stephen Levinston menemukan *face* ini sebagai *public self-image* yang di mana setiap anggota masyarakatnya ingin mengklaim untuk dirinya sendiri atau dirinya (West & Turner, 2010: 450). Ting-Toomey mendefinisikan wajah ini sebagai gambar yang memproyeksikan diri seseorang dalam situasi yang relasional. Dan setiap orang itu memiliki wajah yang berbeda-beda tergantung pada perbedaan identitas budaya dan individu. Citra diri merupakan keprihatinan universal karena itu adalah perluasan dari konsep diri. *Face concern* berfokus pada *self-face*, *other face* or *mutual-face*. Artinya, satu orang dapat menyelamatkan muka mereka atau wajah orang lain, dan budaya individualistik itu cenderung lebih peduli dengan menjaga wajah mereka, sedangkan orang dalam budaya kolektif menghargai untuk menjaga *face* dari pihak lain. *Mutual face* adalah di mana sebuah kepedulian yang sama untuk kedua belah pihak, serta citra publik atau hubungan mereka. *Face-restoration* merupakan strategi *facework* yang digunakan untuk mengintai tempat yang unik dalam hidup, melestarikan otonomi dan membela terhadap hilangnya kebebasan pribadi. Strategi ini merupakan strategi yang khas untuk lintas budaya individualistik dan sering melibatkan untuk membenarkan tindakan seseorang atau menyalahkan sebuah situasi. *Face-giving* merupakan strategi *facework* yang digunakan untuk membela dan mendukung kebutuhan orang lain. Strategi ini merupakan strategi yang digunakan untuk menghindari diri kita dipermalukan di depan umum, dan juga strategi ini memiliki wajah yang karakteristik dengan budaya kolektif yang cenderung melibatkan *self-effacement*. Meskipun

perbedaan budaya ini terjadi, orang-orang dari budaya kolektif dan individualis cenderung memperhatikan *face* mereka masing-masing.

Ketika *face* bersifat positif atau negatif para komunikator sedang terancam, mereka cenderung mencari bantuan atau cara untuk mengembalikan *face* mereka atau mitra mereka. Ting-Toomey (1994: 8; West & Turner, 2010: 450) mendefinisikan *facework* sebagai sebuah tindakan yang diambil untuk menghadapi keinginan akan *face* seseorang dan atau orang lainnya. Stella Ting-Toomey dan Leeva Chung (2005: 268; West & Turner, 2010: 450) juga mengemukakan bahwa *facework* adalah mengenai strategi verbal dan nonverbal yang kita gunakan untuk memelihara, mempertahankan, atau meningkatkan citra diri spesial kita dan menyerang atau mempertahankan (atau menyelamatkan) citra sosial orang lain. Dengan kata lain, *facework* ini berkaitan dengan bagaimana orang membuat apa pun yang mereka lakukan konsisten dengan *face* mereka. Ting-Toomey menyamakan *facework* dengan *communication dance that tiptoes* antara rasa hormat bagi *face* diri sendiri dan *face* orang lain. Te-Stop Lim dan John Bowers (1991; West & Turner, 2010: 452) memperluas diskusi ini dengan mengidentifikasi tiga jenis *facework*. *Tact facework* merujuk pada batas di mana orang menghargai otonomi seseorang. *Facework* ini memberikan kebebasan kepada seseorang untuk bertindak sebagaimana yang ia inginkan sekaligus meminimalkan hal-hal yang akan membatasi kebebasan ini. Kedua yaitu *solidarity facework*, berhubungan dengan seseorang yang menerima orang lain sebagai anggota dari *in-group*. Solidaritas ini meningkatkan hubungan di antara dua orang yang sedang berbicara, artinya perbedaan-perbedaan diminimalkan dan kebersamaan ditekankan melalui bahasa informal dan pengalaman-pengalaman yang dimiliki bersama. Ketiga yaitu *approbation facework*, yang melibatkan meminimalkan penjelasan dan memaksimalkan pujian kepada orang lain. *Facework* terjadi ketika seseorang mengurangi fokus pada aspek negatif orang lain dan lebih berfokus pada aspek positif.



## 16.5. Prediksi Gaya Manajemen Konflik

Berdasarkan karya dari M. Afzalur Rahim, profesor manajemen di Western Universitas Kentucky, Ting-Toomey awalnya mengidentifikasi lima tanggapan yang berbeda pada situasi di mana terdapat ketidakcocokan kebutuhan, kepentingan dan tujuan (Griffin, 2012: 412). Kelima hal tersebut yaitu *avoiding* yaitu menanggapi konflik dengan menarik diri dari diskusi terbuka, *obliging* yaitu menampung atau menyerah pada keinginan orang lain dalam situasi konflik, *compromising* yaitu manajemen konflik dengan negosiasi atau tawar menawar; cara tengah, *dominating* yaitu bersaing untuk menang ketika berada dalam kepentingan konflik masyarakat, dan *integrating* yaitu pemecahan masalah melalui diskusi terbuka, kolaborasi untuk menghasilkan *win-win solution*. Kelima gaya ini telah digunakan, namun Ting-Toomey dan Oetzel mengingatkan bahwa gaya ini telah muncul dalam situasi kerja di negara-negara Barat.

Dengan menggunakan beragam etnis, mereka telah mengidentifikasi gaya tambahan manajemen konflik di Amerika, gaya tersebut adalah *emotional expression* yaitu mengelola konflik dengan pengungkapan atau perasaan, *passive aggressive* yaitu membuat langsung tuduhan yang menunjukkan kesalahan, penundaan, dan perilaku lain yang ditunjukkan untuk menggagalkan resolusi yang lainnya terhadap suatu konflik, dan *third-party help* yaitu sebuah metode pengelolaan konflik di mana pihak bersengketa mencari bantuan mediator, arbiter, atau pihak netral yang dihormati untuk membantu mereka mengatasi perbedaan yang terjadi. Dalam budaya kolektif, *third-party* ini membantu orang yang mereka kenal dan memiliki hubungan yang dekat, sedangkan dalam budaya individualistik *third-party* ini membantu orang dengan menggunakan mediator independen. Model ini mengasumsikan bahwa orang-orang dari budaya tertentu menafsirkan citra diri mereka dengan cara yang konsisten dengan sifat kolektif atau individualistik. Ketika model ini diintegrasikan ke dalam budaya kolektif maka ia berfokus pada tingkatan kolaborasi yang relasional sedangkan bila diintegrasikan ke dalam budaya individualistik maka berfokus pada pemecahan tugas.

Ting-Toomey dan Chung (2005: 274; Griffin, 2012: 416) berargumen bahwa “anggota-anggota (dari budaya) yang mengikuti nilai-nilai individualistik cenderung lebih berorientasi pada *face* diri dan anggota-anggota yang mengikuti nilai yang berorientasi pada kelompok cenderung lebih berorientasi pada *face* orang lain atau *face* bersama dalam sebuah konflik. Jika kita merupakan orang yang bersifat individualistik, maka kita cenderung lebih tertarik untuk mengendalikan otonomi dan batasan perilaku, dan juga kita menginginkan pilihan-pilihan untuk memuaskan kebutuhan *face* diri. Ting-Toomey percaya bahwa dalam budaya individualistik, *face management* dilakukan secara terbuka yang melibatkan melindungi *face* seseorang, bahkan jika harus melakukan tawar-menawar. Budaya kolektivistik “berkaitan dengan kemampuan adaptasi dari citra presentasi diri” (Ting-Toomey, 1988: 224; Griffin, 2012: 416). Kemampuan beradaptasi, karenanya, memungkinkan munculnya ikatan yang saling tergantung dengan orang lain (*face positive*). Artinya, adalah anggota dari komunitas kolektivistik mempertimbangkan hubungan mereka dengan orang lain ketika mereka mendiskusikan sesuatu dan merasa bahwa suatu percakapan membutuhkan keberlanjutan dari kedua komunikator. Ting-Toomey percaya bahwa konflik sering kali ada ketika anggota-anggota dari dua budaya yang berbeda-individualistik dan kolektivistik- berkumpul bersama dan bahwa individu-individu akan menggunakan beberapa gaya konflik yang berbeda.

Dimensi budaya individualistik-kolektivistik memengaruhi pemilihan gaya konflik. Gaya-gaya ini merujuk pada respon yang berpola, atau cara khas untuk mengatasi konflik yang melintasi berbagai perjumpaan komunikasi (Ting-Toomey, 1991; Ting-Toomey & Chung, 2005). Gaya-gaya ini mencakup menghindari, menurut, berkompromi, mendominasi, dan mengintegrasikan. Dalam *avoiding* orang akan berusaha menjauhi ketidak-pastian dan menghindari pertukaran yang tidak menyenangkan dengan orang lain. *Obliging* mencakup akomodasi pasif yang berusaha memuaskan kebutuhan orang lain atau sepakat dengan saran-saran dari orang lain. Dalam *compromising*, individu-individu berusaha untuk menemukan jalan tengah untuk mengatasi

jalan buntu dan menggunakan pendekatan memberi dan menerima sehingga kompromi ini dapat dicapai. *Dominating* mencakup perilaku-perilaku yang menggunakan pengaruh, wewenang, atau keahlian untuk menyampaikan ide atau untuk mengambil keputusan. *Integrating* digunakan untuk menemukan solusi dari sebuah masalah yang terjadi. Tidak seperti *compromising*, *integrating* ini membutuhkan perhatian yang tinggi untuk diri kita sendiri dan untuk orang lain. Ting-Toomey mempercayai bahwa keputusan untuk menggunakan satu atau lebih dari gaya-gaya ini akan tergantung dari variabilitas budaya dari komunikator. Manajemen konflik juga menganggap bahwa persoalan *face negotiating* ini merupakan hal yang sangat penting.

Berikut ini kita akan melanjutkan pembahasan Ting-Toomey mengenai manajemen konflik dengan mengidentifikasi hubungan antara gaya konflik dengan *facework*. Ting-Toomey menyatakan bahwa terdapat beberapa hubungan antara gaya konflik dan persoalan pada *face*. Pertama, baik gaya manajemen *avoiding* maupun *obligating* mencerminkan pendekatan pasif dalam menghadapi konflik. Gaya *compromising* menunjukkan bahwa kebutuhan *face* bersama dengan menemukan jalan tengah dari sebuah konflik. Terakhir gaya *dominating* menunjukkan bahwa kebutuhan akan citra diri ini sangat tinggi serta kebutuhan *face* diri sendiri atau orang lain dalam resolusi konflik. Sehubungan dengan perbandingan yang melintasi lima budaya (Jepang, Cina, Korea Selatan, Taiwan, dan Amerika Serikat). Penelitian mereka juga menunjukkan bahwa budaya kolektivistik (Cina, Korea, dan Taiwan) memiliki tingkat perhatian terhadap *face* lebih tinggi daripada budaya individualistik. Ting-Toomey dan para koleganya melakukan penelitian dalam beberapa hal:

1. Anggota-anggota dari budaya Amerika Serikat menggunakan lebih banyak gaya yang mendominasi dalam manajemen konflik.
2. Orang Taiwan menyatakan bahwa mereka lebih banyak menggunakan gaya yang mengintegrasikan dalam manajemen konflik.
3. Orang Cina lebih banyak menggunakan tingkat menghindar yang tinggi sebagai gaya konflik dibandingkan dengan kelompok budaya lainnya.

4. Orang Cina menggunakan tingkat berkompromi yang lebih tinggi dari budaya-budaya lainnya.

## 16.6. Jarak Kekuasaan

Variabel individualisme dan kolektivisme ini merupakan satu-satunya faktor yang membentuk lintas budaya dalam mengelola sebuah konflik. Ting-Toomey menunjukkan bahwa bagaimanapun jarak kekuasaan ini mempersulit situasi yang ada. *Power distance* mengacu pada budaya kekuasaan yang memiliki jarak yang besar dan cenderung menerima kekuasaan yang tidak setara “cara budaya yang berkaitan dengan perbedaan status dan hirarki sosial”. *Large power-distance culture* cenderung menerima perbedaan budaya sebagai hal yang alami sedangkan *small power-distance culture* menilai kesetaraan dan suatu hal yang berdasarkan pada status dan nilai yang tidak adil. Ting-Toomey juga mengatakan bahwa menghadapi ancaman tertentu dapat memengaruhi *face concern* dan jenis *facework* yang kita lakukan.

Tujuan utama Ting-Toomey untuk teorinya ini yaitu mengidentifikasi cara orang dalam menegosiasikan wajah mereka ke dalam budaya yang berbeda atau menangani konflik. Dia percaya bahwa pengetahuan budaya, kesadaran, dan keterampilan dalam interaksi *facework* merupakan tiga persyaratan yang penting untuk melakukan komunikasi yang efektif dalam lintas budaya. *Knowledge* merupakan dimensi yang paling penting dari kompetensi *facework* ini. Kita sangat sulit untuk peka terhadap suatu budaya kecuali kita memiliki beberapa ide tentang cara yang kita gunakan untuk menghadapi hal tersebut. Ting-Toomey menawarkan wawasan yang mendasar tentang kolektivis, individualistis, *self-construals*, *face concerns*, and *conflict style* yang dapat membantu kita untuk memahami sesuatu. *Mindfulness* merupakan pengakuan bahwa segala sesuatu tidak selalu terlihat sesuai dengan apa yang kita lihat, oleh karena ini kita perlu memiliki kesadaran untuk mencari berbagai perspektif yang sama untuk melihat tersebut. Ketika kita menyadari tentang perspektif yang ada maka kita juga harus memiliki *interaction skill* yaitu kemampuan yang

kita miliki untuk berkomunikasi secara tepat, efektif dan adaptif dalam situasi tertentu.

Ting-Toomey dan Oetzel berkomitmen untuk memiliki agenda penelitian ilmu sosial yang objektif yang bertugas untuk mencari kesamaan antar lintas budaya. Oetzel dan Ting-Toomey ini menguji empat negara dengan menggunakan tiga konflik utama yaitu *dominating*, *integrating*, dan *avoiding* dan hasilnya sebagian besar positif yang menunjukkan bahwa gaya budaya dalam *self-construal*, *face concern*, itu lebih baik daripada gaya budaya konflik secara langsung. Dan hasilnya ini perlu melakukan tafsiran secara hati-hati karena penelitiannya didasarkan pada peneliti sendiri yang cenderung mementingkan diri sendiri. Contoh yang diberikan dalam teori ini menggambarkan budaya kolektivisme orang Jepang dan budaya individualisme orang Amerika Serikat. Namun sangat berbahaya menciptakan stereotip yang general bagi masyarakat Jepang atau Amerika Serikat. Kenyataannya, ketika digambarkan dalam satu garis lurus, ada area yang *overlapping* atau tumpang tindih antara perilaku kolektivisme atau individualisme masyarakat Jepang maupun Amerika Serikat. Ting-Toomey memperkenalkan konsep independen dan interdependen dengan mengacu pada derajat di mana orang akan merasa dirinya adalah manusia otonom atau terhubung dengan orang lain. Markus dan Kitayama menyebutnya dengan *self-construal* atau *self-image*.

*Face negotiation theory* ini berasumsi bahwa orang dari berbagai budaya memiliki perhatian terhadap presentasi *face* mereka. Teori ini merupakan teori yang mencampurkan konflik ke dalam kerangkannya dan menjelaskan mengapa anggota-anggota dari dua budaya yang berbeda. Ting-Toomey menyatakan bahwa nilai-nilai budaya yang berbeda terdapat di dalam menghadapi konflik, dan episode-episode yang dipenuhi dengan konflik ini dipengaruhi oleh kepedulian akan *face* dan kebutuhan akan *face* dari komunikasi.

*Face negotiation theory* ini menurut Ting-Toomey mencetuskan banyak minat di antara peneliti komunikasi lintas budaya, dan hal ini membuat teori ini memiliki sifat heuristik. Beberapa ciri utama dalam

teori ini telah diteliti. Pembatasan konflik dan muka yang dilakukan oleh Ting-Toomey telah mendorong para peneliti untuk menyelidiki perbedaan antara orang Jepang dan Amerika dan berbagai kelompok etnis di Amerika Serikat. Ringo Ma (1992; West & Turner, 2010: 455) mempelajari dampak pemertahanan muka oleh penengah konflik dan Mark Cole (1989; West & Turner, 2010: 455) melihat bahwa *face* diri sendiri dan ancaman terhadap *face* merupakan latar publik yang formal dan tidak intim. Yuling Pan (2000; West & Turner, 2010: 455) menggunakan *facework* dalam penelitian mengenai interaksi tatap muka dari orang Cina.

*Face negotiation theory* ini menerima beberapa klarifikasi dari Ting-Toomey sendiri, dan hal ini mendorong terjadinya perbaikan teori. Teori ini berpijak pada pengalaman-pengalaman dan persepsi berbeda dari budaya individualistik dan kolektivistik. Ting-Toomey menggunakan dasar ini untuk menyusun esensi dari teorinya. Ting-Toomey dan koleganya menemukan ketidaksesuaian, ia menemukan bahwa responden orang Jepang menunjukkan lebih banyak perhatian terhadap *face* diri dibandingkan dengan responden Amerika Serikat. Selain itu, Ting-Toomey mengemukakan bahwa budaya individualistik biasanya tidak berkompromi dalam gaya konflik mereka. Ting-Toomey dan Crockett (1994: 314; West & Turner, 2010: 462) merespons pada perbedaan-perbedaan dalam harapan ini dengan menyatakan bahwa melihat pada *facework* dari orientasi individualistik dan kolektivistik adalah titik awal yang penting bagi perilaku *facework* dalam penelitian.

Budaya dapat diatur dalam dua kontinum akhir, yaitu individualisme dan kolektivisme. Budaya individualistik merupakan budaya "*independent self*", dan budaya kolektivistik merupakan budaya "*interdependent self*." Budaya di dunia beragam dalam hal individualisme dan kolektivisme. Dua dimensi ini memainkan peran utama tentang cara *face work* dan konflik dikelola. Ting-Toomey dan rekannya Ge Gao, Paula Trubisky, Shizhong Yang, Hak Soo Kim, Sung Ling Lin, dan Tsukasa Nishida (1991; West & Turner, 2010: 456) mengklarifikasikan bahwa pengaplikasian individualisme dan kolektivisme tidak hanya pada budaya nasional, tetapi juga pada *co-culture* dalam budaya nasional.

Individualisme merujuk kepada kecenderungan orang-orang untuk mengutamakan identitas individu di atas identitas kelompok, hak individu di atas hak kelompok, dan kebutuhan individu di atas kebutuhan kelompok. Individu merupakan “*I*” identity. Larry Samovar, Richard Porter, dan McDaniel (2007; West & Turner, 2010: 457) percaya bahwa individu menekankan inisiatif individual, kemandirian, ekspresi individu dan bahkan privasi. Seperti yang kita lihat, individualisme meliputi motivasi diri, otonomi, dan pemikiran mandiri. Individualisme menyarankan komunikasi langsung dengan orang lain. Contoh negara dengan budaya individualistik adalah Amerika, Australia, Kanada, New Zealand, dan lain sebagainya.

Ketika *individualism* fokus kepada identitas pribadi seseorang, *collectivism* melihat keluar diri seseorang. *Collectivism* merupakan penekanan tujuan kelompok di atas tujuan individu, kewajiban kelompok di atas hak individu, dan kebutuhan *in-group* di atas keinginan individu. *Collectivism* merupakan identitas “*we*”. Orang-orang dalam nilai budaya *collectivism* bekerja bersama dan melihat dirinya sebagai bagian dari sebuah kelompok yang lebih besar. Nilai *collectivism* menekankan keharmonisan, menghormati keinginan orang tua, dan pemenuhan kebutuhan orang lain, di antara mereka. Contoh budaya *collectivistic* termasuk Indonesia, Colombia, Venezuela, Panama, Mexico, dan lain sebagainya.

Anggota dalam suatu kebudayaan yang menganut nilai individualistik cenderung menjadi lebih *self-face oriented* dan anggota yang menganut *group-oriented-values* cenderung menjadi lebih *mutual-face oriented* dalam konflik. Ting-Toomey percaya bahwa dalam budaya individualistik, *face management* yaitu perlindungan terhadap *face* seseorang. Budaya *collectivism* berfokus kepada adaptabilitas dari gambaran presentasi diri. Adaptabilitas kemudian membiarkan terjadinya ikatan saling ketergantungan dengan orang lain (*positive face*).

Dimensi budaya *individualistic-collectivistic* memengaruhi pemilihan gaya konflik. Gaya (*style*) ini merujuk kepada respon terpola, atau cara khusus dalam menangani konflik antar pertemuan komunikasi yang beragam. Gaya ini termasuk *avoiding* (AV), *obliging* (OB),

*compromising* (CO), *dominating* (DO), dan *integrating* (IN). Dalam *avoiding*, orang-orang berusaha untuk menghindari dari ketidaksetujuan dan mengelak pertukaran yang tidak menyenangkan dengan orang lain, seperti “*I’m busy* atau *I don’t want to talk to you*”. *Obliging* meliputi akomodasi pasif yang mencoba untuk memenuhi kebutuhan orang lain atau mengikuti saran orang lain, seperti “*Whatever you want to do is okay with me*”. Dalam *compromising*, individu berusaha untuk menemukan jalan tengah untuk menyelesaikan jalan buntu dan menggunakan *give-and-take* oleh karena itu sebuah kesepakatan dapat dicapai, seperti “*I’ll give up the first week of my vacation; you give up one week of yours*”. *Dominating* meliputi perilaku yang melibatkan penggunaan pengaruh, otoritas, atau keahlian untuk mendapatkan ide atau untuk membuat keputusan, seperti “*I’m in the best position to talk about this issue*”. Terakhir, *integrating* digunakan oleh orang-orang untuk menemukan sebuah solusi dari suatu masalah, seperti “*I think we need to work this out together*”. Ting-Toomey percaya bahwa keputusan untuk menggunakan satu atau lebih gaya tersebut akan bergantung pada keragaman budaya dari komunikator.

Teori *face-negotiation* mengasumsikan bahwa orang-orang dari budaya beragam fokus kepada presentasi *face* mereka. Ini merupakan teori di mana dengan cerdas menanamkan konflik ke dalam sudut pandangnya, dan mengelola konflik secara berbeda. Nilai budaya berbeda ada dalam berhadapan dan penyelesaian konflik, dan episode konflik ini dipengaruhi oleh *face concern* dan *face needs of communicators*. Menariknya, teori *face-negotiation* telah menerima beberapa klarifikasi dari Ting-Toomey sendiri, menyarankan perbaikan mengenai teori. Mengingat kembali bahwa teori bersandar kepada perbedaan pengalaman dan persepsi dari budaya individual dan kolektif. Pondasi ini untuk meletakkan esensi teorinya. Pada waktu itu, dimensi budaya ini tidak sepenuhnya dapat menjelaskan perbedaan budaya. Dalam penelitiannya, Ting-Toomey menemukan beberapa ketidaksesuaian.

Issue lainnya yang memengaruhi *logical consistency* dari teori *face-negotiation* telah memposisikan teori dalam perspektif *politeness* dengan memasukkan komponen pemikirannya, termasuk negatif dan positif *face*. *Labelling* dalam sudut pandang Brown dan Levinson



mungkin bersifat terlalu umum untuk menangkap *face concern* yang lebih berpusat pada interaksi. Isu lain yang menyinggung *face concern* ada yang tidak diidentifikasi oleh peneliti. Teori ini telah menimbulkan ketertarikan di antara peneliti komunikasi antarbudaya, membuatnya menjadi bersifat sangat heuristik. Beberapa kunci konsep dan fitur teori telah dipelajari. Pada tambahannya, pada hal yang lebih dapat dipraktikkan, teori telah dimasukkan ke dalam pelatihan antarbudaya dan pengembangan konflik. Teori *face-negotiation* akan berlanjut untuk membangkitkan peneliti komunikasi. Pada waktu tertentu, ketika budaya meliputi keseluruhan aspek kehidupan dan *global village* adalah menjadi lebih sempit, teori akan memiliki daya tarik yang lama.

## TEORI SEMIOTICS

### 17.1. Pengertian Semiotika

Lebih dari seratus tahun yang lalu, sementara linguis asal Swiss Ferdinand de Saussure itu menggambarkan tanda sebagai kombinasi dari penanda dan petanda, filsuf Amerika Charles Sanders Peirce secara independen mengembangkan *triadic model* merupakan sebuah tanda yang memiliki tiga komponen yaitu objek, representamen, dan interpretant. *Object* merupakan sesuatu tanda yang mengacu ke luar. Rujukan ini sering merupakan objek fisik (senjata), tetapi mungkin suatu tindakan (menembak) atau ide (pertahanan diri). *Representamen* merupakan tanda kendaraan atau bentuk yang tanda ambil (Griffin, 2012: 340).

Mirip dengan apa yang disebut Saussure *signifier* Peirce sering disebut dengan representamen sebagai tanda. Dan terakhir yaitu *interpretant* merupakan tanda yang dibuat dalam pikiran penafsir. Mirip dengan apa Saussure disebut *signified*. *Triadic model* ini menggambarkan hubungan antara tiga unsur dalam sistem tanda Peirce. Karena representamen dan penafsir yang mirip dengan penanda dan istilah petanda. Apa yang menonjol, tentu saja, adalah penambahan objek Peirce. Peirce adalah seorang realis filosofis. Tidak seperti *hard-core sosial constructionist's* dan yang paling postmodernis hari ini, pikirnya banyak referen benar-benar ada terlepas dari deskripsi linguistik mereka. Tetapi di lain pihak Saussure tidak begitu yakin dan meskipun benang merah yang menghubungkan representamen (*signifier*) dengan penafsir yang (*signified*) konsisten dengan apa Saussure lihat sebagai ikatan yang tak terpisahkan, dan garis putus-putus antara representamen dan objek merupakan faktor tambahan yang telah ditegaskan oleh semiologis dan

hal ini menggambarkan bahwa tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal yang diacunya. Meskipun Saussure semiologi menciptakan istilah (semantik), perhatiannya adalah dengan lisan dan tulisan kata-kata sebagai tanda linguistik.

Peirce termasuk tanda-tanda non-verbal dalam sistem yang benar dari awal. Tidak seperti Saussure, yang tidak mengklasifikasikan tanda berdasarkan jenis, Peirce menjelaskan tiga macam tanda-tanda berdasarkan hubungan mereka antara tanda dan dua komponen lainnya (Griffin, 2012: 341). *Symbolic signs* tak memiliki kemiripan dengan objek yang mereka lihat. Asosiasi ini merupakan *arbitrary* dan harus dipelajari dalam budaya sebagai masalah, misalnya hampir semua kata-kata, simbol matematika, arti lampu merah pada sinyal lalu lintas; pita kuning. *Iconic signs* memiliki kemiripan dirasakan dengan objek yang mereka menggambarkan. Hal ini meliputi suara, rasa, bau, atau merasa mirip dengan referen mereka. Misal seni kartun, metafora, kata-kata onomatope seperti lumpur atau cincin, bayangan, tubuh tercela pegulat. *Indexical signs* secara langsung dihubungkan dengan referen mereka spasial, temporal, atau dengan sebab dan akibat. Seperti jari telunjuk, mereka menunjuk ke objek, tindakan, atau gagasan yang mereka lihat. Misal asap sebagai tanda api, demam sebagai tanda penyakit, kaus kaki angin sebagai tanda arah dan kecepatan angin, alis berkerut sebagai tanda kebingungan. *Cinesemiotics*, merupakan sebuah cabang dari semiotika yang menginformasikan pembuatan film, mengacu pada perbedaan Peirce antara tanda-tanda.

Kritikus sastra Perancis dan semiologis Roland Barthes menulis bahwa baginya, semiotika bukanlah penyebab, ilmu, disiplin, sekolah, gerakan, atau mungkin bahkan teori (Griffin, 2012: 332). Dia mengatakan bahwa semiotika ini adalah sebuah petualangan. Tujuan dari semiotika adalah menafsirkan tanda-tanda baik verbal maupun non-verbal. Tanda verbal ini disebut sebagai linguistik. Barthes tertarik pada tanda-tanda visual yang di mana dari sisi non-verbal; kita hanya menunggu untuk membacanya.

*Semiotics (semiology)* adalah studi tentang produksi sosial dalam memaknai sistem tanda yang dapat menganalisis apapun yang dapat

berdiri untuk sesuatu hal yang lain. Semiologis dan novelis Umberto Eco asal Italia memiliki cara cerdas untuk mengekspresikan fokus tersebut (Griffin, 2012: 332). Semiotika adalah studi yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berbohong, karena jika beberapa hal yang tidak dapat digunakan untuk berbohong, sebaliknya hal itu tidak dapat digunakan untuk mengatakan yang sebenarnya, itu tidak bisa, pada kenyataannya, digunakan untuk memberitahu sama sekali. Barthes tertarik pada tanda-tanda yang tampaknya sederhana tetapi yang halus dalam memaknai komunikasi ideologis atau konotatif dan melestarikan nilai-nilai dominan masyarakat (Griffin, 2012: 333). Dengan demikian, Barthes adalah seorang pemikir yang memiliki pikiran tentang cara tanda-tanda bekerja lebih dari sekali selama karirnya. Namun praktisi terbaru semiotika mengikuti konsep analitis dasar teori aslinya. Pendekatannya memberikan wawasan besar ke dalam penggunaan tanda-tanda.

Teori Semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes ini bertujuan untuk menginterpretasi tanda-tanda verbal dan non-verbal. Sisi verbal dari bidang ini adalah linguistik. Namun Barthes tertarik dengan sisi non-verbal, yaitu beragam tanda visual. Ia mendirikan *Chair of Literary Semiology at the College of France*. Dalam bukunya yang berjudul *Mythologies*, ia berusaha menguraikan makna kultural dari tanda-tanda visual, terutama yang terkait dengan nilai sosial yang dominan di dalam masyarakat. Semiologi fokus pada berbagai hal yang “berdiri” bagi hal yang lain. Barthes tertarik pada tanda yang sepertinya terlihat jujur/langsung, namun sebenarnya mengkomunikasikan suatu ideologi atau makna konotatif. Umberto Eco menyatakan bahwa semiologi ini merupakan disiplin yang mempelajari segala hal yang dapat digunakan untuk menyatakan kebohongan, karena jika sesuatu tidak dapat digunakan untuk menyampaikan kebohongan, sebaliknya itu tidak dapat digunakan untuk menyampaikan kebenaran karena itu tidak dapat digunakan untuk mewakili semua hal (Griffin, 2012: 332).

## 17.2. Studi-studi tentang Tanda

Awalnya Barthes menggambarkan teori semiotika ini sebagai penjelasan dari sebuah mitos. Kemudian Barthes menggunakan istilah *connocation* untuk melabeli ideologis bahwa tanda-tanda “*myths*” itu akan membuatnya benar. Teori Barthes dengan makna konotatif ini tidak akan masuk akal bagi kita, bagaimanapun kecuali kita memahami terlebih dahulu cara kita memandang stuktur tanda-tanda yang ada. Pikirannya ini dipengaruhi oleh karya linguis Swiss Ferdinand de Saussure yang menciptakan istilah *semiology* dan studinya ini menggambarkan prinsip-prinsip Barthes. Peirce mengembangkan model *triadic* yang menyatakan bahwa suatu tanda mempunyai tiga komponen (Griffin, 2012: 340), yaitu:

1. Objek merupakan sesuatu di luar tanda yang merupakan ke poin mana tanda itu mengarah.
2. *Representamen* merupakan sarana dari tanda tersebut atau bentuk yang dipakai tanda tersebut. Ini sama dengan konsep *signifier* dari Saussure.
3. *Interpretant* merupakan rasa dari pembuatan tanda di dalam benak orang yang menginterpretasi yang serupa dengan *signified* dari Saussure.

Peirce menambahkan bahwa tidak ada hubungan langsung antara kata dengan hal yang dimaksudkan dari kata tersebut. Peirce memperkenalkan tiga tipe tanda berdasarkan hubungannya antara *sign vehicle* dan dua komponen lainnya (Griffin, 2012: 341), yaitu:

1. Tanda simbolik tidak menunjukkan kemiripan dengan objek yang dirujuk.
2. Tanda *icon* memiliki kemiripan rasa dengan objek yang digambarkan
3. Tanda *index* terkoneksi langsung dengan rujukannya secara spasial, temporal, atau dengan hubungan sebab-akibat.

Ada beberapa yang meragukan apakah teori ini memiliki *community of agreement*, beberapa yang mempelajari *signification* ini tidak

setuju dengan pandangan Barthes bahwa semua sistem konotatif menunjukkan nilai dari kelas dominan. Para Ahli, Anne Norton dan Douglass Kellner memperluas semiotika dari Barthes ini untuk menguji apakah tanda tersebut memang mempertahankan status-quo atau menunjukkan adanya sistem konotatif (Griffin, 2012: 342).

Perbedaan antara *signifier* dan *signified* dapat dilihat dalam deskripsi grafis Barthes dari *wrestler French*. Menurut Barthes citra *sign* merupakan kombinasi yang memisahkan antara *signified* dan *signifier*. Deskripsi Barthes tentang tanda ini sebagai korelasi antara penanda dan petanda berasal dari Saussure. *Signifier* merupakan bentuk fisik dari tanda seperti yang kita rasakan melalui indra kita atau sebuah gambar. Kemudian Saussure ingin melihat apakah ada hubungan yang logis antara *signified* dan *signifier*. Saussure menegaskan bahwa *signified* merupakan pemaknaan yang kita asosiasikan dengan tanda.

Barthes memberikan judul esainya dengan judul *The World of Wrestling*. Barthes mencatat bahwa setiap *wrestling* ini terjadi, maka akan memperkenalkan hubungan antara sebab-akibat dan akibat yang diwakilinya. *Wrestling* adalah salah satu dari banyak sistem semiotika. Barthes juga mengeksplorasi makna budaya desainer pakaian, mobil, perabot rumah tangga, tata letak kota, dan menampilkan publik seksualitas. Merupakan sebuah tanda Barthes berusaha untuk mendefinisikan dan mengklasifikasikan fitur umum untuk semua sistem-sistem semiotika. Jenis analisis struktural disebut *taxonomy*, dan buku Elemen Barthes semiotika adalah kegilaan sesungguhnya dari klasifikasi. Barthes kemudian mengakui bahwa *taxonomy* ini berisiko menjadi membosankan, tetapi proyek kekuatan dan keyakinannya bahwa semua sistem semiotika memiliki fungsi cara yang sama, meskipun memiliki keragaman. Barthes percaya bahwa sistem semiotika ini memiliki signifikansi dengan budaya yang merupakan status quo. Fungsi mitos adalah untuk memberikan kekacauan. Kita sekarang beralih ke teori Barthes konotasi, atau mitos, yang menunjukkan bagaimana sebuah tanda yang tampaknya netral atau mati bisa mencapai begitu banyak.

Menurut Barthes, tidak semua sistem semiologikal itu mistis dan tidak semua tanda membawa ideologis. Barthes berpendapat bahwa sistem mitos atau konotatif merupakan sistem yang dibangun dalam orde kedua dari semiologikal dari sebuah sistem tanda yang sudah ada. Tanda dari sistem pertama menjadi penanda kedua. Dalam artikel *American Journal of Semiotics*, Donald dan Virginia Fry dari Universitas Emerson meneliti praktik Amerika yang luas yang menampilkan pita kuning selama krisis Iran pada tahun 1980 (Griffin, 2012: 334). Mereka menelusuri transformasi dari pita kuning ini sebagai tanda ideologis.

1. *The Yellow Ribbon Transformation: from Forgiveness to Pride*

Tidak semua sistem semiologikal bersifat *mythic*, tidak semua tanda membawa ideologikal. *Mythic* atau sistem konotatif merupakan sistem semiologikal kedua yang melepaskan diri dari sistem tanda yang sudah ada. Di dalam sistem *mythic* tersebut, tanda dari sistem pertama menjadi *signifier* dari yang kedua.

2. *The Making of Myth: Stripping the Sign of its History*

Setiap tanda ideologikal merupakan hasil dari dua sistem tanda yang saling berkaitan. Sistem pertama sangat deskriptif sebagai gambaran *signifier* dan konsep *signified* berkombinasi untuk memproduksi tanda denotatif. Sistem kedua melayakkan tanda dari sistem denotatif dan membuatnya menjadi *signifier* dari sistem konotatif. Pergerakan lateral tersebut mentransformasikan tanda netral menjadi suatu alat ideologikal. Tanda denotatif aslinya tidak hilang, tetapi melemah.

3. *Unmasking the Myth of a Homogeneous Society*

Hanya orang yang memahami semiotika yang dapat mendeteksi kepalsuan yang ada dalam tanda konotatif. Tanda *mythic* itu tidak akan menjelaskan, melainkan meningkatkan pertanyaan. Tanda *mythic* ini selalu mendukung nilai dari budaya yang dominan. Mereka menaturalisasikan berbagai hal yang ada sekarang.

Karena tanda tersebut terintegrasi dengan komunikasi massa, maka analisa semiotika Barthes ini menjadi penting dalam teori tentang media. Kyong Kim berpendapat bahwa peningkatan signifikasi massa

dalam hal respon terhadap tanda merupakan efek artifisial untuk mencapai hal yang lain (Griffin, 2012: 339). Iklan di TV menciptakan lapisan-lapisan konotasi yang mengafirmasikan kembali status-quo. Barthes pada awalnya mendeskripsikan teori semiotikanya sebagai sebuah penjelasan dari *myth*. Dia kemudian menambahkan istilah *connotation* untuk melabelkan ideologi yang dibawa simbol ke manapun mereka pergi, dan murid Barthes bekerja berdasarkan konotasi sebagai sebuah pilihan kata untuk menyampaikan perhatian sebenarnya.

Berdasarkan Barthes, gambaran mengenai *wrestler physique* adalah *signifier*. Konsep dasarnya adalah *signified*. Kombinasi di antara keduanya adalah *sign*. *Signifier* adalah bentuk fisik dari simbol yang kita rasakan melalui indra kita; sebuah gambaran. *Signified* adalah makna yang berhubungan dengan tanda itu. Deskripsi Barthes mengenai sebuah simbol sebagai korelasi antara *signifier* dan *signified* datang dari Saussure. Linguist Swiss memvisualisasikan sebuah simbol sebagai selembar kertas dengan tulisan di kedua sisinya, *signifier* pada sisi yang satu, *signified* pada sisi yang lainnya. Jika kita memotong satu bagian, jumlah yang sama dari bagian lainnya juga akan terpotong.

Barthes menganggap olahraga gulat (*wrestling*) telah menciptakan dunianya sendiri tentang simbol yang saling berhubungan. Barthes mengatakan bahwa *wrestling* merupakan satu dari banyak sistem semiotika. Dia juga mencari makna budaya dalam pakaian desainer, masakan Prancis, *automobile*, *Japanese gift giving*, peralatan rumah, *urban layout*, dan *public display sexuality*. Barthes berusaha untuk mendefinisikan dan mengklasifikasikan kesamaan fitur untuk semua sistem semiotika. Jenis analisis struktural ini disebut *taxonomy*, dan buku Barthes mengenai *Elements of Semiologi* merupakan klasifikasi yang benar-benar di luar kebiasaan. Barthes percaya bahwa sistem semiotika yang signifikan dari sebuah budaya terkunci dalam status quo. Mitologi yang mengelilingi simbol krusial masyarakat menampakkan dunia seperti saat ini sebagai hal yang alami, tak dapat dihindari dan kekal.

Berdasarkan Barthes, tidak semua sistem semiologikal itu *mythic*. Tidak setiap simbol membawa atas ideologi. Barthes berpendapat bahwa *mythic* atau sistem konotatif merupakan *second-order semiological*



*system* yang membangun sistem simbol yang telah ada sebelumnya. Simbol dari sistem pertama menjadi *signifier* dari sistem kedua. Contoh konkrit akan membantu kita untuk memahami penjelasan Barthes. Dalam sebuah artikel *American Journal of Semiotics*, Donald dan Virginia Fry dari Emerson College menguji penyebaran praktik *yellow ribbons* selama tahun 1980 dalam krisis Iran. Mereka mengusut transformasi dari simbol kuning ke dalam ideologi simbol. *The Yellow ribbon* merupakan sebuah simbol penerimaan, tetapi tidak ditawarkan dengan biasanya. Terdapat noda dalam hubungan, luka untuk disembuhkan. Donald dan Virginia melabelkan makna asli dari *yellow ribbon* dalam lagu *Forgiveness of a Stigma*. Fungsi dari *The yellow Ribbon* masih sama dari tiga tahun setelah tahun 2003 pada invasi US ke Irak, di mana terdapat *center piece of America "War on Terror."* Berjuta-juta masyarakat menampilkan stiker *yellow ribbon* dan magnet pada mobil dan truck mereka yang berbunyi "*Support Our Troops.*"

Berdasarkan teori Barthes, pergantian dari *Forgiveness of Stigma* menjadi "*pride in victory*" mengikuti pola semiotika khusus. Barthes mengklaim bahwa setiap simbol ideologi merupakan hasil dari sistem simbol yang saling berhubungan. Sistem pertama yang direpresentasikan oleh koin yang lebih kecil dengan jelas mendeskripsikan gambaran *signifier* dan konsep *signified* yang berkombinasi untuk menghasilkan simbol denotatif. *Denotative sign system* merupakan sebuah simbol deskriptif tanpa konten ideologi di dalamnya. Tiga segmen dari sistem konotatif ditandai dengan angka Romawi pada gambar koin yang lebih besar. *Connotative sign system* merupakan simbol *mythic* yang kehilangan referensi sejarahnya; dibentuk tanpa isi. Dalam sistem konotatif, gambaran umum dari sebuah *yellow ribbon* sekarang ini dipasangkan dengan konten *signified* dari kemenangan dalam perang Irak yang dilihat di televisi. Tetapi, semenjak *signifier* tidak dapat mengingat sejarah atau budaya masa lalu, simbol *mythic* membawa "*crust of falsity*" (kulit kepalsuan).

Barthes meyakinkan bahwa hanya orang-orang yang memiliki kecerdasan yang dapat mengetahui kepalsuan simbol konotatif. Bagi kebanyakan orang Amerika, *yellow ribbon* selanjutnya akan lanjut untuk tidak merefleksikan perasaan "*We're number one*" mengenai harga diri

nasional. Tentu saja, hal ini terjadi tanpa mengatakan bahwa orang-orang akan mencintai negaranya. Tetapi hal ini merupakan masalah simbol *mythic*. Mereka melakukannya tanpa berkata. Mereka tidak menjelaskan, mereka tidak membela, dan mereka dengan jelas tidak menanyakan pertanyaan. Oleh karena itu, tergantung para semiologis untuk mengekspose atau menguraikan kembali sistem *mythic*. *Deconstruction* yaitu proses membuka kedok kontradiksi dalam sebuah teks; menolak kepalsuan.

Melalui hidupnya, Barthes menguraikan dan melabelkan *ideologies* yang diselipkan di antara gambaran naif konsumen. Ideologi yaitu pengetahuan yang ditampilkan sebagai sesuatu yang *common sense* atau alami terutama ketika konstruksi sosial diabaikan atau ditekan. Walaupun titik awal *signifies* bervariasi, Barthes menyimpulkan bahwa putaran konotasi masyarakat selalu berakhir sama. *mythic signs reinforce the dominant values of their culture* (Griffin, 2012: 337). Berdasarkan Barthes, simbol ideologi mendapatkan dukungan dan untuk status quo dengan mentransformasikan sejarah ke dalam alam, berpura-pura bahwa suatu kondisi merupakan tatanan alami dari sesuatu.

### 17.3. Terjadinya Mitos

Roland Barthes, menulis bahwa semiotika itu bukanlah sebuah sebab, sebuah pengetahuan, sebuah disiplin, sebuah sekolah, sebuah gerakan, dan kiranya bukan merupakan sebuah teori. Barthes mengklaim semiotika adalah sebuah *adventure*. Tujuan semiotika adalah untuk menginterpretasi simbol verbal dan non-verbal. Sisi verbal disebut dengan *linguistics*. Barthes, tertarik dengan sisi non-verbal, simbol visual beraneka segi yang menunggu untuk dibaca.

*Semiology* (atau *semiotics*, yang lebih dikenal di Amerika) berfokus kepada *anything that can stand for something else*. Umberto Eco, seorang semiologis dan novelis memiliki cara yang cerdas untuk menjelaskan fokus tersebut. Dia mengatakan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari produksi sosial dari makna dari sistem simbol, suatu analisa mengenai segala sesuatu yang dapat mewakili suatu hal lain. Barthes tertarik dengan simbol atau tanda yang terlihat lurus

namun sangat tajam dalam mengkomunikasikan ideologi atau makna konotatif dan mengabadikan nilai dominan masyarakat.

Barthes merupakan pemikir yang mengubah pikirannya mengenai cara tanda atau simbol bekerja. Banyak praktisi yang mengikuti konsep analitis dasar dari teori asli Barthes. Pendekatannya menyajikan pandangan yang besar terhadap penggunaan simbol, terutama *channel* yang melalui media massa. Awalnya, Barthes menggambarkan teori semiotika sebagai penjelasan dari *myth*. Kemudian ia menggantikannya dengan konsep *connotation* untuk melabeli makna konotatif yang dibawa oleh tanda tersebut ke manapun dia pergi, *myth* membuat semua yang berbau budaya menjadi tampak natural. Kunci dari teori ini merupakan struktur dari tanda itu sendiri. Pemikirannya tersebut sangat dipengaruhi oleh Ferdinand de Saussure, yang menggunakan terminologi sosiologi dan menganjurkan studi tersebut. Berikut ini beberapa fitur penting dari studi *semiology* (Griffin, 2012: 333-334), yaitu:

1. *A sign is the combination of its signifier and signified.*

Suatu tanda merupakan kombinasi yang tidak terpisahkan antara *signifier* dan *signified*. *Signifier* merupakan bentuk fisik dari tanda tersebut sebagaimana yang kita persepsikan lewat indra kita (suatu gambaran), sedangkan *signified* merupakan makna yang kita asosiasikan dengan tanda tersebut (konsepnya). Hubungan antara *signifier* dan *signified* itu memang *arbitrary* (sewenang-wenang, berubah-ubah).

2. *A sign does not stand on its own: it is part of a system.*

Barthes mencoba untuk mendefinisikan dan mengklasifikasi fitur-fitur umum yang muncul dalam semua sistem semiotika. Analisis dari struktur tersebut dinamai *taxonomy*. Barthes meyakini bahwa sistem semiotika mempunyai fungsi yang sama, terlepas dari keberagamannya yang tampak jelas. Sistem semiotika yang signifikan menciptakan suatu *myths* yang mengafirmasikan status-quo sebagai suatu hal yang natural, tidak terelakkan, dan abadi.

Menurut teori Barthes, pergeseran dari *forgiveness of stigma* menjadi *pride in victory* mengikuti pola semiotika. Barthes menyatakan bahwa setiap tanda ideologi ini merupakan hasil dari dua sistem tanda yang saling berhubungan. Sistem pertama diwakili oleh koin kecil yang secara ketat deskriptif di mana gambar penanda dan petanda menggabungkan konsep untuk menghasilkan tanda denotatif. Ketiga elemen sistem tanda didasarkan pada "Ikatan Pita Kuning". Ditandai dengan angka Arab pada tiga gambar koin kecil. Tiga segmen dari sistem konotatif ditandai dengan angka Romawi pada gambar dari koin yang lebih besar. Perhatikan bahwa tanda sistem pertama melakukan tugas ganda sebagai penanda dari sistem konotatif perang Irak. Menurut Barthes, pergeseran lateral, atau menghindari konotatif, adalah kunci untuk mengubah tanda netral menjadi alat ideologis.

Ikuti berpikir langkah-demi-langkah melalui diagram. *Signifier* (1) dari *denotative sign system* merupakan tanda diskriptif dengan isi dari ideologis. Isi dari *signified* (2) termasuk stigma yang berasal dari keyakinan kejahatan, istilah dalam penjara, kesediaan tahanan untuk mengambil tanggung jawab untuk pemisahan tiga tahun, dan pelepasan ledakan ketegangan ketika Greyhound penumpang bersorak di pandangan pohon ek kebanjiran pita kuning. Yang sesuai tanda denotatif (3) merupakan *Forgiveness of Stigma*. Bagi mereka yang mendengar lagu di radio, tanda pita kuning berbicara untuk dirinya sendiri. Itu pertanda kaya penyesalan dan lega. Penggunaan saat mengambil alih tanda sistem denotatif dan membuat penanda (I) dari (konotatif) sistem sekunder. Pita kuning dipasangkan dengan isi mitis dari ditandakan (II) yang berteriak kepada dunia, "Teknologi kami dapat mengalahkan teknologi Anda". Tapi sebagai simbol pita kuning disita untuk mendukung mitos nasionalisme Amerika, tanda kehilangan landasan historisnya. Sebagai penanda belaka dari sistem tanda konotatif, pita kuning tidak lagi berakar pada rincian dari lagu tersebut. Dalam sistem konotatif, gambar umum dari pita kuning sekarang dipasangkan dengan menandakan isi kemenangan dalam perang Irak seperti yang terlihat di televisi. Tapi karena penanda tidak dapat memanggil masa lalu sejarah dan budaya, tanda mitos (III) yang merupakan bagian yang membawa "*crust of falsity*".

Barthes yakin bahwa hanya mereka yang cerdas tanda semiotika ini dapat melihat tanda yang konotatif. Untuk kebanyakan orang Amerika, pita kuning akan terus mendapatkan sebuah *unreflective*. Barthes menyimpulkan bahwa berputar konotatif masyarakat selalu berakhir sama. Tanda-tanda mitos memperkuat nilai-nilai dominan dalam budaya mereka dan juga merupakan "*deconstruction*" yaitu proses kontradiksi dalam teks. Misalnya, pertandingan *whistler* kami diperiksa sebelumnya tampaknya pada pandangan pertama menjadi tidak lebih dari tidak berbahaya. Menurut Barthes, tanda-tanda *ideology* merupakan pengetahuan yang digambarkan sebagai akal sehat atau secara alamiah, terutama ketika konstruksi sosial diabaikan atau ditekan dan ideologi ini merupakan dukungan terhadap status quo.

#### **17.4. Semiotika Komunikasi Massa**

Seperti *wrestlers* dan *ribbon*, tanda-tanda yang paling semiotika ini semakin dikenal oleh budaya kita ketika disiarkan melalui media elektronik dan cetak. Karena tanda serta isu-isu ini merupakan kekuasaan dan dominasi yang merupakan bagian integral dari komunikasi massa, maka analisis semiotika Barthes ini telah menjadi *seminal media theory* (Griffin, 2012: 339). Iklan-iklan yang membuat televisi komersial sangat menguntungkan juga menciptakan lapisan konotasi yang menegaskan kembali status-quo. Hal ini sangat jelas dengan visual yang menarik, *soundtrack* semangat, dan humor baik hati, fungsi komersial sebagai pemuliaan keinginan yang tidak terpenuhi, esensi dari tanda kedua. Meskipun komersial ini dapat membujuk seseorang, reaksi kabur dari penampil, itu diam-diam memaksa mitos mendasari budaya tentang kemungkinan tak terbatas untuk sukses, mitos yang menurut Barthes mempertahankan dominasi mereka yang memegang tampuk perekonomian dan kekuasaan. Selanjutnya, Barthes tidak diragukan lagi akan berusaha untuk mengekspos semiotika tangan yang halus mengalir sistem konotatif orde kedua dari realitas historis tersirat dalam tanda asli.

Roland Barthes mengenai teori semiotikanya telah memenuhi lima kriteria teori penafsiran yang baik. Analisis kualitatif terhadap

nilai-nilai dan praktiknya sangat menarik dan ditulis dengan baik. Namun, teori semiotika ini tidak cukup memberikan standar yang baik mengenai teori-teori komunitas. Banyak para peneliti meragukan teori ini dalam hal memberikan sistem konotatif yang selalu ideologis dan kurang menjunjung tinggi nilai-nilai yang dominan. Klaim Barthes juga mengatakan bahwa semua tanda konotatif memperkuat nilai-nilai dominan, pendekatan semiotika untuk citra tetap perspektif teoretis inti untuk berbagai ilmuwan komunikasi, terutama mereka yang menekankan media dan budaya. Seperti *wrestler* dan *ribbons*, kebanyakan simbol semiotika mendapatkan budaya terkemuka ketika penyiaran dilakukan melalui media elektronik dan cetak. Karena simbol, sama halnya dengan isu kekuasaan dan dominasi, bulat terhadap komunikasi massa, analisis semiotik Barthes telah menjadi teori media yang kemungkinan akan berkembang.

Iklan yang membuat TV komersial sangat menguntungkan juga menciptakan lapisan konotasi yang menguatkan lagi status quo. Secara jelas, komersial dengan bintang NBA Michael Jordan (MJ) pada tahun 1998 didesain untuk menjual Gatorade dengan menghubungkannya kepada pencapaian yang hampir tak terbatas dari seorang pemain basket yang sangat hebat. Artinya, jika mengkonsumsi minuman ini maka akan dapat menjadi bintang. Kemudian ada seorang anak yang ingin sekali seperti menjadi MJ. Dalam indranya, anak kecil ini menjadi tempat simbol yang krusial. Dengan sistem denotatif, pandangan penuh anak ini merupakan *signifier*, dan mimpinya menjadi atlet terkenal merupakan *signified*. Resultan dari simbol denotatif-*a look of yearning*-memiliki kemampuan untuk mengubah kartun Gatorade keluar dari kulitnya. Tetapi sebagai *signifier* dari sistem konotatif sekunder, hal tersebut memiliki pengaruh budaya yang besar. Pada tingkat konotatif, "*look of yearning*" menyorankan *second-order signified* sesuatu yang lebih dari jenis mimpi mengenai masa depan seseorang di mana audiens diundang untuk berpartisipasi. Penonton didorong untuk mengharapkan karir dan tujuan yang secara nyata dapat diperoleh, bahkan pada lingkungan yang terbaik. Dengan visual yang menarik, *soundtrack*, dan humor yang baik, fungsi komersial sebagai pemujaan dari *unfulfilled desire*, yang merupakan esensi dari *second-order sign*.

Lebih jauh lagi, Barthes tidak akan ragu untuk berusaha mengekspose sulap semiotika mengenai tangan yang secara jelas menarik *second-connotative system* dari kenyataan sejarah yang tersirat dalam simbol aslinya.

Lebih dari seratus tahun yang lalu, ketika linguis Swiss Ferdinand de Saussure mendeskripsikan sebuah *sign* sebagai kombinasi antara *signifier* dan *signified*, seorang filsuf Amerika Charles Sanders Peirce mengembangkan *triadic model* tentang simbol. Peirce menyarankan bahwa sebuah simbol memiliki tiga komponen, yaitu *the object*, *the representamen*, dan *the interpretant*.

*Object*: sesuatu yang berada di atas simbol yang dirujuk simbol. Referensi ini sering sebagai sebuah objek fisik (*gun*), mungkin juga dapat berbentuk tindakan (*shooting*) atau sebuah ide (*self-defense*). *Representamen*: simbol *vehicle* atau bentuk yang diambil simbol. Sama dengan apa yang disebut Saussure sebagai *signifier*. Peirce juga sering merujuk representamen sebagai sebuah *sign*. *Interpretant*: rasa pembuatan simbol dalam pikiran *interpreter*. Sama dengan apa yang disebut Saussure the *signified*.

Peirce memasukkan simbol non-verbal ke dalam sistemnya dari awal. Tidak seperti Saussure, yang tidak mengklasifikasikan simbol berdasarkan tipe, Peirce mendeskripsikan tiga jenis simbol yang berbeda berdasarkan hubungan antara kendaraan simbolnya dan kedua komponen lainnya. *Symbolic sign*: tidak memiliki kemiripan terhadap objek yang dirujuknya. Asosiasinya adalah *arbitrary* dan harus dipelajari dalam budaya sebagai persoalan persetujuan. Contoh: seluruh kata, simbol matematika, makna lampu merah pada lampu lalu lintas, dan sebuah pita kuning. *Iconic sign*: memiliki kemiripan dengan objek yang ditampilkannya. Tampilan, suara, rasa, bau, atau perasaan sama dengan objeknya. Contohnya: kata onomatopik seperti *slush* atau *ring*, *cartoon art*, metafora, bayangan, dan tubuh *wrestler*. *Indexical sign*: secara langsung terhubung dengan rujukannya secara spatial, temporal, atau oleh sebab akibat. Seperti jari telunjuk, menunjuk kepada objek, tindakan atau ide yang dirujuknya. Contohnya: asap sebagai simbol dari kebakaran, demam sebagai simbol dari sakit, dan lain sebagainya.

Ketika dilihat dari *good-theory standard* dari sebuah *community of agreement*, semiotika belum cukup disampaikan. Barthes berbicara dan menulis untuk audiens yang luas, jadi ia tidak dapat dituduh dalam memperkenalkan idenya hanya kepada orang-orang yang benar-benar percaya. Bagi beberapa murid signifikasi, pendekatan marxist dari Barthes terhadap *myth making* berada pada teori konspirasi. Ilmuwan politik Universitas Pennsylvania Anne Norton mengembangkan pendekatan semiotika Barthes untuk melaporkan kemungkinan yang lain. Douglas Kellner juga melalui manipulasi stereotip dan *image* Madonna sebagai wanita "*wannabes*" memberikan rintangan terhadap identitas individu (Griffin, 2012: 342). Walaupun pakaian provokatif dan erotiknya mungkin pada awalnya terlihat dapat menguatkan pandangan patriarkal wanita atas panggunya menggambarkan kembali tubuhnya sebagai makna kekayaannya, namun karakter dan menaung kembali seksualitasnya sebagai bentuk kekuatan wanita. Walaupun kita menerima atau menolak bahwa seluruh simbol konotatif itu menguatkan nilai dominan, pendekatan semiotika untuk perumpamaan berada pada inti perspektif teoretikal untuk banyaknya para ahli komunikasi, terutama yang menekankan media dan budaya.



## TEORI *CULTURAL STUDIES*

Kita tidak dapat berlebihan dalam menyatakan seberapa besar budaya Amerika Serikat bergantung pada media. Stanley Baran dan Dennis Davis (2003: 215; West & Turner, 2010: 361) menyimpulkan bahwa media telah menjadi alat utama di mana kita semua mengalami atau belajar mengenai banyak aspek mengenai dunia di sekitar kita. Tetapi, cara yang digunakan media dalam melaporkan suatu peristiwa dapat berbeda secara signifikan. Melaporkan peristiwa dengan adanya agenda tersembunyi memiliki beberapa implikasi. Ketika media gagal untuk melaporkan semua aspek dari sebuah cerita, tak dapat dihindari lagi bahwa seseorang atau beberapa kelompok akan terkena dampaknya. Stuart Hall adalah seorang teoritikus yang mempertanyakan peranan berbagai instansi elite seperti media dan gambaran mereka yang sering kali salah dan menyesatkan. Tak seperti teoritikus komunikasi lainnya, Hall berfokus pada peran media dan kemampuan mereka untuk membentuk opini publik mengenai populasi yang termarginalkan, termasuk orang-orang kulit berwarna, orang miskin, dan kelompok orang lainnya yang tidak menggambarkan sudut pandang pria heteroseksual berkulit putih dan kaya. Orientasi ini mendasari karyanya dalam *cultural studies*.

### 18.1. Pengertian *Cultural Studies*

*Cultural studies* adalah perspektif teoritis yang berfokus bagaimana budaya dipengaruhi oleh budaya yang kuat dan dominan. Tidak seperti beberapa tradisi teoretis lainnya dalam teori-teori komunikasi, *cultural studies* tidak merujuk pada doktrin tunggal mengenai perilaku manusia. Bahkan, Stuart Hall (1992: 278; West &

Turner, 2010: 362) dengan persuasif berpendapat bahwa *cultural studies* memiliki banyak wacana; juga memiliki beberapa sejarah. Walaupun Hall dan teoretikus lain dalam *cultural studies* telah menerapkan banyak konsep dari teori ini kepada media, *cultural studies* jauh melampaui media (Downing, 1996) dan sering disebut sebagai “*mass studies*” (Angus, Jhally, Lewis & Shwichtenberg, 1989; West & Turner, 2010: 362).

*Cultural studies* berkaitan dengan sikap, pendekatan, dan kritik mengenai sebuah budaya. Budaya merupakan fitur utama dari teori ini, dan budaya telah menyediakan suatu kerangka intelektual yang telah mendorong para peneliti untuk mendiskusikan, tidak sepakat, menantang, dan merefleksikan. Bahkan, John Hartley (2003: 2; West & Turner, 2010: 362) mengamati bahwa peneliti telah mencapai sedikit kesepakatan mengenai apa yang dapat dianggap sebagai *cultural studies*, baik sebagai praktik kritis atau alat institusional, bidang ini dipenuhi dengan ketidak-sepakatan fundamental mengenai untuk apa *cultural studies* itu, bagi kepentingan siapa hal ini dilakukan, teori, metode dan objek kajian apa yang sesuai untuknya, dan di mana harus menarik batasannya.

Stuart Hall (1981, 1989; West & Turner, 2010: 362) menyatakan bahwa media merupakan alat yang kuat bagi kaum elite, karena media berfungsi untuk mengkomunikasikan cara-cara berpikir yang dominan, tanpa memperdulikan efektivitas pemikiran tersebut. *Cultural studies* menekankan bahwa media menjaga agar orang-orang yang berkuasa tetap memiliki kekuasaan sementara yang kurang berkuasa menerima mentah-mentah apa yang diberikan kepada mereka. *Cultural studies* juga merupakan tradisi yang berakar pada tulisan-tulisan filsuf Jerman Karl Marx, karena prinsip-prinsip Marxis membentuk dasar dari teori ini. Stuart Hall adalah seorang professor kelahiran Jamaika sosiologi emeritus di Universitas Terbuka di Inggris. Hall bergabung dengan para ahli kritis yang menyerang penelitian komunikasi bahwa komunikasi merupakan hal yang empiris, kuantitatif, dan sempit karena difokuskan pada hubungan sebab-akibat. Secara khusus, Hall meragukan kemampuan ilmuwan sosial untuk menemukan jawaban yang berguna untuk pertanyaan yang penting tentang pengaruh media. Sehingga, hal

yang penting baginya adalah bagaimana media dapat menciptakan sebuah dukungan untuk suatu informasi yang terjadi di sekitar.

Stuart Hall adalah seorang teoretikus yang menanyakan peran berbagai macam institusi elit seperti media dan mengenai bagaimana gambaran media yang sering salah dan menyesatkan. Tidak seperti teoretikus komunikasi lainnya, Hall fokus terhadap peran media dan kemampuan media untuk dapat membentuk opini publik mengenai populasi yang marginal, termasuk di dalamnya terdapat orang-orang dengan kulit berwarna, orang miskin, dan kelompok lainnya yang tidak menggambarkan orang heteroseksual. Bagi Hall, kepribadian itu bersifat politis; sebagai seorang Jamaika, ia berpendapat bahwa menjadi orang yang paling hitam di keluarganya, yang tidak layak dan ia juga menemukan bahwa pengalaman tentang kemarginalan ini diciptakan kembali dan diperluas.

Orientasi tersebut yang mendasari karya Hall dalam *cultural studies*. *Cultural studies* atau kajian budaya adalah perspektif teoretis yang fokus terhadap bagaimana budaya itu dipengaruhi oleh budaya yang kuat dan dominan. Tidak seperti beberapa tradisi teoretis lain, *cultural studies* tidak merujuk kepada doktrin tunggal tentang perilaku manusia. Stuart Hall (1992; West & Turner, 2010: 362) berpendapat bahwa *cultural studies* memiliki peristiwa dan waktu di masa lalu. *Cultural studies* ini berkaitan dengan sikap, pendekatan, dan kritik mengenai sebuah budaya. Budaya merupakan bagian utama dari teori ini, dan budaya juga menyediakan kerangka intelektual yang mendorong peneliti untuk mendiskusikan, tidak setuju, menantang, dan merefleksikan.

Permulaan *cultural studies* ini dimulai di Inggris, walaupun di Amerika sendiri telah ikut memimpin dalam usaha untuk memahami *cultural studies*. Stuart Hall (1981, 1989; West & Turner, 2010: 362) menyatakan bahwa media merupakan alat yang kuat bagi kaum elit. Media memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan pemikiran yang dominan, tanpa memperhatikan efektivitas pemikiran tersebut. *Cultural studies* menekankan bahwa media menjaga agar orang-orang yang berkuasa tetap memiliki kekuasaan sementara yang memiliki kekuasaan

kecil selalu menerima apa yang diberikan kepada mereka. *Cultural Studies* ini merupakan tradisi yang berakar dari tulisan-tulisan Karl Marx, seorang filsuf Jerman.

Hall percaya bahwa media massa dapat mempertahankan dominasi mereka yang sudah memiliki posisi kekuasaan. *Broadcast* dan *print outlines* melayani Buffets Warren, Michael Bloomberges dan Bill Gates dari dunia ini. Sebaliknya, media juga dapat mengeksploitasi orang miskin yang tak berdaya. Hall mengatakan bahwa bidang komunikasi ini terus menjadi "*stubbornly sociologically innocent*". Hall sangat mencurigai dan memusuhi pekerjaan empiris yang tidak memiliki ide-ide karena ia tidak mengetahui ide tersebut. Peneliti *non-critical* ini mewakili pekerjaan mereka sebagai ilmu murni tanpa adanya prasangka, tapi teori media ini sifatnya memiliki isi ideologis. Hall mendefinisikan *ideology* sebagai kerangka mental yang memiliki kelas dan kelompok sosial berbeda sehingga menyebarkan perintah untuk memahami, mendefinisikan, mencari tahu cara kerja masyarakat (West & Turner, 2010: 365). Dan sebagian besar dari kita banyak yang tidak menyadari ideologi yang kita miliki dan akhirnya berdampak pada diri kita sendiri.

Hall meyakini bahwa fungsi media untuk mempertahankan dominansi dari kaum yang *powerful* dan mengeksploitasi yang miskin atau kurang *powerful*. Ideologi merupakan suatu kerangka mental (bahasa, konsep, kategori, penggambaran dari pemikiran, dan perwakilan) yang berbeda di antara kelas dan kelompok sosial yang kemudian digunakan untuk memahami, mendefinisikan dan menemukan cara kerja masyarakat secara jelas. Untuk menghindari penggolongan akademik, Hall merujuk pada *cultural studies* bukannya *media studies*. Teori ini terkait dengan pendekatan kritis, namun lebih menekankan pada resistensi daripada rasionalitas. Hall meyakini bahwa tujuan teori ini adalah untuk mendukung atau memperkuat orang-orang yang termarginalisasikan dengan tujuan mengubah dunia.

Sebagai media yang *mainstream*, penelitian komunikasi massa di Amerika Serikat, Hall percaya bahwa itu berfungsi sebagai mitos dari *democratic pluralism* yang menyatakan bahwa masyarakat diikat oleh

norma-norma umum, termasuk kesempatan yang sama, menghargai keberagaman, satu orang satu suara, hak-hak individu, dan supermasi hukum. Temuan dari pesan media ini memiliki pengaruh yang kecil dalam merayakan klaim politik yang bekerja secara demokrasi. Hall percaya bahwa penelitian yang khas pada perilaku memilih individu, loyalitas pada merek, atau penanganan kekerasan dramatis gagal untuk mengungkap perjuangan untuk kekuasaan bahwa *media mask*. Hall pikir bahwa itu merupakan kesalahan untuk memperlakukan komunikasi sebagai disiplin akademik yang terpisah (pandangan yang mungkin atau mungkin tidak menimbulkan perasaan terhadap instruktur yang diberikan).

Dengan adanya hal tersebut, maka Hall mengacu teori *cultural studies* ini sebagai studi budaya daripada studi media, dan pada tahun 1970 Hall memimpin Pusat Studi Budaya Kontemporer (CCCS) di Universitas Birmingham di Inggris. Under Hall, staf dan mahasiswa pascasarjana di CCCS berusaha untuk mengartikulasika persepsi mereka terhadap perjuangan budaya antara si kaya dan si miskin. Hall menggunakan *articulate* dalam arti yang ganda yang berbicara tentang penindasan dan penaklukan yang menghubungkan dengan media komunikasi karena mereka menyediakan medan untuk membentuk sebuah makna. Dia mengatakan bahwa dia tidak berusaha untuk menjadi "*ventriloquist*" untuk massa, tetapi dia memiliki keinginan untuk mendapatkan beberapa ruang agar suara mereka dapat didengar. Karena salah satu tujuan dinyatakan Hall adalah untuk membuka kedok ketidak-seimbangan kekuasaan dalam masyarakat, katanya pendekatan kajian budaya ini berlaku jika "mendekonstruksi" struktur pada saat lembaga riset media gagal untuk menangani sebuah ideologi. Hall juga ingin membebaskan rakyat dari peprsetujuan ketidak-tahuan terhadap ideologi dominan budaya. Menurutnya *critical theory* dan *cultural studies* (sebuah kritik neo-Marxis yang menetapkan posisi bahwa media massa memproduksi persetujuan bagi ideologi dominan) sangat dekat dengan teori ini. Hall juga menempatkan teori ini pada ketahanan dan kurang menekankan pada rasionalitas. Bagi Hall, kebenaran dari studi budaya ini dibentuk oleh kemampuannya untuk meningkatkan kesadaran dari peran media dalam melestarikan status quo. Hall curiga terhadap setiap

analisis budaya yang mengabaikan hubungan kekuasaan. Itu karena ia percaya bahwa tujuan teori dan penelitian ini adalah untuk memberdayakan orang-orang yang tinggal di pinggiran masyarakat.

Stuart Hall merupakan profesor sosiologi pada Universitas Terbuka di Inggris. Hall bergabung dengan kelompok ahli kritis yang menyerang peneliti komunikasi "*mainstream*" yang bersifat empiris, kauntitatif, dan secara sempit fokus kepada menemukan hubungan sebab-akibat. Khususnya, Hall meragukan kemampuan para ilmuwan *science* untuk menemukan jawaban yang berguna terhadap pertanyaan penting mengenai pengaruh media. Hall percaya bahwa media massa menjaga dominansi orang-orang yang telah berada pada posisi kekuasaan. Sebaliknya, media mengeksploitasi kemiskinan dan kekuasaan yang kecil. Peneliti non kritikal merepresentasikan pekerjaan mereka sebagai *pure science* tanpa prasangkaan, tetapi setiap teori media dengan sifat alaminya memiliki konten ideologi. Hall mendefinisikan *ideologies* sebagai pandangan mental kelas berbeda dan kelompok sosial yang menyebar dalam hal untuk memahami bagaimana masyarakat bekerja, seperti halnya bahasa, konsep, kategori, perumpamaan pemikiran, dan representasi. Bagi para peneliti *mainstream* komunikasi massa di Amerika Serikat, Hall percaya bahwa hal itu akan menyajikan mitos mengenai *democratic pluralism*, berpura-pura bahwa masyarakat berpegang bersama-sama pada norma bersama, termasuk kesempatan yang sama, penghargaan terhadap perbedaan, satu orang satu suara, hak individu, dan peraturan hukum.

Hall kemudian merujuk pekerjaannya ini sebagai *cultural studies* dibandingkan dengan *media studies*, dan pada tahun 1970-an dia menunjuk Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS) di Universitas Birmingham UK. Di bawah Hall, para staff dan lulusan mahasiswa berusaha untuk mengartikulasikan persepsi mereka mengenai rintangan budaya yang dihadapi orang-orang yang memiliki budaya dan yang tidak. Hall menggunakan istilah *articulate* dalam perasaan *speaking out* mengenai tekanan dan *linking* mengenai penaklukan dengan media komunikasi karena mereka menyajikan daerah dimana makna dibentuk; merupakan pekerjaan kajian budaya. Sejak pernyataan Hall yang bertujuan untuk membongkar ketidak-

seimbangan kekuasaan dalam masyarakat, dia mengatakan bahwa pendekatan *cultural studies* dapat digunakan jika *cultural studies* menguraikan struktur yang telah ada dari peneliti media yang gagal untuk berhadapan dengan ideologi. Sama seperti Deetz yang ingin untuk memberikan suara yang bermakna bagi para *stakeholder* yang dipengaruhi oleh keputusan pemerintahan, Hall ingin untuk meliberasikan orang-orang dari sebuah persetujuan diam-diam terhadap ideologi dominan dari budaya. Secara jelas, *critical theory* dan *cultural studies* sangat dekat hubungannya. Bagaimanapun, Hall lebih menekankan kepada resistansi atau perlawanan dibandingkan dengan rasionalitas.

Marxisme merupakan akar dari sebuah teori ekonomi dan kekuasaan. Aturan emas Marxist menyarankan bahwa *he who has the gold, rules*. Walaupun Hall sangat kuat dipengaruhi oleh pemikiran Marxist, dia tidak menganut *hard-line brand of economic determinism* yang melihat keseluruhan secara ekonomis, politik, dan hubungan sosial yang pada akhirnya berdasarkan uang. *Economic determinism* adalah kepercayaan bahwa perilaku manusia dan hubungannya akhirnya disebabkan oleh perbedaan dalam sumber finansial dan perbedaan kekuasaan yang membuat terciptanya jarak (gap).

Hall juga menggambarkan konsep Antonio Gramsci, seorang teoritikus politik Italia mengenai *hegemony* untuk menjelaskan mengapa revolusi yang diprediksi Marx belum terjadi dalam banyak masyarakat industry (West & Turner, 2010: 367). Pada *scene international*, *hegemony* juga merujuk kepada pengaruh yang lebih besar atau dominasi suatu bangsa terhadap yang lainnya. Dalam konteks budaya khusus, Hall memasukkan istilah yang mendeskripsikan *hegemony* sebagai pengaruh tajam dari masyarakat yang memiliki terhadap yang tidak memiliki. Dia menekankan bahwa media *hegemony* bukan cerita yang disengaja, tidak bersifat teralu koersif, dan pengaruhnya tidak total.

Dalam bukunya *Representation*, Hall menyatakan bahwa fungsi utama *discourse* adalah untuk menciptakan *meaning* (Griffin, 2012: 346). Banyak siswa komunikasi setuju bahwa kata-kata dan simbol lainnya secara jelas tidak mengandung makna yang hakiki. Cara yang paling

menarik dalam menyatakan realita ini adalah “*words dont mean, people mean.*” Tetapi Hall mendorong kita untuk bertanya lebih jauh, darimana orang-orang mendapatkan *meaning*? Jawaban Hall adalah mereka mempelajari makna simbol melalui *discourse* melalui komunikasi dan budaya. Untuk mengilustrasikan bahwa makna datang dari *discourse*, Hall bertanya kepada pembaca mengenai bagaimana mereka mengetahui bahwa lampu merah berarti berhenti dan lampu hijau berarti jalan. Jawabannya adalah seseorang dahulu memberi tahu mereka begitu. Proses ini sama ketika kita mempertimbangkan simbol seperti gambar Osama Bin Laden dengan kata teroris. Tetapi, tidak cukup untuk mengatakan bahwa makna diciptakan melalui *discourse*. Kita juga harus memeriksa sumber dari *discourse* tersebut, terutama *speaker* yang mengatakannya.

Hall terbentur dengan kajian filsuf Prancis, Michel Foucault mengenai *mental illness*, *sexuality*, dan *criminality* dalam era sejarah yang berbeda (Griffin, 2012: 347). Foucault berkonsentrasi terhadap apa yang dikatakan orang-orang, apa yang tidak dikatakan orang-orang, dan siapa yang mengatakannya. Dalam hal *mental illness*, Foucault menemukan bahwa definisi yang mengangkat penyakit jiwa dan apa yang harus dilakukan terhadapnya berubah dari waktu ke waktu. Orang-orang dengan kekuasaan menggambarkan garis kewenangan antara normal dan abnormal, dan perbedaan tersebut menjadi *discursive formations* yang memiliki pengaruh fisik yang nyata mengenai anggapan terhadap kelompok tersebut.

Hall telah bekerja untuk menggerakkan kajian komunikasi menjauh dari mengadakan penggolongan area yang direfleksikan dalam organisasi pada teks ini: perkembangan hubungan, pengaruh, efek media, dan sebagainya. Dia percaya bahwa kita seharusnya belajar untuk menyatukan *athmosphere* di mana mereka terjadi dan dari mana mereka berasal yaitu budaya manusia. Konsisten dengan teori Marxist-nya, dia juga mendesak bahwa ahli komunikasi seharusnya menguji hubungan kekuasaan dan struktur sosial.

Hall dan para ahli mengikuti pemimpinnya untuk menempatkan lampu sorot secara langsung kepada representasi media mengenai



budaya yang menghasilkan ketidak-samaan sosial dan menjaga rata-rata manusia lebih atau kurang memiliki kekuasaan untuk melakukan segala sesuatunya tetapi beroperasi dalam sebuah *corporatized*, dunia *commodified*. Setidaknya di Amerika Serikat, kebanyakan informasi yang kita terima diproduksi dan didistribusikan oleh korporasi. Jika ruang televisi keluarga menonton CNN, dan meja di bawah memegang salinan *sports illustrated* (SI), maka rumahmu adalah sebuah iklan virtual untuk sebuah media konglomerat. Time Warner memiliki SI, CNN, dan cenderung *table company* yang membawa sinyal ke rumah, dan jika kita mengganti *channel* ke HBO untuk menonton film yang diproduksi oleh studio terbesar Amerika, maka kamu akan mendapatkan banyak makna yang diproduksi dan disponsori oleh Time Warner.

Terkadang, ideologi dominan itu ditegakkan oleh desakan. Pada malam September 2011, *broadcaster* ABC Peter Jennings dan Ted Koppel mendiskusikan pertanyaan yang banyak terdapat pada pikiran masyarakat Amerika: *why do some people hate America so much that they respon with glee at the carnage caused by terrorist?* Kedua komentator membicarakan tugas perpanjangan yang ada di Asia, Africa, dan Middle East di antara orang-orang dalam objek kemiskinan yang meilhat gambaran Amerika sebagai negara yang kaya, memiliki kekuasaan, dan arogan-kebanyakan hal tersebut diekspose dalam budaya industri Amerika seperti televisi, film, fashion, dan musik populer. *Culture industries* yaitu produser budaya seperti televisi, radio, musik, film, fashion, majalah, dan koran. Mungkin kemunculan patriotik yang paling tidak biasa setelah peristiwa 9/11 terrorisme adalah persamaan presiden Bush mengenai kecintaan terhadap negara dengan menghabiskan uang. Ia mengatakan bahwa hal ini merupakan waktu yang tepat untuk membeli mobil baru, suatu pernyataan yang diijinkan untuk digunakan dalam banyak iklan mobil. Hall percaya bahwa media menyajikan panduan mitos yang membentuk persepsi kita mengenai dunia dan menyajikan instrumen penting dari kontrol sosial. Hal ini sepertinya dapat mendeskripsikan perlakuan media Amerika terhadap senjata destruksi massa (WMD) adalah sebagai justifikasi untuk menyerbu Irak pada tahun 2003.

Tidak semua media pekerjaan ideologi itu dicapai melalui presentasi berita. Luke Winslow, seorang dosen Komunikasi Bisnis di Universitas Texas, Austin mengklaim bahwa representasi dari orang-orang biasa pada *reality show* di TV menawarkan penontonnya untuk lebih memberikan panduan untuk kehidupan yang lebih eksplisit dibandingkan dengan genre televisi lainnya. Khususnya, ia menganalisa *Extreme Makeover: Home Edition* untuk memperlihatkan bagaimana hal tersebut dapat menguatkan mitos mimpi Amerika. Sejak tahun 2003, Sunday-Night Show memiliki fitur cerita dongeng mengenai keluarga yang tinggal dalam sebuah rumah tua dan kemudian rumah tersebut berubah menjadi sebuah rumah impian dalam tujuh hari, tanpa ada biaya apapun. Tetapi seperti catatan Winslow, program mingguan yang dirasa baik belum dapat menjadi serial dengan rating tertinggi dan pemenang *Emmy Awards* karena hal tersebut berfokus kepada konkrit dan drywell. Walaupun pertunjukannya menyorot keluarga berbeda setiap minggunya, mereka memiliki banyak persamaan. Produser secara sengaja mencari keluarga Amerika yang memiliki karakter moral, mencintai satu sama lain, dan menunjukkan perhatian untuk orang lain membuat jelas bahwa keluarga tersebut pantas untuk mendapatkan rumah impian tersebut. Kombinasi dari kebaikan moral mereka dan lingkungan yang tragis meyakinkan Ty Pennington sebagai *host* acara dan penontonnya bahwa orang-orang ini merupakan *deserving people* bahwa orang-orang yang benar-benar pantas dipilih untuk mendapatkan *makeover* ekstrim atau rumah baru.

Fakta bahwa media menunjukkan sebuah rujukan interpretasi mengenai peristiwa manusia bukan merupakan alasan untuk mengasumsi bahwa penonton akan secara benar mengambil ideologi yang ditawarkan. Hall memegang kemungkinan bahwa orang-orang yang memiliki kekuatan kecil dapat terus menerus memiliki kesamaan dengan melawan ideologi dominan dan menerjemahkan pesan dengan cara yang lebih menyenangkan terhadap ketertarikan mereka. Hall memberikan tiga pilihan *decoding* (Griffin, 2012: 351), yaitu:

1. *Operating inside the dominant code*

Media memproduksi pesan; massa mengkonsumsinya. *Audience reading* bertepatan dengan *preferred reading*.

2. *Applying a negotiable code*

Audiens mengasimilasi ideologi yang memimpinya secara umum tetapi melawan aplikasinya dalam kasus tertentu.

3. *Substituting an oppositional code*

Audiens melihat melalui terbentuknya bias dalam presentasi media dan menjaga usaha yang teratur untuk *demythologize* berita.

Dengan seluruh *channel* komunikasi massa dalam jasa yang tanpa disadari dari ideologi dominan, Hall memiliki masalah dalam mempercayai bahwa *powerless* dapat merubah sistemnya. Dia menyebut hal ini dengan "*essimism of the intellect.*" Dalam kajian awalnya, Marshall McLuhan sangat kritis terhadap televisi. Hall menuduh McLuhan sebagai orang yang dikooptasi oleh pembentukan media dalam beberapa tahun belakangan. Dia mengkarakan posisi akhir McLuhan sebagai seseorang yang diam dan membiarkan media menyelimutinya. Tidak ada yang pernah menuduh Stuart Hall mengenai penjualan ideologi dominan dari masyarakat Barat. Banyak ahli komunikasi, mempertanyakan kebijakan dalam penyelenggaraan beasiswa di bawah sebuah bendera ideologi. Walaupun Hall dikenal sebagai figur penemu dari *cultural studies*, terdapat orang-orang yang bekerja dalam bidang ini yang kritis terhadap kepemimpinan. Ketika mengapresiasi dukungan terhadap etnis minoritas dan orang miskin, banyak wanita mencela kebungkaman relatif mengenai keadaan mereka sebagai korban hegemony. Kritik yang paling sering terdengar dari kajian Hall adalah dia tidak menawarkan perbaikan mengenai masalah yang diidentifikasinya. Hal tersebut benar bahwa ia tidak memiliki agenda tindakan yang besar untuk melepas sumbu peledak pengaruh media pada kepentingan elit yang berkuasa, dia telah bekerja keras untuk mengekspose rasisme yang diperkuat oleh laporan pers. Kontribusi Hall yang paling positif terhadap kajian komunikasi massa adalah peringatan konstannya bahwa sia-sia untuk berbicara mengenai makna tanpa mempertimbangkan kekuasaan pada saat itu.

## 18.2. *The Marxist Legacy*

Filsuf Karl Marx (1818-1883) dihargai sebagai orang yang mampu mengidentifikasi bagaimana mereka yang memiliki kekuasaan pada kaum elite mengeksploitasi yang lemah yakni kelas pekerja (West & Turner, 2010: 363). Ia percaya bahwa keadaan lemah dapat menuntun pada terjadinya “*alienation*”, atau kondisi psikologis di mana orang mulai merasa bahwa mereka memiliki sedikit kontrol terhadap masa depan mereka. Bagi Marx, aliensi akan paling merusak jika berada di bawah kapitalisme. Secara khusus, ketika orang kehilangan kontrol terhadap cara produksi mereka sendiri (sebagaimana terjadi di dalam kapitalisme) dan harus menjual waktu mereka kepada pemberi pekerjaan, mereka akan terjadi teraliensi. Marx percaya bahwa sistem kelas merupakan sebuah sistem monolitik yang ada di dalam semua masyarakat dan harus digali oleh kelas pekerja kolektif, atau kaum *proletariat*.

Para pemikir Marxis yang percaya bahwa kelas pekerja ditekan karena adanya kepemilikan media oleh korporasi disebut sebagai Frankfurt School Theorist (West & Turner, 2010: 363). Para pemikir dan penulis ini percaya bahwa pesan-pesan media dikonstruksi dan disampaikan dengan satu tujuan dalam benak mereka: kapitalisme. Artinya, walaupun media dapat saja mengklaim bahwa mereka menyampaikan informasi bagi “kebaikan bersama,” tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan uang dalam membingkai tiap pesan yang ada. Penerapan prinsip-prinsip Marxis pada *culture studies* ini lebih tidak kentara dan tidak terang-terangan. Hal ini menyebabkan beberapa ilmuwan menganggap bahwa teori ini cenderung lebih *neo-Marxist* yang berarti bahwa teori ini berbeda dari Marxisme klasik hingga pada batasan tertentu. Pertama, tidak seperti Marx, mereka yang ada di dalam *cultural studies* telah mengintergrasikan berbagai macam perspektif ke dalam pemikiran mereka, termasuk perspektif dari kesenian, humaniora, dan ilmu sosial. Kedua, para teoretikus *cultural studies* juga memasukkan kelompok marginal; yang tidak memiliki kekuasaan tambahan, tidak terbatas pada para pekerja saja. Kelompok-kelompok ini termasuk kaum komoseksual, etnis minoritas, wanita kaum dengan gangguan kejiwaan, dan bahkan anak-anak.

Stanley Baran dan Dennis Davis (2009; West & Turner, 2010: 361) menyatakan bahwa media telah menjadi tujuan pertama yang kita datangi untuk mengalami dan mempelajari berbagai aspek dunia sekitar kita. Cara media itu melaporkan setiap hari beragam. Ada yang bergantung pada pencarian faktanya, komentar pribadi (misalnya, dari para ahli). Pelaporan kejadian dengan agenda tersembunyi tentunya akan mempunyai banyak implikasi. Ketika media gagal melaporkan dari segala aspek cerita, maka banyak orang yang tidak terelakkan akan terpengaruh. Stuart Hall kemudian mempertanyakan peran media dan kesalahan mereka yang dilakukan secara frekuentif dan *misleading images*. Hall fokus pada peran media dan kemampuannya dalam membentuk opini publik dari kelompok yang termarginalisasikan. Ilmu ini berakar dari dunia politik. Hall tidak bersandar pada satu doktrin tentang perilaku manusia saja, melainkan ia berpendapat bahwa *Cultural Studies* ini memiliki banyak wacana, ada banyak sejarah. Budaya dan media merupakan fitur utama dari teori ini. Teori yang berawal dari Britain, kemudian dikembangkan di US ini meyakini bahwa media merupakan alat bagi kaum elit. Media disediakan untuk mengkomunikasikan pemikiran kaum dominan.

Karl Marx secara umum mempertanyakan sebagaimana pihak yang *powerful* (elit) mengeksploitasi yang *powerless*. Ia meyakini bahwa *powerless* akan membawa kepada *alienation* yang merupakan suatu kondisi psikologikal di mana orang mulai merasa bahwa ia punya sedikit kontrol atas masa depannya. *Alienation* ini akan semakin destruktif di bawah kapitalisme. Ketika orang kehilangan kontrol atas tujuan produksinya sendiri (seperti yang terjadi di dalam kapitalisme) dan harus menjual waktunya kepada beberapa karyawan, mereka akan menjadi teralienasi. Kapitalisme berdampak pada masyarakat yang mengejar profit dan pekerja kapitalis akan diperhitungkan dari potensi bekerjanya.

Marx meyakini bahwa sistem kelas, yaitu sistem *monolithic* yang mencakup semua masyarakat harus digali dengan kelas kerja kolektifnya, atau *proletariat*. Ia meyakini bahwa para pekerja itu akan mendapatkan kondisi kerja dan hidup yang buruk karena kaum elit tidak rela menyerahkan kontrol atas mereka. Kaum buruh di antara

masyarakat sering kali diasingkan menjadi status kedua. Kelas seperti ini sepertinya sudah mendarah daging, sehingga mereka pun cenderung diperbudak di dalam masyarakat. Kesimpulannya, masyarakat kapitalis membentuk masyarakat dan individu di dalamnya. Marxist meyakini bahwa pesan media sebenarnya sudah dikonstruksi dengan tujuan utama, yaitu kapitalisme, media lebih fokus untuk mencari uang daripada menyampaikan berita.

Filsuf Karl Marx adalah orang yang memiliki kemampuan untuk dapat mengidentifikasi bagaimana mereka yang memiliki kekuasaan (kaum elit) mengeksploitasi orang yang lemah (pekerja). Ia percaya bahwa keadaan yang lemah dapat membawa kepada terjadinya *alienation*, yaitu kondisi psikologis di mana seseorang memiliki persepsi bahwa mereka merasa memiliki sedikit kontrol terhadap masa depan mereka. Menurut Marx, alienasi akan paling merusak jika berada di bawah kapitalisme. Kapitalisme menghasilkan masyarakat yang didorong oleh keuntungan, dan pekerja di dalam masyarakat yang kapitalistik dinilai berdasarkan potensi yang mereka miliki. Marx percaya bahwa sistem kelas, sebuah sistem monolitik yang berada dalam masyarakat harus digali oleh kaum proletariat. Kepentingan para kaum elit atau para pimpinan, tertanam secara sosial dan oleh karena itu, orang menjadi diperbudak dalam masyarakat. Masyarakat kapitalistik, menurut tradisi Marxis, membentuk masyarakat dan individu-individu yang ada di dalamnya (Weedon, 2004; West & Turner, 2010: 363).

*Frankfurt School theorist* yaitu sekelompok ilmuwan yang mempercayai bahwa media lebih tertarik untuk menghasilkan uang dibandingkan menyampaikan berita. Para ahli dan penulis mempercayai bahwa pesan-pesan media dibentuk dan disampaikan dengan satu tujuan dalam pikiran mereka: kapitalisme. Maksudnya, walaupun media dapat mengklaim bahwa mereka menyampaikan informasi untuk kebaikan bersama, namun tujuan utama media adalah untuk membingkai tiap pesan (uang). Penerapan prinsip-prinsip Marxis tidak terlalu terlihat dan tidak terang-terangan. Hal ini menyebabkan beberapa ilmuwan berpendapat bahwa teori ini cenderung bersifat *neo-Marxist*, yang berarti bahwa penganutan marxisme yang masih terbatas.

### 18.3. Asumsi-asumsi *Cultural Studies*

*Cultural studies* pada dasarnya tertarik untuk mempelajari bagaimana kelompok elite seperti media menggunakan kekuasaan mereka terhadap kelompok subordinate (bawah). Teori ini berakar pada beberapa klaim penting mengenai budaya dan kekuasaan (West & Turner, 2010: 364-367), yaitu:

- Budaya tersebar dalam dan menginvasi semua sisi perilaku manusia. Asumsi yang pertama ini berkaitan dengan pemikiran mengenai budaya. Budaya didefinisikan sebagai sebuah komunitas makna. Dalam *cultural studies*, kita membutuhkan interpretasi yang berbeda dari kata budaya, sebuah definisi yang harus menggaris-bawahi sifat dasar dari teori ini. Berbagai norma, ide dan nilai dan bentuk-bentuk pemahaman di dalam sebuah masyarakat yang membantu orang untuk menginterpretasikan realitas mereka adalah bagian dari sebuah ideologi dalam budaya. Menurut Hall (1981: 31; West & Turner, 2010: 365), *ideology* merujuk pada “gambaran, konsep, dan premis yang menyediakan kerangka pemikiran di mana kita merepresentasikan, menginterpretasikan, memahami, dan memaknai beberapa aspek eksistensi sosial. Hall yakin bahwa ideologi mencakup bahasa, konsep, dan kategori yang dikumpulkan oleh kelompok-kelompok sosial yang berbeda untuk memaknai lingkungan mereka. Graham Murdock (1989: 436; West & Turner, 2010: 363) menekankan ketersebaran budaya dengan menyatakan bahwa semua kelompok secara konstan terlibat dalam menciptakan dan menciptakan ulang sistem makna dan memberikan bentuk kepada makna ini dalam bentuk ekspresif, praktik-praktik sosial, dan institusi-institusi. Murdock mengatakan bahwa menjadi bagian dari komunitas budaya yang beragam sering kali terdapat pergulatan akan makna, interpretasi, identitas dan kontrol. Pergulatan-pergulatan ini atau *cultural war* yang menunjukkan bahwa sering kali terdapat pemisahan-pemisahan mengenai pentingnya suatu isu atau peristiwa budaya.

- Orang merupakan bagian dari struktur kekuasaan yang bersifat hierarkis. Asumsi kedua ini berkaitan dengan manusia sebagai bagian penting dari suatu hierarki sosial yang kuat. Kekuasaan bekerja di dalam semua level kemanusiaan (Grossberg, 1989; West & Turner, 2010: 363) dan secara berkesinambungan membatasi keunikan identitas (Weedon, 2004; West & Turner, 2010: 363). Walaupun begitu, kekuasaan di dalam hal ini tidak didasarkan pada peran, sebagaimana kita melihatnya di dalam diskusi kita mengenai *adaptive structure theory*. Sebaliknya, Hall tertarik dengan kekuasaan yang dipegang oleh kelompok sosial atau kekuasaan di antara kelompok-kelompok. Makna dan kekuasaan ini berkaitan sangat erat, karena sebagaimana dinyatakan oleh Hall (1989: 48; West & Turner, 2010: 363) makna tidak dapat dikonseptualisasikan di luar bidang permainan dari hubungan kekuasaan. Dalam kaitannya dengan tradisi Marxis, kekuasaan adalah sesuatu yang diinginkan oleh kelompok subordinat tetapi tidak dapat dicapai. Sering kali terjadi pergulatan untuk kekuasaan dan pemenangnya biasanya adalah orang yang berada di puncak hirarki sosial.

Hall telah bekerja untuk memindahkan studi komunikasi jauh dari wilayahnya seperti hubungan pembangunan, pengaruh, efek media dan sebagainya. Dia percaya bahwa kita seharusnya mempelajari atmosfer pemersatu di mana mereka semua terjadi dan dari mana mereka berasal. Konsisten dengan teori Marxis, ia juga menegaskan bahwa ahli komunikasi seharusnya memeriksa hubungan kekuasaan dan struktur sosial. Untuk Hall, pengupasan studi komunikasi jauh dari konteks budaya di mana ia ditemukan dan mengabaikan realitas distribusi kekuasaan yang tidak setara dalam masyarakat telah melemahkan bidang kita dan membuatnya kurang teoritis yang relevan. Hall dan sarjana yang mengikuti jejaknya ingin menempatkan sorotan akademik langsung pada cara representasi media budaya mereproduksi ketidaksetaraan ikatan sosial dan menjaga rata-rata orang lebih atau kurang berdaya untuk melakukan sesuatu tetapi beroperasi dalam *corporatized*, dunia komodifikasi. Sehingga menurut Hall bahwa berita datang dengan mencerminkan kepentingan perusahaan multinasional



Barat. Masalah utama untuk studi kultural bukanlah informasi apa yang disajikan tapi apa informasi itu.

Ideologi merujuk kepada setiap citra, konsep, premis yang menyediakan kerangka pandangan dari apa yang kita wakili, interpretasikan, pahami, dan *make sense* dari berbagai aspek eksistensi sosial. Hall meyakini ideologi itu termasuk bahasa, konsep, dan kategori yang dikumpulkan oleh kelompok sosial dengan tujuan untuk memahami lingkungannya. Praktik budaya dan institusi tersebut memengaruhi ideologi kita. Graham Murdock meyakini bahwa semua kelompok terlibat di dalam penciptaan dan pembuatan kembali sistem makna dan mewujudkan makna tersebut dalam bentuk yang ekspresif, praktik sosial, dan institusi. Ia kemudian menyatakan bahwa ketika orang menjadi bagian dari komunitas budaya yang beragam akan memicu perjuangan atas makna, interpretasi, identitas, dan kontrol. Perjuangan tersebut atau *culture wars* menyarankan bahwa akan ada visi yang mendalam dan frekuentif dalam persepsi akan isu budaya tahu kejadian yang signifikan. Dreama Moon menyatakan bahwa budaya meliputi beragam aktivitas yang berbeda di dalam satu populasi. Budaya itu kemudian dibentuk oleh media (West & Turner, 2010: 365). Media menyerang kehidupan kita, membentuk rasa kita tentang sekitar, menginformasikan dan mempersuasikan kita atas produk dan kebijakan, mengusik mimpi pribadi dan ketakutan publik kita, dan kemudian mengajak kita untuk mendiami mereka.

*Power* bekerja dalam setiap kelas masyarakat. *Meaning* dan *power* merupakan hal yang saling terkait. *Meaning* tidak dapat dikonseptualisasikan di luar peranan *power relation*. *Power* merupakan sesuatu yang diinginkan oleh kelompok subordinat namun tidak dapat tercapai (Marxist). Misalnya, jika kecantikan disimbolkan dengan langsing dan *goodlooking*, maka semua yang tidak seperti itu dianggap tidak menarik. Hall meyakini bahwa orang yang menarik, di atas hirarki sosial akan memiliki *power* yang lebih besar daripada orang yang tidak menarik. Sumber *power* yang utama di dalam masyarakat adalah media. Hall meyakini bahwa media tersebut terlalu *powerful*. Gary Woodward juga meyakini bahwa media menjadi penjamin dari aktivitas budaya

bangsa, apa yang dianggap media sebagai sesuatu yang penting maka akan menjadi penting pula bagi masyarakat.

Pada dasarnya, *cultural studies* tertarik untuk mempelajari bagaimana kelompok elite contohnya media menggunakan kekuasaan mereka terhadap kelompok yang berada di bawah. Asumsi yang pertama berkaitan dengan pemikiran tentang budaya. Budaya didefinisikan sebagai suatu komunitas makna. Berbagai norma, ide, dan nilai dan bentuk pemahaman di dalam sebuah masyarakat yang membantu orang untuk menginterpretasikan realita mereka adalah bagian dari ideologi suatu budaya. Menurut Hall (1981; West & Turner, 2010: 365), *ideology* merujuk kepada suatu gambaran, konsep, dan premis yang menyajikan kerangka pemikiran di mana kita merepresentasikan, menginterpretasikan, memahami, dan memahami aspek eksistensi sosial. Hall yakin bahwa ideologi meliputi bahasa, konsep, dan kategori yang dimiliki kelompok-kelompok sosial yang berbeda untuk memaknai lingkungan.

Graham Murdock (1989; West & Turner, 2010: 365) menekankan ketersebaran budaya dengan menyatakan bahwa semua kelompok secara konstan terlibat dalam hal menciptakan dan menciptakan kembali sistem makna dan memberi bentuk makna dalam bentuk ekspresif, praktik sosial, dan institusi. Di dalam suatu komunitas budaya, sering terjadi pergulatan makna, interpretasi, identitas dan kontrol. Hal ini atau yang disebut *culture war* menunjukkan bahwa sering terdapat pemisahan persepsi mengenai pentingnya suatu isu atau peristiwa budaya. Makna dalam budaya dibentuk oleh media. Dalam hal ini, media dapat dianggap sebagai sesuatu yang membawa budaya yang berbasis teknologi, namun dapat dikatakan bahwa media lebih daripada itu. Asumsi kedua teori ini berkaitan dengan manusia sebagai bagian penting dari suatu hierarki sosial yang kuat. Makna dan kekuasaan berkaitan erat, karena seperti apa yang dikatakan Hall (1989; West & Turner, 2010: 365) bahwa makna tidak dapat dikonseptualisasikan di luar bidang hubungan kekuasaan. Dalam kaitannya dengan tradisi Marxis, kekuasaan adalah sesuatu yang diinginkan oleh kelompok bawah tetapi tidak dapat dicapai. Sering kali

terjadi perselisihan kekuasaan dan pemenangnya biasanya adalah orang-orang yang memiliki status sosial yang tinggi.

#### 18.4. Hegemoni

Konsep hegemoni merupakan fitur penting dalam *cultural studies* dan banyak bagian dari teori ini terletak pada pemahaman dan istilah ini. Secara umum *hegemony* merupakan pengaruh, kekuasaan, atau dominasi dari sebuah kelompok sosial terhadap yang lain. Ide ini adalah ide yang kompleks dan dapat dilihat dalam karya Gramsci, salah satu pendiri Partai Komunis Italia yang kemudian dipenjara oleh para fasis Italia. Pemikiran Gramsci mengenai hegemoni ini didasarkan pada ide Marx mengenai *false consciousness* yaitu suatu keadaan di mana individu-individu menjadi tidak sadar mengenai dominasi yang terjadi di dalam kehidupan mereka (West & Turner, 2010: 367). Gramsci berpendapat bahwa khalayak dapat dieksploitasi oleh sistem sosial yang juga mereka dukung (secara finansial). Penerapan pemikiran Gramsci mengenai hegemoni ini cukup sesuai untuk diplikasikan pada masyarakat di masa kini. Di bawah sebuah budaya yang hegemonis, beberapa orang mendapatkan keuntungan (secara literal) sementara yang lainnya merugi.

Kerumitan konsep ini dibahas oleh Hall (1989; West & Turner, 2010: 367). Ia menyatakan bahwa hegemoni dapat bersifat multisisi, dalam hal kelas yang dominan atau berkuasa sering kali terbagi-bagi dalam ideologinya. Ini berarti bahwa selama mereka sedang dipengaruhi secara tidak kentara, publik mungkin akan ditarik atau didorong ke beberapa arah yang berbeda. Hegemoni dapat dipahami lebih lanjut dengan melihat budaya korporat pada masa kini, di mana ia menggunakan pemikiran Marx yaitu ide-ide untuk menguasai adalah ide-ide yang dimiliki oleh kelas yang berkuasa. Sebagaimana diungkapkan oleh Hall (1997: 40; West & Turner, 2010: 368) bahwa bahasa dalam pengertian luasnya merupakan sarana dari pemikiran, kalkulasi dan kesadaran praktis, dikarenakan cara-cara dengan mana makna dan referensi tertentu secara historis sudah aman. Orang harus memiliki cara yang sama dalam menginterpretasikan bahasa, untuk

mencapai makna di dalam sebuah konteks, dan Hall mengamati bahwa makna berubah dari sebuah budaya atau era ke budaya atau era yang lainnya. Apa yang dimaksud oleh semua ini adalah bahwa terdapat banyak ideologi di dalam sebuah masyarakat yang sangat kompleks. Hall sebut sebagai "*theatre of struggle*" yaitu ideologi yang terdapat di dalam masyarakat yang berkompetisi dan berada di dalam keadaan konflik untuk sementara (West & Turner, 2010: 369). Jadi, ketika sikap dan nilai mengenai topik-topik berbeda mulai mengalami pergeseran di dalam masyarakat, begitu pula berbagai ideologi yang diasosiasikan dengan topik-topik ini.

Stuart Hall dengan pandangan yang dikatakan Karl Marx mengatakan bahwa Marxisme merupakan akar dari teori ekonomi dan kekuasaan. Aturan Marxis menunjukkan bahwa orang memiliki sebuah aturan, dan dalam masyarakat yang kapitalis mengatakan bahwa orang-orang yang memiliki alat-alat produksi untuk mendapatkan lebih banyak kekayaan dengan mengekstraksi tenaga kerja dari pekerja yang tidak mendapatkan manfaat tambahan dari kekayaan yang diciptakan oleh pekerjaan mereka. Jadi yang kaya makin kaya dan yang miskin makin miskin. Menurut Marx, adanya kesenjangan antara kelas manajerial dan kelas pekerja ini semakin besar. Meskipun Hall sangat dipengaruhi oleh pemikiran Marxis, dia tidak menganut paham *economic determinism* yaitu kepercayaan bahwa perilaku manusia dan hubungannya pada akhirnya disebabkan oleh perbedaan dalam sumberdaya finansial dan perbedaan dalam kekuasaan yang menciptakan kesenjangan tersebut. Hall menemukan bahwa penampilan fisik orang kulit hitam sering dipandang memiliki status ekonomi yang rendah dan ia juga yakin bahwa media massa akan melawan mereka yang mengontrol cara produksi dalam masyarakat yang kapitalis. Sebaliknya ia juga mengadopsi paham Marxisme yang menyadari bahwa teorinya tidak murni tetapi ia lebih suka dengan istilah bahwa yang benar itu tidak ketat daripada ketat tapi salah.

Hall mengacu pada konsep teoretikus politik asal Italia, Antonio Gramsci. Konsepnya itu adalah *hegemony* yang menjelaskan bahwa mengapa revolusi Marx ini diprediksi tidak terjadi dalam masyarakat industri. Di kancah internasional, hegemoni ini biasanya mengacu pada

pengaruh yang lebih besar atau dominasi satu Negara atas Negara yang lainnya. Dalam konteks budaya tertentu, Hall menggambarkan hegemoni ini dengan kesenjangan antara si kaya dan si miskin. Siaran dan media cetak menyajikan berbagai ide, tapi kemudian mereka cenderung untuk menopang status quo dengan mengistimewakan penafsiran yang sudah diterima dari realitas yang ada dan hasilnya bahwa peran media massa ternyata merupakan hasil produksi dari persetujuan masyarakat daripada mencerminkan konsensus yang sudah ada. Stan Deetz menggunakan istilah *consent* untuk menggambarkan bagaimana para pekerja secara sengaja mencapai keinginan manajemen dalam upaya merusak hal tersebut untuk memenuhi kepentingan mereka sendiri (Griffin, 2012: 344-345). Dengan cara yang sama, Hall percaya bahwa fungsi persetujuan media massa ini dibentuk untuk menyakinkan pembaca dan pemirsa bahwa mereka memiliki minat yang sama untuk memegang sebuah kekuasaan. Karena pengaruh hegemonik media telah relatif berhasil, sehingga memainkan peran penting dalam mempertahankan kerusuhan pekerja daripada bereskalasi menjadi semangat revolusioner.

Terkadang ideologi dominan ditegakkan oleh kendala. Pada malam September 11, ABC penyiaran Peter Jennings dan Ted Koppel membahas pertanyaan yang ada di benak banyak orang Amerika: mengapa beberapa orang membenci Amerika sehingga mereka merespon dengan gembira di pembantaian disebabkan oleh teroris? Kedua *commentator* berbicara tentang tugas diperpanjang di Asia, Afrika, dan Timur Tengah antara orang-orang dalam kemiskinan yang hanya melihat gambar kekayaan Amerika, kekuasaan, dan keangkuhan yang sebagian besar diekspor dalam US budaya industri televisi, perfilman, fashion, dan musik populer. Selama 15 menit, dua analis berita negara atas berbicara secara pribadi dan pencarian jiwa tentang mendidih frustrasi di kalangan miskin di dua pertiga dunia. Mereka menghindari stereotip *good-guy/bad-guy* yang saya dengar pada saluran lain. Ini tentu bukan Hall wacana wacana ideologi. Mungkin daya tarik patriotik paling tidak biasa setelah 9/11 terorisme adalah persamaan Presiden Bush yang cinta negara dengan menghabiskan uang. Dia menyarankan bahwa ini adalah waktu yang sangat baik untuk membeli mobil baru,

sebuah pernyataan bahwa ia diijinkan untuk digunakan dalam berbagai mobil komersial.

Hall percaya bahwa media massa memberikan mitos pemandu yang membentuk persepsi kita tentang dunia dan berfungsi sebagai instrumen yang sangat penting. Masyarakat sosial ini tampaknya menggambarkan perlakuan media AS dari *weapon of mass destruction* (WMD) sebagai pembenaran untuk menyerang Irak pada tahun 2003. Meskipun siaran dan media cetak setia melaporkan kegagalan kepala inspektur senjata PBB Hans Blix 'untuk menemukan WMD sebelum invasi, seperti pemerintahan Bush, mereka tidak pernah mempertanyakan keberadaan bahan kimia atau ancaman nuklir. Berita bukannya berdiam kapan dan di mana WMD akan ditemukan. Pembuatan media konsensus populer begitu menyeluruh bahwa bahkan setelah Komisi 9/11 menyimpulkan bahwa Saddam Hussein tidak memiliki senjata tersebut, segmen besar penduduk terus percaya pada keberadaan mereka. Hanya pada akhir 2004 itu media mulai meneliti mengapa mereka tidak pernah mempertanyakan posisi pemerintah.

Tidak semua karya ideologis media dicapai melalui penyajian berita. Lukas Winslow, dosen Komunikasi Bisnis di Universitas Texas di Austin, mengklaim bahwa representasi orang-orang biasanya akibat dari realitas TV yang menawarkan pemirsa lebih eksplisit memandang pedoman hidup dibanding genre televisi lain. Secara khusus, ia menganalisa *extreme makeover* ini sebagai *home edition* untuk menunjukkan bagaimana memperkuat mitos dari mimpi orang Amerika. Winslow yakin bahwa pekerjaan yang sebenarnya dilakukan di *Extreme Makeover* pada penonton daripada rumah. Setiap episode yang ditampilkan dalam TV adalah moralitas dari kehidupan yang mini yang menunjukkan kekayaan pergi hanya untuk orang-orang yang berhak menerimanya. Orang-orang baik layak rumah yang layak dan mereka mendapatkannya. Kritik Winslow adalah ditujukan kepada para sarjana yang dilakukan di bawah *cultural studies* yang dikembangkan oleh Hall. Menurutnya, hal ini membutuhkan budaya populer serius dan berusaha untuk mengungkap cara biasanya mendukung status quo. Dengan kata Winslow, "Pada akhirnya, tujuan utama dari para ahli ideologi adalah untuk membawa kenyamanan bagi para korban dan untuk

menimpa nyaman dengan mempertanyakan asumsi-asumsi yang diambil untuk diberikan, memberikan suara kepada bersuara, dan membawa orang-orang di pinggiran masyarakat (Griffin, 2012: 351).

Fakta bahwa media menghadirkan interpretasi yang disukai oleh masyarakat terhadap kejadian manusia memiliki alasan untuk menanggapi bahwa penonton benar-benar akan mengambil ideology yang ditawarkan dari media tersebut. Hall mengatakan bahwa ketidakberdayaan mungkin sama dengan penolakan ideologi dominan dan menerjemahkan pesan dengan cara yang lebih menyenangkan untuk kepentingan mereka sendiri, Ia menguraikan tiga opsi decoding, yaitu *operating inside the dominant code* di mana media menghasilkan pesan, massa mengkonsumsinya. Pembacaan penonton bertepatan dengan pembacaan yang lebih baik. *Applying a negotiable code* yaitu para penonton mengasimilasi ideology yang terkemuka pada umumnya tapi menentang penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. *Substituting an oppositional code* di mana para penonton melihat sesuatu hal dengan pandangan yang bias dalam presentasi media dan upaya yang terorganisir untuk mendemitologisasi berita.

Dengan semua saluran komunikasi massa dalam pelayanan tanpa disadari ideologi dominan, Hall percaya bahwa sesuatu hal yang kita tidak sadari dapat mengubah sistem. Dia menyebutnya sebagai *pessimism of the intellect*. Namun ia bertekad untuk melakukan semua yang dia bisa lakukan untuk mengekspos dan mengubah penataan realitas media. Dia menyebut teknik ini sebagai "*optimism of the will*". Hall memiliki rasa hormat yang tulus untuk kemampuan orang untuk menolak kode dominan. Dia tidak menganggap massa sebagai kultural yang mudah dimanipulasi oleh mereka yang mengontrol media, tetapi ia tidak dapat memprediksi kapan dan di mana perlawanan akan bermunculan. Hall mengutip satu kemenangan kecil oleh para aktivis dalam perjuangan terorganisir untuk membuktikan bahwa hitam adalah indah. Pertarungan ideologi adalah perjuangan untuk menangkap bahasa. Hall melihat orang-orang di pinggiran masyarakat melakukan pertempuran semantik pada media lapangan bermain yang tidak akan pernah cukup.

*Hegemony* merupakan dominasi (pengaruh, kekuasaan, dan dominansi) dari suatu kelompok atas kelompok yang lain. Gramsci menganggap bahwa *hegemony* tersebut merupakan *false consciousness* yang artinya orang tidak sadar terhadap dominasi dalam kehidupan mereka. Gramsci merasakan bahwa kelompok dominan dalam masyarakat mengatur dan mengarahkan orang pada suatu kepuasan diri. Khalayak akan dieksploitasi oleh sistem sosial yang mereka dukung (secara finansial). *Consent* (persetujuan) merupakan komponen prinsip dari *hegemony* tersebut. *Consent* diberikan oleh populasi jika mereka memiliki *stuff* yang cukup (kebebasan, benda material, dan sebagainya). Orang akan merujuk pada kehidupan di dalam masyarakat dengan hak ini dan *consent* terhadap ideologi budaya yang dominan. Tidak dapat dipungkiri bahwa orang akan memilih untuk tinggal di dalam masyarakat di mana terdapat hak-hak ini dan memberikan persetujuan pada ideologi dari budaya yang dominan. Aplikasi pemikiran Gramsci ini sangat sesuai dengan masa kini. Di bawah budaya hegemoni, beberapa mengalami keuntungan di mana yang lain merugi sehingga ada *imbalance power*. Masyarakat yang hegemoni ini dianggap menjadi terpengaruh bukan karena pemaksaan, melainkan karena persetujuan. Orang akan cenderung mendukung ideologi dari budaya yang dominan. Di dalam organisasi, ini dapat dilihat dalam proses penarikan keputusan di mana keputusan sering kali dibuat oleh kelas yang berkuasa dan pria heteroseksual berkulit putih.

Bahasa kemudian menjadi sarana dari pemikiran, kalkulasi, dan kesadaran praktis dikarenakan cara-cara dengan mana makna dan referensi tertentu secara historis sudah aman. Orang harus memiliki cara yang sama dalam menginterpretasikan bahasa untuk mencapai makna dalam suatu konteks. Hall mengamati bahwa makna berubah dari sebuah budaya atau era ke budaya atau era lainnya. Terdapat banyak ideologi dalam suatu masyarakat yang kompleks *Theatre of Struggle* merupakan kompetisi yang ada di antara ideologi dari berbagai budaya. Jadi, ketika sikap dan nilai mengenai topik-topik yang berbeda di dalam masyarakat mulai mengalami pergeseran di dalam masyarakat, begitu pula berbagai ideologi yang diasosiasikan dengan topik-topik ini. Hegemoni hanya merupakan suatu komponen dari arus intelektual



yang dihubungkan dengan kajian budaya. Walaupun khalayak sering kali dipengaruhi oleh kekuatan dominan di masyarakat, namun orang akan seringkali menunjukkan adanya kecenderungan hegemonis mereka sendiri.

Konsep mengenai hegemoni merupakan bagian penting dalam Cultural Studies dan banyak bagian dari teori ini berasal dari pemahaman istilah ini. Secara umum, *hegemony* didefinisikan sebagai suatu pengaruh, kekuasaan, atau dominasi dari sebuah kelompok sosial terhadap kelompok sosial yang lain (Griffin, 2012: 346). Gagasan ini merupakan gagasan kompleks dan dapat diuji kembali pada karya Antonio Gramsci. Pemikiran Gramsci mengenai *hegemony* didasarkan kepada ide Marx mengenai *false consciousness*, yaitu suatu keadaan di mana individu-individu menjadi tidak sadar mengenai dominasi yang terjadi di dalam kehidupan mereka. Gramsci berpendapat bahwa audiens dapat dieksploitasi oleh sistem sosial yang mereka anut (secara finansial). Dimulai dengan budaya populer hingga agama, Gramsci berpendapat bahwa kelompok dominan dalam masyarakat berhasil membuat orang untuk menjadi tidak sadar atau waspada. *Theatre of struggle* berarti berbagai ideologi di dalam masyarakat berkompetisi dan berada pada keadaan konflik untuk sementara waktu. Hegemoni hanyalah merupakan suatu komponen dan intelektual yang dihubungkan dengan *cultural studies*. Walaupun audiens sering dipengaruhi oleh kekuatan yang dominan di dalam masyarakat, sering orang akan menunjukkan kecenderungan mengenai hegemoni mereka sendiri.

### **18.5. Counter Hegemony**

Kita telah melihat bahwa hegemoni merupakan salah satu dari konsep-konsep inti di dalam *cultural studies*. Walaupun begitu, khalayak tidak selalu tertipu untuk menerima dan mempercayai apa pun yang diberikan oleh kekuatan yang dominan. Terkadang, khalayak juga akan menggunakan sumber daya dan strategi yang sama seperti yang digunakan oleh kelompok sosial yang dominan. Hingga pada batas tertentu, individu-individu ini akan menggunakan praktik-praktik

dominasi hegemonis yang sama untuk menantang dominasi yang ada. Inilah yang disebut Gramsci sebagai “*counter-hegemony*” (West & Turner, 2010: 369). *Counter-hegemony* menjadi hal yang penting dalam pemikiran *cultural studies* karena hal ini menunjukkan bahwa khalayak tidak selamanya diam dan menurut. Dengan kata lain, kita sebagai anggota khalayak tidak bodoh dan submisif. Danny Iles dan *Counter Tag* (salah satu *newsletter*) mengamati bahwa sebagian tujuan dari *counter-hegemony* adalah untuk memahami sejarah melalui lensa yang berbeda, terutama dengan perspektif dari para wanita, pekerja, dan etnis minoritas. Artinya, di dalam *counter-hegemony* ini para peneliti berusaha untuk memperbesar volume suara yang selama ini dihubungkan. Hall sangat dipengaruhi oleh pemikiran Marxist untuk melihat pendeterminasian ekonomi yang terlalu disederhanakan. Hall menggunakan istilah Hegemoni untuk mengarah kepada interpretasi yang telah diterima tentang realitas.

Hall menyatakan bahwa fungsi utama dari wacana adalah untuk membentuk makna. Kata dan tanda memiliki makna intrinsik, kita mempelajari apa yang dimaksudkan oleh suatu tanda lewat wacana, komunikasi, dan budaya. Hall meyakini bahwa kita harus menguji sumberi dari wacana tersebut. Orang yang memiliki *power* akan memformulasikan wacana yang akan dinaturalisasi. Cara penginterpretasian dunia lebih jauh akan dipelajari lewat wacana dan mempertahankan kekuasaan dari dominansi. Hall meyakini bahwa fokus dari studi komunikasi adalah bagaimana budaya manusia memengaruhi media dan *power relations* dan struktur sosial. Hall dan koleganya menganjurkan *cultural studies* yang meyakini bahwa representasi budaya yang disampaikan oleh media akan memproduksi kembali *inequalities social* dan mempertahankan orang-orang yang *powerless*. Setidaknya, di dalam korporasi US diproduksi dan didistribusikan informasi dari orang kebanyakan. Isu utamanya bukan merupakan informasi apa yang dihadirkan, melainkan informasi siapa. Hall meyakini bahwa media massa menyediakan *myth* untuk membentuk persepsi kita akan dunia dan menjadi instrument penting dari kontrol sosial. Dia meyakini bahwa *encoding* hegemoni terjadi setiap waktu. Luke Winslow mengklaim bahwa orang biasa

ditawari panduan yang sedikit dalam mengalami realitas di TV. Terjadi *extreme Makeover* yang merupakan edisi menghadirkan kehidupan keluarga yang putus asa. Setiap episodenya mempunyai moralitas yang rendah.

Audiens mungkin saja tidak menerima sumber ideology. Ada tiga cara dalam melakukan *decode* pesan (West & Turner, 2010: 371-372), yaitu:

1. Mengoperasikan bagian dalam kode dominan tersebut.
2. Mengaplikasikan kode yang sudah dinegosiasikan
3. Menggantikan kode oposisional.

Meskipun Hall kurang mempercayai bahwa *powerless* dapat mengubah sistem, dia menghargai kemampuan orang-orang untuk bertahan dari kode dominan. Ia tidak mampu memprediksi kapan dan di mana resistensi itu akan terjadi. Tidak ada pesan hegemoni atau *counter-hegemony* yang dapat ada tanpa kemampuan khalayak untuk menerima pesan dan membandingkannya dengan makna yang telah tersimpan di dalam benak mereka. Hall menyebut istilah ini sebagai *decoding*, yaitu topik akhir mengenai *cultural studies* yang akan dibahas (West & Turner, 2010: 371). Ketika kita menerima pesan dari orang lain, maka kita mendekodekan pesan-pesan tersebut berdasarkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu kita, *decoding* ini sangat penting dalam *cultural studies*, tetapi sebelum berlanjut lebih jauh ke dalam hal ini, kita akan membahas *cultural studies* hingga pada titik ini. Kita akan mengingat bahwa publik menerima informasi dalam jumlah yang besar dari kaum elite dan bahwa orang secara tidak sadar menaati pesan yang disampaikan oleh ideologi dominan. Para teoretikus berpendapat bahwa publik harus dilihat sebagai bagian dari konteks budaya yang lebih besar, sebuah konteks di mana mereka yang berjuang untuk menyuarkan diri mereka sedang ditindas (Budd & Steinmann, 1992; West & Turner, 2010: 371).

Hall (1980; West & Turner, 2010: 371) menjelaskan lebih lanjut bagaimana proses *decoding* berlangsung di dalam media. Ia melihat bahwa seorang khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan melalui tiga sudut pandang atau posisi, pertama yaitu "*dominant-hegemonic*

*position*" yaitu individu-individu bekerja di dalam sebuah kode yang mendominasi dan menjalankan kekuasaan yang lebih besar daripada lainnya. Kedua yaitu "*negotiated position*" yaitu anggota khalayak dapat menerima ideologi dominan tetapi akan bekerja dengan beberapa pengecualian terhadap aturan budaya. Hall berpendapat bahwa anggota khalayak selalu memiliki hak untuk menerapkan kondisi lokal kepada peristiwa skala besar. Dan cara yang terakhir adalah "*oppositional position*" yaitu anggota khalayak mensubstitusikan kode alternatif bagi kode yang disediakan oleh media. Konsumen yang kritis akan menolak makna sebuah pesan yang dipilih dan ditentukan oleh media dan menggantikannya dengan pemikiran mereka sendiri mengenai subjek tertentu. Hall menerima fakta bahwa media membingkai pesan-pesan dengan maksud tersembunyi untuk memengaruhi. Anggota khalayak memiliki kapasitas untuk menghindari ideologi yang dominan. Para teoretikus dalam *cultural studies* tidak menyatakan bahwa orang sangat mudah untuk dipengaruhi, tetapi mereka sering kali secara tidak sadar menjadi bagian dari agenda orang lain (Hall, 1980; West & Turner, 2010: 371).

Meskipun hegemoni menjadi konsep inti dalam kajian budaya, namun khalayak tidak selalu tertipu untuk menerima dan memercayai apa pun yang diberikan oleh kekuatan yang dominan. Khalayak juga akan menggunakan sumber daya dan strategi yang sama seperti yang digunakan oleh kelompok dominan. Hingga batasan tertentu, individu akan menggunakan praktik-praktik dominasi hegemonis yang sama untuk menantang dominasi yang ada. Inilah yang disebut sebagai kontra hegemoni. Kontra hegemoni ini menunjukkan bahwa khalayak tidak selamanya diam dan menurut, tidak bodoh dan submisif. Tujuan dari kontra hegemoni ini adalah untuk memahami sejarah melalui lensa yang berbeda, terutama perspektif dari para wanita, pekerja, dan etnis minoritas. Di dalam kontra hegemoni mereka mencoba untuk memperbesar volume suara yang selama ini bungkam. Berbagai tayangan TV mencoba menantang prinsip-prinsip dari kaum dominan.

Dalam bukunya *Representation*, Hall menyatakan bahwa fungsi utama dari wacana ini adalah untuk *make meaning* (Griffin, 2012: 346). Banyak siswa komunikasi akan setuju bahwa kata-kata dan tanda-tanda

lain tidak mengundang makna yang hakiki, tetapi Hall menarik untuk menyatakan bahwa realitas itu merupakan kata-kata yang tidak berarti; tetapi orang yang berarti. Untuk menggambarkan makna yang datang melalui wacana, Hall meminta pembacanya bagaimana mereka tahu bahwa lampu merah berarti berhenti dan lampu hijau berarti pergi. Jawabannya adalah bahwa seseorang, beberapa tahun yang lalu, mengatakan mereka begitu. Proses ini sama ketika kita mempertimbangkan tanda-tanda seperti gambar Osama bin Laden, lengkungan emas, atau kata teroris. Tapi itu tidak cukup bahwa kita hanya menyadari makna yang dibuat dalam wacana. Kita juga harus memeriksa sumber wacana, khususnya "*speaker*" itu. Hall terpana dengan studi ekstensif dari filsuf Perancis Michel Foucault yang mempelajari tentang penyakit mental, seksualitas, dan kriminalitas di era sejarah yang berbeda. Foucault berfokus pada apa yang orang katakan, apa yang tidak dikatakan orang, dan siapa yang harus mengatakannya. Dan kemudian ia menemukan bahwa sepanjang sejarah tidak semua orang memiliki suara yang sama atau kekuasaan yang sama. Dalam istilah *mental illness* ini, Foucault menemukan bahwa definisi dari kegilaan itu dan apa yang harus dilakukan tentang hal itu telah berubah secara dramatis selama beberapa waktu ini. Orang dengan kekuatan menarik garis antara hal yang normal dan abnormal, dan perbedaan ini menjadi *discursive formation* yaitu proses yang dipertanyakan dan cara-cara yang tampaknya alami menafsirkan ideologi dunia yang kemudian diabadikan oleh diri kita sendiri melalui sebuah wacana.

Walaupun *cultural studies* dimulai di CCCS di Inggris, pengaruhnya terhadap penulis, peneliti dan teoretikus di Amerika Serikat telah begitu besar. Teori ini menarik perhatian dari pada teoretikus yang kritis terutama karena teori ini didasarkan pada prinsip-prinsip kritik. Pengaruh Marxis-nya juga telah menarik perhatian ilmuwan dari filsafat, ekonomi, dan psikologi sosial, dan penekanannya pada kelompok-kelompok yang kurang terwakili di dalam masyarakat yang telah menggugah penulis dalam sosiologi kajian wanita untuk memberikan perhatian yang lebih (Long, 1989; West & Turner, 2010: 373). *Cultural studies* membuat sebuah sarana yang dapat mengubah

citra diri kita (Carey, 1989: 94; West & Turner, 2010: 373). Karenanya, sangat mungkin untuk menerjemahkan beberapa bagian dari teori ini ke dalam kehidupan sehari-hari, membuat teori ini berguna hingga pada batasan tertentu. Kegunaannya juga dapat ditemukan dalam dedikasinya dalam mempelajari *counter-culture* dari mereka yang kurang diuntungkan. Banyak prinsip dan fitur dari *cultural studies* telah diteliti lebih lanjut. Ideologi telah dipelajari (Lewis & Morgan, 2001; Soar, 2000; West & Turner, 2010: 374) dan konsep hegemoni telah diterapkan dalam episode-episode komedi situasi yang berjalan cukup lama.

Walaupun mendapatkan banyak pujian, dalam *logical consistency* teori *cultural studies* ini dipertanyakan. Kritik ini berkaitan dengan khalayak. Mike Budd, Robert Entman, dan Clay Steinman (1990; West & Turner, 2010: 374) menyatakan bahwa beberapa teoritikus budaya dan kritis terlalu berlebihan dalam menilai kemampuan mereka yang tertindas dan populasi yang termarginalkan untuk melarikan diri dari budaya mereka. *Cultural studies* tetap merupakan salah satu dari tradisi teoretis yang telah menarik perhatian para ilmuwan dari berbagai disiplin ilmu di luar komunikasi. Para peneliti tertarik untuk memahami pemikiran, pengalaman, dan aktivitas dari populasi yang telah tertindas sejak dulu biasanya memberikan dukungan pada *cultural studies*. Walaupun beberapa kritikus menemukan kesalahan teori ini untuk beberapa alasan, Stuart Hall dihargai karena telah mengkritik kaum elite dan menarik perhatian pada suara mereka yang tertindas di dalam masyarakat.

*Cultural studies* tidak memberikan strategi bagaimana menyelesaikan masalah, tetapi lebih memberi perhatian kepada munculnya suatu masalah karena tidak disadarinya berbagai kepentingan yang dikonstruksikan dalam kebudayaan. Karena itu tugas *cultural studies* adalah mengungkapkan berbagai kepentingan tersebut dengan memberi fokus kepada beberapa masalah seperti peranan kekuasaan dalam kebudayaan, persoalan kebudayaan tinggi dan rendah dalam kebudayaan, depolitisasi atau politisasi pengertian kebudayaan, serta kedudukan gender dan seksualitas dalam kebudayaan. Kecenderungan-kecenderungan seperti ini berjalan paralel dengan perkembangan yang terjadi dalam pos-modernisme, yang ingin

memeriksa kembali ideologisasi kepentingan tertentu melalui ilmu pengetahuan dan paham-paham kebudayaan dalam modernisme. Dalam mencapai tujuannya, kajian budaya membutuhkan sebuah teori yang bisa menganalisis kasus-kasus yang terjadi dengan metodologi “khas” kajian budaya, di sinilah peran teori kritis dalam kajian budaya, bahkan teori kritis menjadi teori utama dikarenakan adanya kesamaan tujuan yang ingin dicapai oleh teori kritis maupun kajian budaya, yakni mengungkap kondisi yang sebenarnya di balik suatu keadaan “aman” dan “nyaman” yang teramati secara empirik, yang ternyata penuh dengan realitas semu.

Kita telah melihat bahwa hegemoni adalah salah satu konsep-konsep inti di dalam *cultural studies*. Walaupun begitu, audience tidak selalu tertipu untuk menerima dan percaya terhadap apapun yang diberikan oleh kekuatan dominan. Terkadang, audiens juga akan menggunakan sumber daya dan strategi yang sama seperti yang digunakan kelompok sosial yang dominan. Pada suatu batasan tertentu, individu kemudian akan menggunakan praktik-praktik dominasi hegemonis yang sama untuk menantang dominasi yang ada. Gramsci menyebut hal ini sebagai *counter-hegemony*. *Counter hegemony* menjadi bagian penting dalam pemikiran *cultural studies* karena hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak selamanya diam dan menurut. Pikirkan mengenai *counter hegemony* sebagai suatu titik di mana individu menyadari kepatuhan mereka dan berusaha untuk melakukan sesuatu mengenai hal tersebut.

Pesan-pesan *counter hegemony* muncul di dalam program-program televisi. Secara khusus, dua program seperti *The Gosby Show* dan *The Simpson* merupakan contoh dari *counter hegemony*. Kedua tayangan ini merupakan contoh yang efektif mengenai bagaimana isi dari televisi yang menentang prioritas-prioritas yang ditetapkan oleh kekuatan dominan. Sejauh ini, tayangan ini merupakan usaha yang dilakukan untuk menghapuskan pesan-pesan yang ditampilkan oleh elit media dalam berita malam: seperti ayah yang sering tidak di rumah, anggota keluarga yang tidak terdidik, dan lingkungan yang miskin.

Tidak ada pesan *hegemony* atau *counter hegemony* yang ada tanpa adanya kemampuan audiens untuk menerima pesan dan membandingkannya dengan makna yang telah tersimpan di dalam pikiran mereka. Hal ini disebut dengan *decoding*. Ketika kita menerima pesan dari orang lain, kita akan mengkodekan pesan-pesan tersebut berdasarkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu kita. Pengkodean atau *decoding* ini sangat penting di dalam *cultural studies*. Hall (1980; West & Turner, 2010: 371) menjelaskan lebih lanjut mengenai bagaimana proses *decoding* berlangsung di dalam media. Ide melihat bahwa seorang audiens melakukan *decoding* terhadap pesan melalui tiga sudut pandang: dominan-hegemoni, ternegosiasi, dan oposisional.

*Dominant hegemony* yaitu beroperasi di dalam kode yang memungkinkan orang untuk memiliki kontrol terhadap orang lainnya. Hall berpendapat bahwa individu-individu bekerja di dalam sebuah kode yang mendominasi dan menjalankan kekuasaan yang lebih besar daripada yang lainnya. Kode profesional seorang penyiar televisi misalnya, akan selalu bekerja dalam *hegemony code* yang dominan. *Negotiated position* yaitu menerima ideologi dominan, tetapi mengizinkan adanya pengecualian terhadap aturan budaya. Hall berpendapat bahwa anggota khalayak selalu memiliki hak untuk menerapkan kondisi lokal pada suatu peristiwa besar. Cara terakhir audience dalam melakukan *decoding* adalah *Oppositional position*, yaitu terjadi ketika anggota audience mensubstitusikan kode alternatif bagi koden yang telah disediakan media. Konsumen kritis akan menolak makna pesan yang dipilih dan ditentukan oleh media dan menggantikannya dengan pemikiran mereka mengenai subjek tertentu.

Hall menerima fakta bahwa media membingkai pesan-pesan dengan maksud tersembunyi untuk memengaruhi. Anggota audiens memiliki kemampuan untuk dapat menghindar oleh ideologi yang dominan, namun sering pesan yang diterima khalayak merupakan bagian dari kampanye yang tidak terlihat. Walaupun *cultural studies* ini dimulai di CCCS di Inggris, namun pengaruhnya terhadap penulis, peneliti, dan teoritikus di Amerika Serikat begitu besar. Teori ini menarik perhatian para teoritikus kritis terutama karena teori ini berdasar pada prinsip-prinsip kritik. Pengaruh Marxisnya juga menarik



perhatian ilmuwan filsafat, ekonomi, dan psikologi sosial dan penekanan terhadap kelompok yang kurang gterwakili dalam masyarakat telah membuat penulis sosiologi dan studi wanita untuk memberikan perhatian lebih. Cultural studies merupakan sebuah sarana yang dapat mengubah citra diri kita. Oleh karena itu, sangat mungkin untuk menerjemahkan beberapa bagian teori ke dalam kehidupan sehari-hari, membuat teori ini sangat berguna. Kegunaannya ini dapat ditemukan dalam dedikasinya mempelajari perselisihan budaya dari mereka yang kurang diuntungkan. Dengan fokus kepada kelompok sosial yang temarginalkan ini, beberapa sub bidang muncul, yaitu kajian etnis, dan *gay*, lesbian, dan *transgender*. Teori Hall ini disebut “elegan secara empiris” dan kegunaannya diakui secara luas.

Banyak prinsip dan bagian *cultural studies* telah diteliti lebih lanjut. Ideologi telah dipelajari dan konsep hegemoni juga telah diterapkan dalam episode-episode komedi situasi yang berjalan cukup lama, *The Mary Tyler Moore Show* (Dow, 1990; West & Turner, 2010: 374). Penelitian oleh Janice Radway (1984, 1986; West & Turner, 2010: 374) berfokus kepada novel-novel roman dan wanita yang membacanya. Ia menemukan bahwa banyak wanita diam-diam membaca buku ini untuk memprotes dominasi pria di dalam masyarakat. Terakhir, dalam sebuah studi unik yang mempelajari emosi dalam kerangka Cultural Studies Jennifer Harding dan Pribam (2004; West & Turner, 2010: 374) menemukan bahwa emosi merupakan bagian dari pengalaman personal dan penerapan hubungan kekuasaan yang lebih luas. Walaupun mendapatkan banyak pujian, logical consistency dari teori ini masih dipertanyakan. Kritik ini berkaitan dengan khalayak. Walaupun beberapa audience menentang peranan tipuan, apakah mereka mampu menjadi penentang yang interpretif dan aktif? Dengan kata lain, sejauh mana khalayak dapat melakukan *counter hegemony*? Mike Budd, Entman, dan Steinman (1990; West & Turner, 2010: 373) menyatakan bahwa beberapa teoretikus budaya dan kritis terlalu berlebihan dalam menilai kemampuan mereka yang tertindas dan populasi yang termarginalkan untuk melarikan diri dari budaya mereka. *Cultural studies* masih merupakan salah satu tradisi teoretis yang telah menarik perhatian ilmuwan dari berbagai disiplin ilmu di luar komunikasi. Para peneliti

yang tertarik untuk memahami pemikiran, pengalaman, dan aktivitas populasi yang telah tertindas biasanya memberi dukungan kepada teori ini. Walaupun terdapat beberapa teoritikus yang menemukan kesalahan teori ini, Stuart Hall dihargai karena telah mengkritik kaum elit dan menarik perhatian pada suara mereka yang tertindas dalam masyarakat. Komitmen Hall dalam memahami tindakan sehari-hari serta peristiwa yang biasanya diterima begitu saja merupakan hal yang patut untuk dikagumi.

## TEORI *SPEECH CODES*

### 19.1. Mengenai Teori *Speech Codes*

Teori ini dibuat oleh Gerry Philipsen yang banyak terpengaruh oleh ilmu antropologi dan linguistik yang diperkenalkan oleh Dell Hymes yang menuliskan buku *The Ethnography of Speaking*. Dia menghabiskan waktu selama 3 tahun untuk menganalisa *speech code* yang dilakukan oleh suatu komunitas di Chicago yang ia beri julukan Teamsterville. Ia menemukan bahwa meskipun orang Teamsterville itu berbicara dalam bahasa Inggris, namun keseluruhan cara berbicaranya berbeda dengan yang ia alami dan dengar di dalam keluarganya sendiri, teman-temannya, dan orang-orang di TV dan radio. Hasilnya, ia menemukan adanya keunikan dan kekhasan dalam pengucapan dan penggunaan bahasa dari komunitas Teamsterville tersebut yang sangat berbeda dengan komunitas yang ia beri nama Nacirema.

Philipsen mendefinisikan *speech codes* sebagai suatu sejarah yang berlaku, sistem terminologi, makna, premis, dan aturan yang dikonstruksi secara sosial terkait dengan pelaksanaan komunikasi. Etnografi merupakan suatu pekerjaan para naturalis yang menyaksikan, mendengar, dan merekam perilaku komunikatif yang terjadi dalam *setting* yang natural untuk memahami konsep jaringan makna dalam suatu budaya. Tujuan utama Philipsen adalah untuk mengembangkan teori umum yang mampu menangkap hubungan antara komunikasi dan budaya. Secara spesifik. Teori ini mencoba untuk menjawab pertanyaan tentang keberadaan dari *speech codes*, substansinya, cara menemukannya, dan dorongannya atas orang-orang di dalam suatu budaya.

Gerry Philipsen merupakan murid di Wheaton College. Pada saat itu, Gerry melakukan pekerjaan pemuda di Chicago Selatan. Seperti artikel dalam *Quarterly Journal of Speech* yang sedang dibuat, Gerry Philipsen melakukan *ethnography*. *Ethnography* merupakan sebuah karya seorang naturalis yang menonton, mendengarkan, dan catatan perilaku komunikatif dalam pengaturan alam dalam rangka untuk mengerti konsep budaya dalam memaknai sebuah web. Sementara di Northwestern, Philipsen membaca sebuah artikel oleh University of Virginia antropolog dan linguis Dell Hymes, *The Ethnografi of Speaking*. Hymes menyebutnya sebagai "*clouse the ground*" yaitu studi tentang berbagai macam praktik komunikasi di seluruh dunia. Philipsen memutuskan untuk memulai di Chicago di mana dia bekerja, tempat ia dijuluki "Teamsterville," karena mengemudi truk adalah pekerjaan khas untuk laki-laki dalam masyarakat.

Selama tiga tahun Philipsen berbicara dengan anak-anak di sudut-sudut jalan, wanita di beranda depan, pria di bar sudut, dan semua orang di rumah pemukiman di mana dia bekerja sehingga ia akan mampu menggambarkan kode pembicaraan warga Teamsterville. *Speech code* merupakan sebuah historis yang berlaku, sistem sosial yang dibangun dengan istilah, makna, tempat, dan peraturan yang berkaitan untuk melakukan perilaku komunikatif (Griffin, 2012: 421). Berdasarkan saran dari Hymes, Philipsen pertama disebut teorinya muncul sebagai "etnografi komunikasi". Dia telah menemukan, bagaimanapun, bahwa banyak orang tidak bisa melewati gagasan etnografi hanya sebagai metode penelitian, jadi sekarang bahwa teorinya telah pindah dari deskripsi penjelasan, beralih kepada kode teorinya.

Secara khusus, teori berusaha untuk menjawab pertanyaan tentang keberadaan kode pembicaraan, substansi mereka, cara mereka dapat menemukan dan memaksa mereka pada orang-orang dalam suatu budaya. Philipsen menguraikan inti dari kode pembicaraan teori dalam enam proposisi umum. Teori ini juga berusaha menjawab tentang keberadaan *speech code* dalam suatu budaya, bagaimana substansi dan kekuatannya dalam sebuah budaya. Ia menyampaikan proposisi-proposisi sebagai berikut, di manapun ada sebuah budaya, di situ ditemukan *speech code* yang khas, sebuah *speech code* mencakup

retorikal, psikologi, dan sosiologi budaya, pembicaraan yang signifikan bergantung *speech code* yang digunakan pembicara dan pendengar untuk mengkreasi dan menginterpretasi komunikasi mereka, dan istilah, aturan, dan premis terkait ke dalam pembicaraan itu sendiri. Kegunaan suatu *speech code* bersama adalah menciptakan kondisi memadai untuk memprediksi, menjelaskan, dan mengontrol formula wacana tentang intelijenitas, prudens (bijaksana, hati-hati) dan moralitas dari perilaku komunikasi. Philipsen menguraikan inti dari kode pembicaraan teori dalam enam proposisi umum. Dia berharap, bagaimanapun, bahwa presentasi mereka dapat saling dipintal benangnya dengan cerita lapangan dan kontribusi dari sarjana lain yang mendorong pengembangan konseptual teori.

Seperti artikel dalam *Quarterly Journal of Speech*, Gerry Philipsen sedang melakukan *ethnography*, yaitu suatu pekerjaan dari seorang naturalis yang melihat, mendengar, dan merekam tingkah laku komunikatif dalam kondisi alami dalam halnya untuk memahami sebuah makna dari jaringan konsep sebuah budaya. Pada saat di Northwestern, Phillipsen membaca sebuah artikel oleh antropologi dan linguis dari Universitas Virginia Dell Hymes, *The Ethnography of Speaking*. Hymes menyebutnya sebagai kajian “close to the ground” mengenai praktik komunikasi besar yang beragam di seluruh dunia. Philipsen kemudian memutuskan untuk mulai pada komunitas Chicago di mana ia bekerja, sebuah tempat yang ia juluki Teamsterville. Kemudian Philipsen mendeskripsikan *speech code* dari warga Teamsterville. Melalui *speech code*, Philipsen mengartikannya sebagai sebuah peranan dengan sejarah, secara sosial merupakan sistem konstruksi sosial dari istilah, makna, premis, dan aturan yang menyinggung tingkah laku komunikatif.

Walaupun orang-orang di Teamsterville berbicara bahasa Inggris, Philipsen mencatat bahwa keseluruhan pola berbicara mereka secara radikal berbeda dari *speech code* yang ia kenal dan dengar di dalam keluarganya, dengan temannya di sekolah, dan di antara *talk show* yang ada di televisi. Perbedaan kontras ini memotivasinya untuk melakukan kajian *ethnography* kedua, yang ia mulai ketika ia mengajar komunikasi di Universitas California, Santa Barbara, dan berlanjut

ketika ia pindah ke Universitas Washington. Walaupun kebanyakan dari informan budayanya dari Sant Barbara atau Seattle, komunitas *speech code* di mana mereka berada tidak terbatas hanya pada West Coast dari United States. Dia melabelkan Nacirema (*american spelled backward*), karena cara mereka dalam menggunakan bahasanya dapat dipahami, dan dipraktikkan oleh kebanyakan orang Amerika.

Philipsen mendefinisikan budaya Nacirema oleh praktik berbicara, bukan sebagai batasan geografis atau latar belakang etnis. Hal tersebut merupakan gaya berbicara mengenai diri sendiri, hubungan dan komunikasi itu sendiri yang muncul bagi Philipsen pada saat ia menghabiskan waktunya untuk mendengarkan rekaman percakapan makan malam, cerita kehidupan, dan *ethnography interview*. Kajian *ethnography* Teamsterville dan Nacirema menyajikan data komparatif yang kaya dalam dua budaya yang berbeda. Berdasarkan saran Hymes, Philipsen pertama merujuk kepada kemunculan teorinya sebagai *ethnography of communication*. Kemudian Philipsen menyebut kerjanya ini sebagai *speech codes theory*. Philipsen menonjolkan inti dari teori *speech codes* dalam enam proposisi general.

## 19.2. Proposisi-proposisi *Speech Codes*

Proposisi 1: Di manapun terdapat budaya yang berbeda, akan dapat ditemukan perbedaan *speech code*.

Philipsen menggambarkan etnografer berbicara sebagai seorang naturalis yang menonton, mendengarkan, dan catatan perilaku yang komunikatif dalam cara yang alami (Griffin, 2012: 422). Philipsen menemukan pola bicara yang aneh di telinganya. Setelah berbulan-bulan di masyarakat, ia kurang terkesan dengan pengucapan dan tata bahasa yang berkarakter, kemudian Walikota Chicago Richard Daley J. menanamkan kepedulian dengan tempat ke dalam setiap percakapan. Dia menyadari bahwa warga Teamsterville mengatakan sedikit sampai mereka telah mengkonfirmasi kewarganegaraan, etnis, status sosial, dan tempat kediaman orang dengan siapa mereka berbicara. Philipsen secara bertahap menemukan bahwa diskusi tentang "tempat" berkaitan dengan masalah apakah seseorang berasal dari "lingkungan." Kekhawatiran ini

bukan hanya soal lokasi fisik. Apakah atau tidak seseorang ternyata dari "sekitar sini" adalah masalah solidaritas kultural. Sementara Philipsen menemukan bahwa percakapan Teamsterville dicampur dengan jaminan tempat umum di antara orang-orang di lingkungan, ia menemukan bahwa pembicaraan antara Nacirema adalah cara untuk mengekspresikan dan merayakan keunikan psikologis. Makan malam adalah acara pembicaraan di mana semua anggota keluarga didorong untuk memiliki mereka mengatakan. Setiap orang memiliki "sesuatu untuk berkontribusi," dan ide-ide masing-masing diperlakukan sebagai "unik berharga."

Proposisi 2: Dalam berbagai pemberian *speech community*, beberapa *speech code* telah ditempatkan.

Philipsen kemudian menambahkan proposisi ini yang di mana pertama kali dinyatakan pada tahun 1997 (Griffin, 2012: 423). Ia melakukannya karena ia dan murid-muridnya sekarang mengamati saat-saat ketika orang yang terpengaruh oleh kode lain atau menggunakan kode ganda pada waktu yang sama. Dalam karyanya Timsterville etnografi, Philipsen menekankan sifat terpadu dalam pola bicara lingkungan mereka. Namun, ia menyadari bahwa pria mengukur nilai relatif mereka dengan membandingkan gaya mereka berbicara dengan warga di lingkungan kota lain. Mereka menghormati, namun membenci, warga Northside kelas menengah yang berbicara Bahasa Inggris yang standar. Di sisi lain, mereka diyakinkan oleh kemampuan mereka dianggap berbicara lebih baik daripada orang-orang yang mereka sebut sebagai kelas bawah "Hillbillies, Meksiko, dan Afrika." Setiap usaha pria membuat untuk "meningkatkan" pembicaraannya dianggap sebagai tindakan ketidak-setiaan yang mengasingkan dirinya dari teman-temannya. Dengan demikian, orang-orang menentukan cara mereka berbicara dengan kontras dengan kode lainnya. Kesadaran kode pembicaraan lain adalah sama kuat antara Nacirema tersebut. Referensi diulang mereka terhadap pentingnya "berbicara yang baik" atau "dialog yang bermakna" membedakan pembicaraan yang mereka nilai dari "sekadar bicara," atau apa yang saat ini diparodikan sebagai "bla, bla,

bla." Philipsen mencatat, bahwa karakter Nacirema terwujud dengan cara mereka saat berbicara (benar-benar berkomunikasi) dengan mengacu pada cara lain untuk berbicara dan perilaku komunikatif lain bahwa mereka sekarang telah dibuang.

Proposisi 3: Sebuah *speech code* melibatkan perbedaan psikologis budaya, sosiologi dan retorika.

Dengan proposisi ini, Philipsen mengambil langkah mundur dari relativisme budaya yang menjadi ciri khas kebanyakan etnografer (Griffin, 2012: 424). Dia terus mempertahankan bahwa setiap kultur memiliki kode pembicaraan yang unik, tidak ada bahaya kita akan kesalahan diskusi Nacirema senilai pribadi dengan Teamsterville bicara solidaritas lingkungan. Tapi proposisi ketiga ini menegaskan bahwa apa pun budaya, kode pembicaraan mengungkapkan struktur diri, masyarakat, dan tindakan strategis.

*Psychology.* Menurut Philipsen, setiap kode pembicaraan "thematizes" sifat individu dengan cara tertentu. Kode Teamsterville mendefinisikan orang sebagai sebuah paket dari peran sosial. Dalam kode Nacirema, bagaimanapun, individu dikonseptualisasikan sebagai seseorang yang unik dan intinya didefinisikan dari dalam ke luar.

*Sociology.* Philipsen menulis bahwa "kode pembicaraan menyediakan sistem jawaban tentang hubungan apa di antara diri dan orang lain benar dapat dicari, dan apa sumber daya simbolik bisa benar dan mujarab digunakan dalam mencari hubungan tersebut. Menurut kode tidak tertulis Teamsterville, pembicaraan bukan merupakan sumber daya yang berharga untuk menghadapi orang-orang yang lebih rendah seperti status istri, anak, atau orang-orang dari luar lingkungan yang lebih rendah pada hirarki sosial. Juga tidak pembicaraan sumber daya untuk pertemuan dengan bos, pejabat kota, atau luar lebih tinggi-status lainnya. Sebuah pembicaraan disediakan untuk hubungan simetris dengan orang-orang dalam usia, jenis kelamin, etnis, status pekerjaan, dan lokasi lingkungan. Kata-kata mengalir dengan bebas dengan teman-teman.



*Rhetoric*. Philipsen menggunakan istilah retorika ini dalam arti ganda tentang penemuan kebenaran dan daya tarik persuasif. Kedua konsep datang bersama-sama dalam cara pria Teamsterville berbicara tentang wanita. Untuk meningkatkan keraguan tentang kebersihan pribadi atau kemurnian seksual sang istri, ibu, atau saudara wanita adalah untuk menyerang kehormatannya.

*Honor* adalah kode yang memberikan layak untuk individu atas dasar kepatuhan terhadap nilai-nilai masyarakat. Bahasa jalanan di Teamsterville membuat jelas bahwa identitas sosial seseorang sangat dipengaruhi oleh wanita dia berhubungan dengan darah atau pernikahan. Jika dia permisif seksual, berbicara terlalu banyak, atau kurang dalam penampilan pribadi, salah satu langsung mencerminkan pada pria dan dengan demikian, pada gilirannya, secara langsung memengaruhi kehormatannya. Sebaliknya, Philipsen membacakan kode yang memegang Nacirema tersebut.

*Dignity* mengacu pada nilai yang dimiliki seorang berdasarkan nilai manusia. Dalam kode *dignity*, pengalaman pribadi diberi beban moral yang lebih besar daripada argumen logis atau banding ke otoritas. Komunikasi adalah sumber daya untuk membangun keunikan tersebut.

Proposisi 4: Pentingnya berbicara tergantung pada *speech codes* yang digunakan oleh pembicara dan pendengar untuk menciptakan dan menafsirkan komunikasi mereka.

Proposisi 4 dapat dilihat dalam pembicaraan Philipsen tentang perpanjangan kode IA Richards bahwa kata-kata tidak berarti, tapi yang berarti adalah orang (Griffin, 2012: 425). Jika kita ingin memahami makna dari suatu praktik pembicaraan yang menonjol dalam budaya, kita harus mendengarkan cara orang berbicara tentang hal itu dan menanggapi. Ini praktik mereka, mereka memutuskan apa artinya. Tidak ada praktik pembicaraan yang lebih penting antara Nacirema daripada cara mereka menggunakan istilah komunikasi. Philipsen dan Tamar Katriel dari University of Haifa, Israel telah menunjukkan bahwa Nacirema menggunakan kata kunci ini sebagai cara singkat untuk merujuk untuk menutup, terbuka, mendukung cara berbicara mereka.

Ketiga dimensi ditetapkan komunikasi selain dari pembicaraan yang Nacirema yang memberhentikan hanya sebagai komunikasi, basi, atau obrolan normal. Pertama, *close relationship*: merupakan hubungan yang menunjukkan keakraban, intimasi dan persaudaraan. Kedua, *open relationship*: di mana orang-orang mendengarkan dan menunjukkan kemauan untuk berubah, berbeda dari kebiasaannya. Ketiga, *supportive relationship*: di mana orang benar-benar "for" orang lain, berdiri dalam oposisi yang netral, di mana respon positif bersifat kondisional.

Philipsen dan Katriel mengatakan bahwa komunikator di Nacirema menggunakan dua kata hampir bergantian (Griffin, 2012: 425). Jika tidak memenuhi syarat oleh kata sifat yang *casual, communication and relationship* adalah "god term" dari Nacirema tersebut. Referensi diri memiliki status suci yang sama. Walaupun orang-orang dari Teamsterville mengetahui hal tersebut dan kadang-kadang menggunakan kata komunikasi, memegang tidak ada potensi yang telah bagi Nacirema tersebut. Sebaliknya, bagi laki-laki Teamsterville terlibat dalam hubungan dengan seseorang yang statusnya lebih tinggi atau lebih rendah, berkomunikasi dianggap sebagai hal yang tidak jantan dapat dilakukan. Philipsen pertama kali menemukan ini bagian dari kode pembicaraan Teamsterville melalui karyanya dengan pemuda di pusat komunitas.

Proposisi 5: Istilah, aturan, dan tempat dari *speech code* yang terkait erat dengan *woven* menjadi berbicara sendiri.

Philipsen yakin bahwa kode pembicaraan pada layar publik sebagai orang-orang berbicara, mereka terbuka untuk pengawasan yang dilakukan oleh siapa saja yang cukup peduli untuk melihat ke depan (Griffin, 2012: 427). Proposisi 5 ini menunjukkan bahwa hal itu tidak bisa. Philipsen berfokus pada bentuk-bentuk budaya yang sangat terstruktur yang sering menampilkan signifikansi budaya simbol dan makna, tempat, dan aturan yang mungkin tidak dapat diakses melalui percakapan normal. Misalnya, drama sosial konfrontasi publik di mana satu pihak memanggil aturan moral untuk menantang perilaku yang lain. Tanggapan dari orang dikritik menawarkan cara pengujian dan

validasi legitimasi "aturan hidup" yang tertanam dalam kode pembicaraan tertentu. *Totemizing ritual* menawarkan jendela lain untuk kode pembicaraan kebudayaan. Mereka melibatkan kinerja yang terstruktur dan tindakan yang membayar penghargaan ke objek yang sakral.

Philipsen dan Katriel melihat *communication ritual* antar Nacirema yang menghormati trinitas suci diri, komunikasi, dan hubungan. Dikenal sebagai "*a good talk*" topik sering variasi pada tema bagaimana menjadi seorang yang unik, mandiri, namun masih menerima validasi dari orang lain dekat. Tujuan dari ritual ini tidak memecahkan masalah. Sebaliknya, orang-orang datang bersama-sama untuk mengekspresikan individualitas mereka, menegaskan identitas masing-masing, dan pengalaman keintiman. Ritual komunikasi mengikuti urutan yang khas (Griffin, 2012: 427), yaitu:

1. *Initiation* merupakan teman yang menyuarakan kebutuhan untuk bekerja melalui masalah interpersonal.
2. *Acknowledgment* merupakan kepercayaan yang memvalidasi pentingnya masalah ini dengan kemauan untuk "*sit down and talk*"
3. *Negotiation* merupakan teman diri yang mengungkapkan, kepercayaan yang mendengarkan dengan cara empatik dan tidak menghakimi, teman pada gilirannya menunjukkan keterbukaan terhadap umpan balik dan perubahan.
4. *Reaffirmation* merupakan teman dan kepercayaan yang mencoba untuk meminimalkan pandangan yang berbeda, dan mereka mengulangi apresiasi dan komitmen satu sama lain.

Proposisi 6: Penggunaan *speech code* secara bersama merupakan kondisi yang cukup untuk memprediksi, menjelaskan dan mengendalikan bentuk wacana tentang kejelasan, kehati-hatian, dan moralitas perilaku komunikasi.

Philipsen berpikir bahwa pengetahuan tentang kode pembicaraan masyarakat dalam situasi tertentu dalam membantu pengamat atau peserta memprediksi atau mengontrol apa yang orang

lain akan dikatakan dan bagaimana mereka akan menafsirkan apa yang dikatakan itu merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus memahami bahwa Philipsen *not saying* (Griffin, 2012: 428). Proposisi 6 tidak mengklaim bahwa harus atau bisa menjaga anak yang sulit diatur sesuai dengan memukul di kepala. *Speech code theory* ini berkaitan dengan hanya satu jenis *behavior-speech act* manusia. Juga tidak mengklaim bahwa ayah di rumah Nacirema akan selalu mendorong anak-anak mereka untuk berbicara di meja makan. Bahkan ketika orang memberikan suara ke kode pembicaraan, mereka masih memiliki kekuatan, dan kadang-kadang keinginan, untuk menolaknya. Mungkin ayah memiliki hari yang buruk dan ingin beberapa damai dan tenang. Proposisi 6 tidak menunjukkan, bagaimanapun, bahwa oleh penggunaan bijaksana kode pembicaraan bersama, peserta dapat membimbing *metacommunication* yakni pembicaraan tentang pembicaraan dan hal ini bukan merupakan hal yang kecil.

### 19.3. Kinerja Etnografi

Philipsen kemudian mengganti istilah *doing ethnography* menjadi *performing ethnography* karena *performing ethnography* itu lebih dari sekedar alat penelitian, namun berkembang dalam beberapa prinsip teoritikal. Prinsip pertama adalah subjek dan metode dari *performance ethnography*. Semua interaksi sosial merupakan suatu performa karena *speech* bukan hanya merefleksikan, melainkan juga dapat mengubah dunia. *Performance ethnography* kemudian didefinisikan sebagai suatu metodologi yang berkomitmen untuk melakukan performa sebagai subjek dan metode penelitian, bagi peneliti, bekerja merupakan suatu performa dan untuk melaporkan kerja lapangannya yang berjalan (Griffin, 2012: 429). Meskipun para ahli mengapresiasi upaya kerja bertahun-tahun yang dilakukan oleh Philipsen, namun mereka mengritisinya karena berusaha melakukan generalisasi antarbudaya. Ia juga dianggap terlalu naif terhadap *power relationship* dalam *speech code* orang Nacirema yang gagal menjangkau semua bentuk dominasi, ia juga tidak menjelaskan tentang hegemoni pria di Teamsterville.

Dalam perpanjangan dan kritik dari gaya etnografi yang Philipsen lakukan, beberapa peneliti telah berhenti berbicara tentang melakukan etnografi yang mendukung pembentuk etnografi. Sama seperti Philipsen, Dwight Conquergood, dalam Northwestern University kinerja etnografer, menghabiskan beberapa tahun dengan remaja di "Little Beirut" distrik Chicago. Kinerja etnografi adalah lebih dari sebuah alat penelitian, melainkan didasarkan pada beberapa prinsip teoritis. Prinsip pertama merupakan kinerja antara *subject and method*. Semua kinerja dari interaksi merupakan catatan Philipsen dan ucapan tidak hanya mencerminkan tetapi juga mengubah dunia. Dengan demikian, para peneliti juga mempertimbangkan performatif pekerjaan mereka. Penelitian lapangan merupakan sebuah kinerja karena melibatkan suspensi tidak percaya pada bagian kedua pengamat peserta dan budaya lokal. Dalam tindakan pembelajaran diwujudkan, peneliti mengakui bahwa mereka melakukan etnografi dengan daripada dari orang per kelompok mereka adalah *co-performance*.

Dalam melaporkan tugas lapangan, kinerja etnografer tidak kurang yang peduli tentang kinerja. Mereka menganggap deskripsi tebal diproduksi secara tradisional menjadi sedikit tipis. Dengan mengambil tindak tutur dari dialog dan dialog di luar konteks, etnografi diterbitkan menghaluskan semua suara dari lapangan ke dalam prosa ekspositori kurang lebih dipertukarkan informan. Dengan demikian, tujuan etnografi kinerja adalah untuk menghasilkan *ethnographyactable*. Kinerja etnografi hampir selalu terjadi di antara kelompok-kelompok marginal. Alasan teoretis yang mendasari fakta ini adalah bahwa orang tertindas tidak pasif tetapi menciptakan dan mempertahankan budaya dan martabat mereka. Dalam menghadapi penghinaan harian, mereka menciptakan halus, kompleks, dan luar biasa bernuansa *performances* bahwa kunci subversif peristiwa dan kritik hirarki kekuasaan.

Ketika Philipsen memasuki kelas pekerja dalam komunitas Teamsterville, dia menemukan bentuk *speech* yang asing baginya, namun setelah berbulan-bulan di dalam komunitas tersebut, ia mulai terkena *pronunciation and grammar* yang menjadi karakteristik di sana. Ia menyadari suatu ciri khas masyarakat di sana yang hanya akan berbicara sedikit saja hingga mereka mengetahui informasi tentang

nasionalitas, etnik, status sosial, dan tempat warga asal orang yang diajak bicara tersebut. Kebanyakan pembicaraan mereka dimulai dengan pertanyaan “Dari mana anda berasal?” Ini terkait dengan isu apakah orang tersebut masih merupakan tetangga atau bukan karena Teamsterville kurang *welcome* terhadap keberagaman. Bagi Teamsterville, anak-anak itu hanya untuk dilihat bukannya didengarkan. Sementara Nacirema menganggap upaya menahan anak-anak untuk diam di meja makan tersebut merupakan suatu kesalahan. Lewat *speech*, anggota keluarga dapat memanifestasikan kesamaan dan mengurangi perbedaan status yang ada di antara mereka.

Dalam berbagai komunitas *speech* tertentu, ada banyak *speech codes* yang disebar. Philipsen mengamati waktu ketika orang dipengaruhi oleh kode lain atau menggunakan dua kode pada satu waktu yang sama. Dalam etnografi di Teamsterville, Philipsen menekankan keunikan sifat dari bentuk *speech* di lingkungan tersebut. Namun kemudian ia menyadari bahwa orang akan mengukur kelayakannya dengan membandingkan gaya berbicaranya dengan penduduk dari lingkungan kota yang lain. Mereka menghargai kelas menengah dari belahan utara yang menggunakan bahasa Inggris dan menganggap bahwa dirinya lebih baik daripada orang yang mereka persepsikan sebagai kelas lebih rendah seperti orang Meksiko dan Afrika. Jadi, manusia mendefinisikan kode mereka dengan membandingkannya dengan kode lain.

Kepedulian terhadap *speech code* yang lain sama kuatnya di antara NAcirema. Mereka membedakan nilai antara *good talk or meaningful dialogue* dan *mere talk* atau yang sekarang kita parodikan sebagai “blah-blah-blah” atau suatu bentuk komunikasi yang sudah dibuang. Dell Hymes menyatakan bahwa ada lebih dari satu kode yang beroperasi dalam komunitas *speech*. Suatu *speech code* meliputi suatu psikologi, sosiologi, dan retorika budaya tertentu. Proposisi ini mengembalikan kita pada karakteristik dari etnografer. Ia menyatakan bahwa setiap budaya memiliki *speech code* yang unik. Proposisi ini menekankan bahwa apapun budayanya, *speech code* mengungkapkan struktur diri, masyarakat, dan aksi strategisnya.

Setiap *speech code* memberikan tema sifat dari individu dalam cara tertentu. Kode dari Teamsterville mendefinisikan orang sebagai sekelompok peran sosial. Sedangkan kode Nacirema mengkonseptualisasikan individu sebagai seorang yang unik yang esensinya dapat didefinisikan dari dalam ke luar. Philipsen menuliskan bahwa suatu *speech code* menyediakan suatu sistem jawaban tentang apa kaitan antara diri dan orang lain yang dapat ditemukan dengan tepat dan sumber simbolik apa yang dapat digunakan secara efisien dan tepat untuk mencari hubungan tersebut. Berdasarkan kode Teamsterville, *speech* bukan dianggap sebagai sumber yang bernilai untuk menghadapi orang dari status yang lebih rendah, misalnya anak, istri, dan orang dari luar lingkungan yang berada hirarki sosial yang lebih tinggi. Itu juga bukan sumber *speech* bagi orang luar dengan status hirarki yang lebih tinggi, seperti bos, dan lain-lain. *Speech* digunakan untuk hubungan yang simetris dengan orang lain yang sesuai umur, gender, etnik, status pekerjaan, dan lokasi lingkungannya dengan kita.

Philipsen menggunakan konsep retorika untuk memberikan rasa yang ganda pada penemuan kebenaran dan daya tarik persuasi. Kedua konsep ini digunakan untuk menjelaskan cara pria Teamsterville ketika membicarakan wanita. Untuk meningkatkan keraguan tentang higienis pribadi dan kemurnian para istri, ibu, anak perempuan adalah dengan menyerang *honor* mereka. *Honor* merupakan suatu kode yang memberikan suatu kelayakan bagi individu dalam basis ketaatannya dalam nilai komunitas. Bahasa jalanan Teamsterville memperjelas bahwa identitas sosial pria sangat dipengaruhi oleh wanita yang terkait hubungan darah dengannya atau terkait dalam hubungan pernikahan. Philipsen kemudian menemukan bahwa kode verbal dari *dignity* memegang kuasa di antara Nacirema. *Dignity* merujuk kepada nilai yang dimiliki oleh individu dengan berbuat kebaikan sebagai manusia.

Proposisi keempat menyatakan tentang signifikansi dari berbicara bergantung pada *speech codes* yang digunakan oleh pembicara dan pendengar untuk menciptakan dan menginterpretasi komunikasi mereka. Proposisi ini merupakan pengembangan pernyataan dari I.A. Richards yang menyatakan bahwa *words don't mean, people mean*. Jika kita ingin memahami signifikansi dari praktek *speech* yang dikenal

dalam suatu budaya, kita harus mendengarkan cara orang tersebut membicarakan tentang hal itu dan bagaimana orang merespon hal itu. Tidak ada konsep *speech* yang lebih penting bagi kaum Nacirema dibandingkan konsep komunikasi yang diartikan mereka sebagai suatu bentuk *close, open, supportive speech*. Ketiga dimensi komunikasi ini berbeda dengan *small talk, mere communication* (Griffin, 2012: 425), yaitu:

1. *Close relationship* berbeda dengan afiliasi jarak jauh, satu sama lain terkait.
2. *Open relationship* di mana setiap pihak mendengarkan dan mendemonstrasikan suatu kesediaan untuk berubah, berbeda dengan asosiasi rutin di mana orang-orang hanya cenderung stagnan.
3. *Supportive relationship* di mana orang-orang secara total berdiri bagi orang lain. Berdiri di pihak oposisi untuk interaksi yang netral, respon positif hanya bersifat kondisional.

Di sisi lain, orang-orang Teamsterville juga menggunakan konsep “komunikasi”. Namun berbeda dengan pembicara Nacirema, bagi pria di Teamsterville pria terlibat dalam suatu hubungan dengan seseorang dengan status yang lebih rendah atau lebih tinggi, komunikasi dianggap sebagai hal yang tidak seharusnya dilakukan. Secara natural, mereka diharapkan menggunakan *power* atau dorongan fisik untuk menyampaikan hal tersebut. Cara orang Nacirema berbicara hanya diterima sebagai pekerjaan kaum homoseksual.

Philipsen meyakini bahwa *speech codes* ditampilkan oleh publik ketika mereka berbicara, mereka terbuka untuk diteliti bagi siapapun yang peduli untuk melihatnya dalam jangka waktu yang panjang. Philipsen fokus pada bentuk budaya terstruktur tinggi yang seringkali menampilkan signifikansi budaya dari berbagai simbol, makna, premis, dan aturan yang mungkin tidak dapat diakses lewat percakapan normal. Contohnya adalah drama sosial yang merupakan konfrontasi publik di mana salah satu pihak minta suatu aturan moral untuk menantang kelakuan orang lain. Respon dari orang yang mengkritisi adalah dengan menawarkan cara untuk menguji dan memvalidasi legitimasi aturan hidup tersebut yang telah melekat pada suatu *speech code* tertentu.



*Totemizing ritual* menawarkan hal lain bagi *speech code* dari suatu budaya. Itu meliputi performa yang hati-hati dari serangkaian aksi terstruktur yang memberikan penghormatan bagi objek yang benar (suci). Philipsen dan Katriel mengarahkan kepada suatu ritual komunikasi di antara Nacirema yang memberikan kebanggaan bagi diri, komunikasi, dan hubungan relasi. Terkait dengan *good talk*, topik yang sering mereka gunakan adalah variasi tema tentang bagaimana cara untuk menjadi unik. Ritual komunikasi mengikuti rangkaian, yaitu *initiation* di mana seorang teman menyuarakan kebutuhannya untuk bekerja lewat suatu masalah antarpribadi. *Acknowledgement* yakni orang kepercayaan memvalidasi pentingnya isu tersebut dengan kerelaan untuk duduk dan berbicara. *Negotiation* berupa pengungkapan diri teman, orang kepercayaan mendengar dengan penuh empati dan tanpa penilaian, teman kemudian menunjukkan keterbukaan akan respon dan perubahan. *Reaffirmation* yakni baik orang kepercayaan maupun teman mencoba untuk meminimalisasi pandangan yang berbeda, memberikan apresiasi dan komitmen satu sama lain. Dengan melewati seluruh rangkaian tersebut, keduanya sudah melakukan kode Nacirema yang menyatakan bahwa komunikasi merupakan jawaban dari segala masalah.

Penggunaan sarat seni dari *speech code* yang sudah dibagikan bersama merupakan suatu kondisi yang cukup untuk memprediksi, menjelaskan, mengontrol bentuk-bentuk diskursi tentang kejelasan, kebijaksanaan, kesusilaan dalam perilaku komunikasi. Pengetahuan orang tentang *speech code* dalam situasi tertentu dapat membantu pengamat atau partisipan dalam memprediksi atau mengontrol apa yang ingin disampaikan oleh orang lain dan bagaimana mereka menginterpretasi apa yang dikatakan tersebut. Teori ini terkait dengan perilaku *speech*. Meskipun kaum ayah di Nacirema mendorong anaknya untuk berbicara di meja makan, namun masih ada *power* tertentu dari orang lain yang membuat mereka menahan diri untuk itu. Misalnya, ketika ayahnya terlihat sedang *badmood*.

#### 19.4. *Speech Codes* yang Berbeda dalam Teori Komunikasi

Kebanyakan ahli interpretatif memuji komitmen Philipsen untuk observasi partisipan jangka panjang dan interpretasi perspektifnya, tetapi mereka penting dari upaya untuk menggeneralisasi seluruh budaya. Memang, dia tidak mengurangi variasi budaya hingga isu tunggal seperti dikotomi individualistis kolektif. Namun, ketika ia berbicara tentang penjelasan, prediksi, dan kontrol tujuan tradisional ilmu pengetahuan. Setiap teori yang mengadopsi tujuan tersebut, betapa pun terbatasnya ruang lingkup, menyerang mereka sebagai reduksionis. Teori yang beroperasi dari feminis, kritis, atau budaya perspektif bahwa Philipsen adalah diam dan mungkin naif tentang hubungan kekuasaan. Deskripsinya pembicaraan Nacirema gagal dalam mengungkap pola dominasi, dan dia tidak berbicara menentang hegemoni laki-laki di Teamsterville. Sebagai tanggapan, Philipsen mengatakan praktik etnografi yang ia rekomendasikan dalam memberikan suara kepada orang-orang yang diamati. Kode antara Teamsterville dan kode Nacirema begitu bertentangan, oleh karena itu Philipsen membagi hal tersebut ke dalam dua kelompok budaya yaitu Teamsterville: kolektif. Hirarkis, *code of honor*, dunia seorang pria, sedangkan Nacirema: Individualistik, *egalitarian*, *code of dignity*, dunia seorang wanita.

Philipsen mendeskripsikan seorang *ethnographer* sebagai seorang naturalis yang melihat, mendengar, dan merekam tingkah laku komunikatif dalam suasana alami. Ketika ia memasuki dunia etnis dari Teamsterville, Philipsen kemudian menemukan pola berbicara yang asing ditelinganya. Setelah beberapa lama dalam komunitas, dia menjadi lebih sedikit terganggu oleh pengucapan dan *grammar* yang ada pada komunitas tersebut. Dia menyadari bahwa warga Teamsterville tidak berbicara banyak sampai mereka mengkonfirmasi nasionalitas, etnisitas, status sosial, dan tempat tinggal orang yang berbicara dengannya. Kebanyakan percakapan dimulai dengan *where are you from and what is your nationality?*

Ketika Philipsen menemukan bahwa percakapan Teamsterville terikat dengan jaminan dari tempat umum di antara lingkungan sekitarnya, dia menemukan bahwa percakapan di antara Nacirema

merupakan sebuah cara untuk mengekspresikan dan merayakan keunikan psikologi. Waktu makan malam merupakan sebuah kejadian pembicaraan di mana seluruh anggota keluarga terdorong untuk menyatakan pendapatnya. Setiap orang memiliki “*something to contribute*” dan setiap ide seseorang diperlakukan sebagai “*uniquely valuable*.”

Philipsen kemudian menambahkan preposisi ini pada kelima preposisi sebelumnya yang pertama kali dinyatakan pada tahun 1997. Dia melakukannya karena dia dan muridnya saat ini mengamati waktu di mana orang-orang dipengaruhi oleh kode-kode orang lain atau memasukkan *dual code* pada waktu yang sama. Dalam *Teamsterville ethnography*, Philipsen menekankan kesatuan pola berbicara dalam kehidupan bertetangga. Kemudian dia mencatat bahwa pria mengukur *relative worth* dengan membandingkan gaya berbicaranya dengan orang dari kota lain. Di sisi lain, mereka ditenangkan oleh kemampuannya untuk berbicara dengan lebih baik dibandingkan dengan orang-orang kelas bawah “*Hillbillies, Mexicans, dan Africans*.” Banyak usaha yang dibuat seorang pria untuk meningkatkan berbicaranya dilihat sebagai tindakan disloyalitas yang mengasingkan dirinya dari temannya. Maka, pria mendefinisikan cara berbicaranya dengan memperlihatkan kontras kodenya dengan kode orang lain.

Kesadaran mengenai *speech code* orang lain sama kuatnya di antara Nacirema. Mereka mengulangi referensi terhadap pentingnya “*a good talk*” atau “*meaningful dialogue*” yang membedakan bicara yang mereka nilai dari “*mere talk*” atau yang saat ini diparodika sebagai “*blah, blah, blah*.” Analisis Coutu mengenai pers dan reaksi publik terhadap buku *In Retrospect: The Tragedy and Lessons of Vietnam* menunjukkan sebuah *competing code* di tempat kerja (Griffin, 2012: 424). Orang-orang yang meninjau spektrum politik menulis dan berbicara dengan cara yang merefleksikan *code of spirituality*. Selain itu, karya McNamara juga merefleksikan sebuah *code of rationality*. Bagaimanapun juga dari penilaiannya, komentator menggunakan istilah moral seperti *evil, sin, shame, confession, contrition, forgiveness, alonement, absolution, dan faith*.

Philipsen mengambil sebuah langkah mundur dari hubungan budaya yang mencirikan kebanyakan *ethnographer*. *Speech code* mengungkapkan struktur diri, masyarakat, dan tindakan strategis. Berdasarkan Philipsen, setiap *speech code* “*thematizes*” sifat alami individu dalam cara tertentu. Kode pada Teamsterville mendefinisikan orang-orang sebagai sebuah ikatan peran sosial. Dalam kode Nacirema, bagaimanapun individu dikonseptualisasikan sebagai seseorang yang unik. Philipsen menulis bahwa sebuah *speech codes* menyediakan sebuah sistem dari jawaban mengenai hubungan apa yang terjadi antara diri dan orang lain yang dapat dicari dengan baik, dan sumber simbolik apa yang dapat baik dan manjur dimasukkan ke dalam pencarian hubungan tersebut. Philipsen menggunakan istilah *rhetoric* dalam *double sense* dari *discovery of truth* dan *persuasive appeal*. Kedua konsep ini datang bersamaan dalam hal bagaimana cara pria Teamsterville berbicara mengenai wanita. Untuk meningkatkan keraguan mengenai kesehatan pribadi atau kesucian seksual dari seorang istri, ibu, atau anak perempuan adalah untuk menyerang *honor* nya. *Honor* merupakan sebuah kode yang mengakui nilai suatu individu dalam dasar kesetiaan terhadap nilai komunitas. Dalam perbedaannya, Philipsen menemukan bahwa kode verbal dari *dignity* memegang pengaruh di antara Nacirema. *Dignity* merujuk kepada kepantasan atau nilai yang dimiliki individu oleh kebaikan dalam menjadi manusia.

Pembicaraan signifikan tergantung kepada *speech code* yang digunakan oleh pembicara dan pendengar untuk menciptakan dan menginterpretasikan komunikasi mereka. Jika kita ingin memahami signifikansi dari sebuah praktik berbicara yang mencolok dalam suatu budaya, maka kita harus mendengarkan bagaimana cara orang berbicara mengenai hal tersebut dan merespon terhadapnya. Tidak ada praktik berbicara yang lebih penting di antara para Nacirema dibandingkan cara yang mereka gunakan dalam istilah *communication*. Philipsen dan Tamar Katriel telah memperlihatkan bahwa Nacirema menggunakan kata kunci seperti sebuah tangan pendek dalam merujuk kepada *close, open, supportive speech*. Tiga dimensi ini mengumpulkan komunikasi menjadi satu dari pembicaraan yang dihilangkan Nacirema seperti *mere communication, small talk, atau normal chitchat*.

Istilah, aturan, dan premis dari *speech code* tidak dapat dilepaskan dari jalinan pembicaraan itu sendiri. Bagaimana cara kita menemukan *speech codes* dari suatu budaya-budaya kita atau orang lain. Jawabannya adalah untuk menganalisa *speech* dari *native speaker*. Philipsen yakin bahwa *speech codes* terdapat pada pertunjukan publik pada saat orang berbicara; mereka terbuka terhadap penelitian dengan cermat oleh orang-orang yang cukup peduli untuk melihat dengan lebih lama. Philipsen fokus kepada bentuk budaya yang sangat terstruktur yang sering menunjukkan budaya signifikan dari simbol dan makna, premis, dan aturan yang mungkin tidak dapat diakses melalui percakapan normal. Contohnya, *social drama* merupakan konfrontasi publik di mana salah satu pihak melibatkan aturan nilai moral untuk menantang kelakuan orang lain. Respon dari kritik seseorang menawarkan sebuah cara dalam menguji dan memvalidasi legitimasi dari "*rules of life*" yang menempel dalam *speech code* tertentu.

Penggunaan cerdas dari pembagian *speech codes* merupakan sebuah kondisi cukup untuk memprediksi, menjelaskan, dan mengontrol bentuk pembicaraan atau pembicaraan mengenai kejelasan, kesopanan, dan moralitas dari tingkah laku komunikasi. Apakah pengetahuan mengenai *speech code* orang-orang dalam situasi tertentu membantu seorang pengamat atau seorang partisipan memprediksi atau mengontrol apa yang akan dikatakan orang lain dan bagaimana mereka akan menginterpretasi apa yang telah dikatakan. Philipsen berpikir hal tersebut memang terjadi. Penting untuk memahami dengan jelas apa yang dikatakan tidak oleh Philipsen.

Dalam perluasan dan kritik dari gaya *ethnography* yang dilakukan oleh Philipsen, beberapa peneliti telah berhenti membicarakan tentang *ethnography* dalam hal melakukan *ethnography*. *Performance ethnography* lebih dari sebuah alat penelitian; hal ini mendasarkan kepada beberapa prinsip teoritikal. Prinsip pertama adalah bahwa *subject* dan *method* dari *performance ethnography*. Semua interaksi sosial merupakan *performance* karena, seperti yang dicatat oleh Philipsen, *speech* tidak hanya merefleksikan tetapi juga mengubah dunia. Conquergood melihat percakapan sehari-hari dari anggota *gank* yang ada di ujung jalanan merupakan pertunjukan (Griffin, 2012: 427).

Beberapa ketertarikan dari Conquergood adalah ritual, festival, *spectacles*, drama, *games*, dan *metaperformances*. Peneliti ini juga mempertimbangkan *work performative*. Lingkungan kerja merupakan *performance* karena melibatkan penggantungan ketidak-percayaan dalam bagian dari pengamatan partisipan dan budaya asal. Conquergood melakukan *ethnography* melalui *public reading* dan bahkan tindakan dari seorang anggota kelompok. *Performance* seperti ini memungkinkan *ethnographer* untuk mengenali keterbatasan dan membuka bias budaya dalam kajiannya. *Performance ethnographer* hampir selalu menempatkan dirinya dalam kelompok marginal.

Kebanyakan para ahli interpretif menghargai komitmen Philipsen terhadap pengamatan jangka panjang dan interpretasi cerdas, tetapi mereka kritis terhadap usaha Philipsen untuk menyama-ratakan antar budaya. Teoretikus yang mengoperasikan sebuah feminis, kritis, atau perspektif kajian budaya menuntut bahwa Philipsen diam dan naif mengenai kekuatan dalam hubungan. Deskripsinya tentang *speech code* Nacirema gagal untuk membongkar pola dominasi, dan ia tidak bicara melawan hegemoni laki-laki di Teamsterville. Dalam responnya, Philipsen mengatakan bahwa praktik *ethnography* yang ia rekomendasikan memberikan suara kepada orang-orang yang diamati. Philipsen menawarkan saran ini kepada para ahli kritis (Griffin, 2012: 430), yaitu:

1. Lihat dan dengar keberagaman dan kekhususan dalam apa yang dilakukan orang-orang; bukan seluruhnya atau satu-satunya; tetapi kekuasaan yang memberikan tenaga kepada tindakan manusia.
2. Lihat dan dengarkan detil konkrit mengenai apa yang dikatakan orang-orang sebelum menginterpretasikan perilakunya, bahkan dengan orang-orang yang telah kita ajarkan untuk berpikir sebagai dugaan biasa.
3. Berusaha untuk mempelajari kata dan simbol lain apa yang bermakna terhadap orang-orang yang menggunakannya, karena terkadang keterangan terbuka akan mengejutkanmu.

## TEORI *GENDERLECT STYLE*

Percakapan antara pria dan wanita merupakan komunikasi lintas budaya. Pernyataan sederhana ini adalah premis dasar dari Deborah Tannen yang ingin menjelaskan mengapa pria dan wanita sering berbicara kurang sesuai satu sama lain. Tannen adalah seorang profesor linguistik di Georgetown University, dan penelitiannya berfokus pada percakapan gaya yang ingin melihat pada apa yang tidak orang katakan tetapi bagaimana cara mereka mengatakannya. Novel 3 Forster menggambarkan bagaimana orang-orang *goodwill* dari budaya yang berbeda dapat salah paham dengan niat dan pemaknaan masing-masing. Tannen yakin bahwa miskomunikasi serupa terjadi sepanjang waktu antara wanita dan laki-laki. Efeknya mungkin lebih berbahaya, bagaimanapun, karena para pihak biasanya tidak menyadari bahwa mereka berada dalam pertemuan lintas-budaya.

### 20.1. Pengertian *Genderlect Style*

Deborah berpendapat bahwa komunikasi pria-wanita merupakan suatu bentuk komunikasi antarbudaya. Kesalah-pahaman dan miskomunikasi seringkali terjadi di antara mereka karena kedua pihak tidak menyadari bahwa mereka sedang berada dalam suatu kondisi komunikasi antarbudaya. Tulisan dari Deborah Tannen ini menggaris-bawahi sifat asing dari gaya percakapan pria dan wanita. Pendekatan Tannen berbeda dengan pandangan para ahli feminis yang menyatakan bahwa percakapan di antara wanita dan pria menunjukkan adanya dominasi pria. Tannen berpendapat bahwa sebenarnya gaya percakapan pria dan wanita sebenarnya sama validnya (Griffin, 2012: 435). Terminologi *genderlect* menyatakan bahwa gaya maskulin dan

feminin dalam berbagai diskusi paling baik jika dipandang sebagai dua dialektika budaya yang berbeda daripada sebagai cara berbicara yang inferior dan superior. Tannen menekankan bahwa ada perbedaan cara berbicara dalam perbedaan gender.

Apakah pria dan wanita benar-benar hidup di dunia yang berbeda? Tannen menyebutkan dialog dari Anne Tyler's *The Accidental Tourist*, Ingmar Bergman's *Scenes from a Marriage*, Alice Walker's *The Temple of My Familiar*, Erica Jong's *Fear of Flying*, dan Jules Feiffer's *Grows Up* untuk mendukung klaimnya bahwa perbedaan cara berbicara pria dan wanita merefleksikan budaya yang berbeda. Tannen mendukung klaim bahwa cara wanita dan laki-laki berbeda berbicara mencerminkan mereka budaya yang terpisah. Setiap kali membahas teori Tannen, orang-orang akan cepat untuk membawa percakapan antara Billy Crystal dan Meg Ryan di tahun 1989 Rob Reiner dalam film *When Harry Met Sally*. Dalam hal ini akan menggunakan kata-kata Harry dan Sally dalam film yang ditulis oleh Nora Ephron untuk menggambarkan perbedaan gender yang Tannen usulkan. Film ini dimulai sebagai dua mahasiswa Universitas Chicago yang belum pernah bertemu sebelumnya dalam perjalanan ke New York City, Harry berkencan dengan Sally yang merupakan teman baik Amanda. Penampil kasual adegan ini akan mendengar sedikit lebih dari dua orang bertengkar. Namun pembicaraan tidak adalah mengenai keinginan terhadap perbedaan jenis kelamin (seks) ini. Teori Tannen terhadap gaya *genderlect* menunjukkan bahwa kata-kata Harry dan Sally dan cara mereka dikatakan mencerminkan dunia yang terpisah dari laki-laki dan wanita.

Griffin (2012: 436) memberikan contoh percakapan antara Billy Crystal dan Meg Ryan pada film Rob Reiner *When Harry Met Sally* pada tahun 1989. Griffin menggunakan kata-kata Harry dan Sally dalam film yang ditulis oleh Nora Ephron untuk mengilustrasikan perbedaan gender yang diajukan oleh Tannen. Film ini dimulai dengan dua murid Universitas Chicago yang belum pernah bertemu sebelumnya berbagi perjalanan 18 jam ke New York. Harry berpacaran dengan teman baik Sally, Amanda. Perbedaan perspektif menjadi jelas ketika Harry membuat pernyataan verbal ketika di perjalanan. Pertemuan Harry



berikutnya lima tahun kemudian adalah di pesawat. Harry mengejutkan Sally ketika ia mengumumkan pernikahannya. Sally dengan jelas menerima, namun percakapan mereka masih terlihat bahwa mereka memiliki perbedaan pemikiran.

Teori Tannen mengenai gaya Genderlect menyatakan bahwa perkataan Harry dan Sally dan bagaimana cara mereka mengatakannya merefleksikan dunia berbeda dari pria dan wanita. Tetapi setiap orang secara jelas menemukan bahwa orang lain sebagai musuh dan ancaman. Sally, sebagai wanita ingin keintiman, sedangkan Harry, sebagai laki-laki menginginkan kemandirian. Tannen mengatakan bahwa, lebih dari apapun, wanita mencari hubungan. Harry di awal datang dengan mengganggu Sally karena ia menghimbau Sally untuk mengabaikan persahabatannya dengan Amanda. Dia kemudian menjadi lebih sedih terhadap keyakinan Harry bahwa pria dan wanita tidak dapat berteman. Jika apa yang dikatakan Harry benar, Sally berarti memang memiliki masalah. Kata-kata Harry mengimplikasikan bahwa solidaritas sebenarnya dengan seorang pria sangat sulit untuk didapatkan.

Berdasarkan Tannen, pria lebih terfokus kepada *status*. Mereka bekerja keras untuk mempertahankan kebebasannya untuk mencapai posisi dalam hierarki dari pencapaian kompetitif. Dalam kedua percakapan, Harry merupakan orang yang mengawali topik, mulai berdebat, berbicara paling banyak, dan menikmati kata terakhir. Keinginan wanita terhadap *intimacy* mengancam kebebasan dan mengalihkannya dari pencariannya untuk menjadi *one up* dalam seluruh hubungannya. Tannen percaya bahwa beberapa pria terbuka terhadap *intimacy*, sama halnya dengan wanita memiliki perhatian terhadap kekuasaan. Seperti teori *relational dialectics* Baxter dan Montgomery yang berasumsi bahwa seluruh orang merasakan tegangan antara koneksi dan otonomi dalam hubungan mereka.

Mengapa Tannen sangat jelas bahwa wanita fokus kepada hubungan dan pria fokus kepada status? Jawabannya adalah bahwa ia mendengarkan pembicaraan pria dan wanita. Sama seperti *ethnographers*, Tannen meneliti dengan cermat percakapan pembicara

dari budaya feminin dan budaya maskulin untuk menentukan nilai inti mereka. Tannen menawarkan banyak contoh dari gaya divergen yang ia amati dalam komunikasi sehari-hari. Perbedaan linguistik ini memberikannya kepercayaan diri bahwa perbedaan *connection* pada aspek status menstruktur dari setiap kontak verbal antara pria dan wanita. Dalam film *When Harry Met Sally*, setiap pembicaraan yang terbentuk menunjukkan bahwa wanita menilai *rapport talk* dan pria menilai *report talk*. *Rapport talk* yaitu gaya berbicara khusus wanita, yang mencari hubungan yang dibangun dengan orang lain. *Report talk* yaitu gaya monolog khusus pria, yang mencari perhatian, menyampaikan informasi, dan memenangkan pendapat.

Pepatah mengatakan bahwa wanita berbicara lebih banyak dibandingkan pria. Tannen kemudian menemukan bahwa wanita lebih banyak berbicara pada percakapan pribadi, dan dia mendukung gagasan Alice Walker bahwa wanita jatuh cinta dengan seorang pria karena ia melihat pria tersebut sebagai "*a giant ear*." Tannen kemudian menemukan bahwa pria menggunakan pembicaraan sebagai senjata. Bersama dengan teoritikus Geertz, Pacanowsky, dan Fisher, Tannen mengenali bahwa cerita yang dikatakan seseorang mengungkapkan hal penting mengenai harapan, kebutuhan, dan nilai. Konsisten dengan fokus pria terhadap status, Tannen mencatat bahwa pria bercerita lebih banyak dibandingkan wanita, terutama mengenai humor. Menceritakan humor merupakan cara maskulin untuk menegosiasikan status.

Seorang wanita mendengarkan sebuah cerita atau suatu penjelasan cenderung untuk melakukan kontak mata, mengangkat kepala, dan bereaksi dengan *yeah, uh-huh, mmm, right* atau respon lain yang mengindikasikan bahwa mereka mereka mendengar. Untuk pria yang fokus terhadap status, yang dengan gaya jelas berarti *i agree with you*, pria menghindarkan dirinya dalam sebuah sikap tunduk, atau *one-down stance*. Wanita, tentunya menyimpulkan bahwa pria tidak mendengarkan, padahal hal tersebut belum tentu benar. Ketika wanita yang mendengarkan mulai untuk berbicara sebelum orang lain selesai bicara, maka dia melakukan hal ini untuk menambahkan kata persetujuan, untuk menunjukkan dukungan, atau untuk menyelesaikan kalimat dengan apa yang ia pikir akan dikatakan komunikator. Hal ini

disebut dengan *cooperative overlap*. Tannen menyatakan bahwa dari perspektif wanita, *cooperative overlap* merupakan tanda *rapport*, bukan cara kompetitif untuk mengontrol percakapan (Griffin, 2012: 440). Dia juga menyatakan bahwa pria tidak melihat seperti itu, karena pria melihat interupsi sebagai kekuatan untuk mengontrol pembicaraan.

Berdasarkan Tannen, pria tidak menanyakan bantuan. Wanita bertanya untuk membangun sebuah koneksi atau hubungan dengan orang lain. Tannen mencatat bahwa ketika wanita menyatakan opininya, mereka sering menyelipkan (*tag*) pertanyaan pada akhir kalimatnya. *Tag question* menghaluskan rasa sakit dari ketidak-setujuan yang mungkin memisahkan mereka. Hal tersebut juga merupakan undangan untuk berpartisipasi dalam dialog terbuka dan ramah. Salah satu *scene* dalam film *When Harry Met Sally* mengilustrasikan deskripsi kebanyakan perselisihan pria dan wanita. Sejak mereka melihat kehidupan sebagai kontes, kebanyakan pria lebih nyaman dengan konflik dan kurang dalam mengontrol dirinya dalam pengawasan. Untuk kebanyakan wanita, konflik merupakan ancaman untuk hubungan, maka perlu untuk dihindarkan dari segala sesuatu.

Mengapa jika Tannen benar dan seluruh percakapan antara pria dan wanita lebih baik dipahami sebagai komunikasi antar budaya? Apakah hal ini berarti bahwa *genderlect* dapat diajarkan seperti bahasa Prancis, Swahili, atau bahasa asing lain? Tannen menyetujuinya dengan menyatakan *sensitivity training* sebagai usaha untuk mengajarkan wanita bagaimana berbicara dalam suara maskulin. Tannen memiliki kepercayaan diri yang cukup kuat dalam keuntungan dari pemahaman multibudaya. Dia percaya bahwa memahami gaya satu sama lain, dan motif di belakangnya, merupakan langkah awal dalam menanggulangi respon destruktif.

Carol Gilligan dalam bukunya *In a Different Voice* mempersembahkan sebuah teori dari pengembangan moral yang mengklaim bahwa wanita cenderung berpikir dan bertindak dalam sebuah suara etika yang berbeda dengan pria (Griffin, 2012: 443). Pandangan Gilligan mengenai perbedaan gender sama dengan analisis Tannen mengenai pria yang menginginkan kebebasan dan wanita

menginginkan hubungan. Gilligan yakin bahwa kebanyakan pria mencari otonomi dan berpikir kedewasaan moral dalam hal *justice*. Dia juga sama yakinnya bahwa wanita ingin berhubungan dengan orang lain dan bahwa mereka melihat tanggung jawab etika sebagai kepedulian (*care*).

Pada dasar kualitas dan kuantitas hubungan, Gilligan membedakan *women who care* dengan *men who are fair*. Hak individu, kesamaan, permainan yang adil, sebuah *square deal* bahwa semua tujuan etika maskulin ini dapat diikuti tanpa adanya ikatan personal terhadap orang lain. *Justice* atau keadilan bersifat impersonal. Tetapi, penilaian wanita lebih kontekstual, lebih kepada detail hubungan dan naratif. Sensitif terhadap orang lain, loyalitas, pengorbanan, dan pendamai semua merefleksikan keterlibatan interpersonal.

Karya Gilligan ini timbul dalam responnya terhadap teori pengembangan moral dari Lawrence Kohlberg, yang mengidentifikasi peningkatan tingkat kematangan etika dengan menganalisa respon terhadap hipotesis dilema moral. Berdasarkan sistem penilaiannya, wanita dinilai kurang dewasa dibandingkan pria karena mereka kurang fokus terhadap konsep abstrak seperti keadilan, kebenaran, dan kebebasan. Mereka mendasari keputusan etikanya dalam pertimbangan terhadap perasaan, loyalitas, dan rasa tanggung jawab yang kuat untuk menghindari rasa sakit dan meringankan penderitaan. Gilligan menyetujui ide bahwa pria dan wanita berbicara dalam suara etika yang berbeda. Namun, ia terganggu dengan pernyataan bahwa wanita tidak mengikuti jalur normatif yang digunakan oleh pria.

Apakah percakapan antara pria dan wanita benar-benar merupakan komunikasi antar budaya? Tannen menyarankan kita untuk menggunakan the *Aha factor* untuk menguji validitas dari hipotesis dua budayanya tersebut. *Aha factor* yaitu suatu standar subjektif untuk menganggap validitas terhadap sebuah ide ketika berhubungan dengan pengalaman personal seseorang (Griffin, 2012: 443). Jika kita setuju terhadap standar validitas subjektif ini, Tannen dengan mudah membuat kasusnya. Contohnya, dalam buku *You Just Don't Understand*, dia

mendeskripsikan bagaimana wanita secara verbal membagi masalahnya dengan pria sering merasa frustrasi oleh kecenderungan maskulin dalam menawarkan solusi. Berdasarkan Tannen, wanita tidak ingin nasihat, mereka mencari pemahaman.

Adrienne Kunkel dari University of Kansas dan Brant Burleson secara langsung menantang perbedaan perspektif budaya yang merupakan inti dari teori *genderlect* oleh Tannen. Kunkel dan Burleson menolak perbedaan perspektif budaya. Mereka percaya bahwa hal itu hanyalah mitos dan telah kehilangan kekuatan naratifnya. Kritik yang sangat berbeda datang dari ahli feminis. Contohnya, ahli linguistik Jerman, Senta Troemel-Ploetz menyalahkan Tannen dalam menulis buku yang tidak jujur yang mengabaikan isu dominasi pria, kontrol, kekuasaan, seksisme, diskriminasi, pelecehan seksual, dan penghinaan verbal. Menurutnya, pria cukup memahami apa yang diinginkan wanita tetapi mereka hanya memberikannya ketika keinginannya dirasa sesuai untuknya. Dalam banyak situasi, mereka menolak untuk memberi dan wanita tidak dapat membuatnya memberikan (Griffin, 2012: 445).

## **20.2. Gaya Komunikasi Wanita dan Pria**

Lebih dari siapapun, wanita lebih mencari pada koneksi antara manusia, sementara pria lebih memandang status. Tannen tidak meyakini bahwa wanita dan pria hanya mencari status dan koneksi, penghargaan, namun itu memang merupakan tujuan utamanya. Tannen mengatakan bahwa, lebih dari apa pun, wanita mencari suatu hubungan dengan manusia (Griffin, 2012: 438). Menurut Tannen, pria terutama berkaitan dengan status. Mereka bekerja keras untuk menjaga independensi mereka saat mereka bekerja untuk posisi pada hierarki prestasi yang kompetitif. Dalam kedua percakapan, Harry adalah orang yang memperkenalkan topik, mulai berdebat, berbicara paling sering, dan menikmati kata terakhir. Keinginan wanita untuk keintiman mengancam kebebasan dan usahanya untuk menjadi salah satu di semua hubungannya. Tannen percaya bahwa beberapa orang yang terbuka untuk keintiman, sama seperti beberapa wanita memiliki kepedulian untuk kekuasaan. Tannen juga setuju bahwa banyak pria

dan wanita ingin memiliki keintiman dan kemandirian dalam setiap situasi jika mereka bisa, tapi dia tidak berpikir itu mungkin. Akibatnya, perbedaan-perbedaan dalam prioritas cenderung memberikan pria dan wanita pandangan yang berbeda dari situasi yang sama.

Dalam berkomunikasi dengan anggota lawan jenis, Tannen mencatat bahwa kegagalan kita untuk mengakui gaya percakapan yang berbeda bisa membawa kita dalam masalah besar. Kebanyakan pria dan wanita tidak memahami bahwa "berbicara melalui masalah mereka" satu sama lain hanya akan membuat hal-hal buruk jika itu cara berbicara mereka yang berbeda akan menyebabkan masalah. Dia menggambarkan pria dan wanita dewasa ketika berbicara kata yang berbeda dari dunia yang berbeda, dan bahkan ketika mereka menggunakan istilah yang sama, mereka "diatur ke frekuensi yang berbeda". Pendekatan lintas budaya Tannen untuk perbedaan *gender* berangkat dari banyak ahli feminis yang mengklaim percakapan antara pria dan wanita mencerminkan upaya laki-laki mendominasi wanita. *Genderlect* menurut Tannen merupakan istilah yang menunjukkan bahwa gaya maskulin dan feminin dari wacana yang terbaik dilihat sebagai dua dialek budaya yang berbeda (Griffin, 2012: 436). Tannen menyadari bahwa mengkategorikan orang dan komunikasi mereka menurut jenis kelamin menyinggung banyak wanita dan laki-laki. Setiap dari kita menganggap dirinya sendiri sebagai individual yang unik.

Percakapan antara pria dan wanita merupakan komunikasi antar budaya. Pernyataan sederhana ini merupakan premis dasar dari buku Deborah Tannen *You Just Don't Understand*, buku yang berusaha untuk menjelaskan mengapa pria dan wanita sering berbicara melewati satu sama lain. Tannen merupakan seorang profesor linguistik, dan spesialisasinya adalah gaya percakapan yang fokus bukan apa yang dikatakan orang tetapi cara mereka mengatakannya. Dalam buku pertamanya Tannen menawarkan analisa mikro dari enam teman yang berbicara bersama selama dua setengah jam pada makan malam *thanksgiving*.

Tannen mengenalkan kajian sosiolinguistiknya ini dengan *quote* dari novel E.M Forster *A Passage to India*: "A pause in the wrong place, an

*intonation misunderstood, and a whole conversation went awry,”* (Griffin, 2012: 435). Novel Forsters ini mengilustrasikan bagaimana niat baik orang-orang dari budaya berbeda dapat sangat nyata salah memahami maksud satu sama lain. Tannen yakin bahwa miskomunikasi yang sama terjadi di setiap waktu antara pria dan wanita. Pengaruhnya dapat membahayakan arena kedua pihak karena biasanya tidak menyadari bahwa mereka berada pada pertemuan antar budaya.

Tulisan Tannen dipenuhi oleh perumpamaan yang menggaris-bawahi sifat dasar berbeda dari gaya percakapan pria dan wanita. Ketika ia membandingkan gaya berbicara anak laki-laki dan perempuan kelas dua, dia merasa bahwa dia melihat percakapan antara dua spesies yang berbeda. Tannen mendeskripsikan bahwa pria dan wanita dewasa berbicara “*different words from different worlds,*” dan bahkan ketika mereka menggunakan istilah yang sama, mereka memainkan frekuensi berbeda.

Pendekatan antarbudaya dari Tannen terhadap perbedaan *gender* menyimpang dari banyaknya ahli feminis yang mengklaim percakapan antara pria dan wanita yang merefleksikan usaha pria untuk mendominasi wanita. Tannen berasumsi bahwa gaya percakapan wanita dan pria sama-sama benar: “Kami berusaha untuk berbicara satu sama lain dengan jujur, tetapi sepertinya pada saat itu kami berbicara bahasa yang berbeda atau perbedaan *genderlects.*” *Genderlects* yaitu suatu istilah yang menyatakan bahwa gaya maskulin dan feminin percakapan dapat dilihat terbaik sebagai dua dialek budaya yang berbeda. Tannen menyadari bahwa mengkategorikan orang-orang dan komunikasinya berdasarkan gender merupakan hal yang tak sopan terhadap banyak pria dan wanita.

### **20.3. *Rapport Talk vs. Report Talk***

Mengapa Tannen begitu yakin bahwa wanita fokus pada sebuah hubungan sedangkan pria fokus pada statusnya? Jawabannya adalah bahwa wanita mendengarkan pria dan pria berbicara. Hal ini sebagai etnografer atas kata-kata informan asli untuk menemukan apa yang dimiliki mereka dalam sebuah masyarakat, sehingga Tannen mendalami

percakapan pembicara perwakilan dari budaya feminin dan maskulin budaya untuk menentukan nilai-nilai inti mereka. Dia menawarkan banyak contoh gaya berbeda dia melihat dalam komunikasi sehari-hari. Perbedaan-perbedaan linguistik memberikan keyakinan bahwa perbedaan struktur koneksi status setiap kontak verbal antara wanita dan laki-laki. Pertimbangkan jenis berikut pembicaraan, yang sebagian besar adalah jelas dalam film *When Harry Met Sally*. Pada akar, masing-masing bentuk-bentuk pidato menunjukkan bahwa nilai wanita adalah melakukan *rapport talk*, sedangkan nilai laki-laki adalah melakukan *report talk*.

### 1. *Private Speaking vs. Public Speaking*

*Folk wisdom* menunjukkan bahwa wanita berbicara lebih banyak daripada pria. Tannen menemukan bahwa wanita berbicara lebih banyak daripada pria dalam percakapan pribadi. Namun menurut Tannen, hubungan gaya Sally berhubungan tidak mengalihkan baik ke arena publik, di mana laki-laki bersaing untuk kekuasaan dan berbicara lebih banyak daripada wanita. Model Harry khas dari cara pria berusaha untuk membangun posisi *one-up*. Tannen menemukan bahwa pria menggunakan pembicaraan sebagai senjata. Fungsi penjelasan panjang yang mereka gunakan adalah perhatian perintah, menyampaikan informasi, dan bersikeras pada kesepakatan. Ketika pria mundur dari pertempuran untuk keselamatan rumah mereka sendiri, mereka tidak lagi merasa terdorong untuk berbicara untuk melindungi status mereka. Mereka meletakkan senjata mereka turun dan mundur ke dalam keheningan damai. Menurut Tannen, *rapport talk* merupakan gaya khas dalam gaya percakapan yang dilakukan oleh wanita di mana mereka berusaha untuk membangun sebuah hubungan dengan orang lain, sedangkan *report talk* merupakan gaya monologik yang khas yang dilakukan oleh pria di mana mereka berusaha untuk memerintahkan sebuah perhatian, menyampaikan informasi dan memenangkan argumen.

### 2. *Telling a Story*

Seiring dengan teori Clifford Geertz, Michael Pacanowsky, dan Walter Fisher, Tannen mengakui bahwa cerita yang diceritakan orang



mengungkapkan banyak tentang harapan, kebutuhan, dan nilai-nilai. Konsisten dengan berfokus pada status laki-laki dan penggambaran Billy Crystal Harry, Tannen mencatat bahwa pria bercerita lebih daripada wanita-terutama lelucon. Menceritakan lelucon adalah cara maskulin untuk menegosiasikan status. Ketika pria tidak mencoba untuk menjadi lucu, mereka menceritakan kisah-kisah di mana mereka adalah pahlawan, seringkali bertindak sendiri untuk mengatasi hambatan besar. Di sisi lain, wanita cenderung mengungkapkan keinginan mereka untuk masyarakat dengan menceritakan kisah-kisah tentang orang lain. Pada kesempatan langka ketika seorang wanita adalah karakter dalam cerita sendiri, biasanya dia menggambarkan dirinya sebagai yang melakukan sesuatu yang bodoh daripada bertindak pintar. Ini mengecilkan diri menempatkan dirinya pada tingkat yang sama dengan pendengarnya, sehingga memperkuat jaringannya dukungan.

### 3. *Listening*

Seorang wanita mendengarkan cerita atau penjelasan cenderung terus melakukan kontak mata, menawarkan anggukan kepala, dan bereaksi dengan kata-kata “yeah”, “uh-huh”, “mmm”, “benar”, atau tanggapan lain yang menunjukkan bahwa mereka mendengarkan. Bagi seorang pria yang peduli dengan status, bahwa gaya nyata dari mendengarkan aktif berarti mereka setuju dengan apa yang kita bicarakan, sehingga ia menghindari menempatkan dirinya dalam penurut, atau *one-down*, sikap. Wanita, tentu saja, menyimpulkan bahwa pria tidak mendengarkan, yang belum tentu benar. Ketika seorang wanita mendengarkan apa yang dibicarakan oleh orang lain, mereka biasanya tidak akan lagi menambahkan kata kesepakatan, untuk menunjukkan dukungan, atau menyelesaikan kalimat dengan apa yang dia pikir pembicara akan mengatakan. Tannen menamakan hal ini sebagai *cooperative overlap* (sebuah gangguan mendukung sering dimaksudkan untuk menunjukkan kesepakatan dan solidaritas dengan pembicara). Dia mengatakan bahwa dari sudut pandang wanita, *cooperative overlap* adalah tanda hubungan daripada taktik kompetitif untuk mengontrol pembicaraan. Dia juga mengakui bahwa laki-laki tidak melihatnya seperti itu. Pria menganggap

gangguan sebagai kekuatan bergerak untuk mengambil alih pembicaraan, karena di dunia mereka itulah bagaimana hal itu dilakukan. Tannen menyimpulkan bahwa gaya yang berbeda dari manajemen percakapan adalah sumber *irritation* dalam pembicaraan lintas *gender*.

#### 4. *Asking Question*

Menurut Tannen, pria tidak meminta untuk mendapatkan sebuah bantuan. Wanita mengajukan pertanyaan untuk membangun koneksi dengan orang lain. Tannen mencatat bahwa ketika wanita menyatakan pendapat mereka, mereka sering menandai mereka dengan pertanyaan di akhir kalimat. *Tag question* merupakan sebuah pertanyaan singkat pada akhir pernyataan yang deklaratif di mana hal ini sering digunakan oleh wanita untuk melunakkan sengatan potensi perselisihan atau mengundang keterbukaan, dan sebuah dialog yang sangat ramah.

#### 5. *Conflict*

Di babak kedua *When Harry Met Sally*, Harry meledak pada teman-teman mereka Jess dan Marie dan kemudian badai keluar dari ruangan. Setelah membuat alasan untuk perilakunya, Sally pergi ke dia untuk mencoba untuk menenangkannya. Adegan ini menggambarkan deskripsi Tannen dari banyak perselisihan pria-wanita. Karena mereka melihat kehidupan sebagai sebuah kontes, banyak pria lebih nyaman dengan konflik dan oleh karena itu mereka cenderung menahan diri. Tannen percaya adalah mode yang khas di mana “untuk kebanyakan wanita, konflik merupakan ancaman bagi hubungan mereka yang harus dihindari”. Hal ini menggambarkan fitur lain dari konflik antara pria dan wanita. Tannen mengatakan pria memiliki sistem peringatan dini yang ditujukan untuk mendeteksi tanda-tanda bahwa mereka diberitahu apa yang harus dilakukan.

Wanita lebih sering berbicara dalam percakapan pribadi daripada pria. Dalam arena publik, pria lebih banyak bicara daripada wanita terkait dengan upaya memperlihatkan *power*. Pria berasumsi gaya mengajar untuk menetapkan *one-up position*, meminta perhatian,

menyampaikan informasi, dan meminta persetujuan. Gaya monolog pria tersebut lebih tepat untuk *report* (laporan) bukannya untuk *rapport* (hubungan). Pria lebih banyak menyampaikan cerita dan lelucon dibandingkan wanita. Penyampaian lelucon merupakan suatu cara maskulin untuk menegosiasikan status. Pria merupakan pahlawan bagi cerita mereka sendiri. Ketika wanita menyampaikan cerita, mereka merendahkan diri mereka.

Wanita menunjukkan perhatiannya dengan menggunakan isyarat verbal dan nonverbal. Pria mungkin menjauhi isyarat tersebut untuk menghindarkan diri dari tampilan yang tampak rendah. Seorang wanita akan melakukan interupsi untuk menunjukkan persetujuan, untuk memberikan dukungan, untuk menyampaikan apa yang ia pikir akan disampaikan oleh pembicara tersebut (*cooperative overlap*). Sementara pria menganggap suatu interupsi sebagai suatu bentuk penyerahan atau pemindahan *power*. Pria tidak meminta tolong karena itu menunjukkan penolakan mereka. Wanita akan bertanya untuk membangun koneksi dengan orang lain. Ketika wanita menyatakan opininya, mereka sering menggunakan *tag question* untuk melembutkan dan mengurangi potensi akan ketidaksetujuan dan untuk mengundang partisipasi secara terbuka, dialog yang bersahabat. Pria biasanya berinisiasi dan lebih nyaman dengan konflik. Sementara bagi wanita, konflik merupakan suatu ancaman bagi koneksinya dan membuat dia dijauhi. Pria sangat berhati-hati dalam menyampaikan apa yang akan ia lakukan.

Tannen meyakini bahwa baik pria maupun wanita perlu mempelajari bagaimana cara mengadopsi suara orang lain. Dia mengekspresikan harapan bagi pria dan wanita untuk mengubah gaya linguistik mereka. Giligan mengklaim bahwa wanita cenderung berpikir dan berbicara dalam suara etika yang berbeda dengan pria. Dia meyakini bahwa pria mencari otonomi dan berpikir dalam terminologi penilaian, wanita mengharapkan suatu hubungan dan memikirkan kepedulian terhadap orang lain. Penilaian pria bersifat impersonal, sementara wanita lebih kontekstual. Penjelasan ini cenderung lebih deskriptif bukannya preskriptif, asumsi ini menyatakan bahwa cara kerja dari sesuatu merefleksikan bagaimana cara yang seharusnya

dilakukan. Teori Giligan menyarankan etika yang berbeda untuk kelompok yang berbeda.

Tannen menyarankan kita menggunakan “*Aha factor*” yang merupakan suatu standard subjektif dari validitas untuk menguji penyampaian kebenaran yang dilakukan Tannen. Kritik menyarankan data yang selektif sebagai satu-satunya cara untuk mendukung klaim yang disampaikan terkait perbedaan antara pria dan wanita tersebut. Senta Troemel menuduh Tannen menolak isu dominasi, kontrol, *power*, *sexism*, diskriminasi, pelecehan seksual dari pria (Griffin, 2012: 445). Menurutnya, kita tidak dapat memisahkan semua isu tersebut dari komunikasi. Teori Tannen ini harus diuji apakah pria yang membaca bukunya menjadi lebih empati pada istrinya.

#### **20.4. Memahami dengan Pelatihan Sensitivitas**

Tannen menganggap bahwa pelatihan sensitivitas sebagai upaya untuk mengajarkan orang bagaimana berbicara dengan suara feminin, sedangkan pelatihan ketegasan merupakan upaya untuk mengajarkan wanita bagaimana berbicara dengan suara maskulin. Tapi dia menyadari kecenderungan etnosentris kita untuk berpikir itu adalah orang lain yang harus diperbaiki, sehingga dia mengungkapkan harapan hanya dijaga bahwa pria dan wanita akan mengubah gaya bahasa mereka. Tannen juga memiliki keyakinan lebih dalam manfaat dalam memahami multikultural. Dia percaya bahwa pemahaman gaya yang dimiliki oleh masing-masing orang, dan motif di balik itu, adalah langkah pertama dalam mengatasi respon destruktif.

Selama lebih dari 30 tahun, Carol Gilligan adalah seorang profesor pendidikan di Harvard Graduate School of Education. Dalam bukunya *In Different Voice* menyajikan teori perkembangan moral yang mengklaim bahwa wanita cenderung berpikir dan berbicara dengan suara etis dan berbeda dengan pria. Pandangan Gilligan terhadap perbedaan analisis paralel *gender* dari Deborah Tannen yaitu laki-laki menginginkan kemerdekaan dan wanita sebagai manusia menginginkan koneksi. Gilligan yakin bahwa kebanyakan pria mencari otonomi dan memikirkan kematangan moral dalam hal keadilan. Mereka sama-sama

yakin bahwa wanita ingin dihubungkan dengan orang lain dan bahwa mereka memandang tanggung jawab etis akhir mereka sebagai salah satu perawatan. Atas dasar kuantitas dan kualitas hubungan feminin, kontras Gilligan wanita yang peduli dengan pria yang adil. Hak-hak individu, persamaan di depan hukum, setara, kesepakatan bahwa semua persegi ini tujuan etika maskulin dapat dikejar tanpa hubungan pribadi dengan orang lain. Sensitivitas terhadap orang lain, kesetiaan, pengorbanan diri, dan perdamaian semua mencerminkan keterlibatan interpersonal.

Menurut sistem penilaian yang berbasis pada rata-rata wanita dewasa muda adalah tahap penuh di belakang laki-lakinya. Wanita dinilai kurang memiliki moral dewasa daripada laki-laki karena mereka kurang peduli tentang konsep-konsep abstrak seperti keadilan, kebenaran, dan kebebasan. Sebaliknya, mereka mendasarkan keputusan etis mereka pada pertimbangan kasih sayang, kesetiaan, dan rasa tanggung jawab yang kuat untuk mencegah rasa sakit dan meringankan penderitaan. Meskipun teori Gilligan adalah lebih deskriptif daripada preskriptif, asumsinya menggaris-bawahi bahwa cara yang ada mencerminkan cara yang seharusnya dilakukan. Teori yang paling etis terganggu oleh gagasan standar keadilan ganda dari beberapa, perawatan dari orang lain.

Tannen menyarankan kita untuk menggunakan faktor-faktor yang dapat menguji validitas hipotesis di antara dua budaya, faktor tersebut adalah *aha factor* merupakan standar subjektif yang menganggap validitas ide ketika beresonansi dengan pengalaman pribadi seseorang. Kunkel dan Burleson menolak perspektif yang berbeda-budaya (Griffin, 2012: 444-445). Mereka percaya bahwa hal tersebut adalah mitos yang telah kehilangan kekuatan narasi. Pria dan wanita mengerti. Sebuah kritik yang sangat berbeda berasal dari pemerhati feminis. Sebagai contoh, ahli bahasa Jerman, Senta Troemel-Ploetz menuduh Tannen karena telah menulis sebuah buku tidak terbuka yang mengabaikan masalah dominasi laki-laki, kontrol, kekuasaan, seksisme, diskriminasi, pelecehan seksual, dan penghinaan verbal. Pria yang digunakan untuk mendominasi wanita, mereka melakukannya terutama dalam percakapan. Wanita terlatih untuk

menyenangkan, mereka harus menyenangkan juga dalam percakapan. Bertentangan dengan tesis Tannen yang saling pengertian akan menjembatani kesenjangan kultur antara kedua jenis kelamin, Troemel-Ploetz percaya bahwa laki-laki mengerti cukup baik apa yang wanita inginkan, tetapi mereka hanya memberikan ketika mereka cocok. Dalam banyak situasi laki-laki menolak untuk memberikan dan wanita tidak bisa membuat laki-laki memberikan apa yang wanita inginkan. Dia pikir itu konyol untuk menganggap bahwa orang akan menyerahkan kekuasaan secara sukarela. Untuk membuktikan, saran tersebut maka Tannen melakukan studi lanjutan pada laki-laki.

## TEORI *STANDPOINT*

*Standpoint theory* memberikan kerangka untuk memahami sistem kekuasaan. Kerangka ini dibangun atas dasar pengetahuan yang dihasilkan dari kehidupan sehari-hari orang mengakui bahwa individu-individu adalah konsumen aktif dari realitas mereka sendiri dan bahwa perspektif individu-individu itu sendiri merupakan sumber informasi yang paling penting mengenai pengalaman mereka (Riger, 1992; West & Turner, 2010: 502). *Standpoint theory* memberikan wewenang pada suara pribadi individu. Teori ini mengklaim bahwa pengalaman, pengetahuan, dan perilaku komunikasi orang yang dibentuk sebagian besarnya oleh kelompok sosial di mana mereka tergabung.

*Standpoint theory* juga berargumen bahwa tidak ada standar yang objektif untuk mengukur sikap. Pada intinya, semua pertanyaan, ungkapan, dan teori ini harus dipahami sebagai perwakilan dari lokasi sosial yang subjektif. Orang kebanyakan, bukan kaum elite, memberikan kerangka bagi *standpoint theory* ini karena keyakinan bahwa mereka memiliki pengetahuan yang berada dari mereka yang sedang memegang kekuasaan. Pengetahuan ini membentuk sikap yang merupakan oposisi dari mereka yang berkuasa. *Standpoint theory* ini mendorong orang untuk mengkritik *status quo* karena ini merupakan bentuk struktur kekuasaan dari dominasi dan tekanan.

### 21.1. Sejarah Teori *Standpoint*

Sejarah *standpoint theory* ini dimulai tahun 1807 ketika seorang filsuf Jerman Georg Wilhelm Friederich Hegel (West & Turner, 2010: 504) membahas bagaimana hubungan tuan-budak membentuk

perbedaan sikap para partisipan dalam hubungan tersebut. Hegel menulis bahwa walaupun budak dan tuan hidup di dalam masyarakat biasa, pengetahuan mereka mengenai masyarakat tersebut sangat berbeda. Perbedaan ini berasal dari posisi mereka yang sangat berbeda di dalam masyarakat. Hegel beragumen bahwa tidak akan ada visi tunggal berkaitan dengan kehidupan sosial. Tiap kelompok sosial mempersepsikan pandangan parsial mengenai masyarakat. Karl Marx juga mengklaim bahwa posisi dari seorang pekerja membentuk akses pekerja tersebut terhadap pengetahuan.

Hegel menganalisis hubungan *master-slave* untuk menunjukkan bahwa apa yang orang "tahu" tentang diri mereka sendiri, orang lain, dan masyarakat tergantung pada kelompok yang mana mereka masuki. Setelah memimpin Hegel, Karl Marx dan Friedrich Engels menyebutnya sebagai *proletarian standpoint*. Mereka menyarankan bahwa orang miskin yang menyediakan ekuitas merupakan masyarakat yang *ideals knowers*, asalkan mereka memahami perjuangan kelas di mana mereka terlibat di dalamnya. Catatan Harding bahwa *standpoint theory* adalah proyek tegang pada sedikit muncul dari feminis sosial teori yang akrab dengan epistemologi Marxis. Dengan mengganti wanita untuk kaum proletar, dan gender diskriminasi untuk perjuangan kelas, awal teori sudut pandang feminis memiliki kerangka siap pakai untuk menganjurkan bagaimana cara wanita mengetahui sesuatu. Berbeda dengan determinisme ekonomi Marx, George Herbert Mead mengklaim budaya yang "masuk ke individu" melalui komunikasi. Hal ini menggambarkan pada prinsip utama interaksionisme simbolik, Wood mempertahankan gender adalah konstruksi budaya daripada karakteristik biologi. Lebih dari variabel, jenis kelamin adalah suatu sistem makna yang memahat sudut pandang individu dengan posisi yang paling jantan dan betina dalam bahan yang berbeda, keadaan sosial dan simbolik.

Nancy Hartsock menggunakan ide Hegel dan teori Marxis untuk mulai mengadaptasikan *standpoint theory* untuk digunakan dalam mempelajari hubungan antara wanita dan pria. Hartsock sangat tertarik dengan debat-debat sehubungan dengan feminisme dan Marxisme yang terjadi pada tahun 1970-an dan awal 1980-an yang berfokus pada ketiadaan isu-isu wanita di dalam teori Minat dari Hartsock adalah



untuk “membuat wanita hadir” dalam teori Marx dengan demikian menghasilkan teori Marxis-feminism (Hartsock, 1997; West & Turner, 2010: 503). Hartsock menerapkan konsep Hegel mengenai tuan dan budak dan pemikiran Marx mengenai kelas dan kapitalisme pada isu-isu mengenai jenis kelamin (kategori laki-laki dan wanita) dan gender (kategori perilaku maskulinitas dan feminitas). Ini merupakan bentuk adaptasi dari *standpoint theory* yang umum, dan karenanya kebanyakan orang terkadang menyebut *standpoint theory* ini sebagai *feminist standpoint theory*, sebagaimana yang disebut oleh Nancy Hartsock pada tahun 1983. Dalam banyak hal ini, malah memperumit masalah karena tidak terdapat suatu konsensus mengenai makna yang tepat dari feminis. Banyak penulis telah melihat bahwa terdapat berbagai macam feminis yang berbeda (Cirksena & Cuklanz, 1992; West & Turner, 2010: 503). Dalam bahasa, kita harus mengakui keberagaman ini tetapi melihat bahwa karakteristik penentu yang menyatukan semua jenis *feminism* adalah fokus pada posisi sosial wanita dan keinginannya untuk mengakhiri dominasi berdasarkan jenis kelamin atau *gender*.

Dalam banyak hal, *standpoint theory* (ST) ini menyatakan dan membentuk kritik terhadap teori yang *mainstream* dan pendekatan terhadap penelitian lainnya. Kritik yang dikemukakan oleh para teoritikus *standpoint* dimulai dengan pengamatan bahwa kebanyakan penelitian di masa lalu telah bersumber dari satu sudut pandang yang sama: satu sudut pandang pria berkulit putih dari kelas menengah. Dengan adanya kritik ini sehingga mengakui bahwa *feminist standpoint theory* ini berusaha untuk menyatukan dua hal yang bersitegang: pencarian akan pengetahuan yang lebih baik dan komitmen pada ide bahwa pengetahuan selalu berkaitan dengan isu kekuasaan dan politik. Hal ini menunjukkan bahwa ST dimulai dengan epistemologi yang tidak sempurna, sekaligus mengakui bahwa pengetahuan tidak dapat dipisahkan dari politik.

*Standpoint theory* dari Sandra Harding dan Julia Wood mengklaim bahwa salah satu cara terbaik untuk menemukan bagaimana dunia bekerja adalah untuk memulai penyelidikan dari sudut pandang perempuan dan kelompok lain di pinggiran masyarakat (Griffin, 2012: 447). *Standpoint* adalah tempat dari mana untuk melihat dunia di sekitar

kita. Apapun sudut pandang menurut kami, lokasinya cenderung untuk memusatkan perhatian kita pada beberapa fitur dari lingkup alam dan sosial sementara menutupi yang lainnya. Sinonim untuk *standpoint* termasuk *viewpoint*, *perspective*, *outlook* dan *position*. Perhatikan bahwa masing-masing kata menunjukkan lokasi tertentu dalam ruang dan waktu di mana observasi berlangsung, sementara mengacu pada nilai-nilai atau sikap. Sandra Harding dan Julia Wood pikir sambungan tersebut bukanlah hal yang kebetulan. Sebagai *standpoint theory*, mereka mengklaim bahwa kelompok-kelompok sosial di mana kita berada kuat membentuk apa yang kita alami dan mengetahui serta bagaimana kita memahami dan berkomunikasi dengan diri kita sendiri, orang lain, dan dunia. Sudut pandang kita memengaruhi pandangan dunia kita.

Harding adalah seorang filsuf ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang penelitian wanita, pendidikan, dan filsafat di University of California, Los Angeles. Fisikawan telah mengembangkan teori pembiasan cahaya yang menjelaskan mengapa distorsi visual ini terjadi. Dengan cara seperti, berbagai *standpoint theory* dari berbagai disiplin ilmu menunjukkan bahwa kita dapat menggunakan ketidaksetaraan *gender*, ras, kelas, dan orientasi seksual untuk mengamati bagaimana lokasi yang berbeda dalam hirarki sosial cenderung menghasilkan jumlah yang khas alam dan hubungan sosial. Semuanya berkonsentrasi pada hubungan antara kekuasaan dan pengetahuan. Khususnya, Harding mengklaim bahwa ketika orang-orang berbicara dari sisi berlawanan dari hubungan kekuasaan, perspektif dari kehidupan yang kurang kuat dapat memberikan pandangan yang lebih objektif daripada perspektif dari kehidupan yang lebih kuat. Fokus utamanya adalah sudut pandang perempuan yang terpinggirkan.

Sama seperti Harding diakui sebagai filsuf yang telah paling maju teori sudut pandang pengetahuan di kalangan sarjana feminis, Julia Wood, seorang profesor komunikasi di University of North Carolina di Chapel Hill, telah diperjuangkan dan diterapkan secara konsisten logika sudut pandang dalam bidang komunikasi. Dia menganggap semua perspektif secara parsial, tapi dia bersikeras bahwa beberapa sudut pandang yang "lebih parsial daripada yang lain karena

lokasi yang berbeda dalam hirarki sosial memengaruhi apa yang mungkin dilihat. Untuk peneliti komunikasi, mengambil lokasi perempuan secara serius berarti mengindahkan panggilan Wood untuk memilih penelitian topik yang responsif terhadap masalah perempuan.

*Standpoint theory* ini melihat perbedaan penting antara pria dan wanita. Wood menggunakan *relational dialectic* dalam *autonomy-connectedness* sebagai titik kasusnya. Sementara semua manusia tampaknya untuk mencari kedua otonomi dan keterhubungan, jumlah relatif masing-masing yang disukai tampaknya berbeda agak konsisten antara jenis kelamin. Pria cenderung menginginkan otonomi lebih banyak, wanita cenderung ingin lebih hubungan. Perbedaan ini jelas dalam komunikasi setiap kelompok. Masyarakat maskulin menggunakan pembicaraan untuk menyelesaikan tugas-tugas, menegaskan diri, dan mendapatkan kekuasaan. Masyarakat feminin menggunakan pembicaraan untuk membangun hubungan, termasuk orang lain, dan menunjukkan tanggung jawab. Wood tidak mengatributkan perbedaan *gender* untuk biologi, naluri keibuan, atau intuisi perempuan. Sejauh bahwa perempuan berbeda dari laki-laki, ia melihat perbedaan sebagian besar sebagai akibat dari harapan budaya dan perlakuan yang masing-masing kelompok menerima dari yang lain. *Standpoint theory* juga menunjukkan bahwa perempuan itu tidak diuntungkan dan dengan demikian, pria yang diuntungkan akan membuat perbedaan *gender* yang besar.

Harding dan Wood memperingatkan terhadap pemikiran perempuan sebagai kelompok monolitik. Mereka menunjukkan bahwa tidak semua wanita sama dalam hal *standpoint* atau dalam hal ini melakukan semua laki-laki. Selain masalah *gender*, Harding menekankan kondisi ekonomi, ras, dan orientasi seksual sebagai identitas budaya tambahan yang dapat menarik orang ke pusat masyarakat atau mendorong mereka ke luar ke pinggiran. Dengan demikian, sebuah persimpangan posisi minoritas menciptakan nampaknya ada pada lokasi yang sangat dalam pada hirarki sosial. Perempuan yang miskin, lesbian, Amerika Afrika hampir selalu terpinggirkan. Di sisi lain, posisi status yang tinggi dan kekuasaan yang sangat "diawaki" oleh kaya, putih, laki-laki heteroseksual. *Standpoint theory* juga menekankan

pentingnya lokasi sosial karena mereka yakin bahwa orang-orang di bagian atas hirarki sosial adalah orang-orang istimewa untuk mendefinisikan apa artinya menjadi perempuan, laki-laki, atau apa pun dalam suatu budaya tertentu.

*Standpoint theory* mengklaim bahwa pengalaman, pengetahuan, dan perilaku komunikasi manusia dibentuk dalam kelompok sosial yang besar di mana mereka berada. Pada tambahannya, *standpoint theory* berpendapat bahwa tidak terdapat standar objektif dalam mengukur *standpoint*. Secara esensial, seluruh pernyataan, tuntutan, dan teori harus dapat dipahami sama halnya dengan secara sederhana merepresentasikan suatu lokasi sosial subjektif. Setiap hari, orang-orang menyajikan suatu pandangan untuk teori *standpoint* karena kepercayaan bahwa mereka memiliki pengetahuan yang berbeda dari orang-orang yang berada dalam kekuasaan. *Standpoint* datang dari perlawanan terhadap kekuasaan dan menolak untuk menerima bagaimana masyarakat mendefinisikan kelompoknya. *Standpoint theory* mendukung kritik terhadap status quo arena merupakan struktur kekuasaan dominan dan tekanan. Teori ini dimiliki oleh teoritikus yang kita kenal dengan teoritikus kritis.

Walaupun peneliti komunikasi baru mulai mengaplikasikan teori *standpoint* ke dalam kajian tentang perilaku komunikasi, hal ini merupakan pandangan teoretis dengan sejarah yang panjang. Walaupun profil teori ini dikonseptualisasikan oleh Nancy Hartsock, faktanya dia hanya satu dari banyak peneliti yang berkontribusi dalam mengembangkan teori ini. Sementara itu *standpoint theory* mulai pada tahun 1807 ketika filsuf Jerman Georg Hegel berbicara tentang bagaimana hubungan majikan-pembantu yang memiliki *standpoint* yang berbeda dalam partisipasinya. Nancy Hartsock menggambarkan ide Hegel dan teori Marxist untuk mulai mengadaptasi teori ini terhadap penggunaannya dalam menguji hubungan antara pria dan wanita. Hartsock menaruh perhatian pada perdebatan yang berhubungan dengan feminisme dan Marxisme yang terjadi pada 1970 an dan awal 1980 an, berfokus kepada kehadiran isu wanita dalam teori Marxis.

Hartsock tertarik dalam mengembangkan perhitungan Marx untuk melibatkan keseluruhan aktivitas manusia dibandingkan hanya berfokus kepada aktivitas pria dalam kapitalisme. Dia kemudian mengaplikasikan konsep Hagel mengenai majikan-pembantu dan gagasan Marx mengenai kelas dan kapitalisme terhadap isu seks dan gender. Untuk tujuan kita, kita harus menyadari perbedaan ini, mendefinisikan ciri-ciri feminisme, yaitu fokus kepada posisi sosial wanita dan berharap untuk menghentikan tekanan berdasarkan *gender*. Dalam banyak cara, teori ini mengekspresikan sebuah kritik mengenai teori *mainstream* lain dan pendekatan terhadap penelitian. Kritik ini dimulai dengan pengamatan bahwa kebanyakan pengamatan masa lalu berasal dari sebuah perspektif umum, yaitu pria kelas menengah dan berkulit putih.

Lokasi individu dalam struktur kelas membentuk dan membatasi pemahamannya mengenai hubungan sosial. Contoh sederhana adalah pemahaman orang kaya tentang kemiskinan itu terbatas. Seluruh *standpoint* itu memihak, tetapi pihak yang berada pada *ruling class* (yang berkuasa) dapat benar-benar kelompok yang berada di bawahnya. *Point* kedua ini mengarah secara alami kepada *point* ketiga, yang menegaskan bahwa struktur kehidupan kelompok berkuasa adalah untuk menghilangkan beberapa pilihan dari kelompok *subordinate*. Hartsock berkomentar bahwa di Amerika Serikat orang-orang memiliki pilihan yang sangat sedikit mengenai partisipasi dalam sebuah pasar ekonomi, yang lebih menyukai *model ruling class* (yang berkuasa).

Kelompok subordinat harus berjuang untuk pandangannya dalam kehidupan sosial. Hal ini mengarah kepada asumsi terakhir yang mengklaim bahwa perjuangan ini menghasilkan pandangan yang jelas dan akurat bagi kelompok subordinat dibandingkan dengan pandangan yang dimiliki oleh *ruling class*. Terdapat penambahan terhadap asumsi ini yang mencirikan pandangan Hartock tentang Marxis mengenai teori *standpoint*. Teori, kebanyakan konsepnya selalu memiliki kumpulan kepercayaan mengenai pengetahuan dan pengumpulan pengetahuan. Seluruh pengetahuan adalah sebuah produk aktivitas sosial, dan tidak ada pengetahuan yang benar-benar objektif. Kondisi budaya yang

khususnya mengelilingi kehidupan wanita menghasilkan pengalaman dan pemahaman yang secara rutin berbeda dari yang diproduksi dari pandangan kehidupan pria. Perbedaan pemahaman ini sering memproduksi pola komunikasi yang berbeda. Pantas untuk memahami perbedaan bagian dari pengalaman wanita. Kita hanya mengetahui pengalaman wanita dengan menghadiri interpretasi wanita mengenai pengalaman ini.

Pendekatan *standpoint* menyarankan apa yang pantas untuk dipelajari (*ontology*) dan bagaimana cara mempelajarinya (epistemologi). Pertama, pernyataan membuat pengetahuan bukanlah konsep objektif tetapi dibentuk secara subjektif oleh orang yang mengetahuinya. *Point* kepercayaan kedua fokus kepada perbedaan lokasi sosial yang didiami oleh pria dan wanita di Amerika bahkan ketika mereka bekerja dan tinggal pada situasi yang terlihat sama. Kepercayaan ketiga berhadapan dengan ontologi, atau apa yang pantas diketahui. Asumsi ini menempatkan kelompok marginal (wanita) pada tempat awal untuk berteori dan penelitian. Akhirnya, *standpoint theory* beroperasi dari kepercayaan bahwa satu cara untuk meraih sentimen Harding adalah dengan membiarkan wanita berbicara mengenai pengalamannya dan kemudian menerjemahkannya.

Melalui asumsi dan kepercayaan ini kita mendapatkan gambaran mengenai Teori *standpoint* yang merupakan pandangan yang berevolusi (berubah), berawal dari Marxisme, tetapi menolak beberapa prinsip dari sudut pandang pada pendekatan feminis. *Standpoint*, adalah sebuah lokasi, yang dibagi bersama oleh sebuah kelompok yang mengalami status *outsider*, dalam struktur sosial, yang meminjamkan pemahaman tertentu terhadap pengalaman hidup seseorang. Lebih jauh lagi, dari perspektif Hartsock, "*A standpoint is not simply an interested position (interpreted as bias) but is interested in the sense of being engaged,*" (West & Turner, 2010: 508). Konsep *engagement* dijelaskan oleh peneliti yang membedakan *standpoint* dan perspektif. Perspektif itu dibentuk oleh pengalaman yang disusun oleh posisi seseorang dalam hierarki sosial. Sedangkan *standpoint* hanya dapat diraih setelah pemikiran, interaksi, dan perjuangan.

Karena Standpoint didefinisikan oleh lokasi sosial tertentu, maka mereka bersifat *partial* atau *incomplete*. Lokasi membolehkan hanya porsi dari kehidupan sosial untuk dapat dilihat oleh kelompok mana saja. Tipe spesifik dari *standpoint* dideskripsikan oleh Patricia Hill Collins (1986, 1989, 1991; West & Turner, 2010: 510) ketika ia mendeskripsikan dirinya sebagai wanita akademik Amerika berkulit hitam. Posisi sosial ini menempatkannya sebagai seorang *outsider within*, atau seseorang yang secara normal akan termarginalkan tetapi entah bagaimana bisa mendapatkan akses ke dalam kelompok. Kejelasan pandangan pada hierarki memiliki keakuratan yang paling besar dalam *standpoint* mereka, di mana *accuracy* merujuk kepada kemampuan untuk melebihi batasan pandangan memihak dan melihat di atas lokasi sosial seseorang.

Donna Haraway (1988; West & Turner, 2010: 510) berkontribusi terhadap istilah *situated knowledges*, yang berarti bahwa pengetahuan seseorang berdasar pada konteks dan lingkungan. Konsep Haraway menyarankan bahwa pengetahuan dapat berlipat ganda dan disituasikan dalam pengalaman. Gagasan dari *situated knowledges* mengingatkan kita terhadap apa yang kita ketahui dan lakukan bukan merupakan bawaan tetapi lebih kepada hasil pembelajaran dari pengalaman. Inspirasi dari Marxist oleh Hartsock mengenai teori feminis *standpoint* berada pada gagasan bahwa pria dan wanita terlibat dalam pekerjaan yang berbeda berdasarkan jenis kelamin, yang menghasilkan suatu *sexual division of labor*. Pembagian ini tidak hanya menyatakan bahwa orang-orang memiliki perbedaan pekerjaan berdasarkan jenis kelamin, tetapi juga mengeksploitasi wanita dengan bergantung kepada pekerjaan tanpa pemberian upah ketika membuat wanita bertanggung jawab terhadap perbaikan tidak ada gaji dan reproduksi dari tekanan tenaga kerja saat ini dan masa depan.

*Standpoint theory* menjadi populer dengan peneliti komunikasi karena teori ini mengembangkan hubungan komunikasi timbal balik dengan perilaku komunikasi dan *standpoint*. Komunikasi bertanggung jawab dalam membentuk *standpoint* kita untuk perluasan bahwa kita belajar dari tempat kita dalam masyarakat melalui interaksi dengan orang lain. Satu dari asumsi teori adalah bahwa orang-orang yang berbagi suatu *standpoint* juga akan berbagi gaya komunikasi tertentu

dan praktiknya. Pada tambahannya, Rosean Mandziuk (2003; West & Turner, 2010: 511) menyatakan mengenai bagaimana komunikasi dalam bentuk kampanye komunikatif, mencoba untuk membangun *standpoint* dalam kesadaran publik.

Standpoint theory, mengilustrasikan sentralitas komunikasi dalam membentuk dan memancarkan *standpoints*. Teori ini menunjukkan penggunaan komunikasi sebagai alat untuk mengubah status quo dan menghasilkan perubahan. Dengan memberikan suara kepada *standpoint* mana yang sering didengarkan, metode yang berasosiasi dengan teori fokus kepada praktik komunikasi. Konsep *voice*, *speaking out*, dan *speaking for others penting* dalam teori *standpoint* dan *standpoint* epistemologi, dan mereka adalah semua konsep yang berakar dalam komunikasi.

Komplain paling sering berada dalam tingkatan melawan *standpoint theory* yang memancarkan esensialisme, dan sebuah persetujuan besar telah dituliskan ke dalam topik ini. *Essentialism* merujuk kepada praktik dalam mengeneralisasikan mengenai seluruh wanita (kelompok mana saja) walaupun mereka secara esensial sama (West & Turner, 2010: 512). *Essentialism* mengaburkan keragaman yang ada di antara wanita. Implisit dan (sering eksplisit) pada kritik ini merupakan cara bahwa banyak peneliti wanita berkulit putih telah mengeluarkan *standpoint* dan suara wanita berkulit berwarna, wanita yang cacat, lesbian, wanita miskin, dan wanita dari negara berkembang. Teori ini tidak menyarankan bahwa wanita dan pria secara fundamental berbeda (atau memiliki esensi yang berbeda); tetapi ST mulai dengan asumsi bahwa kondisi sosial dan budaya yang khususnya mengelilingi kehidupan wanita menghasilkan pengalaman dan pemahaman berbeda dari kondisi sosial dan budaya yang khususnya mengelilingi kehidupan pria. Debbie Dougherty dan Kathleen Krone (2000; West & Turner, 2010: 514) juga mencoba untuk mengaplikasikan teori *standpoint* kepada kelompok dengan wanita yang beragam untuk berperan besar terhadap tekanan kreatif antara kesamaan dan perbedaan.

Area kedua dari kritik yang ada berhubungan dengan kegunaan yang memberi perhatian kepada gagasan dualisme, atau pemikiran



dualistik. Feminis (Cirksena & Cuklanz, 1992; West & Turner, 2010: 514) berpendapat bahwa banyak pemikiran Barat diatur melalui sekumpulan tentangan, atau *dualism*. Alasan dan emosi, publik dan pribadi, dan alam serta budaya adalah beberapa pasang hal yang berlawanan yang merupakan aturan prinsip umum dalam pemikiran Barat. O'Leary (1997; West & Turner, 2010: 515) berpendapat bahwa *standpoint theory* tidak memberikan kita pemahaman yang cukup kompleks mengenai pengalaman, dan sebagai hasilnya, teori ini masih berada pada dualisme antara pengalaman subjektif dan kebenaran objektif.

Pada kesimpulannya, teori ini memberikan kita cara lain dalam melihat posisi relatif, pengalaman, dan komunikasi dari kelompok sosial yang beragam. Teori ini memiliki kejelasan, politik, bentuk kritikal, dan memberikan tempat kekuasaan dalam kehidupan sosial. Teori ini telah menghasilkan banyak kontroversi selama orang-orang menemukannya cocok dengan pandangan mereka mengenai kehidupan sosial. Teori ini mungkin akan cocok dengan teori lain, memungkinkan kita untuk mengkombinasikan mereka untuk mendapatkan penjelasan yang lebih berguna untuk perilaku komunikasi manusia. Para ahli harus lanjut memperbaiki teori ini, mengaplikasikannya kepada sub-budaya kelompok dan menyelesaikan beberapa isu esensialisme dan dualisme yang telah dibongkar oleh kritik. Teori ini memegang banyak perjanjian bagi perbedaan illuminating dalam perilaku komunikasi dari kelompok sosial berbeda.

Sebuah *standpoint* adalah suatu tempat di mana kita melihat dunia di sekitar kita. Apapun titik menguntungkan kita, lokasinya cenderung memfokuskan perhatian kita kepada beberapa bagian dari *landscape* alam dan sosial ketika menggelapkan yang lainnya. Sinonim untuk *standpoint* meliputi *viewpoint*, *perspective*, *outlook*, dan *position*. Harding adalah seorang filosofi ilmu pengetahuan yang bergelut di bidang kajian, pendidikan, dan filosofi di University of California, Los Angeles. Untuk mengilustrasikan efek *standpoint*, dia bertanya kepada kita untuk membayangkan kita melihat kepada kolam dan melihat sebuah tongkat yang terlihat bengkok. Apakah memang bengkok? Jika kita jalan berputar ke lokasi yang berbeda, tongkat itu terlihat lurus dan memang lurus. Julia Wood juga mengaplikasikan logika *standpoint* di

dalam bidang komunikasi. Dia mengatakan semua sudut pandang itu memihak, namun ia mendesak bahwa beberapa *standpoint* lebih memihak dibandingkan yang lain tergantung perbedaan lokasi dalam hierarki sosial memengaruhi apa yang ingin dilihat.

Mengikuti kepemimpinan Lead, Karl Marx dan Engels merujuk kepada *proletarian standpoint*. Mereka menyarankan bahwa kemiskinan yang menyediakan kesamaan penuh merupakan *ideal knowers* masyarakat, sepanjang mereka memahami perjuangan kelas di mana mereka terlibat. Dengan menambahkan *women for proletariat*, dan *gender discrimination* untuk *class struggle*, teoretikus *standpoint feminist* masa awal telah membuat sudut pandang untuk mendukung pengetahuan wanita. Menentang determinisme ekonomi Marx, Mead mengklaim bahwa budaya masuk ke dalam individu melalui komunikasi. Harding dan Wood telah menggambarkan konflik tradisi intelektual tanpa membiarkan orang-orang di antara mereka mendiktat bentuk atau isi dari pendekatan *standpoint*.

Teoretikus *standpoint* melihat perbedaan penting di antara wanita dan pria. Wood menggunakan *relational dialectic* dari *autonomy-connectedness* sebagai kasus dalam *point*. Ketika seluruh manusia terlihat mencari *autonomy* dan *connectedness*, jumlah relatif dari masing-masing yang lebih disukai muncul berbeda dibandingkan dengan secara konsisten antar jenis kelamin. Pria cenderung ingin *autonomy* yang lebih, sedangkan wanita cenderung lebih menginginkan hubungan. Perbedaan ini merupakan bukti dalam setiap kelompok komunikasi, komunitas maskulin menggunakan *speech* untuk menyelesaikan tugas, menonjolkan diri dan mendapatkan kekuasaan. Komunitas feminin menggunakan *speech* untuk membangun hubungan, termasuk orang lain, dan menunjukkan pertanggung jawaban.

Wood tidak menghubungkan perbedaan *gender* terhadap biologi, *insting* maternal atau intuisi wanita. Untuk perluasan bahwa wanita berbeda dari pria, dia melihat perbedaan yang cukup besar sebagai suatu hasil dari harapan budaya dan perlakuan yang diterima setiap kelompok dari orang lain. Teoretikus *standpoint* feminin mengatakan bahwa wanita itu *underadvantage* dan pria itu *overadvantage*, sebuah

perbedaan *gender* yang membuat perbedaan yang besar. Harding dan Wood mengatakan bahwa tidak semua wanita berbagi *standpoint* yang sama, sama halnya dengan pria (Griffin, 2012: 449). Di samping isu gender, Harding menekankan kondisi ekonomi, ras, dan orientasi seksual sebagai identitas budaya tambahan yang dapat menggambarkan orang-orang masuk ke dalam masyarakat ataupun mendorong mereka ke luar. Kemudian, titik perpotongan posisi minoritas menciptakan lokasi *highly look-down-upon* dalam hierarki sosial.

Mengapa *standpoint* itu sangat penting? Karena Harding berpendapat bahwa kelompok sosial yang mendapatkan kesempatan untuk mendefinisikan masalah penting, konsep, asumsi, dan hipotesis dalam sebuah bidang akan berakhir meninggalkan jejak sosial dalam gambaran dunia yang timbul dari hasil proses bidang penelitian. Tidak konsistennya Harding dalam *local knowledge* berbeda tajam dengan klaim mengenai pengetahuan budaya Barat yang dapat diungkap “*truth*” yang bebas nilai dan dapat diakses untuk banyak pengamatan objektif. *Local knowledge* yaitu pengetahuan yang disituasikan dalam waktu, tempat, pengalaman, dan kekuasaan relatif sebagai tantangan terhadap pengetahuan dari manapun yang seharusnya bebas nilai. Harding dan teoretikus lainnya mendesak bahwa tidak terdapat kemungkinan dari sebuah perspektif tidak bias yang tidak penting, tidak berat sebelah, bebas nilai, atau terlepas dari situasi sejarah tertentu. Dia menulis bahwa setiap orang dapat meraih satu pandangan tertentu mengenai realita dari sudut pandang posisi dalam hierarki sosial.

Harding menggunakan istilah *strong objectivity* untuk merujuk kepada strategi awal penelitian dari kehidupan wanita dan kelompok marginal lainnya yang memiliki perhatian dan pengalaman yang biasanya diabaikan. Mengapa seharusnya *standpoint* wanita dan kelompok marginal lainnya menjadi lebih sedikit memihak, kurang menyimpang, atau kurang kesalahan dibandingkan dengan pria yang berada dalam posisi dominan? Wood menawarkan dua penjelasan. Pertama, orang-orang dalam status lebih rendah memiliki motivasi yang lebih besar untuk memahami sudut pandang kelompok yang lebih berkuasa dan sebaliknya. Alasan kedua untuk menyatakan *standpoint*

kelompok yang secara konstan diturunkan adalah bahwa mereka memiliki alasan yang sedikit untuk mempertahankan status quo.

## 21.2. Asumsi-asumsi Teori *Standpoint*

*Feminist standpoint theory* ini berpijak pada empat asumsi yang menurut Janet Saltzman Chafetz (1997; West & Turner, 2010: 505) memberikan karakter bagi teori feminis manapun: (1) jenis kelamin atau *gender* merupakan fokus utama teori ini; (2) hubungan jenis kelamin atau *gender* dipandang sebagai sesuatu yang problematis, dan teori ini berusaha untuk memahami bagaimana jenis kelamin atau *gender* berhubungan dengan ketidaksetaraan dan kontradiksi; (3) hubungan jenis kelamin atau *gender* dipandang sebagai sesuatu yang dapat diubah; dan (4) teori feminis dapat digunakan untuk menantang *status quo* ketika *status quo* ini merendahkan atau melecehkan wanita. Selain itu, *standpoint theory* ini sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Hartsock berpijak pada lima asumsi khusus mengenai sifat kehidupan sosial:

1. Kehidupan material (atau posisi kelas) menyusun dan membatasi pemahaman akan hubungan sosial. Asumsi pertama ini mengemukakan pemikiran bahwa lokasi individu dalam struktur kelas membentuk dan membatasi pemahaman mereka akan hubungan sosial.
2. Ketika kehidupan material distrukturkan dalam dua cara yang berlawanan untuk dua kelompok yang berbeda, pemahaman yang satu akan menjadi kebalikan dari yang satunya. Ketika terdapat kelompok yang dominan pada kelompok bawahan, dan pemahaman dari kelompok yang dominan akan bersifat parsial dan merugikan. Asumsi kedua ini menuntun pada asumsi yang ketiga, yang menyatakan bahwa kelompok yang berkuasa menyusun kehidupan sedemikian sehingga untuk menyingkirkan beberapa pilihan dari kelompok bawah. Hartsock (1997: 96; West & Turner, 2010: 506) menyatakan bahwa visi dari pemimpin akan menyusun kehidupan sosial dan memaksa semua pihak untuk berpartisipasi dalam struktur ini. "Kebenaran adalah, dalam batasan yang luas,

apa yang dapat dibuat benar oleh kelompok dominan; sejarah selalu ditulis oleh para pemenang". Selain itu, kelompok yang berkuasa akan mempromosikan propaganda yang mendeskripsikan pasar sebagai sesuatu yang menguntungkan dan bermoral.

3. Visi dari kelompok yang berkuasa menyusun hubungan material di mana semua kelompok dipaksa berpartisipasi.
4. Visi yang ada bagi kelompok yang tertindas merepresentasikan pergulatan dan prestasi. Asumsi yang keempat ini menyatakan bahwa kelompok bawahan harus berusaha untuk berjuang bagi visi mereka mengenai kehidupan sosial. Hal ini menuntun pada asumsi yang terakhir, yang menyatakan bahwa perjuangan ini menghasilkan visi yang lebih jelas dan akurat bagi kelompok bawah dibandingkan dengan yang dimiliki kelompok yang berkuasa. Dengan pandangan yang jelas ini, kelompok bawah dapat melihat ketidak-manusiawian yang ada di dalam tatanan sosial dan dapat berusaha mengubah dunia agar menjadi lebih baik. Asumsi-asumsi ini menuntun pada kesimpulan bahwa walaupun semua sikap bersifat parsial, sikap dari kelompok yang tertindas dibentuk melalui perhatian seksama kepada kelompok yang dominan.
5. Potensi pemahaman dari mereka yang tertindas (sikap) dapat dilihatnya ketidak-manusiawian dari hubungan yang ada di antara kelompok dan menggerakkan kita menuju dunia yang lebih baik dan lebih adil.

Ditambah asumsi-asumsi ini mencirikan pandangan Marxis Hartsock mengenai *standpoint theory*, kebanyakan konsepsi dari ST juga membentuk epistemologi, atau cara untuk mengetahui, dan ontologi, atau kepercayaan akan apa yang layak untuk diketahui. Epistemologi dan ontology *standpoint* ini juga didasarkan pada beberapa asumsi berikut ini:

- Semua pengetahuan adalah produk dari kegiatan sosial, dan karenanya tidak ada pengetahuan yang dapat benar-benar objektif. Asumsi pertama ini dibuat bahwa pengetahuan bukan konsep yang objektif melainkan dibentuk secara subjektif oleh yang mengetahuinya. Hal ini menunjukkan pendekatan terhadap

mengetahui yang berbeda dengan apa yang ditunjukkan oleh keyakinan dalam kebenaran objektif.

- Kondisi budaya yang “secara khusus melingkupi kehidupan wanita menghasilkan pengalaman dan pemahaman yang secara rutin berbeda dari dihasilkan oleh kondisi bingkai kehidupan pria” (Wood, 1992: 14; West & Turner, 2010: 507). Pemahaman yang berbeda ini sering kali menghasilkan pola komunikasi yang unik. Asumsi yang kedua ini merujuk pada perbedaan lokasi sosial yang dialami oleh pria dan wanita di Amerika Serikat, dalam sebuah kajian yang mempelajari pelecehan seksual di tempat pekerjaan, Debbie Dougherty (2001; West & Turner, 2010: 507) mulai dengan sebuah pemikiran yang berasal dari ST bahwa walaupun pelecehan seksual tidak memiliki fungsi bagi wanita, hal ini mungkin memiliki fungsi bagi pria. Dougherty menyimpulkan bahwa penemuannya menunjukkan bagaimana lokasi sosial yang berbeda telah membentuk reaksi pria dan wanita terhadap pelecehan seksual.
- Memahami fitur-fitur unik dari pengalaman wanita merupakan usaha yang layak dilakukan. Asumsi yang ketiga ini berkaitan dengan ontologi, atau apa yang layak untuk diketahui. Asumsi ini menempatkan orang-orang yang termarginalisasi (wanita) pada tempat awal untuk berteori dan melakukan penelitian. Ini membuat *standpoint theory* memiliki sifat feminis dan revolusioner dengan menyingkirkan sikap yang dominan dengan sikap yang berasal dari luar *mainstream* budaya.
- Kita hanya dapat mengetahui pengalaman wanita dengan memerhatikan interpretasi wanita mengenai pengalaman ini. Asumsi yang terakhir, *standpoint theory* ini berhubungan dengan epistemologi yang menyatakan bahwa satu-satunya cara untuk mencapai sentimen Harding adalah dengan meminta wanita untuk berbicara mengenai pengalaman mereka dan kemudian menginterpretasikannya. Pendekatan terhadap penelitian ini mengambil banyak kekuasaan dan kontrol dari tangan peneliti dan membuat penelitian menjadi sebuah proses yang lebih kolaboratif.

Sandra Harding dan Julia T. Wood mengklaim bahwa salah satu cara terbaik untuk menemukan bagaimana dunia bekerja adalah untuk

memulai penyelidikan dari sudut pandang wanita dan kelompok lain di pinggiran masyarakat (Griffin, 2012: 448). Apapun sudut pandang menurut kami, lokasinya cenderung untuk memusatkan perhatian kita pada beberapa fitur dari lingkup alam dan sosial sementara menutupi yang lainnya. Sinonim untuk *standpoint* termasuk *viewpoint*, *perspective*, *outlook* dan *position*. Perhatikan bahwa masing-masing kata menunjukkan lokasi tertentu dalam ruang dan waktu di mana observasi berlangsung, sementara mengacu pada nilai-nilai atau sikap. Sandra Harding dan Julia Wood pikir sambungan tersebut bukanlah hal yang kebetulan. Sebagai *standpoint theory*, mereka mengklaim bahwa kelompok-kelompok sosial di mana kita berada kuat membentuk apa yang kita alami dan mengetahui serta bagaimana kita memahami dan berkomunikasi dengan diri kita sendiri, orang lain, dan dunia. Sudut pandang kita memengaruhi pandangan dunia kita. Harding mengklaim bahwa ketika orang-orang berbicara dari sisi berlawanan dari hubungan kekuasaan, perspektif dari kehidupan yang kurang kuat dapat memberikan pandangan yang lebih objektif daripada perspektif dari kehidupan yang lebih kuat. Fokus utamanya adalah sudut pandang wanita yang terpinggirkan. Sama seperti Harding diakui sebagai filsuf yang telah paling maju teori sudut pandang pengetahuan di kalangan sarjana feminis. Wood menganggap semua perspektif secara parsial, tapi dia bersikeras bahwa beberapa sudut pandang yang lebih parsial daripada yang lain karena lokasi yang berbeda dalam hirarki sosial memengaruhi apa yang mungkin dilihat. Untuk peneliti komunikasi, mengambil lokasi wanita secara serius berarti mengindahkan panggilan Wood untuk memilih penelitian topik yang responsif terhadap masalah wanita.

### **21.3. Konsep-konsep Kunci dari Teori *Standpoint***

Teori ini terletak pada beberapa konsep penting: sikap, pengetahuan tersituasi, dan pembagian pekerjaan berdasarkan jenis kelamin. Tiap konsep ini akan dibahas secara singkat (West & Turner, 2010: 510), yaitu:

## 1. *Standpoint*

Konsep utama dari teori ini, *standpoint* adalah lokasi, yang dimiliki bersama oleh kelompok yang mengalami status sebagai orang luar, di dalam sebuah struktur sosial yang memberikan sejenis pemahaman bagi pengalaman orang yang telah dijalani. Selain itu, dari perspektif Hartsock (1998: 107; West & Turner, 2010: 508) bahwa *standpoint* bukan sekedar posisi yang diminati (diinterpretasikan sebagai bias) tetapi diminati dalam artian dilibatkan. Konsep *engagement* diperbesar oleh para peneliti yang membedakan antara sikap dan perspektif (Hirschmann, 1997; O'Brien Hallstein, 2000; West & Turner, 2010: 508). Seperti yang diamati oleh O'Brien Hallstein, dua konsep ini dapat menimbulkan kebingungan, tetapi terdapat perbedaan yang mendasar, yaitu sebuah perspektif dibentuk oleh pengalaman yang terstruktur dari seseorang di dalam hierarki sosial dan akan menuju pada tercapainya suatu sikap tetapi hanya melalui usaha sedangkan *standpoint* hanya dicapai setelah adanya pemikiran, interaksi, dan perjuangan dan juga *standpoint* ini harus dicari secara aktif artinya *standpoint* ini tidak dimiliki oleh semua orang oleh semua orang yang mengalami penindasan.

Selain itu, sikap merupakan hal yang tidak bebas dalam konteks sosial dan politiknya. Karena sikap didefinisikan oleh lokasi sosial tertentu, berdasarkan kepentingan sikap bersifat *partial* atau tidak lengkap. Lokasi ini hanya memungkinkan sebuah bagian dari kehidupan sosial untuk dipandang oleh kelompok tertentu mana pun. Selain itu, aspek politik dari sikap menekankan bahwa individu melalui proses perkembangan dalam mendapatkannya. Sebuah jenis sikap khusus dideskripsikan oleh Patricia Hill Collins (1986, 1989, 1991; West & Turner, 2010: 510) ketika ia menggambarkan dirinya sebagai akademisi wanita Afro-Amerika. Posisi sosial ini menempatkannya sebagai *outsider within* atau seseorang yang biasanya termarginalisasi tetapi telah mendapatkan akses masuk ke dalam. Dalam kasus ketika *outsider within* masuk ke dalam lokasi sosial yang berdasarkan sejarah tidak memperhitungkan mereka, Collins menyatakan bahwa sebuah kejelasan visi terjadi. Kejelasan visi ini menyiratkan, sebagaimana diargumentasikan oleh *standpoint*



*theory* bahwa posisi yang lebih rendah dari hierarki memiliki akurasi yang lebih besar dalam hal sikap, di mana *accuracy* merujuk pada kemampuan untuk melewati batasan-batasan visi parsial dan melihat melampaui lokasi sosial tertentu seseorang.

*Standpoint theory* ini melihat perbedaan penting antara pria dan wanita. Wood menggunakan *relational dialectic* dalam *autonomy-connectedness* sebagai titik kasusnya. Sementara semua manusia tampaknya untuk mencari kedua otonomi dan keterhubungan, jumlah relatif masing-masing yang disukai tampaknya berbeda agak konsisten antara jenis kelamin. Pria cenderung menginginkan otonomi lebih banyak, wanita cenderung ingin lebih sambungan. Perbedaan ini jelas dalam komunikasi setiap kelompok. Masyarakat maskulin menggunakan pembicaraan untuk menyelesaikan tugas-tugas, menegaskan diri, dan mendapatkan kekuasaan. Masyarakat feminin menggunakan pembicaraan untuk membangun hubungan, termasuk orang lain, dan menunjukkan *responsiveness*. Wood tidak mengatributkan perbedaan gender untuk biologi, naluri keibuan, atau intuisi wanita. Sejauh bahwa wanita berbeda dari laki-laki, ia melihat perbedaan sebagian besar sebagai akibat dari harapan budaya dan perlakuan yang masing-masing kelompok menerima dari yang lain.

*Standpoint theory* juga menunjukkan bahwa wanita itu tidak diuntungkan dan dengan demikian, pria yang diuntungkan akan membuat perbedaan gender yang besar. Harding dan Wood memperingatkan terhadap pemikiran wanita sebagai kelompok monolitik. Mereka menunjukkan bahwa tidak semua wanita bersama dalam hal *standpoint* atau dalam hal ini melakukan semua laki-laki. Selain masalah gender, Harding menekankan kondisi ekonomi, ras, dan orientasi seksual sebagai identitas budaya tambahan yang dapat menarik orang ke pusat masyarakat atau mendorong mereka ke luar ke pinggiran. Dengan demikian, sebuah persimpangan posisi minoritas menciptakan tampak jatuh pada lokasi yang sangat dalam hirarki sosial. Wanita yang miskin, lesbian, Amerika Afrika hampir selalu terpinggirkan. Di sisi lain, posisi status yang tinggi dan kekuasaan yang sangat dipimpin oleh kaya, putih, laki-laki

heteroseksual. *Standpoint theory* juga menekankan pentingnya lokasi sosial karena mereka yakin bahwa orang-orang di bagian atas hirarki sosial adalah orang-orang istimewa untuk mendefinisikan apa artinya menjadi wanita, laki-laki, atau apa pun dalam suatu budaya tertentu.

## 2. *Situated Knowledge*

Donna Haraway (1988; West & Turner, 2010: 510) memberikan kontribusi istilah *situated knowledge* yang berarti bahwa pengetahuan setiap orang didasarkan pada konteks dan keadaan. Konsep Haraway menyiratkan bahwa pengetahuan bersifat ganda dan tersituasi di dalam pengalaman. *Situated knowledge* mengingatkan pada kita bahwa apa yang kita ketahui dan lakukan tidak berasal dari dalam melainkan merupakan hasil pembelajaran dari pengalaman-pengalaman kita.

*Standpoint theory* merupakan teori yang sangat penting, karena Harding berpendapat bahwa kelompok sosial yang mendapat kesempatan untuk menentukan problematika yang penting, konsep, asumsi-asumsi, dan hipotesis di lapangan akan berakhir meninggalkan sidik jari sosial pada gambar dunia yang muncul dari hasil yang proses penelitian lapangan itu. Harding sangat bersikeras pada *local knowledge* yang sangat kontras dengan klaim ilmu pengetahuan Barat tradisional yang dapat menemukan "kebenaran" yang bebas nilai dan dapat diakses oleh setiap pengamat yang objektif.

Dalam bukunya yang berjudul *Whose Science? Whose Knowledge?*, Harding mengacu pada klaim empirisme tentang kebenaran tanpa tubuh yang "dilihat dari mana," atau dalam kata-kata penulis feminis Donna Haraway, *God trick*, di mana Harding menggambarkan sebagai "berbicara otoritatif tentang segala sesuatu di dunia dari tidak ada lokasi tertentu atau perspektif manusia sama sekali. Harding dan teoritis *standpoint* yang lainnya bersikeras tidak ada kemungkinan perspektif objektif yang tertarik, tidak memihak, bebas nilai, atau terlepas dari situasi sejarah tertentu. Fisik dan ilmu-ilmu sosial selalu berada di waktu dan tempat. Harding menulis

bahwa "setiap orang dapat mencapai hanya sebagian melihat realitas dari perspektif posisi sendiri dalam hirarki sosial," (Griffin, 2012: 452). Berbeda dengan posmodernis, bagaimanapun, ia tidak bersedia untuk meninggalkan dan mencari realitas. Dia hanya berpikir bahwa pencarian itu harus dimulai dari kehidupan orang-orang di kelas bawah.

Baik Harding maupun Wood mengklaim bahwa sudut pandang wanita atau kelompok marjinal lainnya memberi mereka pandangan yang jelas dari jalannya. *Situated knowledge* merupakan satu-satunya jenis teori yang akan selalu bersifat parsial. *Standpoint theory* ini mempertahankan, bagaimanapun, bahwa perspektif kelompok bawahan lebih lengkap dan dengan demikian, lebih baik daripada kelompok istimewa di masyarakat.

### 3. *Sexual Division of Labor*

*Feminist standpoint theory* Hartsock yang terinspirasi oleh Marxisme berpijak pada pemikiran bahwa pria dan wanita terlibat di dalam pekerjaan yang berbeda berdasarkan jenis kelamin mereka, yang berakibat pada *sexual division of labor*. Pembagian ini tidak hanya menempatkan orang untuk mengerjakan tugas-tugas yang berbeda berdasarkan jenis kelamin, tetapi hal ini juga mengeksploitasi wanita dengan menuntut kerja tanpa memberikan upah sekaligus membuat wanita bertanggung jawab dalam pemeliharaan yang tidak digaji dan dalam reproduksi dari tenaga kerja di masa kini dan di masa depan (Chafetz, 1997: 104; West & Turner, 2010: 511). Selain itu, ketidak-setaraan yang diderita wanita di tempat kerja ketika mereka terlibat dalam kerja keras untuk mendapatkan upah juga dihubungkan dengan kewajiban mereka atas pekerjaan domestik yang tidak digaji. Sebagaimana diungkapkan oleh Nancy Hirschmann (1997; West & Turner, 2010: 511), sikap feminis ini membuat wanita dapat mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang mereka lakukan di rumah sebagai 'kerja' dan 'kerja keras'. Oleh karena itu, *standpoint theory* ini menggaris-bawahi eksploitasi dan distorsi yang muncul ketika pekerjaan dipisahkan berdasarkan jenis kelamin.

Harding menggunakan istilah *strong objectivity* untuk merujuk pada strategi penelitian mulai dari kehidupan wanita dan kelompok marjinal lain yang keprihatinan dan pengalaman biasanya ditolak. Pilihannya terhadap label ini tidak hanya menunjukkan hikmat mengambil semua perspektif dalam jumlah tetapi juga menunjukkan bahwa pengetahuan yang dihasilkan dari sudut pandang penawaran kelompok dominan, sebaliknya, hanya objektivitas lemah. Mengapa sudut pandang wanita dan kelompok terpinggirkan lainnya harus kurang parsial, kurang terdistorsi, atau kurang palsu dari perspektif pria yang berada dalam posisi dominan? Wood menawarkan dua penjelasan:

Orang yang memiliki status yang subordinat memiliki motivasi yang lebih besar untuk memahami perspektif lebih kelompok yang berkuasa daripada sebaliknya, bahkan jika lemah lembut tidak mewarisi bumi, mereka memiliki minat khusus dalam mencari tahu apa yang membuatnya berubah. Mengambil peran yang lain adalah keterampilan hidup bagi mereka yang memiliki sedikit kontrol atas kehidupan mereka sendiri. Kurang motivasi ini, mereka yang memegang kekuasaan tampaknya memiliki sedikit alasan untuk bertanya-tanya bagaimana "setengah lainnya" memandang dunia.

Alasan Wood kedua untuk mendukung sudut pandang kelompok yang secara konstan meletakkan adalah bahwa mereka memiliki sedikit alasan untuk mempertahankan status quo. Tidak begitu bagi mereka yang memiliki kekuasaan. Dia menegaskan bahwa kelompok yang diuntungkan oleh sistem yang berlaku memiliki kepentingan dalam ketidak-adilan sosial, tidak memahami yang menguntungkan mereka dengan mengorbankan orang lain. Harding juga menyarankan bahwa setiap wanita sebaiknya memiliki *strong objectivity* yaitu strategi yang memulai sebuah penelitian dari kehidupan wanita dan kelompok marjinal lainnya, yang pada refleksi kritis dan resistensi menyediakan mereka dengan pandangan yang sedikit palsu tentang realitas. Harding dan Wood menekankan bahwa lokasi wanita pada margin masyarakat adalah kondisi yang diperlukan, tetapi tidak cukup, untuk mencapai sudut pandang feminis. Hanya melalui refleksi kritis pada hubungan kekuasaan yang tidak adil dan bekerja untuk melawan penindasan ini bahwa sudut pandang feminis terbentuk.

*Standpoint theory* merupakan teori yang sangat penting, karena Harding berpendapat bahwa kelompok sosial yang mendapat kesempatan untuk menentukan problematika yang penting, konsep, asumsi-asumsi, dan hipotesis di lapangan akan berakhir meninggalkan sidik jari sosial pada gambar dunia yang muncul dari hasil yang proses penelitian lapangan itu. Harding sangat bersikeras pada *local knowledge* yang sangat kontras dengan klaim ilmu pengetahuan Barat tradisional yang dapat menemukan "kebenaran" yang bebas nilai dan dapat diakses oleh setiap pengamat yang objektif.

Dalam bukunya yang berjudul *Whose Science? Whose Knowledge?*, Harding mengacu pada klaim empirisme tentang kebenaran tanpa tubuh yang "dilihat dari mana," atau dalam kata-kata penulis feminis Donna Haraway, *God trick*, di mana Harding menggambarkan sebagai berbicara otoritatif tentang segala sesuatu di dunia dari tidak ada lokasi tertentu atau perspektif manusia sama sekali (Griffin, 2012: 452). Harding dan teoritis *standpoint* yang lainnya bersikeras tidak ada kemungkinan perspektif objektif yang tertarik, tidak memihak, bebas nilai, atau terlepas dari situasi sejarah tertentu. Fisik dan ilmu-ilmu sosial selalu berada di waktu dan tempat. Dia menulis bahwa "setiap orang dapat mencapai hanya sebagian melihat realitas dari perspektif posisi sendiri dalam hirarki sosial." Berbeda dengan posmodernis, bagaimanapun, ia tidak bersedia untuk meninggalkan dan mencari realitas. Dia hanya berpikir bahwa pencarian itu harus dimulai dari kehidupan orang-orang di kelas bawah. Baik Harding maupun Wood mengklaim bahwa sudut pandang wanita atau kelompok marjinal lainnya memberi mereka pandangan yang jelas dari jalannya. *Situated knowledge* merupakan satu-satunya jenis teori yang akan selalu bersifat pasrial. *Standpoint theory* ini mempertahankan, bagaimanapun, bahwa perspektif kelompok bawahan lebih lengkap dan dengan demikian, lebih baik daripada kelompok istimewa di masyarakat.

Harding menggunakan istilah *strong objectivity* untuk merujuk pada strategi penelitian mulai dari kehidupan perempuan dan kelompok marjinal lain yang keprihatinan dan pengalaman biasanya ditolak. Pilihannya terhadap label ini tidak hanya menunjukkan hikmat mengambil semua perspektif dalam jumlah tetapi juga menunjukkan

bahwa pengetahuan yang dihasilkan dari sudut pandang kelompok dominan penawaran, sebaliknya, hanya objektivitas lemah. Mengapa sudut pandang perempuan dan kelompok terpinggirkan lainnya harus kurang parsial, kurang terdistorsi, atau kurang palsu dari perspektif pria yang berada dalam posisi dominan. Wood menawarkan dua penjelasan: Pertama, orang yang memiliki status yang subordinat memiliki motivasi yang lebih besar untuk memahami perspektif lebih kelompok yang berkuasa daripada sebaliknya, bahkan mereka memiliki minat khusus dalam mencari tahu apa yang membuatnya berubah. Mengambil peran yang lain adalah keterampilan hidup bagi mereka yang memiliki sedikit kontrol atas kehidupan mereka sendiri. Kurang motivasi ini, mereka yang memegang kekuasaan tampaknya memiliki sedikit alasan untuk bertanya-tanya bagaimana "setengah lainnya" memandang dunia. Alasan Wood kedua untuk mendukung sudut pandang kelompok yang secara konstan meletakkan adalah bahwa mereka memiliki sedikit alasan untuk mempertahankan status quo. Tidak begitu bagi mereka yang memiliki kekuasaan. Dia menegaskan bahwa kelompok yang diuntungkan oleh sistem yang berlaku memiliki kepentingan dalam ketidak-adilan sosial tidak memahami yang menguntungkan mereka dengan mengorbankan orang lain. Setiap perempuan sebaiknya memiliki *strong objectivity* yaitu strategi dari kehidupan perempuan dan kelompok marjinal lainnya, yang pada refleksi kritis dan resistensi menyediakan mereka dengan pandangan tentang realitas. Posisi wanita pada margin masyarakat adalah kondisi yang diperlukan, tetapi tidak cukup, untuk mencapai sudut pandang feminis. Hanya melalui refleksi kritis pada hubungan kekuasaan yang tidak adil dan bekerja untuk melawan penindasan ini bahwa sudut pandang feminis terbentuk.

Jika kita ingin melihat model penelitian komunikasi yang dimulai dari kehidupan perempuan, tempat yang baik untuk memulai adalah studi mendalam Julia Wood mengenai pengasuhan di Amerika Serikat. Konsisten dengan *standpoint theory* ini yang menjelaskan bahwa semua pengetahuan terletak di waktu dan tempat, adalah *Who Cares?* Wanita, perawatan, dan budaya menggambarkan situasi sendiri sebagai putih, heteroseksual, wanita profesional yang selama sembilan tahun mengambil tanggung jawab member makan dan merawat orangtuanya

yang lemah sampai mereka meninggal. Wood menemukan bahwa praktik komunikasi *gender* mencerminkan dan mengendalikan serta memaksa harapan masyarakat kita bahwa pengasuhan adalah pekerjaan perempuan. Wood juga menunjukkan bahwa pendekatan sudut pandang praktis sejauh itu menghasilkan kritik yang efektif praktik yang tidak adil. Dia percaya bahwa budaya kita sendiri harus direformasi dengan cara yang memisahkan peduli dari afiliasi historisnya dengan perempuan dan hubungan pribadi dan mendefinisikan sebagai bagian pusat yang penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

Patricia Hill Collins, seorang sosiolog Afrika-Amerika di Universitas Maryland mengklaim bahwa pola "*intersecting oppressions*" bahwa perempuan kulit hitam di Amerika Serikat ditempatkan yang berbeda dalam masyarakat yang terpinggirkan dari baik wanita kulit putih atau laki-laki hitam (West & Turner, 2010: 510). Dengan melihat hal ini, maka Harding dan Wood menggunakan kata-kata Collins dari bukunya *Black Feminist Thought* untuk menggambarkan empat cara dia mengatakan perempuan kulit hitam merupakan hal yang kolektif yang memvalidasi apa yang mereka ketahui (Griffin, 2012: 455), yaitu:

1. *Lived experience as a criterion of meaning*

Bagi kebanyakan perempuan Afrika-Amerika, orang-orang yang telah hidup melalui pengalaman tentang yang mereka klaim untuk menjadi ahli lebih dipercaya dan kredibel daripada mereka yang telah hanya membaca atau berpikir tentang pengalaman tersebut.

2. *The use of dialogue in assessing knowledge claims*

Untuk ide-ide yang diuji dan divalidasi, semua orang dalam kelompok harus berpartisipasi. Untuk menolak untuk bergabung, terutama jika seseorang benar-benar tidak setuju dengan apa yang telah dikatakan, dipandang sebagai "*cheating*."

3. *The ethic of caring*

Emosi menunjukkan bahwa pembicara percaya pada argumen yang valid. Suara apa yang dikatakan sama pentingnya dengan kata-kata sendiri, dalam apa yang disampaikan, dalam arti, dialog akal dan emosi.

#### 4. *The ethic of personal accountability*

Penilaian terhadap pengetahuan individu mengklaim secara bersamaan mengevaluasi karakter individu, nilai-nilai, dan etika.

Collins tidak mengklaim bahwa *black feminist standpoint epistemology* memberikan wanita Amerika Afrika dengan pandangan terbaik bagaimana dunia sosial bekerja. Dia menolak model aditif penindasan yang akan mengklaim bahwa miskin, hitam, perempuan lesbian lebih tertindas daripada kelompok marjinal lainnya. Tapi ketika ide yang sama divalidasi melalui pemikiran feminis hitam, dan dari sudut pandang kelompok tertindas lain juga, ide-ide menjadi setidaknya sebagian, paling "obyektif" dalam kebenaran yang ada.

Seyla Benhabib telah melakukan tugas berat. Ingat bahwa peneliti seperti Kant, Locke, dan Habermas percaya alasan itu adalah fitrah dari pikiran manusia, yang ketika diatur oleh pendidikan yang layak dapat menemukan kebenaran tertentu. Benhabib adalah seorang profesor ilmu politik dan filsafat di Yale University, ingin mempertahankan bahwa standar etika universal kemungkinan layak. Tapi dia juga merasa kekuatan tiga serangan besar pada rasionalitas *enlightenment* pada umumnya, dan etika wacana Habermas dalam bagian tersendiri. Pada saat yang sama, ia ingin belajar dari teori-teori ini dan menggabungkan wawasan mereka ke dalam dirinya interaktif yang universalisme.

Benhabib (Griffin, 2012: 456) meringkas kritik *postmodern* sebagai jaminan *transcendental* kebenaran sudah mati, hanya ada perjuangan tanpa henti narasi lokal bersaing satu sama lain untuk legitimasi. Ia juga menyatakan bahwa dalam hal ini orang telah mencapai konsensus tentang bagaimana orang harus bertindak, individu berinteraksi dapat menyesuaikan diri dengan kebaikan bersama. Benhabib menyadari bahaya menekan moral yang global menuju situasi lokal. Jika kita menganggap orang sebagai agen moral yang tanpa tubuh tanpa sejarah, hubungan, atau kewajiban, kita akan mampu mengatasi kesemrawutan kehidupan konteks nyata. Untuk menghindari kesalahan ini, Benhabib menegaskan bahwa setiap *pan human ethic* telah dicapai melalui interaksi dengan orang lain kolektif yang berfokus terhadap orang lain yang



hidup dalam masyarakat daripada yang dikenakan pada mereka oleh elit rasional.

Carol Gilligan, Deborah Tannen, Sandra Harding, Julia Wood, dan Cheri Kramarae semua setuju bahwa perempuan pengalaman-pengalaman dan cara mereka berbicara tentang mereka berbeda dari laki-laki. Tapi, khas pendekatan rasionalistik, Habermas hampir mengabaikan perbedaan *gender*. Konsepsinya tentang etika wacana berbicara kepada isu-isu keadilan politik dan ekonomi dalam ruang publik didominasi maskulin. Dan dia merendahkan kegiatan mana perempuan secara historis telah terbatas-membesarkan anak-anak, rumah tangga, memuaskan kebutuhan emosional dan seksual dari laki-laki. Meskipun ketiga kritik, Benhabib percaya bahwa generasi baru etika universal mungkin merupakan sebuah universalisme tersebut akan bersifat interaktif tidak legislatif, perbedaan gender, tidak buta *gender*, sensitif kontekstual dan tidak situasi acuh tak acuh. Hal ini akan menjadi kerangka moral yang menghargai keragaman keyakinan manusia tanpa berpikir bahwa setiap perbedaan adalah etis yang penting dan mungkin akan mencakup komitmen untuk membantu semua orang bertahan dan berkembang.

#### **21.4. Kaitan Teori *Standpoint* dengan Ilmu Komunikasi**

*Standpoint theory* ini menjadi populer di kalangan peneliti komunikasi karena teori ini mengedepankan hubungan yang resiprokal dengan perilaku komunikasi dan sikap. Komunikasi ini bertanggung jawab dalam membentuk sikap kita hingga pada batasan di mana kita mempelajari tempat kita di dalam masyarakat melalui interaksi dengan orang lain. Sama halnya, salah satu asumsi dari teori ini adalah bahwa mereka yang memiliki sikap sama juga akan memiliki gaya dan praktik komunikasi tertentu yang juga mirip. Karenanya, kita akan mengharapkan bahwa wanita yang menjaga anak-anak akan berbicara dengan cara yang keibuan, sementara pria yang bertanggung jawab untuk hal semacam itu tidak akan melakukan hal tersebut (Ruddick, 1989; West & Turner, 2010: 511). Selain itu, Marsha Houston (1992; West & Turner, 2010: 511) telah menunjukkan bahwa beberapa perilaku

komunikasi di kalangan wanita Afro-Amerika seperti berbicara dengan lantang dan sering menginterupsi yang dibentuk oleh sikap mereka dan disalah-artikan oleh mereka yang berada di luar kelompok tersebut.

Sebagai tambahan, Roseann Mandzuik (2003; West & Turner, 2010: 511) menyatakan bagaimana komunikasi di dalam bentuk kampanye peringatan mungkin akan berusaha untuk menciptakan sikap dalam kesadaran publik. *Standpoint theory* ini mengilustrasikan kesentralan komunikasi baik dalam membentuk dan menyalurkan sikap. Selain itu, teori ini menunjuk pada kegunaan komunikasi sebagai alat dalam mengubah *status quo* dan menghasilkan perubahan. Konsep suara, mengungkapkan pendapat, dan berbicara bagi orang lain merupakan hal yang penting dalam *standpoint theory* ini dan epistemologi sikap dan mereka semuanya adalah konsep-konsep yang berakar pada komunikasi.

Jika kita ingin melihat model penelitian komunikasi yang dimulai dari kehidupan wanita, tempat yang baik untuk memulai adalah studi mendalam Julia T. Wood mengenai pengasuhan di Amerika Serikat. Konsisten dengan *standpoint theory* ini yang menjelaskan bahwa semua pengetahuan terletak di waktu dan tempat, mengenai *Who Cares?* Wanita, perawatan, dan budaya menggambarkan situasi sendiri sebagai putih, heteroseksual, wanita profesional yang selama sembilan tahun mengambil tanggung jawab memakan merawat orangtuanya yang lemah sampai mereka meninggal. Wood menemukan bahwa praktik komunikasi *gender* mencerminkan dan mengendalikan serta memaksa harapan masyarakat kita bahwa pengasuhan adalah pekerjaan wanita. Wood juga menunjukkan bahwa pendekatan sudut pandang praktis sejauh itu menghasilkan kritik yang efektif praktik yang tidak adil. Dia percaya bahwa budaya kita sendiri harus direformasi dengan cara yang memisahkan peduli dari afiliasi historisnya dengan wanita dan hubungan pribadi dan mendefinisikan sebagai bagian pusat penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat kita bersama.

Patricia Hill Collins, dalam bukunya *Black Feminist Thought* menggambarkan empat cara mengatakan wanita kulit hitam merupakan

hal yang kolektif yang memvalidasi apa yang mereka ketahui, bahwa bagi kebanyakan wanita Afrika-Amerika, orang-orang yang telah hidup melalui pengalaman tentang yang mereka klaim untuk menjadi ahli lebih dipercaya dan kredibel daripada mereka yang telah hanya membaca atau berpikir tentang pengalaman tersebut (Griffin, 2012: 455). Untuk ide-ide yang diuji dan divalidasi, semua orang dalam kelompok harus berpartisipasi. Untuk menolak untuk bergabung, terutama jika seseorang benar-benar tidak setuju dengan apa yang telah dikatakan, dipandang sebagai tindakan curang. Emosi menunjukkan bahwa pembicara percaya pada argumen yang valid. Suara apa yang dikatakan sama pentingnya dengan kata-kata sendiri, dalam apa yang ada, dalam arti, dialog akal dan emosi. Penilaian terhadap pengetahuan individu mengklaim secara bersamaan mengevaluasi karakter individu, nilai-nilai, dan etika.

Collins tidak mengklaim bahwa *black feminist standpoint epistemology* memberikan wanita Amerika Afrika dengan pandangan terbaik bagaimana dunia sosial bekerja. Dia menolak model aditif penindasan yang akan mengklaim bahwa miskin, hitam, wanita lesbian lebih tertindas daripada kelompok marjinal lainnya. Tapi ketika ide yang sama divalidasi melalui pemikiran feminis hitam, dan dari sudut pandang kelompok tertindas lain juga, ide-ide menjadi setidaknya sebagian, paling "obyektif" dalam kebenaran tersedia. *Standpoint Theory* menyediakan suatu kerangka kerja untuk memahami sistem *power* yang dibentuk lewat kehidupan sehari-hari manusia, ditemukan bahwa individu merupakan konsumen aktif dari realitasnya sendiri dan bahwa perspektif kepunyaan individu itu sendiri merupakan sumber informasi yang paling penting tentang pengalaman mereka. Teori ini memberikan otoritas bagi suara setiap orang.

Teori ini mengklaim bahwa pengalaman, pengetahuan, dan perilaku komunikasi orang dibentuk dalam bagian besar dari kelompok sosial di mana ia bergabung. Faktanya adalah *standpoint* ini biasanya beragam, dalam diri setiap orang perbedaa ekonomi juga meyebabkan perbedaan ini. Teori ini juga beranggapan bahwa tidak ada standar yang objektif untuk memperhitungkan *standpoint*. Orang dalam kehidupan sehari-hari, bukan kaum elit, menyediakan kerangka kerja tersendiri

bagi *standpoint theory* karena keyakinan bahwa pengetahuan yang mereka miliki berbeda dengan orang-orang yang memiliki *power*. Pengetahuan inilah yang membuat mereka memiliki *stanpoint* yang berlawanan dengan orang-orang yang memiliki *power*. *Standpoint* ini datang dari pertahanan terhadap *power* dan penolakan dari cara masyarakat mendefinisikan kelompok mereka. *Stanpoint theory* mengkritisi status quo karena itu hanya merupakan struktur *power* dari mereka yang mendominasi. Jadi, teori ini berupaya untuk mengatasi masalah sosial dan menawarkan cara baru dalam pengorganisasian kehidupan sosial sehingga dapat menjadi seimbang dan adil (West & Turner, 2010: 502).

Griffin (2012: 447) menyatakan bahwa salah satu cara terbaik untuk mengetahui bagaimana keadaan dunia kita adalah dengan memulai penyelidikan kita dari *standpoint* kaum wanita dan kaum yang termarginalkan lainnya. *Standpoint* merupakan suatu tempat di mana kita memandang dunia sekitar kita. Apapun tempat yang menguntungkan itu, lokasinya akan cenderung memfokuskan perhatian kita pada beberapa fitur dalam rentang tertentu dan mengaburkan fitur-fitur lain. *Standpoint* ini dapat disama-artikan dengan *viewpoint*, *perspective*, *outlook*, *position*. *Standpoint* ini memengaruhi cara pandang kita pada dunia.

Nancy Hartstock menggunakan ide Hegel dan Marx untuk mengadaptasikan *standpoint theory* ini yang mencoba untuk menjelaskan hubungan antara pria dan wania. Hartstock tertarik untuk memperluas pekerjaan Marx yang hanya melibatkan aktivitas manusia dalam kapitalisme. Ia mengaplikasikan konsep majikan-budak dalam pekerjaan Marx kepada isu sex dan *gender* (West & Turner, 2010: 504). Griffin (2010: 448) menyatakan bahwa ketika majikan membangun struktur masyarakat, mereka memiliki *power* untuk membuat struktur itu juga dianut oleh orang dari kelompok lain.

Para ahli melihat perbedaan antara pria dan wanita lewat teori *relational dialectic* tentang *autonomy-connectedness*. Pria dianggap lebih otonom, sedangkan wanita dianggap lebih suka membina hubungan dengan orang lain. Wood memandang bahwa perbedaan yang begitu

luas di antara keduanya merupakan hasil dari ekspektasi budaya serta perlakuan yang diterima pria dan wanita dari orang lain. Selain isu *gender*, Harding (Griffin, 2012: 450) juga menekankan kondisi ekonomi, ras, dan orientasi seksual sebagai identitas budaya tambahan yang dapat membuat seseorang digolongkan ke dalam kaum marginal. *Standpoint theory* menekankan pentingnya *social location* karena mereka yakin bahwa orang-orang yang berada pada puncak hirarki sosial memiliki hak istimewa untuk mendefinisikan apa dan bagaimana arti dari berbagai hal yang dianut masyarakat.

*Standpoint* menjadi begitu penting karena menurutnya kelompok sosial yang berkesempatan untuk mendefinisikan problematika, konsep, asumsi, dan hipotesa yang penting dalam suatu ilmu akan meninggalkan bekas sosialnya pada gambaran dunia yang berasal dari hasil penelitian dalam bidang itu. Penekanannya pada *local knowledge* adalah untuk menentang pernyataan bahwa *traditional western science* yang mengungkapkan '*truth*', bebas nilai dan objektif. Harding dan para ahli meyakini bahwa tidak mungkin ada perspektif yang tercipta tanpa bias, tanpa ditunggangi kepentingan, tanpa berpihak, dan bebas nilai, serta terlepas dari situasi sejarah tertentu. Namun mereka juga tidak menyatakan bahwa *stanpoint* dari kaum marginal memberikan pandangan yang jelas akan sesuatu. Namun, *situated knowledge* akan selalu menjadi parsial. Para ahli teori ini beranggapan bahwa kelompok subordinat akan lebih baik dalam memberikan gambaran dunia yang lebih lengkap daripada kaum dominan (Griffin, 2012: 452).

Harding menggunakan istilah *strong objectivity* untuk menyebut strategi memulai penelitian ini dari kehidupan wanita dan kelompok termarginalisasi lainnya yang kepentingan dan pengalamannya, biasanya diabaikan. Menurutnya, *standpoint* wanita dan kelompok lain yang termarginalisasi dapat menampilkan perspektif yang lebih menyeluruh, lebih tepat, atau lebih benar dibandingkan perspektif pria yang berada pada posisi dominan disebabkan oleh dua hal. Pertama, orang-orang dengan status subordinat memiliki motivasi yang lebih besar untuk mengerti perspektif dari orang-orang dengan kekuasaan lebih. Alasan yang kedua karena kelompok-kelompok ini biasanya dipinggirkan, maka mereka punya sedikit alasan untuk

mempertahankan status quo. Menurut Harding (Griffin, 2012: 454), perspektif objektif dari kehidupan wanitalah yang memberikan *standpoint* yang lebih disukai dalam melakukan proyek-proyek penelitian, hipotesis dan interpretasi.

Wood melihat bahwa praktik-praktik *gendered communication* (Griffin, 2012: 454) merefleksikan sekaligus memaksakan *societal expectation* kita bahwa *caregiving* adalah pekerjaan wanita. Ia mendengar kata-kata bahwa dirinya memang sudah seharusnya mampu mengurus orangtua dan keluarga, dari ayah dan koleganya. Wood meyakini bahwa budaya itu harus diperbaharui dengan menjauhkan istilah *caring* dengan kaitan sejarah yang terkait dengan wanita dan mendefinisikannya kembali sebagai hal yang penting dan merupakan bagian integral dari kehidupan kolektif kita.

Seyla Benhabib (Griffin, 2012: 456) menyatakan bahwa standar etika universal merupakan suatu kemungkinan yang bersifat multi. Salah satunya menilai keragaman keyakinan tanpa memikirkan bahwa setiap perbedaan itu merupakan hal yang etis terjadi. Alih-alih mencapai kesepakatan tentang bagaimana seharusnya orang bertindak, individu berinteraksi untuk dapat menyesuaikan kebaikannya bersama-sama. Benhabib menegaskan bahwa setiap etika manusia dicapai lewat interaksi dengan orang lain dengan kenyataan kolektif dan bukannya oleh yang dikenakan oleh kaum elit. Universalisme interaktif akan menghindari privatisasi dari pengalaman perempuan tersebut.

Meskipun *standpoint theory* pada awalnya dibangun untuk mengapresiasi nilai dari perspektif wanita, teori ini kemudian diaplikasikan pula pada kelompok-kelompok marginal lainnya. Karena pembahasannya menjadi semakin spesifik, maka konsep solidaritas kelompok yang menjadi inti teori ini patut dipertanyakan. Hekman dan Hirschmann (Griffin, 2012: 457) menyatakan bahwa tidak ada satupun ekspresi lewat kata-kata yang bebas dari nilai, termasuk wanita dan kelompok-kelompok marginal lainnya. Konsep *strong objectivity* sebenarnya kontraditif. Jika ditinjau dari *postmodern, standpoint theory* menyatakan bahwa *standpoint* itu sifatnya relatif dan tidak dapat dievaluasi dengan kriteria mutlak. Di sisi lain, Sandra dan Wood

menekankan bahwa perspektif wanita ini lebih bebas bias dan lebih netral daripada perspektif kelompok yang lebih terhormat.

Wood menemukan bahwa praktik komunikasi *gender* merefleksikan dan menyokong harapan masyarakat yang memberikan perhatian kepada pekerjaan wanita. Sebagai ilustrasi pada film/buku *One True Thing*, wanita diberikan kebebasan untuk membuat kepedulian sebagai suatu prioritas tetapi menolaknya dan memilih hak untuk pertama kali menempatkan pekerjaannya dan menjadi "*good woman*". Pria diberikan kebebasan untuk membuat pekerjaan mereka sebagai suatu prioritas tetapi sangat kekurangan hak untuk fokus kepada kepedulian dan tetap menjadi "*good man*". Wood menyarankan bahwa sebuah pendekatan *standpoint* praktis terhadap perluasan bahwa hal tersebut dapat menghasilkan suatu kritik efektif dari praktik tak adil. Dia percaya bahwa budaya kita sendiri harus dibentuk kembali dalam cara yang memisahkan kepedulian dari afiliasi dengan wanita dan hubungan pribadi dan mendefinisikannya kembali sebagai hal yang penting dan bagian integral dari kehidupan kolektif masyarakat.

Patricia Hill Collins, seorang ahli sosiologi kulit hitam Amerika di Universitas Maryland mengklaim bahwa pola "*intersecting oppressions*" di mana wanita kulit hitam di Amerika telah mengalaminya menempatkan mereka dalam suatu tempat marginal berbeda dalam masyarakat dibandingkan dengan wanita kulit putih atau pria kulit hitam. Terdapat jumlah wanita kulit hitam yang mengendarai bis menuju keluarga kulit putih tidak hanya untuk memasak, membersihkan, dan melakukan kewajiban rumah tangga, tetapi di mana mereka mengasuh anak lain, dan sering menjadi anggota *honorer* dari keluarga kulit putih. Dia setuju dengan feminis kulit hitam lainnya bahwa kita harus dapat dengan jelas melihat bahwa kita adalah kelompok unik yang tidak dapat dipisahkan karena ras dan jenis kelamin dalam suatu kumpulan tantangan unik. Perbedaan lokasi sosial berarti bahwa cara pengetahuan wanita kulit hitam berbeda dari epistemologi *standpoint* dari Harding dan Wood. Collins tidak mengklaim bahwa epistemologi *standpoint* seorang feminis kulit hitam menyediakan wanita kulit hitam Amerika dengan pandangan terbaik bagaimana dunia sosial bekerja. Dia menolak model aditif dari tekanan

yang akan mengklaim bahwa orang miskin, wanita lesbian lebih tertekan dibandingkan kelompok marginal lainnya.

Jean Francois Lyotard mengatakan bahwa telah tidak terdapat *grand narratives* untuk mendasari suatu versi kebenaran universal (Griffin, 2012: 456). Para postmodernis menghilangkan asumsi *a priori*, atau pemberian yang berusaha untuk mengesahkan ide moral dari penerangan dan demokrasi liberal and western. Jika terdapat satu komitmen yang menggambarkan komunitarian dan *postmodernist* bersama-sama, inilah kritik dari rasionalisasi barat yang dilihat dari perspektif kaum margin, dari *standpoint* apa dan siapa yang terlibat, tertindas, dan deligitimasi. Carol Gilligan, Deborah Tannen, Sandra Harding, Julia Wood, dan Cheri Kramarae semuanya setuju bahwa pengalaman wanita dan cara mereka berbicara berbeda dari pria. Tetapi dari pendekatan tipikal rasional, Habermas secara virtual mengabaikan perbedaan *gender*. Konsepsi etikanya berbicara terhadap isu keadilan politik dan ekonomi dalam wilayah dominasi maskulin publik.

Seperti yang mungkin diprediksi, banyak ilmuwan dan teoritikus objektif lain mengabaikan konsep Harding dan Wood tentang *strong objectivity*. Julia Wood mengatakan bahwa konsep wanita sebagai sebuah kelompok sosial tunggal berguna secara politik untuk membawa kebutuhan pembentukan ulang, tetapi apakah ini kenyataan atau fiksi (Griffin, 2012: 457). Patricia Collins memperingatkan bahwa jika pengalaman wanita kulit hitam Amerika lebih berbeda daripada sama, maka pemikiran feminis kulit hitam tidak benar. Dia mengklaim bahwa kesamaan lebih besar dibandingkan dengan perbedaan, tetapi apakah sama untuk seluruh wanita. Ahli feminis seperti Susan Hekman dan Nancy Hirschmann fokus kepada versi Harding tentang *standpoint* teori yang meremehkan peran bahasa dalam mengekspresikan rasa diri dan pandangan mengenai dunia. Akhirnya beberapa kritik melihat konsep *strong objectivity* sebagai sebuah kontradiksi yang tak terpisahkan. Dalam *fashion postmodern*, Harding dan Wood berpendapat bahwa *standpoint* itu relatif dan tidak dapat dinilai oleh kriteria absolut manapun. Namun, mereka mengajukan bahwa penekanan lebih sedikit bias atau lebih tak berat sebelah dibandingkan hak istimewa.



## 21.5. Rekomendasi untuk Teori *Standpoint*

*Standpoint theory* atau *feminist standpoint theory* ini, ketika dievaluasi dengan kriteria yang ada tampaknya bersifat heuristik. Teori ini telah menghasilkan banyak sekali penelitian, minat dan kontroversi. Tetapi, beberapa isu yang diangkat oleh beberapa ilmuwan perlu dibahas. Keluhan yang ditujukan bagi *standpoint theory* ini biasanya berkisar pada esensialisme, dan banyak yang telah ditulis mengenai hal ini. *Essentialism* merujuk pada praktik yang menggeneralisasikan semua wanita (atau kelompok mana pun) seakan-akan mereka secara esensial sama. Esensialisme ini memburamkan keberagaman yang ada di antara pria dan wanita. Catherine O'Leary (1997; West & Turner, 2010: 513) berargumen bahwa walaupun *standpoint theory* ini telah membantu dalam menyatakan bahwa pengalaman wanita sesuai untuk topik penelitian, teori ini berisi penekanan yang problematis pada keuniversalan pengalaman ini dengan mengorbankan perbedaan-perbedaan dalam pengalaman para wanita. Hal yang implisit di dalam kritik ini adalah kenyataan bahwa banyak peneliti wanita kulit putih sering kali mengabaikan sikap dan suara wanita kulit berwarna, wanita yang memiliki cacat tubuh, lesbian, wanita miskin, dan wanita dari negara berkembang (Collins, 1990; West & Turner, 2010: 513).

Tetapi kritik ini mungkin tidak adil bagi konseptualisasi Hartsock, karena ia telah menyatakan bahwa walaupun terdapat banyak perbedaan di kalangan wanita, ia menunjukkan beberapa aspek khusus mengenai pengalaman yang dialami oleh banyak wanita: pekerjaan rumah tangga yang tidak dibayar, dan tugas-tugas merawat dan mendidik. Selain itu, beberapa penelitian terbaru lainnya yang dilaksanakan dengan menggunakan kerangka ST telah membuat ketegangan antara perbedaan dan persamaa menjadi hal yang utama dalam fokusnya (Andrews, 2002; West & Turner, 2010: 513). Misalnya, Katrina Bell, Mark Orbe, Darlene Drummond, dan Sakile Camara (2000; West & Turner, 2010: 513) menggunakan *black feminist standpoint theory* ini untuk mempelajari praktik-praktik komunikasi wanita Afro-Amerika. Hal ini menghasilkan suatu sampel wanita yang memiliki

identitas ras yang sama, tetapi berbeda dalam banyak hal lokasi sosial mereka termasuk usia, agama, orientasi seksual, status profesional dan ekonomi dan seterusnya. Para peneliti menemukan bahwa walaupun terdapat keberagaman di antara mereka, para partisipan dalam penelitian mereka memiliki perasaan yang sama mengenai kesadaran akan adanya penindasan sebagai hasil dari rasisme, seksisme, kelas dan heteroseksisme. Tetapi para partisipan juga menyuarakan cara-cara di mana isu keberagaman juga terdapat di kalangan Afro-Amerika.

Dalam kajian mengenai wanita akademis, Debbie Dougherty dan Kathleen Krone (2000; West & Turner, 2010: 514) juga berusaha untuk menerapkan ST pada suatu kelompok wanita yang beragama untuk mendapatkan keuntungan dari ketegangan-ketegangan kreatif yang muncul di antara kesamaan dan perbedaan. Dougherty dan Krone (2000: 26; West & Turner, 2010: 514) mengamati bahwa perbedaan dan persamaan menciptakan dan menciptakan kembali satu sama lain, menjadi sangat membelit sehingga mereka sulit untuk dipisahkan. Area kritik kedua yang berkaitan dengan adanya dualisme atau pemikiran yang dualistis. Para feminis (Cirksena & Cuklandz, 1992; West & Turner, 2010: 514) melihat bahwa banyak dari pemikiran Barat diorganisasikan seputar kelompok oposisi atau *dualism*. Logika dan emosi, publik dan privat, alam dan budaya, dan subjek dan objek hanya merupakan beberapa pasang oposisi yang merupakan prinsip umum dalam pemikiran Barat.

Singkatnya, *standpoint theory* ini menunjukkan kepada kita cara lain dalam memandang posisi, pengalaman, dan komunikasi yang relatif dari berbagai kelompok sosial. Teori ini memiliki kecondongan politis dan kritis yang jelas dan teori ini menunjukkan tempat kekuasaan dalam kehidupan sosial. Teori ini telah menghasilkan banyak kontroversi karena orang menemukan teori ini baik menyinggung atau sesuai dengan pandangan mereka sendiri mengenai kehidupan sosial. ST bersifat heuristik dan provokatif. Teori ini mungkin mampu bersaing dengan teori-teori lain, memungkinkan kita mengkombinasikan teori itu untuk mendapat penjelasan yang lebih berguna bagi perilaku komunikasi manusia. Sebagai contoh, ST mungkin akan membutuhkan dukungan dari sebuah versi dari *dialectics theory* untuk menjelaskan

ketegangan antara persamaan dari kelompok sosial dan keunikan individu-individu di dalam kelompok. Para ilmuwan perlu untuk terus memperbaiki *standpoint theory* ini dan menerapkannya pada kelompok-kelompok sub-budaya yang lain dan memecahkan beberapa isu essentialisme dan dualisme yang telah dikemukakan oleh para kritikus. *Standpoint theory* ini sangat menjanjikan untuk menunjukkan perbedaan dalam perilaku komunikasi dari kelompok-kelompok sosial yang berbeda. Dapat tetap dilihat apakah ST ini akan menghasilkan temuan-temuan yang membantu kita untuk memahami dunia kita dan perilaku komunikasi kita.

Kant, Locke, dan Habermas percaya bahwa alasan itu adalah fitrah dari pikiran manusia, yang ketika diatur oleh pendidikan yang layak dapat menemukan kebenaran tertentu. Seyla Benhabib adalah seorang profesor ilmu politik dan filsafat di Yale University, ingin mempertahankan bahwa standar etika universal kemungkinan layak. Tapi dia juga merasa kekuatan tiga serangan besar pada rasionalitas *enlightenment* pada umumnya, dan etika wacana Habermas. Pada saat yang sama, ia ingin belajar dari teori-teori ini dan menggabungkan wawasan mereka ke dalam dirinya interaktif yang universalisme. Benhabib meringkas kritik *postmodern* sebagai jaminan transendental kebenaran sudah mati, hanya ada perjuangan tanpa henti narasi lokal bersaing satu sama lain untuk legitimasi. Ia juga menyatakan bahwa dalam hal ini orang telah mencapai konsensus tentang bagaimana orang harus bertindak, individu berinteraksi dapat menyesuaikan diri dengan kebaikan bersama. Benhabib menyadari bahaya menekan *template* moral yang global menuju situasi lokal. Jika kita menganggap orang sebagai agen moral yang tanpa tubuh tanpa sejarah, hubungan, atau kewajiban, kita akan mampu mengatasi kesemrawutan konteks kehidupan nyata. Untuk menghindari kesalahan ini, Benhabib menegaskan bahwa setiap *panpan human ethic* telah dicapai melalui interaksi dengan orang lain kolektif yang berfokus terhadap orang lain yang hidup dalam masyarakat daripada yang dikenakan pada mereka oleh elit rasional.

Carol Gilligan, Deborah Tannen, Sandra Harding, Julia Wood, dan Cheri Kramarae semua setuju bahwa pengalaman-pengalaman wanita dan cara mereka berbicara tentang mereka berbeda dari laki-laki.

Tapi, khas pendekatan rasionalistik, Habermas hampir mengabaikan perbedaan gender. Konsepsinya tentang etika wacana berbicara kepada isu-isu keadilan politik dan ekonomi dalam ruang publik didominasi maskulin dan merendahkan kegiatan mana wanita secara historis telah terbatas-membesarkan anak-anak, rumah tangga, memuaskan kebutuhan emosional dan seksual dari laki-laki. Benhabib percaya bahwa generasi baru etika universal merupakan sebuah universalisme bersifat interaktif tidak legislatif, perbedaan *gender*, tidak buta *gender*, sensitif kontekstual dan tidak situasi acuh tak acuh. Hal ini akan menjadi kerangka moral yang menghargai keragaman keyakinan manusia tanpa berpikir bahwa setiap perbedaan adalah etis signifikan dan mungkin akan mencakup komitmen untuk membantu semua orang bertahan dan berkembang.

Banyak ilmuwan dan teori obyektif lainnya mengabaikan konsep Harding dan Wood tentang *strong objectivity*. Hal ini tentu bertentangan dengan komitmen mereka dinyatakan untuk menemukan kebenaran universal dan meliputi hukum. Pihak feminis juga meragukan hal tersebut, alasan yang pertama dari tiga reservasi adalah apakah ada kualitas penting wanita yang terletak pada mereka semua dalam hal sudut pandang yang sama. Julia Wood mengatakan bahwa konsep wanita sebagai kelompok sosial tunggal secara politis berguna untuk membawa reformasi yang diperlukan. Patricia Collins memperingatkan bahwa jika pengalaman wanita Afrika-Amerika yang lebih berbeda daripada serupa, maka pemikiran feminis hitam tidak ada. Collins mengklaim kesamaan yang lebih besar dari perbedaan-tetapi dapat sama bisa dikatakan untuk semua wanita. Sebagai pendukung menjadi lebih dan lebih spesifik tentang sudut pandang yang khusus wanita berkomunikasi, konsep solidaritas kelompok yang merupakan inti teori sudut pandang menjadi dipertanyakan.

Susan Hekman dan Nancy Hirschmann adalah yang peduli bahwa versi Harding tentang *standpoint theory* telah meremehkan peran bahasa dalam mengekspresikan rasa seseorang diri dan pandangan dunia. Sebagai teori ini telah dipertahankan, pilihan komunikasi masyarakat tidak pernah netral atau nilai bebas, sehingga orang tidak dapat memisahkan mereka dari sudut pandang bahasa yang mereka

gunakan untuk menggambarkan hal itu. Kata-kata yang mereka pilih pasti dipengaruhi oleh filter budaya dan sosial mereka. Kritik terhadap *standpoint theory* ini tidak meniadakan pentingnya pengetahuan, tapi mempersulit penerimaan kami dari siapa pun mengambil realitas, apakah itu berasal dari pusat atau margin dari struktur sosial. Bahkan, suara dari tepi mungkin akan sangat sulit untuk mengungkapkan, karena konvensi linguistik tradisional dikendalikan oleh hak istimewa. Akhirnya, beberapa kritikus melihat konsep *strong objectivity* ini merupakan *contradictory*. Dengan cara posmodern, Harding dan Wood menyatakan bahwa sudut pandang yang relatif dan tidak dapat dievaluasi dengan kriteria mutlak. Namun mereka mengusulkan bahwa tertindas kurang bias atau lebih berimbang dibandingkan dengan istimewa. Hal ini tampaknya membawa standar universal penghakiman kembali ke dalam bermain. Dengan demikian, pada soal kebenaran transendental, teori tampaknya ingin memiliki kedua-duanya.

## TEORI *MUTED GROUP*

*Muted Group Theory* ini menjelaskan bahwa wanita berusaha menggunakan bahasa yang diciptakan oleh pria untuk mendeskripsikan pengalaman mereka dalam cara yang sama seperti halnya ketika seorang penutur asli bahasa Inggris belajar bercakap-cakap dalam bahasa Spanyol. Dalam melakukan hal ini wanita melewati beberapa proses internal, yang membuat mereka ragu-ragu dan tidak fasih untuk mengucapkan kata yang menjadi tujuan mereka.

Teori ini bukan hanya diberlakukan untuk wanita namun juga dapat diterapkan untuk kelompok mana yang tidak dominan. Terdapat perspektif mengenai kelompok yang dominan (*dominant group*) atau kelompok yang memegang kekuasaan di dalam sebuah budaya. Kelompok lain yang ada bersama dengan kelompok dominan ini biasanya merupakan bawahan dari kelompok tersebut dalam hal mereka tidak memiliki akses terhadap kekuasaan sebanyak yang dimiliki oleh anggota-anggota kelompok dominan. Kaum Afro-Amerika, *gay* dan lesbian, kaum lanjut usia, kelas bawah, orang *disabilities*, kelompok agama, dan lain sebagainya dapat dianggap sebagai anggota dari *muted group*, sama halnya dengan wanita. Bahkan ada beberapa peneliti yang menyatakan bahwa pria juga dapat menjadi bagian dari *muted group*. Yaitu ketika seorang pria menjadi ayah di mana perannya dianggap tidak sepenting peran dari seorang ibu. Maka untuk anak-anak mereka, dia menjadi *muted group*. Dalam meletakkan fokus kita pada pria dan wanita, kita perlu mengklarifikasi dua istilah: jenis kelamin dan *gender*. Pada umumnya, para peneliti menggunakan kata jenis kelamin (*sex*) untuk menunjukkan kategori biologis, pria dan wanita, yang ditentukan dengan adanya kromosom XX bagi wanita dan XX bagi pria. Sebaliknya, *gender* didefinisikan sebagai perilaku yang

dipelajari membentuk femininitas dan maskulinitas di dalam sebuah budaya.

### 22.1. Sejarah Teori *Muted Group*

*Muted Group Theory* berawal dari karya Edwin Ardener dan Shirley Ardener, para antropolog sosial yang tertarik dengan struktur dan hierarki sosial. Pada tahun 1975, Edwin Ardener (Griffin, 2012: 461) menyatakan bahwa kelompok yang menyusun bagian teratas dari hierarki sosial menentukan sistem komunikasi di kebudayaan tersebut. Shirley Ardener (1978; West & Turner, 2010: 485) mengamati bahwa kebungkaman dari wanita merupakan pasangan dari ketulian pria. Karenanya, ia menjelaskan bahwa wanita (atau dari kelompok bawah manapun) memang berbicara, tetapi kata-kata mereka berjatuh pada telinga yang tuli, dan ketika ini terjadi sejalan dengan waktu, mereka cenderung berhenti untuk mencoba mengemukakan pendapat mereka, dan mereka bahkan mulai berhenti untuk memikirkannya. Bagi *muted group*, apa yang mereka katakan pertama kali harus bergeser dari pandangan mereka sendiri terhadap dunia dan kemudian diperbandingkan dengan pengalaman-pengalaman dari kelompok yang dominan. Karenanya, artikulasi bagi *muted group* merupakan hal yang tidak langsung dan rusak. Kramarae berteori bahwa wanita akan menjadi *muted group*, karena wanita tidak begitu penting dalam memformalisasikan bahasa Inggris, dan mereka didominasi di dalam budaya yang menciptakan bahasa tersebut. MGT ini menyimpulkan bahwa wanita dibungkam oleh bahasa mereka.

Cheris Kramarae (West & Turner, 2010: 484) mempertahankan bahasa yang secara harfiah merupakan konstruksi buatan manusia. Menurut Kramarae dan teori feminis lainnya, kata perempuan yang diabaikan dalam masyarakat kita, pikiran perempuan yang mendevaluasi. Ketika perempuan mencoba untuk mengatasi ketidakadilan ini, kontrol maskulin komunikasi menempatkan mereka pada kerugian yang luar biasa. *Man-made language* membantu dalam mendefinisikan, depresiasi dan termasuk perempuan, sehingga wanita berada dalam *muted group*. Selama bertahun-tahun Kramarae adalah

seorang profesor komunikasi dan sosiologi di University of Illinois, ketika ia melakukan studi sistematis dari cara perempuan digambarkan dalam film kartun. Dia menemukan bahwa wanita yang terkenal kebanyakan oleh ketidak-hadiran mereka. Sebuah survei cepat dari seri kartun yang saya gunakan dalam buku ini akan menunjukkan bahwa sedikit telah berubah sejak studi Kramarae itu. Hanya 20 dari 54 kartun berisi karakter perempuan, dan hanya 10 dari perempuan berbicara. Semua kecuali dua dari kartunis adalah laki-laki. Kramarae menemukan bahwa perempuan dalam kartun biasanya digambarkan emosional, menyesal, atau sekadar plin-plan. Dibandingkan dengan sederhana, laporan kuat disuarakan oleh laki-laki kartun, kata-kata yang ditugaskan untuk karakter perempuan tidak jelas, bunga-bunga, dan dibumbui dengan kata sifat seperti bagus dan cantik. Kramarae mencatat pada waktu itu bahwa wanita yang tidak menghargai bentuk komik sering dituduh oleh orang-orang tidak memiliki rasa humor atau hanya diberitahu untuk "meringankan". Selama 35 tahun terakhir Kramarae telah menjadi pemimpin dalam upaya untuk menjelaskan dan mengubah *muted status* perempuan dan kelompok marjinal lainnya.

Cheris Kramarae (Griffin, 2012: 460) menyatakan bahwa bahasa secara literal merupakan konstruksi buatan pria. Perkataan para wanita tidak diperhitungkan di dalam masyarakat kita. Ketika wanita berusaha mengatasi ketidaksamaan ini, kontrol maskulin dalam komunikasi akan menempatkan mereka dalam posisi yang tidak menguntungkan. Wanita tergolong ke dalam *muted group* karena bahasa buatan pria tersebut membantu mereka dalam mendefinisikan, merendahkan, dan mengecualikan wanita. Kramarae memulai karir penelitiannya pada 1974 ketika ia melakukan studi sistematis tentang bagaimana wanita digambarkan dalam kartun. Ia menemukan bahwa hanya 20 dari 54 karakter kartun yang merupakan wanita dan hanya 10 yang membiarkan wanita berbicara di dalamnya. Semua kartunisnya adalah pria. Di sana wanita hanya digambarkan sebagai makhluk emosional, pemaaf, dan plin-plan. Karakteristik wanita digambarkan secara samar-samar dengan diwarnai dan dibumbui dengan kata *nice and pretty*. Karamarae (Griffin, 2012: 460) mencatat bahwa ketika wanita yang tidak



mengapresiasi hal tersebut, mereka akan dituduh tidak memiliki selera humor dan diminta untuk santai sedikit.

West & Turner (2010: 484) menyatakan bahwa *Muted Group Theory* mencoba menjelaskan bahwa kaum minoritas, khususnya wanita menjadi diam karena *native language* mereka tidak memberikan mereka kenyamanan dalam pengalaman hidupnya. Wanita mencoba untuk menggunakan *man-made language* untuk mendeskripsikan pengalaman mereka. Untuk itu, mereka harus melewati proses penerjemahan internal dari pemikiran mereka sendiri, melakukan *scanning* terhadap kosa kata asing untuk menemukan kata-kata terbaik untuk pengekspresian pikiran mereka. Proses ini membuat mereka ragu-ragu dan sulit untuk berbicara karena merasa tidak dapat menggunakan bahasa itu secara tepat untuk tujuan mereka sendiri, *muted groups* diibaratkan sebagai kehilangan suara. *Muted group theory* (MGT) mencoba mencoba membuat kita memahami berbagai kelompok yang diam karena ketidak-scakapan bahasanya. Lebih jauh, kebisuan ini mungkin merupakan suatu hasil dari ketidak-populeran dari pandangan yang ia coba untuk ekspresikan. MGT mengkritisi kelompok dominan dan beranggapan bahwa ide hegemoni membuat ide lain menjadi diam.

Kebanyakan orang mengaplikasikan teori ini pada wanita yang dianggap sebagai *muted group*. Namun kemudian, beberapa peneliti seperti Mark Orbe dan Michael Hechter menyatakan bahwa teori ini masih valid jika digunakan ke dalam berbagai kelompok nondominan (West & Turner, 2010: 487). Di AS, dikenal karakteristik tertentu seperti pria, heteroseksual, *able-bodied*, kelas menengah dan atas, Euroamerika, dan Kristen. Orang-orang dari karakteristik itu disebut kaum dominan. Kelompok dominan merupakan kelompok yang memegang *power* dalam budaya tertentu. Sementara kelompok lain digolongkan ke dalam *subordinate* dari mereka. Faktanya, para peneliti menemukan bahwa pria pun dapat digolongkan ke dalam *muted group* jika kita berbicara tentang *nurturing fathers*. Seperti yang kita ketahui bahwa pekerjaan rumah dan mengurus anak adalah pekerjaan yang biasa dikerjakan para wanita. Maka dari itu, Radhika Copra (West & Turner, 2010: 484) menyatakan bahwa ketika kaum pria berada dalam situasi tersebut, maka ia dapat

diam dan digolongkan ke dalam *muted groups*. Dua terminologi yang sering digunakan dalam teori ini adalah seks dan *gender*. Seks merupakan kategori biologis, pria dan wanita yang melekat sejak lahir, pemberian Tuhan, tidak dapat dicabut dan tidak dapat disangkal. Sedangkan *gender* merupakan kategori sosial yang meliputi perilaku yang dipelajari, meliputi *masculinity* dan *femininity* dalam budaya tertentu.

## 22.2. Asumsi-asumsi Teori *Muted Group*

Setelah karya mendasar dari Edwin dan Shirley Ardener dalam mengembangkan konsep-konsep dari teori *muted group*, Cherris Kramarae (1981; West & Turner, 2010: 489) membangun teori ini untuk berfokus khususnya pada komunikasi. Kramarae memiliki tiga asumsi yang dia yakini sangat sentral bagi *Muted Group Theory*, yaitu:

- Wanita mempersepsikan dunia secara berbeda dibandingkan pria karena pengalaman pria dan wanita yang berbeda serta adanya kegiatan-kegiatan yang berakar pada pembagian pekerjaan.
- Karena dominasi politik mereka, sistem persepsi pria dominan, menghambat ekspresi bebas dari model alternatif wanita mengenai dunia.
- Agar dapat berpartisipasi di masyarakat, wanita harus mentransformasi model mereka sendiri sesuai dengan sistem ekspresi pria yang diterima.

Masing-masing dari asumsi ini akan dibahas bergantian:

### 1. Perbedaan Persepsi Berdasarkan *Gender*

Asumsi ini dimulai dengan premis bahwa dunia adalah tempat yang berbeda dari pria dan wanita dan bahwa pengalaman mereka juga berbeda. Kita dapat melihat logika dalam menuduh pembagian pekerjaan sebagai penyebab dari perbedaan cara pandang terhadap dunia dari pria dan wanita. Sandra Bem (1993; West & Turner, 2010: 490) berargumen bahwa pembagian awal ini juga menciptakan apa yang disebut sebagai lensa polarisasi *gender* (*gender polarization*) yang menyebabkan orang melihat wanita dan pria sebagai dua

orang yang sangat berbeda satu sama lain. Kita juga dapat melihat bagaimana pria dan wanita diperlakukan secara berbeda dan diharapkan untuk melakukan aktivitas yang berbeda. Arlie Hochschild (1989; West & Turner, 2010: 490) membicarakan mengenai fenomena *second shift*, di mana para ibu yang bekerja menghabiskan waktu delapan jam untuk pekerjaan yang dibayar dan kemudian pulang ke rumah untuk melakukan giliran kerja yang kedua di sana. Sedangkan mengenai pemilihan kata yang sering digunakan. Pria berfokus pada kompetitif, sedangkan wanita lebih ke perasaan dan keinginan mereka untuk menyenangkan orang lain. Mereka mendasarkannya kepada pengalaman mereka masing-masing.

Cheris Kramarae mempertahankan bahasa yang secara harfiah merupakan konstruksi buatan manusia. Menurut Kramarae dan teori feminis lainnya, kata wanita yang diabaikan dalam masyarakat kita, pikiran wanita yang mendevaluasi. Ketika wanita mencoba untuk mengatasi ketidakadilan ini, kontrol maskulin komunikasi menempatkan mereka pada kerugian yang luar biasa. *Man-made language* membantu dalam mendefinisikan, depresiasi dan termasuk wanita, sehingga wanita berada dalam *muted group*. Selama bertahun-tahun Kramarae adalah seorang profesor komunikasi dan sosiologi di University of Illinois, ketika ia melakukan studi sistematis dari cara wanita digambarkan dalam kartun. Dia menemukan bahwa wanita yang terkenal kebanyakan oleh ketidakhadiran mereka. Sebuah survei cepat dari seni kartun yang digunakan dalam teori ini akan menunjukkan bahwa sedikit telah berubah sejak studi Kramarae itu. Hanya 20 dari 54 kartun berisi karakter wanita, dan hanya 10 dari wanita berbicara. Semua kecuali dua dari kartunis adalah laki-laki. Kramarae menemukan bahwa wanita dalam kartun biasanya digambarkan emosional, menyesal, atau sekadar plin-plan. Dibandingkan dengan sederhana, laporan kuat disuarakan oleh laki-laki kartun, kata-kata yang ditugaskan untuk karakter wanita tidak jelas, bunga-bunga, dan dibumbui dengan kata sifat seperti bagus dan cantik. Kramarae mencatat pada waktu itu bahwa wanita yang tidak menghargai bentuk komik

sering dituduh oleh orang-orang tidak memiliki rasa humor atau hanya diberitahu untuk "meringankan".

Ide wanita sebagai *muted group* pertama kali diusulkan oleh Oxford University sosial antropolog Edwin Ardener. Dalam monografi "Keyakinan dan Masalah Wanita," Ardener mencatat kecenderungan yang terjadi ini banyak para etnografer untuk mengklaim telah "memecahkan kode" budaya tanpa pernah membuat referensi langsung ke setengah dari masyarakat terdiri dari wanita. *Muted group* merupakan orang-orang yang memiliki kemampuan rendah yang harus mengubah bahasa mereka ketika berkomunikasi secara terbuka, dengan demikian, ide-ide mereka sering diabaikan, misalnya, wanita. Ardener awalnya diasumsikan bahwa kurangnya perhatian terhadap pengalaman wanita adalah suatu masalah gender yang unik untuk antropologi sosial. Namun seiring dengan rekan kerjanya di Oxford Shirley Ardener, ia mulai menyadari bahwa *mutedness* adalah karena kurangnya kekuatan kelompok menduduki akhir rendah *totem pole*. Orang dengan sedikit kekuasaan mengalami kesulitan menyuarakan persepsi mereka. *Mutedness* tidak berarti bahwa kelompok-kelompok marjinal benar-benar *silent*. Kelompok *muted* harus mengubah bahasa mereka ketika berkomunikasi dalam domain publik, dan dengan demikian dapat-tidak sepenuhnya berbagi pikiran sejati. Cheri Kramarae yakin bahwa posisi kekuatan dominan laki-laki dalam masyarakat menjamin bahwa modus umum ekspresi tidak akan langsung tersedia bagi wanita. Kramarae berpendapat bahwa bahasa adalah cara yang nyaman untuk membesar-besarkan perbedaan gender dan menimbulkan bola seksual terpisah dengan kegiatan.

## 2. Dominasi Pria

Asumsi yang kedua dari Muted Group Theory jauh melebihi hanya sekedar menyatakan bahwa pria dan wanita memiliki pengalaman yang berbeda. Asumsi ini menyatakan bahwa pria adalah kelompok yang dominan dan pengalaman mereka lebih dipilih dibandingkan pengalaman wanita. Secara khusus, pria bertugas untuk memberikan nama dan pelabelan pada kehidupan sosial, dan pada

hasilnya pengalaman wanita sering kali tidak memiliki nama. Hal ini yang membuat wanita sulit untuk membicarakan mengenai pengalaman mereka. MGT mengambil perspektif berbeda, menyatakan bahwa masalah-masalah ini bukan merupakan hasil dari ketidak-mampuan wanita, melainkan disebabkan tidak responsifnya bahasa yang dimiliki wanita untuk mengekspresikan diri mereka. MGT ini menyatakan bahwa dominasi politik pria memungkinkan persepsi mereka dominan. Hal ini mendorong persepsi alternatif yang dipegang wanita karena mereka memiliki pengalaman yang berbeda ke dalam posisi bawahan. Dale Spender (1984; West & Turner, 2010: 492) menyatakan bahwa ketika orang berbicara mengenai seks dan menggunakan istilah *foreplay*, perspektif pria sedang diuntungkan. Secara keseluruhan, MGT berasumsi bahwa pengalaman pria, terutama pria kulit putih, bersifat dominan dan wanita dan orang-orang kulit berwarna harus menempatkan pengalaman mereka sendiri sebagai bawahan hingga pada batasan semampu mereka agar dapat ambil bagian dalam keberhasilan sosial dan organisasi.

Kramarae memulai dengan asumsi bahwa wanita memandang dunia secara berbeda dari laki-laki karena wanita dan pengalaman laki-laki yang berbeda dan kegiatan berakar pada pembagian kerja. Kramarae menolak gagasan sederhana Freud bahwa "anatomi adalah takdir." Bagaimanapun, bahwa perbedaan kekuatan antara kedua jenis kelamin menjamin bahwa wanita akan memandang dunia dengan cara yang berbeda dari laki-laki. Sementara wanita berbeda dalam banyak hal, dalam kebanyakan budaya, jika tidak semua, bicara wanita adalah tunduk pada kontrol laki-laki dan sensor.

Eksistensialis dari Perancis yaitu Simone de Beauvoir menggaris-bawahi pengalaman feminin umum ketika dia menyatakan, bahwa "Aku wanita: kebenaran ini harus didasarkan semua diskusi lebih lanjut," (Griffin, 2012: 362). Masalah yang dihadapi wanita, menurut Kramarae, adalah bahwa diskusi lebih lanjut tentang bagaimana dunia bekerja tidak pernah berlangsung pada tingkat lapangan bermain. Karena dominasi politik mereka, sistem pria persepsi

dominan, menghambat ekspresi bebas dari model-model alternatif wanita dari dunia. Perspektif interaksionis simbolik Mead menegaskan bahwa tingkat mengetahui adalah tingkat penamaan. Jika ini benar, siapa pun yang memiliki kemampuan untuk membuat nama tongkat memiliki sebuah kekuatan yang luar biasa. Kramarae mencatat bahwa kendali pria dari modus dominan ekspresi telah menghasilkan saham besar menghina, istilah *gender*-spesifik untuk merujuk kepada wanita berbicara, *bitchy*, melengking, terkekeh, gosip, obrolan, berlidah tajam, dan sebagainya. Tidak ada yang sesuai dengan kosakata untuk meremehkan percakapan pria. Kramarae juga memperkenalkan hipotesis Sapir-Whorf, yang mengklaim bahwa bahasa membentuk persepsi kita tentang realitas. Kramarae menunjukkan bahwa wanita sering dibungkam dengan tidak memiliki kosakata yang diakui publik yang akan digunakan untuk mengungkapkan pengalaman mereka.

### 3. Proses Translasi Wanita

Asumsi terakhir dari MGT membicarakan mengenai proses penerjemahan yang harus dilakukan wanita untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial. Tugas wanita adalah untuk mengkonseptualisasikan sebuah pemikiran dan kemudian mencari kosakata, yang lebih sesuai dengan pemikiran pria, agar dapat menemukan kata-kata yang terbaik untuk menyampaikan pesan tersebut. Marsha Houston dan Cheri Kramarae (1991; Griffin, 2012: 461) menyatakan bahwa pembungkaman dapat dilakukan juga oleh wanita, sebagaimana dapat dilihat dengan mempelajari percakapan antara wanita Afro-Amerika dengan wanita keturunan Eropa. Pembungkaman bukan hanya terjadi dengan melalui mencegah pembicaraan melainkan juga dengan cara membentuk dan mengendalikan pembicaraan orang lain.

Bahkan jika modus publik ekspresi berisi kosakata yang kaya untuk menggambarkan pengalaman feminin, wanita masih akan diredam jika mode ekspresi mereka diabaikan atau diejek. Memang, Kramarae menggambarkan "*good-ole-boys*" merupakan pemahaman budaya tentang *gatekeeper* yang hampir termasuk seni wanita, puisi,

drama, skenario film, alamat publik, dan esai ilmiah dari media massa masyarakat. Penulis feminis Dorothy Smith mengklaim bahwa tidak adanya wanita dari sejarah adalah hasil dari ahli maskulin sirkuit tertutup.

Dengan asumsi dominasi maskulin komunikasi publik untuk menjadi kenyataan saat ini, Kramarae menyimpulkan bahwa dalam rangka untuk berpartisipasi pada wanita masyarakat harus trans-membentuk model mereka sendiri dalam hal sistem laki-laki yang diterima berekspresi. Seperti bahasa yang kedua, terjemahan ini proses membutuhkan upaya yang konstan dan biasanya meninggalkan seorang wanita bertanya-tanya apakah dia mengatakan itu "*just right*." Seorang penulis wanita mengatakan pria bisa "*tell it straight*." Wanita harus "*tell it slant*". Pikirkan kembali lagi ke simbolik interaksionisme Mead, teorinya menjelaskan mengurus sebagai jeda otomatis sebelum kita berbicara untuk mempertimbangkan bagaimana mereka yang mendengarkan mungkin menanggapi. Menurut Kramarae, wanita harus memilih kata-kata dengan hati-hati dalam forum publik bahwa apa yang wanita ingin mengatakan dan dapat mengatakan yang terbaik tidak bisa dikatakan mudah karena *template* bahasa tidak dibuat oleh mereka sendiri. Kramarae telah mendapatkan apresiasi baru dari wajah wanita kesulitan dalam menerjemahkan pengalaman mereka ke buatan manusia bahasa dengan mendiskusikan ide-idenya.

#### 4. Proses Pembungkaman

Pemikiran utama dari *Muted Group Theory* adalah bahwa anggota-anggota kelompok yang termarginalkan dibungkam dan dianggap sebagai penutur yang tidak fasih. Beberapa peneliti (Wall & Gannon-Leary, 1999; West & Turner, 2010: 494) berpendapat bahwa memahami proses pembungkaman ini adalah kontribusi yang paling penting yang dapat dibuat oleh MGT bagi penelitian komunikasi.

- *Ridicule*: Houston dan Kramarae (1991; West & Turner, 2010: 494) menyatakan bahwa pembicaraan wanita sering diremehkan. Pria memberikan label terhadap pembicaraan wanita sebagai mengoceh, menggosip, mengomel, merengek, dan merongrong.

Pria sering kali mengatakan pada wanita bahwa mereka berbicara mengenai hal yang tidak bermakna dan bahwa mereka tidak dapat memahami bagaimana wanita menghabiskan banyak waktu ditelepon dengan teman wanita mereka. Hal-hal di atas merupakan suatu tindakan pria yang meremehkan ketika wanita mulai berbicara.

- *Ritual*: beberapa orang telah menyatakan bahwa ritual sosial memiliki dampak dalam membungkam wanita atau dalam menyatakan bahwa wanita adalah bawahan pria. Salah satu ritual tersebut adalah upacara pernikahan.
- *Control*: para peneliti telah mengamati bahwa pria mengendalikan banyak keputusan. Selain itu media juga dikendalikan oleh pria; pembicaraan dan kontribusi wanita mendapatkan peliputan yang relatif sedikit di dalam media *mainstream*. Bahkan, banyak praktik komunikasi menempatkan pria sebagai posisi pusat dan wanita sebagai bayang-bayang. Perilaku komunikasi yang menjaga pria tetap memegang kendali adalah interupsi.
- *Harrasment*: Elizabeth Kissling (1991; West & Turner, 2010: 496) menulis mengenai pelecehan di jalan, mengamati bahwa wanita tidak memiliki akses yang bebas di jalan-jalan umum. Pelecehan seksual di tempat kerja merupakan metode lain untuk mengatakan bahwa mereka tidak sesuai dengan tempat di luar dunia domestik mereka.

Kramarae dan Treichler juga memasukkan pelecehan seksual sebagai suatu hal yang menggambarkan prestasi besar pengalaman komunikasi ahli feminis dalam mengenkoding wanita ke dalam bahasa yang diterima masyarakat. Meskipun cerita perhatian seksual yang tidak diinginkan pada pekerjaan sangat banyak, wanita tidak selalu memiliki istilah umum untuk label apa yang telah menjadi fakta kehidupan yang berkelanjutan feminin. *Muted group theory* ini dapat menjelaskan hal ini bahwa wanita kebingungan dan kurangnya kekuasaan. Kisahnya adalah sebagai banyak tentang perjuangan untuk bahasa seperti itu adalah perjuangan atas perilaku seksual. Menurut Kramarae,



ketika pelecehan seksual pertama kali digunakan dalam kasus pengadilan pada akhir tahun 1970, itu hanya istilah hukum didefinisikan oleh wanita. Respon senator kesaksian Anita Hill pada 1991 Clarence Thomas Mahkamah Agung Penegakan dengar pendapat menunjukkan bahwa ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan sebelum wanita dapat membuat tongkat definisi mereka. Untuk *muted group theory* ini merupakan sebuah perjuangan untuk kontes buatan bahasa yang berlanjut.

Pada tahun 2005, sekelompok ilmuwan bertemu di George Mason University untuk merayakan wawasan *muted group theory* ke dalam bagaimana orang menggunakan bahasa untuk membentuk hubungan kekuasaan. *Speaker* konvensi dari dua benua ditujukan relevansi teori tersebut tidak hanya untuk wanita, tetapi juga untuk setiap kelompok di pinggiran masyarakat. Konvensi tersebut mencerminkan komunitas teori yang luas perjanjian, dan kata-kata mereka, kemudian diterbitkan dalam edisi khusus jurnal *Woman and Language*, mengungkapkan dedikasi mereka untuk memahami orang, nilai-nilai klarifikasi, dan reformasi *society*. Sarjana feminis bersikeras bahwa kegiatan komunikasi kunci merupakan pengalaman mereka terhadap ritual wanita, kosakata, metafora, dan cerita—merupakan bagian penting dari data untuk studi. Kramarae mengakui penindasan yang lebih kompleks daripada identifikasi dengan salah satu kelompok. Namun ia juga menyatakan bahwa memperbaiki nama dengan yang kita sebut “penindas” mungkin diperlukan dalam rangka untuk memiliki diskusi yang jelas tentang kekuasaan menindas perbedaan yang ada. Kurangnya teori tentang kejelasan mengenai pertanyaan ini dapat menggagalkan aktivis mencari jawaban praktis. Pertanyaan motif pria juga bermasalah. Tannen mengkritik sarjana feminis seperti Kramarae untuk mengasumsikan bahwa pria yang mencoba untuk mengontrol wanita.

Tannen mengakui bahwa perbedaan dalam gaya komunikasi pria dan wanita kadang-kadang menyebabkan ketidakseimbangan kekuasaan namun, tidak seperti Kramarae, dia

bersedia untuk menganggap bahwa masalah disebabkan terutama oleh laki-laki dan wanita "gaya yang berbeda." Tannen memperingatkan bahwa perasaan buruk dan imputasi motif buruk atau karakter yang buruk dapat terjadi ketika tidak ada niat untuk mendominasi, untuk memegang kekuasaan. Kramarae berpikir maaf Tannen karena melanggar pria kekuasaan adalah naif terbaik. Dia mencatat bahwa laki-laki sering mengabaikan atau mengejek pernyataan wanita tentang masalah dari didengar dalam masyarakat yang didominasi laki-laki. Daripada menyalahkan gaya perbedaan-perbedaan, poin Kramarae dengan banyak cara yang sistem pendukung jenis kelamin, ras, dan kelas hierarki politik, pendidikan, agama, hukum, dan media kami. Untuk pria dan wanita yang bersedia mendengar apa yang dikatakan Kramarae, kesadaran penggalangan dipupuk oleh teori muted group agar mereka bisa henti menggunakan kata-kata dengan cara yang melindungi ketidak-adilan kekuasaan. Istilah pelecehan seksual adalah salah satu contoh bagaimana kata-kata wanita dapat menjadi ke dalam leksikon umum dan memberikan suara kepada pengalaman kolektif wanita. Ungkapan-ungkapan seperti *glass ceiling* dan *second shift* bahkan tidak sekitar ketika Kramarae dan Treichler disusun kamus feminis mereka di tahun 1985, tapi sekarang hal ini tersedia untuk label ketidak-adilan sosial dan profesional yang dihadapi wanita. Wawasan Cheri Kramarae dan deklarasi wanita sebagai *muted group* oleh laki-laki telah membantu menggoyang pola komunikasi tradisional antara kedua jenis kelamin.

##### 5. Strategi Resistensi

Sebagaimana yang telah disebutkan di awal. Teori ini merupakan teori kritis. Teori ini bertujuan lebih dari sekedar menjelaskan fenomena seperti pembungkaman wanita melainkan juga menyuarakan perubahan dalam status quo yang ada. Houston dan Kramarae (1991; West & Turner, 2010: 494) menyarankan beberapa strategi untuk tujuan ini. Salah satu strategi perlawanan adalah menyebutkan strategi pembungkaman sebagaimana yang telah

dikemukakan. Pendekatan yang kedua adalah untuk mengambil kembali, mengangkat, dan mementingkan wacana yang dianggap remeh. Wanita diharapkan mempelajari forum-forum ekspresi untuk dirinya sendiri, dengan forum ini, wanita sedang mengakui efektivitas, dampak, dan kefasihan pengalaman komunikasi wanita dan juga pria (Foss & Foss, 1991: 21; West & Turner, 2010: 497). Melalui menyebutkan strategi-strategi pembungkaman, mengambil kembali, mengangkat dan mementingkan wacana wanita, dan menciptakan bahasa yang baru bagi pengalaman *gender* yang unik, pembungkaman dapat dilawan. Singkatnya.

Dengan munculnya World Wide Web pada 1990-an, beberapa orang berpikir bahwa teknologi akan mengakhiri *gatekeeper* yang dimiliki oleh para pria. Gender sulit untuk mengabaikan saat tatap muka, tetapi sebagai teori pengolahan informasi sosial mengamati, isyarat nonverbal yang menunjukkan gender sering absen ketika berkomunikasi secara *online*. Kramarae skeptis, mencatat bahwa ilmuwan komputer yang paling terkemuka adalah laki-laki. Dominan metafora Internet seperti *superhighway* informasi dan perbatasan baru melahirkan rasa maskulin. Pada hari-hari awal Internet, wanita sering muncul hanya sebagai obyek pemuas seksual pria, seperti pada *listseros* berorientasi seks dan gambar *Playboy nudes*. Meskipun sejarah menunjukkan bahwa Internet belum berakhir mematikan wanita, Kramarae optimis. Pekerjaan baru-baru mengidentifikasi tiga bentuk komunikasi *online* yang, dengan sedikit kreativitas, mungkin memberikan suara kepada kelompok diredam.

Banyak wanita bekerja setidaknya delapan jam hari kerja. Pergeseran kedua dimulai ketika mereka perjalanan pulang untuk memasak makan malam, membereskan rumah, dan mengasuh anak, dan tahan untuk tidak tidur. Setelah menyelesaikan tugas-tugas tradisional feminin, beberapa wanita mulai apa Kramarae menggambarkan sebagai ketiga *shift*-pendidikan. Dibandingkan dengan belajar di ruang kelas, pendidikan *online* memungkinkan siswa tersebut untuk belajar dalam memahami pergeseran tugas mereka, tapi meskipun fleksibilitas kelas *online*, pria sering mendominasi wanita dalam diskusi kelas *online*. Kramarae berpendapat bahwa professor harus

menjadi moderator diskusi yang aktif bekerja melawan membatalkan dan pelecehan seksual.

Kramarae sangat antusias dengan jurnal *blog-online* yang dikirim untuk diperbaiki secepat diari diterbitkan dan tersedia untuk semua pengguna internet karena mereka adalah bentuk yang lebih terdesentralisasi interaksi dari esai tradisional atau argumen. Sebagai contoh, banyak *blogger* wanita *posting* cerita pribadi, yang dapat mengundang empati, refleksi kritis, dan percakapan terbuka. Namun di sisi lain, tidak semua *blog* diciptakan sama. Berita media dan pengguna Internet dalam hal politikal dan berita *blog* umum sangat penting. Kramarae mengklaim bahwa "A-list" *blog* adalah modus maskulin ekspresi publik. Mungkin itu sebabnya *blogger* wanita yang memasuki aliran ini percakapan menerima komentar lebih kasar daripada laki-laki.

Kita mungkin pernah mengakses Wikipedia, ensiklopedia *online* gratis edit-bisa oleh siapa saja. Tapi kita mungkin tidak tahu bahwa banyak wiki lain yang ada, yang ditujukan untuk topik mulai dari memasak hingga berburu pekerjaan untuk Harry Potter. Kramarae bereksperimen dengan menggunakan wiki untuk penulis kedua sebuah artikel akademis. Bandingkan dengan metode lain kolaborasi, ia memuji wiki sebagai suatu hal yang lebih seperti memelihara dan dialog reflektif daripada konflik mengancam dan oposisi yang mungkin membungkam satu atau kolaborator lainnya.

Kramarae menyatakan bahwa wanita cenderung untuk menemukan cara untuk mengekspresikan diri di luar mode publik dominan ekspresi yang digunakan oleh laki-laki di kedua konvensi verbal dan perilaku nonverbal mereka. Kramarae daftar berbagai rute *back-channel* yang wanita gunakan untuk mendiskusikan pengalaman mereka seperti buku harian, jurnal, surat, sejarah lisan, cerita rakyat, gosip, nyanyian, seni, grafiti, puisi, lagu, parodi nonverbal, buku pegangan ginekologi berlalu antara wanita selama berabad-abad. Pria sering tidak menyadari makna bersama wanita berkomunikasi melalui saluran alternatif. Bahkan, Kramarae yakin bahwa laki-laki memiliki lebih banyak kesulitan daripada wanita dalam memahami

apa yang berarti bagi anggota dari jenis kelamin yang lain. Dia tidak menganggap kebingungan laki-laki untuk perbedaan-perbedaan biologis antara jenis kelamin atau upaya wanita untuk menyembunyikan pengalaman mereka. Sebaliknya, dia menunjukkan bahwa ketika pria tidak memiliki petunjuk tentang apa yang wanita inginkan, pikirkan, atau merasa, itu karena mereka tidak membuat usaha untuk mencari tahu.

Ketika penulis Inggris Dale Spender adalah editor dari *Wanita Studi Internasional Quarterly*, dia menawarkan interpretasi lebih lanjut ketidak-tahuan pria. Dia mengusulkan bahwa banyak pria menyadari bahwa komitmen untuk mendengarkan wanita tentu akan melibatkan penolakan posisi istimewa mereka. Masalah penting di sini adalah bahwa jika wanita berhenti diredam, pria berhenti menjadi begitu dominan dan beberapa laki-laki ini mungkin tampak tidak adil karena itu merupakan hilangnya hak.

Seperti bentuk-bentuk lain dari teori kritis, teori feminis tidak puas untuk sekedar menunjukkan asimetri dalam kekuasaan. Tujuan utama dari *muted group theory* adalah untuk mengubah buatan manusia sistem linguistik yang membuat wanita di tempat mereka. Menurut Kramarae, reformasi termasuk kamus menantang bahwa dengan mengabaikan kata-kata dan definisi yang dibuat oleh wanita dan yang juga mencakup banyak definisi seksision dan contoh. Kamus tradisional mengaku sebagai panduan otoritatif dengan penggunaan bahasa yang tepat, tetapi karena ketergantungan mereka pada sumber-sumber sastra pria, *lexicographers* sistematis mengecualikan kata-kata diciptakan oleh wanita. Kramarae dan Paula Treichler telah mengumpulkan kamus feminis yang menawarkan definisi untuk kata-kata wanita yang tidak muncul dalam *Collegiate Dictionary Merriam-Webster* dan menyajikan alternatif bacaan feminin kata-kata yang dilakukan. Kamus ini merupakan sebuah tempat wanita di pusat dan bahasa *rethinks* dari perspektif krusial yang berbeda. Kramarae dan Treichler tidak mengklaim bahwa semua wanita menggunakan kata-kata dengan cara yang sama, juga tidak percaya bahwa wanita merupakan, kelompok tunggal. Tapi mereka termasuk definisi wanita sekitar

2.500 kata untuk menggambarkan kreativitas linguistik wanita dan untuk membantu memberdayakan wanita untuk mengubah status diredam mereka.

Cheris Kramarae (West & Turner, 2010: 489) kemudian membatasi konsep *Muted Group* yang dibentuk oleh Ardener yang mencakup bahasan antar budaya. Ia membatasinya menjadi hanya antara pria dan wanita, yaitu wanita mempersepsikan dunia berbeda dengan pria karena pengalaman yang berbeda di antara mereka dan aktivitas yang berbeda, ini berakar pada divisi kerja. Karena adanya dominansi politik, sistem persepsi pria menjadi dominan, menghambat pengekspresian wanita akan model-model alternatif dari dunia itu sendiri. Untuk berpartisipasi dalam masyarakat, wanita harus mentransformasikan model mereka sendiri ke dalam konsep yang diterima oleh sistem pengekspresian pria.

Awalnya konsep *muted group* ini pertama kali diajukan oleh Edwin Ardener dari Oxford University. Ia mencatat bahwa banyak etnografer yang memiliki kecenderungan aneh dalam memecahkan budaya tanpa langsung merujuk pada setengah masyarakat yang terdiri dari wanita. Para peneliti saat itu menyadari betapa sulitnya menggunakan wanita sebagai informan budaya karena sulitnya mereka menjawab sesuai dengan yang mereka harapkan (Griffin, 2012: 461). West & Turner (2010: 485) menuliskan bahwa Edwin Ardener mengamati bahwa antropolog yang melakukan studi tentang pengalaman wanita lebih banyak bertanya pada pria secara eksklusif, walaupun wanita yang berbicara, mereka akan merepresentasikannya lewat perspektif pria. Di dalam buku ini juga dinyatakan anggapan Shirley Ardener yang mengamati bahwa kebisuan wanita ini (atau anggota kelompok minoritas lain) merupakan hal yang berbeda dengan ketulian para pria. Ia mengamati bahwa wanita sudah berbicara, namun kata-katanya jatuh dalam telinga yang tuli, dan ketika ini terjadi seiring waktu, mereka akhirnya berhenti untuk mencoba menyuarakan pemikirannya dan bahkan berhenti memikirkan hal tersebut.

Awalnya Ardener mengasumsikan bahwa kurangnya perhatian terhadap pengalaman wanita merupakan suatu masalah keunikan

gender terhadap antropologi sosial. Namun kemudian, bersama dengan rekan kerjanya bernama Shirley Ardener, ia mulai menyadari bahwa kebuisan tersebut merujuk kepada kurangnya *power* yang dimiliki oleh orang yang ada dalam status yang rendah. Ia mengklaim bahwa *muted group* merupakan *black hole* karena mereka diabaikan, diredam, dan dibuat tidak terlihat. Orang yang memiliki kekuasaan dan pengaruh yang kecil sulit untuk menyuarakan persepsinya. *Mutedness* tidak berarti bahwa mereka diam sepenuhnya. Shirley Ardener (Griffin, 2010: 461) beranggapan bahwa isu utamanya adalah ketika orang dapat menyatakan apa yang ingin mereka katakan dan di mana mereka ingin menyatakan itu, atau haruskah mereka melakukan *encode* pemikiran mereka untuk membuat mereka dipahami dalam dominasi publik.

Dengan premis bahwa dunia merupakan tempat yang berbeda bagi pria dan wanita dalam menjalankan pengalamannya. Penjelasan ini terkait dengan pendivisian kerja yang mengalokasikan kerja berdasarkan seks seperti wanita yang bertanggung jawab akan tugas rumah tangga, sementara pria mencari nafkah di luar. Pemisahan tempat kerja dari rumah ini kemudian membawa kepada suatu kesadaran akan dua ruang lingkup yang terpisah, pengonseptualisasian publik dan privat pun datang. Wanita yang bekerja di rumah dianggap memiliki *private life*, dan pria dirujuk pada *public life*. Sandra Ben kemudian melabeli situasi ini dengan istilah *gender polarization* yang menyebabkan orang memandang pria dan wanita dalam cara yang sangat berbeda satu sama lain. Judy Pearson sebelumnya pernah menuliskan bahwa sebenarnya pria dan wanita memang sudah diperlakukan berbeda bahkan sejak mereka dilahirkan ke dunia. Pria lebih sering digambarkan sebagai makhluk yang kuat, solid, independen. Sedangkan wanita digambarkan sebagai penyayang, *cute*, dan manis. Dalam teori interaksi simbolik juga dinyatakan tentang perbedaan perlakuan antara pria dan wanita dan ekspektasi perbedaan aktivitas yang dapat mereka lakukan. Arlie Hochschild menyebutkan konsep *second shift* yang merupakan fenomena di mana wanita yang bekerja ditempatkan selama 8 jam dalam pekerjaan dan sisanya mereka pulang ke rumah untuk melakukan *second shift* di sana (Griffin, 2010: 461).

Antara laki-laki dan wanita, di antara keduanya seks ini juga memiliki orientasi yang berbeda. Wanita dianggap lebih berorientasi pada hubungan. Mereka dijuluki (West & Turner, 2010: 490), yaitu: *herdastudaphobia* (merasakan ketakutan ketika melewati sekelompok pria aneh di jalan), *piglabelphobia* (kecenderungan membatasi makanan saat kencan agar tidak dilabeli sebagai *pig*), *brinkley mirror* (ketidakyamanan wanita ketika dibandingkan dengan model *glamour*). Di sisi lain, pria lebih berorientasi pada kompetisi. Mereka dilabeli dengan *scarfaholic* (kontes makan antarpria), *gearheaditis* (obsesi memperbaiki mobil sehingga jadi yang terbaik di jalanan), *schwarzenegger syndrome* (bekerja keras untuk membentuk otot yang lebih besar dibanding pria lain). Ini semua menunjukkan bahwa kedua seks ini merasakan pengalaman yang berbeda satu sama lain.

Pria sebagai kelompok dominan dan pengalaman mereka memberikan preferensi bagi para wanita. Pria dianggap berperan dalam penamaan dan pelabelan kehidupan sosial dan pengalaman wanita seringkali menjadi tidak dinamai. Hal ini membuat wanita kesulitan dalam membicarakan pengalaman mereka, meskipun mereka tahu apa yang terjadi dan apa yang ingin mereka bicarakan. *Muted group theory* melihat dari permasalahan ini bukan karena kekurangan wanita itu, melainkan karena adanya ketidakpedulian terhadap bahasa yang ingin diekspresikan oleh mereka. MGT menyatakan bahwa pembicara akan menjadi tidak dapat mengungkapkan jika tidak ada kata yang menggambarkan pemikirannya. MGT menekankan bahwa dominansi politik pria memungkinkan persepsi mereka menjadi dominan. Ini membuat persepsi alternatif yang dianut oleh wanita ditempatkan dalam posisi subordinat. Perspektif pria seakan-akan memiliki hak istimewa di kalangan masyarakat (West & Turner, 2010: 492)

Berbicara tentang proses penerjemahan yang harus dilakukan wanita dalam partisipasinya di dalam kehidupan sosial. Tugas wanita adalah untuk mengkonseptualisasikan suatu pemikiran dan kemudian memeriksa kosakatanya apakah ia benar-benar sesuai dengan pemikiran pria, agar dapat melakukan *encode* terbaik terhadap pemikiran mereka. Beberapa peneliti menyatakan bahwa para wanita terlibat dalam pembicaraan yang saling *overlap* dan berkelanjutan karena mereka saling



menolong satu sama lain dalam mengatasi sistem bahasa yang tidak sesuai dengan tugas mereka. Maka dari itu, ketika wanita berbicara satu sama lain, mereka berkolaborasi untuk saling bercerita satu sama lain. Hal ini terjadi bukan karena mereka memang bersifat kolaboratif, melainkan karena mereka perlu saling menolong satu sama lain untuk menemukan kata yang tepat untuk meng-*encode* pemikiran mereka.

Masalah yang ada dalam proses penerjemahan ini adalah sulitnya menemukan kata-kata wanita terhadap pengalaman yang sudah menjadi kosa kata sehari-hari. Sebelum 1970, kata *sexual harassment* tidak ada. Wanita yang dahulu mengalaminya tidak mempunyai pelabelan untuk menggambarkan pengalamannya tersebut. Hal ini menyulitkan mereka untuk bercerita pada orang lain sehingga sulit bagi mereka untuk melakukan perubahan sosial dalam kehidupannya. Pelabelan *sexual harassment* membuat perilaku tersebut dimasukkan ke dalam suatu kategori, menentukan keseriusan perilaku itu (West & Turner, 2010: 492). Perubahan sosial itu memungkinkan jika kita mampu melabeli fenomena tersebut. Tanpa pelabelan kata tersebut, wanita hanya akan membisu ketika mereka ingin membicarakan pengalaman mereka, sehingga mereka kehilangan kesempatan untuk perubahan sosial. Kramarae meyakini bahwa meskipun banyak mode publik yang memungkinkan pengekspresian pengalaman wanita, namun wanita itu akan tetap membisu jika pengekspresianannya ditolak atau diejek. Banyak budaya yang mengecualikan karya wanita dan *mainstream communication are malestream expression*. Virginia Woolf dan Dorothy Smith beranggapan bahwa wanita tidak memiliki tempat yang layak bagi sejarah (Griffin, 2012: 463).

### **22.3. Muted Group**

Ide perempuan sebagai *muted group* pertama kali diusulkan oleh Oxford University sosial antropolog Edwin Ardener. Dalam monografi "Keyakinan dan Masalah Perempuan," Ardener mencatat kecenderungan yang terjadi ini banyak para etnografer untuk mengklaim telah "memecahkan kode" budaya tanpa pernah membuat referensi langsung ke setengah dari masyarakat terdiri dari perempuan.

*Muted group* merupakan orang-orang yang memiliki kemampuan rendah yang harus mengubah bahasa mereka ketika berkomunikasi secara terbuka, dengan demikian, ide-ide mereka sering diabaikan, misalnya, perempuan. Ardener awalnya diasumsikan bahwa kurangnya perhatian terhadap pengalaman perempuan adalah suatu masalah gender yang unik untuk antropologi sosial. Namun seiring dengan rekan kerjanya di Oxford Shirley Ardener, ia mulai menyadari bahwa *mutedness* adalah karena kurangnya kekuatan kelompok menduduki akhir rendah *totem pole*. Orang dengan sedikit kekuasaan mengalami kesulitan menyuarakan persepsi mereka. *Mutedness* tidak berarti bahwa kelompok marjinal benar-benar bungkam. Kelompok *muted* harus mengubah bahasa mereka ketika berkomunikasi dalam domain publik, dan dengan demikian tidak dapat sepenuhnya berbagi pikiran sejati. Cheri Kramarae yakin bahwa posisi kekuatan dominan laki-laki dalam masyarakat menjamin bahwa modus umum ekspresi tidak akan langsung tersedia bagi perempuan. Kramarae berpendapat bahwa bahasa adalah cara yang nyaman untuk membesar-besarkan perbedaan gender dan menimbulkan bola seksual terpisah kegiatan (West & Turner, 2010: 484).

Kramarae memulai dengan asumsi bahwa wanita memandang dunia secara berbeda dari laki-laki karena perempuan dan pengalaman laki-laki yang berbeda dan kegiatan berakar pada pembagian kerja. Kramarae menolak gagasan sederhana Freud bahwa "anatomi adalah takdir." bagaimanapun, bahwa perbedaan kekuatan antara kedua jenis kelamin menjamin bahwa perempuan akan memandang dunia dengan cara yang berbeda dari laki-laki. Sementara wanita berbeda dalam banyak hal, dalam kebanyakan budaya, jika tidak semua, bicara perempuan adalah tunduk pada kontrol laki-laki dan sensor. Eksistensialis dari Perancis yaitu Simone de Beauvoir menggaris-bawahi pengalaman feminin umum ketika dia menyatakan, bahwa karena aku wanita maka kebenaran ini harus didasarkan semua diskusi lebih lanjut (Griffin, 2012: 362). Masalah yang dihadapi perempuan, menurut Kramarae, adalah bahwa diskusi lebih lanjut tentang bagaimana dunia bekerja tidak pernah berlangsung pada tingkat lapangan bermain. karena dominasi politik mereka, sistem pria persepsi dominan,

menghambat ekspresi bebas dari model-model alternatif perempuan dari dunia.

Perspektif interaksionis simbolik Mead menegaskan bahwa tingkat mengetahui adalah tingkat penamaan. Jika ini benar, siapa pun yang memiliki kemampuan untuk membuat nama tongkat memiliki sebuah kekuatan yang luar biasa. Kramarae mencatat bahwa kendali pria dari modus dominan ekspresi telah menghasilkan saham besar untuk menghina, istilah gender-spesifik untuk merujuk kepada wanita berbicara, *bitchy*, melengking, terkekeh, gosip, obrolan, berlidah tajam, dan sebagainya. Tidak ada yang sesuai dengan kosakata untuk meremehkan percakapan pria. Kramarae juga memperkenalkan hipotesis Sapir-Whorf, yang mengklaim bahwa bahasa membentuk persepsi kita tentang realitas. Kramarae menunjukkan bahwa perempuan sering dibungkam dengan tidak memiliki kosakata yang diakui publik yang akan digunakan untuk mengungkapkan pengalaman mereka. Bahkan jika modus publik ekspresi berisi kosakata yang kaya untuk menggambarkan pengalaman feminin, perempuan masih akan diredam jika mode ekspresi mereka diabaikan atau diejek. Memang, Kramarae menggambarkan "*good-ole-boys*" merupakan pemahaman budaya tentang *gatekeeper* yang hampir termasuk seni perempuan, puisi, drama, skenario film, alamat publik, dan esai ilmiah dari media massa masyarakat.

Dengan asumsi dominasi maskulin komunikasi publik untuk menjadi kenyataan saat ini, Kramarae menyimpulkan bahwa dalam rangka untuk berpartisipasi pada wanita masyarakat harus mengubah bentuk model mereka sendiri dalam hal sistem laki-laki yang diterima dalam berekspresi. Seperti bahasa yang kedua, terjemahan ini proses membutuhkan upaya yang konstan dan biasanya meninggalkan seorang wanita bertanya-tanya apakah dia mengatakan itu "*just right*." Seorang penulis wanita mengatakan pria bisa "*tell it straight*." Perempuan harus "*tell it slant*". Pikirkan kembali lagi ke simbolik interaksionisme Mead, teorinya menjelaskan mengurus sebagai jeda otomatis sebelum kita berbicara untuk mempertimbangkan bagaimana mereka yang mendengarkan mungkin menanggapi. Menurut Kramarae, perempuan harus memilih kata-kata dengan hati-hati dalam forum publik bahwa

apa yang wanita ingin katakan dan dapat mengatakan yang terbaik tidak bisa dikatakan mudah karena *template* bahasa tidak membuat mereka nyaman.

Kramarae menyatakan bahwa perempuan cenderung untuk menemukan cara untuk mengekspresikan diri di luar mode publik dominan ekspresi yang digunakan oleh laki-laki di kedua konvensi verbal dan perilaku nonverbal mereka (Griffin, 2012: 456). Kramarae daftar berbagai rute *back-channel* yang wanita gunakan untuk mendiskusikan pengalaman mereka seperti buku harian, jurnal, surat, sejarah lisan, cerita rakyat, gosip, nyanyian, seni, grafiti, puisi, lagu, parodi nonverbal, buku pegangan ginekologi antara perempuan selama berabad-abad, dan massa penulis *noncanonized* yang kaya dan keragaman kita baru saja mulai memahami. Pria sering tidak menyadari makna bersama wanita berkomunikasi melalui saluran alternatif. Bahkan, Kramarae yakin bahwa laki-laki memiliki lebih banyak kesulitan daripada perempuan dalam memahami apa yang anggota dari jenis kelamin yang lain berarti. Dia tidak menganggap kebingungan laki-laki untuk biologi perbedaan-perbedaan antara jenis kelamin atau upaya perempuan untuk menyembunyikan pengalaman mereka. Sebaliknya, dia menunjukkan bahwa ketika pria tidak memiliki petunjuk tentang apa yang wanita inginkan, pikirkan, atau merasa, itu karena mereka tidak membuat usaha untuk mencari tahu.

Ketika penulis Inggris Dale Spender adalah editor dari *Wanita Studi Internasional Quarterly*, menawarkan interpretasi lebih lanjut ketidak-tahuan pria. Dia mengusulkan bahwa banyak pria menyadari bahwa komitmen untuk mendengarkan perempuan tentu akan melibatkan penolakan posisi istimewa mereka. Masalah penting di sini adalah bahwa jika perempuan berhenti diredam, pria berhenti menjadi begitu dominan dan beberapa laki-laki ini mungkin tampak tidak adil karena itu merupakan hilangnya hak.

Seperti bentuk-bentuk lain dari teori kritis, teori feminis tidak puas untuk sekedar menunjukkan asimetri dalam kekuasaan. Tujuan utama dari *muted group theory* adalah untuk mengubah sistem linguistik buatan manusia yang membuat wanita di tempat mereka. Menurut

Kramarae, reformasi termasuk kamus menantang bahwa dengan mengabaikan kata-kata dan definisi yang dibuat oleh perempuan dan yang juga mencakup banyak definisi seksion dan contoh. Kamus tradisional mengaku sebagai panduan otoritatif dengan penggunaan bahasa yang tepat, tetapi karena ketergantungan mereka pada sumber-sumber sastra pria, *lexicographers* sistematis mengecualikan kata-kata diciptakan oleh perempuan. Kramarae dan Paula Treichler telah mengumpulkan kamus feminis yang menawarkan definisi untuk kata-kata perempuan yang tidak muncul dalam *Collegiate Dictionary Merriam-Webster* dan menyajikan alternatif bacaan feminin kata-kata yang dilakukan. Kamus ini merupakan sebuah tempat perempuan di pusat dan bahasa *rethinks* dari perspektif krusial yang berbeda. Kramarae dan Treichler tidak mengklaim bahwa semua wanita menggunakan kata-kata dengan cara yang sama, juga tidak percaya bahwa wanita merupakan, kelompok tunggal. Tapi mereka termasuk definisi perempuan sekitar 2.500 kata untuk menggambarkan kreativitas linguistik perempuan dan untuk membantu memberdayakan perempuan untuk mengubah status diredam mereka.

Kramarae dan Treichler juga memasukkan pelecehan seksual sebagai suatu hal yang menggambarkan prestasi besar pengalaman komunikasi ahli feminis dalam mengenkoding perempuan ke dalam bahasa yang diterima masyarakat (Griffin, 2012: 467). Meskipun cerita perhatian seksual yang tidak diinginkan pada pekerjaan sangat banyak, wanita tidak selalu memiliki istilah umum untuk label apa yang telah menjadi fakta kehidupan yang berkelanjutan feminin. *Muted group theory* ini dapat menjelaskan hal ini bahwa wanita kebingungan dan kurangnya kekuasaan. Kisahnya adalah sebagai banyak tentang perjuangan untuk bahasa seperti itu adalah perjuangan atas perilaku seksual. Menurut Kramarae, ketika pelecehan seksual pertama kali digunakan dalam kasus pengadilan pada akhir tahun 1970, itu hanya istilah hukum didefinisikan oleh perempuan. Respon senator kesaksian Anita Hill pada 1991 Clarence Thomas Mahkamah Agung Penegakan dengar pendapat menunjukkan bahwa ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan sebelum wanita dapat membuat tongkat definisi

mereka. Untuk *muted group theory* ini merupakan sebuah perjuangan untuk kontes buatan bahasa yang berlanjut.

Sekelompok ilmuwan bertemu di George Mason University untuk merayakan wawasan *muted group theory* ke dalam bagaimana orang menggunakan bahasa untuk membentuk hubungan kekuasaan. Speaker Convention dari dua benua ditujukan relevansi teori tersebut tidak hanya untuk wanita, tetapi juga untuk setiap kelompok di pinggiran masyarakat. Konvensi tersebut mencerminkan komunitas teori yang luas perjanjian, dan kata-kata mereka, kemudian diterbitkan dalam edisi khusus jurnal Perempuan dan Bahasa, mengungkapkan dedikasi mereka untuk memahami orang, nilai-nilai klarifikasi, dan reformasi masyarakat. Sarjana feminis bersikeras bahwa kegiatan komunikasi kunci merupakan pengalaman mereka terhadap ritual perempuan, kosa kata, metafora, dan cerita merupakan bagian penting dari data untuk studi. Kramarae mengakui penindasan yang lebih kompleks daripada identifikasi dengan salah satu kelompok. Namun ia juga menyatakan bahwa memperbaiki nama dengan yang kita sebut penindas mungkin diperlukan dalam rangka untuk memiliki diskusi yang jelas tentang kekuasaan menindas perbedaan yang ada. Kurangnya teori tentang kejelasan mengenai pertanyaan ini dapat menggagalkan aktivis mencari jawaban praktis. Pertanyaan motif pria juga bermasalah. Tannen mengkritik sarjana feminis seperti Kramarae untuk mengasumsikan bahwa pria yang mencoba untuk mengontrol perempuan.

Tannen mengakui bahwa perbedaan dalam gaya komunikasi pria dan wanita kadang-kadang menyebabkan ketidak-seimbangan kekuasaan namun, tidak seperti Kramarae, dia bersedia untuk menganggap bahwa masalah disebabkan terutama oleh laki-laki dan perempuan "gaya yang berbeda," (Griffin, 2012: 461). Tannen memperingatkan bahwa perasaan buruk dan imputasi motif buruk atau karakter yang buruk dapat terjadi ketika tidak ada niat untuk mendominasi, untuk memegang kekuasaan. Kramarae mencatat bahwa laki-laki sering mengabaikan atau mengejek pernyataan perempuan tentang masalah dari didengar dalam masyarakat yang didominasi laki-laki. Daripada menyalahkan gaya perbedaan-perbedaan, poin Kramarae

dengan banyak cara yang sistem pendukung jenis kelamin, ras, dan kelas hierarki politik, pendidikan, agama, hukum, dan media. Untuk pria dan wanita yang bersedia mendengar apa yang dikatakan Kramarae, kesadaran penggalangan dipupuk oleh teori grup diredam untuk berhenti menggunakan kata-kata dengan cara yang melindungi ketidak-adilan kekuasaan. Istilah pelecehan seksual adalah salah satu contoh bagaimana kata-kata perempuan dapat masuk ke dalam leksikon umum dan memberikan suara kepada pengalaman kolektif perempuan. Ungkapan-ungkapan seperti *glass ceiling* dan *second shift* bahkan tidak sekitar ketika Kramarae dan Treichler disusun kamus feminis mereka di tahun 1985, tapi sekarang hal ini tersedia untuk label ketidak-adilan sosial dan profesional yang dihadapi perempuan. Wawasan Cheri Kramarae dan deklarasi perempuan sebagai *muted group* oleh laki-laki telah membantu menggoyang pola komunikasi tradisional antara kedua jenis kelamin.

Berdasarkan Kramarae dan teoretikus feminis lainnya, kata-kata wanita dipotong dalam masyarakat kita, pemikiran wanita kehilangan nilainya. Ketika wanita mencoba untuk menerima ketidak-adilan ini, kontrol maskulin komunikasi menempatkan mereka pada kerugian yang besar. Kramarae adalah seorang profesor komunikasi dan sosiologi di University of Illinois menghubungkan kajian sistematis mengenai cara wanita dilukiskan dalam kartun. Kramarae menemukan bahwa wanita dalam kartun biasanya digambarkan bersifat emosional, sering meminta maaf, atau hanya plin-plan. Dibandingkan dengan pernyataan sederhana dan berkekuatan dari kartun laki-laki, kata yang ditempatkan pada karakter wanita bersifat tidak jelas, berbunga-bunga, dan dibubuhi oleh kata sifat seperti bagus dan cantik. Kramarae menyatakan bahwa pada satu waktu wanita tidak mengapresiasi bentuk komunikasi dan sering dituduh oleh pria yang tidak memiliki rasa humor atau secara sederhana menyatakan "*lighten up.*"

Mengasumsikan dominasi maskulin pada komunikasi publik menjadi suatu realita saat ini, Kramarae menyimpulkan bahwa untuk berpartisipasi dalam masyarakat wanita harus mengubah modelnya sendiri dalam istilah yang lebih dapat diterima oleh sistem ekspresi pria. Seperti berbicara dengan bahasa kedua, proses penerjemahan ini

membutuhkan usaha konstan dan biasanya meninggalkan wanita merasa ragu apakah yang dikatakannya sudah benar atau tidak. Pikirkan kembali tentang teori interaksi simbolik dari Mead. Teorinya mendeskripsikan *mind* sebagai sebuah jeda otomatis sebelum kita berbicara untuk mempertimbangkan bagaimana orang-orang yang mendengarkan mungkin akan merespon. Periode keraguan ini akan terus tumbuh ketika kita merasa melemah secara linguistik. Berdasarkan Kramae, wanita harus dapat memilih kata-katanya dengan hati-hati dalam sebuah forum publik.

Pria lebih sering terlupa kepada makna yang dibagi bersama oleh wanita dalam komunikasi melalui saluran alternatif. Faktanya, Kramarae yakin bahwa pria memiliki kesulitan yang lebih dibandingkan wanita dalam hal memahami makna yang dimiliki gender yang berbeda. Dia mengatakan bahwa ketika pria tidak memiliki petunjuk mengenai apa yang dipikirkan, diinginkan, atau yang dirasakan wanita, hal ini dikarenakan mereka tidak membuat usaha untuk menemukannya. Ketika Dale Spender menawarkan interpretasi lebih jauh mengenai ketidak tahuan pria. Dia mengajukan bahwa banyak pria menyadari bahwa sebuah komitmen untuk mendengarkan wanita akan membutuhkan keterlibatan sebuah penolakan terhadap hak posisinya. Isu krusial di sini adalah bahwa jika wanita memilih untuk diam, pria memilih untuk lebih dominan dan bagi beberapa pria hal ini terkesan tidak adil karena merepresentasikan kehilangan keadilan.

Seperti bentuk lain dari teori kritis, teori feminis tidak selalu menaruh perhatian kepada ketidak-seimbangan dalam kekuasaan. Tujuan utama dari *muted* teori adalah untuk mengubah sistem linguistik yang dibuat pria yang tetap menjaga wanita selalu pada tempatnya. Berdasarkan Kramarae, pembentukan kembali meliputi tantangan kamus yang mengabaikan kata dan definisi yang diciptakan oleh wanita dan juga meliputi definisi seksis dan contohnya. Lebih dari banyaknya *entry* tunggal yang masuk ke dalam kamus Kramarae dan Treichler, inklusi dari *sexual harassment* mengilustrasikan sebuah pencapaian utama dari *feminist communication scholarship* membaca pengalaman wanita ke dalam bahasa yang diterima oleh masyarakat. Walaupun cerita dari perhatian seksual di tempat kerja banyak sekali, wanita tidak selalu



memiliki istilah sama untuk melabelkan apa yang telah menjadi fakta dalam kehidupan feminin. *Muted group theory* dapat menjelaskan rasa kebingungan wanita dan kurangnya kekuatan. Ceritanya lebih banyak mengenai suatu perjuangan bahasa seperti juga berjuang dalam perilaku seksual. Selama apa yang didefinisikan sebagai tindakan “*being friendly*,” perasaan wanita diabaikan bahkan oleh dirinya sendiri. Para feminis mendesak bahwa kunci dari aktivitas komunikasi dari pengalaman wanita adalah ritual, perbendaharaan kata, metafora, dan cerita merupakan data penting untuk kajian.

Kramarae menyadari bahwa tekanan lebih kompleks dibandingkan identifikasi dengan banyak kelompok. Pertanyaan mengenai motif pria juga menjadi masalah. Tannen mengkritik *feminist scholar* seperti kramarae dalam mengasumsi bahwa pria berusaha untuk mengontrol wanita. Tannen menyadari perbedaan gaya komunikasi pria dan wanita terkadang mengarahkan kepada ketidak-seimbangan kekuatan, tetapi tidak seperti Kramarae, dia ingin untuk mengasumsi bahwa masalah disebabkan terutama oleh gaya berbeda pria dan wanita. Kramarae berpikir permintaan maaf Tannen terhadap penyalahgunaan kekuatan oleh pria itu naif. Dia berpendapat bahwa pria sering mengabaikan atau mengejek pernyataan wanita mengenai masalah yang didengar dalam masyarakat pria yang dominan. Kramarae dalam hal ini tidak menyalahkan *style difference*, Kramarae memberikan banyak cara bahwa sistem politik, pendidikan, agama, legal, dan media mendukung hierarki gender, ras, dan kelas. Respon anda terhadap teori ini tergantung dari apakah anda dapat diuntungkan atau seorang korban dalam sistem ini.

#### **22.4. Membuat *Muted Group* Bersuara**

Meskipun sejarah sekarang menyatakan bahwa kedatangan internet tidak akan secara otomatis mengakhiri kebisuan wanita ini. Kramarae masih tetap optimis. Tiga bentuk komunikasi *online* dapat membantu menyuarakan *muted groups* (Griffin, 2012: 464). Edukasi *online* memungkinkan siswa untuk belajar di tengah-tengah permintaannya akan *second shift* tersebut (kehidupan bekerja dan

tanggung jawab di rumah). *Blogging* menjadi semakin terdesentralisasi, namun ini masih dianggap menjadi ruang yang kurang berpengaruh. Wiki memungkinkan untuk kolaborasi kreatif tanpa mengancam dan adanya konflik antar oposisi.

Kramarae meyakini bahwa wanita seringkali berusaha menemukan cara untuk mengekspresikan diri mereka di luar mode publik yang dominan yang biasanya dieskpresikan oleh pria. Ia meyakini bahwa pria memiliki kesulitan dibandingkan wanita dalam memahami apa yang dimaksud oleh gender lain karena mereka tidak membuat upaya yang sama. Hipotesa Dale Spender menyatakan bahwa pria menyadari ketika mereka mendengarkan wanita, mereka akan terlibat dalam suatu upaya penolakan hak istimewa yang sudah mereka miliki (Griffin, 2012: 465).

Penekanan utama MGT merupakan anggota dari kelompok termarginalisasi yang dibuat menjadi diam dan dianggap sebagai *inarticulate speaker*. Kebisuan ini bukan karena adanya tindak kekerasan yang dilakukan atas mereka. Robbin Sheriff mengamati bahwa sebenarnya proses membisukan *muted groups* ini merupakan suatu fenomena yang dibagikan secara sosial. Tidak seperti aktivitas *speech* yang bisa dilakukan seorang diri, proses membisukan ini membutuhkan kolaborasi dan pemahaman diam-diam secara komunal. Secara kritis, hal ini merupakan konsekuensi dan indeks dari ketidaksetaraan pendistribusian *power*. Kebisuan ini dicapai lewat pemahaman sosial tentang siapa yang memiliki *power* dan siapa yang tidak. Selanjutnya, kita akan melihat berbagai metode pencapaian *power distribution* ini yang akhirnya menghasilkan kebisuan.

Houston dan Kramarae menyatakan bahwa pembicaraan wanita seringkali dianggap *sepele* (West & Turner, 2010: 474). Pria melabeli percakapan antarwanita sebagai gosip dan menganggap bahwa omongan mereka seringkali tidak bermakna, bahkan mereka tidak dapat memahami mengapa wanita mampu menghabiskan begitu banyak waktu untuk sekedar bertelepon dengan teman wanitanya yang lain. Bahkan, wanita itu sendiri menganggap percakapan mereka sebagai obrolan dan gosip dan mereka tidak memiliki *sense of humor* dan ini

merupakan suatu kesempatan untuk diejek. Berbagai ritual dalam masyarakat juga memiliki kontribusi dalam menciptakan kebisuan wanita. Salah satunya adalah pada acara pernikahan. Setelah menikah, wanita harus mengganti namanya dengan nama belakang suaminya. Hal ini menunjukkan bahwa wanita hanya diposisikan sebagai subordinat. Pria mengontrol banyak keputusan, bahkan media juga dikontrol oleh para pria, percakapan wanita dan kontribusi mereka kurang dicakup dalam media terkenal. Banyak praktik komunikasi yang menempatkan pria sebagai sentral. Perilaku komunikasi yang menempatkan pria dalam posisi kontrol lainnya adalah interupsi. Ketika pria menginterupsi wanita, wanita akan mengganti topik pembicaraannya menjadi topik yang diangkat para pria. Di sisi lain, ketika para wanita menginterupsi pria, para pria tersebut akan tetap pada topik yang mereka angkat. Elizabeth Kissling menuliskan tentang *street harassment*. Ia mencatat bahwa wanita tidak memiliki akses yang bebas di jalanan publik. Pria mengontrol berbagai tempat dimana wanita mendapat berbagai perlakuan verbal. *Sexual harassment* di dunia kerja juga membuktikan bahwa wanita tidak merupakan bagian dari lingkup domestik. Ketika wanita mengalami *sexual harassment*, mereka dilabeli terlalu sensitif, pembuat masalah, terlalu histeris, dan dianggap tidak penting.

Houston dan Kramarae (West & Turner, 2010: 493) menawarkan berbagai strategi untuk mengubah status quo. Satu strateginya dengan cara melakukan penamaan strategi *silencing* itu sendiri. Proses ini membuat *silencing* itu menjadi terlihat dan menjadi topik diskusi baru di kalangan masyarakat. Pendekatan kedua adalah dengan mengklaim kembali, mengangkat, dan merayakan diskusi-diskusi yang dianggap terlalu sederhana. Perayaan ini dapat dilakukan lewat penulisan jurnal, diari. Lewat penyampaian hal ini dalam forum, wanita akan menyadari keefektifan, pengaruh, dan kemampuan membicarakan pengalamannya sama seperti yang dilakukan para pria. Wanita juga sebaiknya menciptakan bahasa baru yang lebih representatif dalam menggambarkan pengalaman mereka.

MGT merupakan suatu teori yang baik untuk kategori *critical theory* karena ia memahami orang-orang, mengklarifikasi nilai, dan

mereformasi masyarakat. Namun, pembaca mungkin akan merasa tidak nyaman karena dia mencirikan pria sebagai penindas dan wanita sebagai yang tertindas (Griffin, 2012: 469). *Muted group* menjelaskan bahwa wanita berusaha untuk menggunakan bahasa yang dibuat pria untuk mendeskripsikan pengalamannya sama halnya dengan *native speaker* Inggris yang belajar untuk menerjemahkannya ke bahasa Spanyol. Untuk melakukannya, mereka harus melalui proses penerjemahan internal, mensahkan kata-kata asing untuk mendapatkan kata terbaik dalam menyampaikan pikirannya. Proses ini membuat mereka ragu dan sering sulit berbicara sama halnya pada saat mereka tidak dapat menggunakan bahasa secara benar untuk tujuannya. Dalam prosesnya, *muted group* secara metafora kehilangan suara.

Dalam kasusnya, tidak semua wanita diam dan semua pria memiliki suara. MGT mengizinkan kita untuk memahami banyak kelompok yang diam oleh adanya ketidak-cakapan dalam berbahasa. Lebih jauh lagi, *muted* mungkin dapat berlangsung sebagai hasil ketidak-populeran pandangan yang berusaha ditunjukkan oleh seseorang. Teoritikus *muted group* mengkritik kelompok dominan dan berpendapat bahwa ide hegemonik sering menghenjatkan ide lainnya. Anita Taylor dan M.J. Hardman (2000; West & Turner, 2010: 486) mengomentari bahwa beberapa kelompok feminis dapat menjadi dominan dalam gerakan feminis dan kemudian mendiamkan suaranya bagi wanita lain yang menanyakan ideologinya.

Kebanyakan teori dan aplikasi *muted group theory* fokus kepada wanita sebagai *muted group*. Namun peneliti seperti Mark Obe (1998) dan Michael Hechter (2004) mencatat bahwa teori dapat sah diaplikasikan kepada banyak kelompok tidak dominan lainnya (West & Turner, 2010: 487). Di Amerika dan beberapa budaya, masyarakat memiliki ciri-ciri spesifik dan sudut pandang: kelompok Eropa-Amerika, pria, heteroseksual, *able-bodied*, anak muda, kelas menengah dan kelas atas, dan umat kristen. Orang-orang dengan pandangan ini membentuk *dominant group*, yaitu kelompok yang memegang kekuasaan dalam suatu budaya. Kelompok lain yang ada selain kelompok dominan tidak memiliki akses untuk mendapatkan kekuasaan, contohnya *african-american*, gay, lesbian, orang tua, kelas bawah, orang cacat, non kristen,

dan *asian american*, semuanya dapat menjadi anggota *muted groups*, sama halnya dengan wanita.

Faktanya beberapa peneliti menyatakan bahwa pria mungkin dapat menjadi bagian dari *muted group*. Radhika Chopra (2001; West & Turner, 2010: 487) menguji isu *muted* pada ayah yang lemah. Walaupun beberapa teoritikus tidak setuju bahwa ayah dapat berada pada posisi di bawah, Chopra menyimpulkan bahwa pemberian suara terhadap (*father-care*) merupakan proses kritis yang dapat menghilangkan kategori *caregiving* dari wanita dan mengubah konsep identitas *gender* sepenuhnya. Dalam melatih perhatian kita pada wanita dan pria, kita butuh untuk mengklarifikasi dua istilah *sex* dan *gender*. Secara umum, peneliti menggunakan istilah *sex* untuk memaknai kategori biologi, laki-laki dan perempuan yang ditentukan oleh kromosom xx dan xxy. Sedangkan *gender* didefinisikan sebagai perilaku yang dipelajari yang mendasari femininitas atau maskulinitas dalam suatu budaya tertentu.

Pernyataan utama dari teori *muted group* adalah bahwa anggota kelompok marginal terdiam dan bebas dari artikulasi sebagai speaker. Kediaman ini tidak bergantung kepada penyelenggaraan atau paksaan. Seperti yang diamati Robin Sheriff (2000; West & Turner, 2010: 493), kediaman dari *muted group* merupakan fenomena sosial bersama. Houston dan Kramarae (1991; West & Turner, 2010: 493) mengutarakan bahwa pembicaraan wanita itu bersifat *trivialized*. Pria melabelkan pembicaraan wanita dengan *chattering, gossiping, nagging, whining, bitching*. Pria sering mengatakan bahwa wanita berbicara tentang hal-hal yang tidak bermakna dan mengklaim bahwa mereka tidak dapat memahami bagaimana wanita menghabiskan banyak waktu di telepon berbicara dengan temannya. Wanita sering merujuk pembicaraannya sebagai gosip. Wanita juga diberitahu bahwa mereka tidak memiliki rasa humor, dan ini adalah kesempatan sebagai ejekan.

Beberapa orang mengatakan bahwa banyak ritual sosial memiliki pengaruh membisukan wanita atau menganjurkan bahwa wanita berada di bawah pria. Satu contoh ritual adalah upacara pernikahan. Terdapat beberapa aspek dalam upacara tradisional yang mendiamkan wanita. Contohnya pada saat pasangan diumumkan sebagai suami istri, maka

pengantin mengganti namanya menjadi nama pasangannya, dalam hal ini wanita.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya pada awal bab, MGT merupakan teori kritis; ditunjukkan dengan berada di atas suatu penjelasan sebuah fenomena, seperti kebisuan wanita untuk menerima perubahan dalam status quo. Kramarae mengajukan beberapa strategi untuk tujuan ini. Seperti teori *standpoint, muted group theory* telah dikritik karena tidak dapat digunakan karena berhubungan dengan essensialisme, atau kepercayaan bahwa seluruh pria itu sama dan semua wanita itu sama dan keduanya berbeda satu sama lain. Kritik ini mencatat bahwa terdapat perbedaan besar dalam kelompok; terkadang perbedaan wanita dalam kelompok lebih besar dibandingkan dengan perbedaan wanita dan pria dalam kelompok. Para pendukung MGT setuju bahwa terdapat banyak kelompok yang diam dan banyak *standpoint*. Lebih jauh lagi, beberapa kritik menyalahkan kegunaan MGT karena mereka menyatakan bahwa wanita itu dapat berbicara dalam forum publik, seperti Hillary Clinton dan Condoleza Rice contohnya yang tidak diam sama sekali. Beberapa kritik MGT berpendapat bahwa teori ini belum diintegrasikan ke dalam penelitian empiris.

## PERKEMBANGAN TEORI KOMUNIKASI

Keterampilan komunikasi semakin penting di era informasi sekarang ini. Teknologi informasi baru terus membawa perubahan besar dalam proses komunikasi dan memengaruhi bagaimana kita terlibat di dalam proses tersebut. Pada masa di mana berbicara makin meningkat, yang paling kita butuhkan adalah percakapan yang bijak. Percakapan yang lebih bijaksana ini diinformasikan melalui teori-teori mengenai komunikasi. Teori-teori yang dibahas dalam teks ini menawarkan kesempatan yang banyak lagi penerapan baik di dunia kerja maupun dalam kehidupan sehari-hari. Kita harus mencoba untuk terlibat dalam mempraktikkan teori tersebut.

Sandra Petronio (1999; West & Turner, 2010: 520) setuju bahwa kita harus mengamati dan menangkap sebuah kesempatan untuk menerjemahkan ide-ide ilmiah ke dalam aplikasi praktis. Untuk menyimpulkan bukti teori komunikasi ini, maka penulis melakukan hal sebagai berikut: (1) mengidentifikasi beberapa area penting yang ada di dalam bidang teoritis; (2) menyarankan bidang karier bagi mereka yang memiliki gelar sarjana komunikasi; dan (3) memberikan tips untuk mencari karier tersebut menggunakan gelar ilmu komunikasi yang dimiliki.

### 23.1. Persamaan dan Perbedaan Antarteori

Dalam rangka memenuhi syarat sebagai *threads* yaitu prinsip eksplisit atau implisit dalam komunikasi yang merupakan bagian integral ganda dan beragam dari teori-teori komunikasi. Prinsip-prinsip

atau konsep ini sebaiknya menjadi fitur yang signifikan dan setidaknya dapat mewakili lima teori yang berbeda yang dibahas dalam teks ini. Fitur ini bisa menjadi mesin yang menggerakkan sebuah teori, karakteristik umum dari pesan, variabel yang berkaitan dengan proses komunikasi, atau hasil dari interaksi simbolik.

Untuk menghindari pengemasan ulang terhadap perbandingan yang telah dibuat sebelumnya, maka pembahasannya akan dibatasi dengan pemlihan *theoretical threads* terhadap komunikasi dalam konteks interpersonal, kelompok dan masyarakat, massa dan budaya. Setiap *thread* diperkenalkan dengan *shorthand label* yang diikuti dengan pernyataan ringkasan diatur untuk menggambarkan prinsip dengan *exemplar theory* yang jelas terjalin dengan *threads* tersebut. Sebuah tinjauan tentang bagaimana teori yang berbeda menggunakan ide dapat menghasilkan beberapa *aha* saat realisasi yang memperdalam pemahaman kita dari ide matriks yang telah dipelajari (Griffin, 2012: 473).

Bab terakhir ini berusaha mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan di antara berbagai teori. Ada 10 prinsip yang dikonsepsikan sebagai *threads* merupakan prinsip eksplisit atau implisit komunikasi yang terintegrasi dengan beragam teori komunikasi. Untuk dapat dikualifikasikan sebagai suatu *thread*, prinsip tersebut harus memiliki fitur yang signifikan bagi 5 teori berbeda. Fitur tersebut dapat menjadi penggerak dari suatu teori, karakteristik pesan yang sama, suatu variabel yang terkait dengan proses komunikasi, atau merupakan hasil dari interaksi simbolik. Fitur tersebut juga setidaknya harus mencakup 2 tradisi dan juga minimum 2 konteks komunikasi. Griffin (2012: 474) juga membatasi teori yang terikat di dalam suatu prinsip menjadi tidak lebih dari 7 teori.

Setiap *thread* akan diperkenalkan dengan *shorthand label* yang disertai ringkasan teori yang dilengkapi dengan pengilustrasiannya dengan *exemplar theory* yang berkaitan dengan *thread* tersebut. Ini juga disertai dengan *contrast* untuk membandingkan integrasinya. Suatu peninjauan tentang bagaimana teori yang berbeda menggunakan ide yang sama juga akan memproduksi *aha moments* yang dapat



memperdalam pemahaman akan matriks ide yang sedang dipelajari. *Threads* ini kemudian bukan hanya bermanfaat untuk menentukan koneksi baru di antara beberapa teori, melainkan juga membantu dalam memberikan tinjauan yang komprehensif dari setiap teori tersebut (Griffin, 2012: 474-484), yaitu:

### 1. Motivasi

Komunikasi dimotivasi oleh kebutuhan sosial dasar untuk afiliasi, prestasi, dan kontrol, serta keinginan yang kuat untuk mengurangi ketidak-pastian dan kecemasan. Sebagaimana keinginan kita yang kuat untuk mengurangi ketidak-pastian dan kecemasan *Social exchange theory* menyatakan bahwa hubungan berkembang berdasarkan manfaat yang dirasakan dan biaya interaksi. *Social exchange theory* (SET) beranggapan bahwa hubungan berkembang berdasarkan keuntungan dan kerugian yang diperkirakan atau dipersepsikan dalam suatu interaksi. Dalam *social penetration theory*, Altman dan Taylor mengadopsi prinsip SET tersebut untuk memprediksi keluasan dan kedalaman pengungkapan diri yang akan dilakukan seseorang. Semakin banyak keuntungan yang ia perkirakan akan diperoleh, maka akan semakin transparan pula pengungkapan dirinya. Sementara Katz dengan teori *uses and gratification* mempertahankan anggapan bahwa orang akan bertindak untuk memuaskan kebutuhannya, namun kebutuhan itu berbeda bagi setiap orang. Dengan kata lain, *reward* dan *cost* yang dibahas sebelumnya itu, yang dapat memuaskan seseorang akan bermakna berbeda-beda bagi setiap orang. Hampir semua teori di dalam buku ini mencakup setidaknya satu dari kelima motif yang dikonsepsikan sebagai *thread* ini. Lima bentuk motivasi tersebut, antara lain:

#### – *Need for affiliation*

Kebutuhan manusia akan afiliasi merupakan penggerak utama manusia dan konsentrasi utamanya tentang bagaimana keinginan ini terpuaskan dengan cara saling mengungkapkan diri. Sejak *social penetration theory* menggambarkan perkembangan hubungan yang dekat, dan asumsi tersebut

merupakan kebutuhan manusia untuk afiliasi adalah perjalanan yang kuat dan berkonsentrasi pada bagaimana keinginan yang kita miliki saling terpenuhi.

– *Need for achievement*

Hirokawa dan Gouran pada *functional perspective on group decision making* mengklaim bahwa pemecahan masalah kelompok harus menganalisis masalah, menetapkan tujuan, mengidentifikasi alternatif, dan mengevaluasi manfaat relatif dari setiap opsi dalam rangka mencapai solusi berkualitas tinggi. Setiap komentar anggota yang tidak langsung menjawab satu dari empat fungsi yang diperlukan dianggap sebagai gangguan yang mengganggu upaya kelompok untuk mencapai tujuan mereka.

– *Need for control*

Teori *cultural studies* dari Hall yang dibuat berdasarkan penginterpretasian Marxis akan sejarah yang mengklaim bahwa *money is power*. Masyarakat memiliki praktik kontrol hegemoni dalam upaya untuk mempertahankan status quo. Media yang dikontrol oleh korporasi membentuk wacana dominan yang membingkai interpretasi dari berbagai kejadian. Mereka menyediakan *myths* pedoman untuk membentuk persepsi kita akan dunia dan sebagai kontrol sosial masyarakat. Kajian budaya Hall didasarkan pada interpretasi Marxis yang luas yang mengklaim uang adalah kekuasaan. Masyarakat "kaya" memiliki kontrol terhadap "si miskin" dalam upaya untuk mempertahankan status quo. Media korporat membentuk wacana dominan yang membingkai penafsiran peristiwa. Mereka menyediakan mitos pemandu yang membentuk persepsi kita tentang dunia dan berfungsi sebagai sarana kontrol sosial.

– *Need for reduce uncertainty*

Teori Berger yaitu *uncertainty reduction theory* menunjukkan bahwa motif dalam komunikasi adalah untuk mendapatkan pengetahuan dan menciptakan pemahaman. Ketika pertama kali bertemu orang lain, kita ingin menemukan informasi yang akan meningkatkan kemampuan kita untuk memprediksi bagaimana interaksi masa depan akan terjalin. Keinginan untuk mengurangi

ketidak-pastian yang sangat tinggi ketika kita tahu bahwa kita akan melihat seseorang di masa depan, orang lain memiliki sesuatu yang kita inginkan, atau orang yang bertindak dengan cara yang aneh. Menurut teori Berger, bahwa kebanyakan komunikasi adalah bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan dan menciptakan pemahaman. Ketika kita baru pertama kali bertemu seseorang, maka kita ingin mengungkapkan informasi yang dapat meningkatkan kemampuan kita untuk memprediksi bagaimana interaksi di masa depan akan berlangsung dengan orang tersebut. Keinginan kita untuk mengurangi ketidak-pastian ini akan menjadi semakin tinggi jika kita mengetahui bahwa kita akan bertemu orang itu di masa depan, seseorang yang ingin kita temui di masa depan, atau seseorang yang bertingkah aneh.

– *Need for reduce anxiety*

Teori Burke pada "*Definition of Men*" menunjukkan bahwa kesempurnaan bahasa dapat membuat kita semua merasa bersalah bahwa kita tidak lebih baik dari kita. Rasa bersalah telah mencakup semua istilah untuk mencakup setiap bentuk *anxiety, tension, embarrassment, shame, dan disgust intrinsic* dengan kondisi manusia. *Dramatism* menawarkan dua cara untuk menyingkirkan perasaan yang berbahaya ini. Opsi pertama adalah mengakui dosa dan kekurangan kita dan kemudian meminta maaf. Pilihan kedua adalah untuk menyalahkan orang lain melalui *redemption* yaitu *victimage*. Jika memang benar bahwa semua komunikasi kita berguna untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan kepentingan sendiri, maka akan menyerang diri kita bahwa kita adalah orang yang benar-benar egois. Kita tidak meragukan bahwa keinginan untuk afiliasi, prestasi, dan bentuk kontrol banyak percakapan seperti halnya keinginan kita untuk mengurangi tingkat keraguan dan ketakutan. Sebagai dua akar leksikal yang disarankan yaitu *responsibility* berarti mampu merespon yang menunjukkan bahwa setiap teori motivasi menunjukkan kita tidak punya pilihan, sehingga kita memilih untuk menjadi skeptis.

– *Cause for pause*

Tidak dapat dipungkiri bahwa semua bentuk komunikasi yang kita lakukan adalah untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan ketertarikan kita sendiri, misalnya kebutuhan akan afiliasi, penghargaan, dan kontrol, serta keinginan untuk mengurangi rasa takut dan kecemasan. Namun ada saat di mana kita dapat (bahkan harus) menolak keinginan tersebut dan lebih peduli akan orang lain. Kita juga disarankan untuk mampu merespon orang lain.

## 2. Citra Diri

Komunikasi memengaruhi dan dipengaruhi oleh rasa identitas diri, yang sangat berbentuk dalam konteks budaya kita.

*Symbolic interactionism* yang dikemukakan oleh Mead menyatakan bahwa konsep diri kita terbentuk melalui komunikasi. Dengan mengambil peran orang lain dan melihat bagaimana kita melihat kepada mereka, kita mengembangkan rasa identitas diri. Sehingga dalam hal ini, kita akan *looking glass self* yang membentuk bagaimana kita berpikir dan bertindak dalam masyarakat. *Looking glass self* ini membentuk bagaimana kita berpikir dan bertindak di dalam komunitas. Aronson dan Cooper dengan *cognitive dissonance theory* melakukan disonansi negatif yang memengaruhi citra diri kita sampai kita menemukan suatu cara untuk mengurangi perasaan menyedihkan tersebut. Menurut Aronson dan Cooper revisi dari *cognitive dissonance theory*, disonansi dampak citra diri kita negatif sampai kita menemukan cara untuk mengusir perasaan yang menyedihkan ini. Tiga teori yang membahas budaya berurusan dengan hubungan antara budaya dan identitas. Dalam teori *face-negotiation theory*, Ting-Toomey mendefinisikan wajah sebagai citra diri publik kita. Dia mengatakan bahwa orang yang dibesarkan dalam budaya individualistis cenderung memiliki *I*-identitas dan prihatin dengan menyelamatkan muka. Orang yang lahir ke dalam budaya *collectivistic* hampir selalu memiliki *We*-identity dan terutama berkaitan dengan *face* orang lain.

*Self image* merupakan suatu identitas, gambaran mental yang kita gunakan untuk melihat diri kita sendiri, yang dipengaruhi secara kuat oleh cara orang lain merespon kita. Ada tiga teori yang mengamalkan budaya dengan hubungan antara budaya dan identitas. Dalam *face negotiation theory*, Ting-Toomey mendefinisikan *face* sebagai *self-image* kita di hadapan publik. Ia menyatakan bahwa orang yang dibesarkan di dalam budaya individualis cenderung memiliki *I-identity* dan lebih peduli dengan penyelamatan *face* sendiri. Di sisi lain, orang yang dibesarkan dalam budaya kolektivistis cenderung memiliki *we-identity* dan lebih peduli dengan *giving face* terhadap orang lain.

Teori yang dikemukakan oleh Giles yaitu *communication accommodation theory* mendalilkan bahwa selama pertemuan antarkelompok, orang yang identitasnya terikat pada keanggotaan mereka dalam kelompok sosial atau budaya akan berkomunikasi dengan cara yang menyimpang dari gaya berbicara anggota luar kelompok.

Studi Philipsen tentang Nacirema dan *speech codes* di Teamsterville menggambarkan perdebatan ide Giles. Etnografer menemukan bahwa setiap orang di Nacirema berusaha untuk menjadi unik, mandiri, sedangkan kode Teamsterville mendefinisikan penduduk sebagai kumpulan peran sosial.

*Cause for pause: self-concept* adalah topik utama yang dibahas dalam bidang komunikasi. Sebagian besar dari kita telah ditentukan oleh orang lain dan perlu menemukan cara untuk meningkatkan harga diri kita. Sebagai tandingan atas keprihatinan ini, psikolog sosial telah mengidentifikasi atribusi mendasar kesalahan bias persepsi dasar. Ketika kita sukses, kita menafsirkannya sebagai hasil dari kerja keras kita dan kemampuan kita, tetapi ketika orang lain memiliki kesuksesan yang sama, kita cenderung menganggap mereka sebagai beruntung.

Sebaliknya, ketika orang lain gagal, kita menganggap itu kesalahan mereka sendiri, tetapi ketika kita gagal, kita menyalahkan orang lain atau mengutuk jari berubah-ubah nasib. Sebagai koreksi

terhadap persepsi bias, kita harus mempertimbangkan memberi orang lain manfaat dari keraguan sambil memegang diri kita sendiri untuk standar yang lebih ketat terhadap sebuah akuntabilitas.

### 3. Kredibilitas

Pesan verbal dan non-verbal divalidasi dan diabaikan oleh persepsi orang lain tentang kompetensi dan karakter kita. Teori retorika dari Aristoteles menggunakan terminologi *ethical proof (ethos)* untuk menggambarkan kredibilitas pembicara yang memengaruhi kemungkinan *speech* tersebut dapat menjadi persuasif. Aristoteles mendefinisikan etos tersebut sebagai suatu kombinasi dari intelegensi atau kompetensi pembicara yang dipersepsikan oleh pembicara itu sendiri, karakter atau tingkat kepercayaan, dan *goodwill* terhadap audiens. Persepsi audiens akan kemampuan pembicara, kebaikan, dan kepeduliannya dapat berubah ketika mereka berbicara. Aristotle mendefinisikan etos sebagai kombinasi kecerdasan pembicara dirasakan atau kompetensi, karakter atau kepercayaan, dan *goodwill* terhadap penonton. Karena kredibilitas ada di mata yang melihatnya, persepsi penonton kemampuan pembicara, kebajikan, dan kepedulian terhadap kesejahteraan mereka bisa berubah saat dia sedang berbicara.

Dua teori lain yang memengaruhi kredibilitas sebagai penjelasan untuk efek persuasif dari pesan. Teori yang dikemukakan oleh Sherif yaitu *social judgment theory* mengklaim bahwa lintang luas penerimaan di antara pendengar dan pembaca meningkatkan kemungkinan yang signifikan terhadap perubahan sikap. Sumber kredibilitas tinggi adalah cara yang efektif untuk memperluas jangkauan pesan yang akan mereka pertimbangkan.

Petty dan Cacioppo terhadap *elaboration likelihood model* adalah teori pengaruh umum dan pribadi yang mengklaim bahwa kredibilitas memfasilitasi persuasi, tapi ELM tidak optimis tentang efek jangka panjang kredibilitas itu. Hal ini dikarenakan kita biasanya memproses isyarat kredibilitas melalui rute periferi yang mengarah ke perubahan sikap jangka pendek yang rentan terhadap suatu tantangan dan tidak memprediksi perilaku.

Burgoon dalam *expectancy violence theory* mengidentifikasi valensi komunikator terhadap penghargaan sebagai variabel kunci dalam memprediksi efek kata-kata atau perbuatan yang mengejutkan orang lain. Indeks ini adalah jumlah total dari semua atribut positif dan negatif yang orang lain bawa ke pertemuan ditambah potensi dia atau untuk menghargai atau menghukum kita di masa depan.

*Agenda setting theory* dari McComb dan Shaw mengemukakan bahwa peneliti tidak hanya mengawasi frekuensi atribusi kandidat yang disebut oleh media, namun juga menuliskan intonasi afektif dalam rujukan tersebut. Cara media dalam membingkai kompetensi, kepribadian, dan moralitas *public figure* jelas memengaruhi persepsi pemilih tentang kredibilitas kandidat dan memiliki efek besar dalam eleksi. Dengan cara seperti, untuk studi pemilu berdasarkan tingkat kedua *agenda-setting theory* dari McCombs dan Shaw, peneliti tidak hanya memantau frekuensi atribut kandidat yang disebutkan oleh media, tetapi juga perhatikan nada afektif referensi ini. Cara media membingkai kompetensi publik, kepribadian, dan moralitas jelas memengaruhi persepsi pemilih kredibilitas kandidat dan memiliki pengaruh besar pada pemilu.

*Standpoint theory* dari Harding dan Wood menyadari bahwa wanita, ras minoritas, dan kelompok masyarakat yang termajinalisasi memiliki kredibilitas yang rendah di mata orang lain yang memiliki status yang lebih tinggi. Ironisnya, penilaian negatif ini membuat pihak yang *powerless* memosisikan diri mereka sebagai yang memiliki pandangan yang salah akan realitas sosial yang membuat mereka semakin dipandang rendah oleh orang lain. Tapi ironi penilaian negatif ini adalah bahwa tak berdaya menempati posisi yang memberi mereka pandangan yang palsu tentang realitas sosial daripada yang tersedia untuk *overprivileged* yang memandang rendah mereka.

Semua teori dikutip dalam *thread* ini merupakan hal yang dirasakan kredibilitas sebagai aset berharga dalam proses komunikasi. Tapi seperti ELM menunjukkan, fokus kita pada sumber pesan dapat

menyebabkan kita melupakan nilai intrinsik dari apa yang dikatakan. Penilaian kredibilitas merupakan suatu aspek yang bernilai dalam proses komunikasi, namun seperti yang dinyatakan dalam ELM bahwa fokus yang terlalu dalam pada sumber pesan akan membuat kita melupakan nilai intrinsik dari apa yang sedang disampaikan.

#### 4. Ekspektasi

Apa yang kita harapkan untuk mendengar atau melihat akan memengaruhi persepsi kita, interpretasi, dan respon selama interaksi. *Expectancy violence theory* dari Burgoon mendefinisikan harapan seperti apa yang kita antisipasi akan terjadi daripada apa yang kita inginkan. Dalam pertemuan interpersonal, harapan kita dibentuk oleh konteks budaya dan situasional, karakteristik komunikator seperti usia, jenis kelamin, penampilan, kepribadian, dan gaya berbicara, dan sifat hubungan kita. Menurut *interaction adaptation theory* dari Burgoon kita mengubah posisi interaksi kita sebagai hasil dari harapan kita. Ketika harapan kita dilanggar, kita bereaksi positif atau negatif tergantung pada pelanggaran valensi dan komunikasi terhadap yang valensi penghargaan. Harapan merupakan bagian integral dari teori interpersonal yang lain juga. *Self-fulfilling prophecy* merupakan implikasi utama dari *looking glass-self* yang dijelaskan oleh *symbolic interactionism* dari Mead. Lainnya cenderung berperilaku cara kita mengharapkan mereka untuk bertindak, mereka menjadi apa yang kita lihat.

*Uncertainty reduction theory* dari Berger menyatakan bahwa harapan interaksi masa depan meningkatkan motivasi kita dalam mengurangi ketidak-pastian. Prediksi ini bergema dalam *social information processing theory* (SIP) dari Walther. Menurut *hyperpersonal perspective* dari SIP, antisipasi interaksi masa depan ditambah dengan rasa berlebihan hasil kesamaan dalam *self-fulfilling prophecy*. Orang yang dianggap mulai indah bertindak seperti itu. Teori diperkenalkan di bagian media-efek mengklasifikasikan harapan sebagai variabel utama.



*Cultivation theory* dari Gerbner menyatakan bahwa kekerasan simbolik di televisi menciptakan ketakutan berlebihan bahwa penonton akan mendapatkan ancaman fisik, dirampok, diperkosa, atau dibunuh. Harapan ini menyebabkan *heavy viewer* untuk memiliki ketidakpercayaan umum lain, yang menyebabkan mereka untuk mendesak pembatasan lebih dan penggunaan kekuatan terhadap orang-orang yang mereka takuti.

Burgoon menunjukkan, bahwa budaya sangat memengaruhi harapan kita. Menurut *face negotiation theory* Ting-Toomey, orang-orang saling tergantung dibesarkan dalam budaya *collectivistic* mengharapkan orang lain untuk mendukung citra ke publik memberi mereka "wajah", sementara rekan-rekan independen mereka dibesarkan dalam budaya individualistik seperti tidak memiliki harapan. Harapan adalah proyeksi dari persepsi kita ke masa depan dalam mengantisipasi mengulangi performa. Persepsi adalah interpretasi pengalaman sensorik yang terjadi di masa sekarang. Dua konsep yang mudah untuk membingungkan dan sulit untuk diukur. Karena kita tidak pernah bisa tahu pasti apa pengalaman orang lain, teori yang menarik dengan konsep harapan mungkin terdengar lebih definitif daripada yang sebenarnya. Keempat *threads* dari *motivation*, *self-image*, *credibility*, dan *expectation* adalah variabel psikologis yang sangat memengaruhi komunikasi.

Apa yang kita ekspektasikan untuk didengar dan dilihat akan memengaruhi persepsi, interpretasi, dan respon kita selama berinteraksi. *Expectancy violation theory* dari Burgoon mendefinisikan ekspektasi sebagai apa yang kita ekspektasikan akan terjadi, bukannya apa yang diharapkan untuk terjadi. Dalam pertemuan antarpersonal, ekspektasi kita dibentuk oleh konteks budaya dan situasional, karakteristik komunikator, seperti umur, *gender*, penampilan, gaya berbicara, dan sifat hubungan kita. Berdasarkan *interaction adaptation theory* dari Burgoon, kita mengganti posisi interaksi kita sebagai hasil dari ekspektasi kita. Ketika ekspektasi kita dilanggar, kita akan bereaksi positif atau negatif bergantung

pada valensi pelanggaran dan *reward* dari valensi komunikator tersebut.

Ekspektasi juga bersifat integral dalam setiap teori antarpribadi. *Self-fulfilling prophecies* merupakan implikasi utama dari *looking glass self* yang dijelaskan Mead dalam teori *symbolic interactionism*. Orang lain cenderung menyikapi cara kita berekspektasi terhadap tindakan mereka, mereka menjadi seperti apa yang kita ekspektasikan. *Uncertainty reduction theory* dari Berger menyatakan bahwa ekspektasi terhadap interaksi masa depan akan meningkatkan motivasi kita untuk mengurangi ketidak-pastian. Prediksi ini kemudian digunakan lagi dalam *social information processing theory* dari Walther berdasarkan *hyperpersonal perspective* dari SIP, pengantisipasi interaksi masa depan yang kita lakukan berkaitan dengan *sense of similarity* kita yang berlebih-lebihan yang kemudian dapat menghasilkan *self-fulfilling prophecy*. Orang dipersepsikan luar biasa akan berusaha bertindak luar biasa pula.

Teori yang menjelaskan tentang efek media mengklasifikasikan ekspektasi sebagai variabel yang penting. *Cultivation theory* dari Gerbner yang menggambarkan kekerasan simbolik menciptakan suatu ketakutan yang berlebih-lebihan pada penonton. Ekspektasi ini mengakibatkan penonton kelas berat (*heavy viewer*) akan menjadi tidak percaya terhadap orang lain, yang membuat mereka melakukan pembatasan yang berlebih-lebihan dan menggunakan kekerasan terhadap orang yang mereka takuti.

Burgoon mengindikasikan bahwa budaya akan sangat memengaruhi ekspektasi kita. Berdasarkan teori *face negotiation* dari Ting-Toomey, orang-orang yang interdependen dalam budaya kolektifis berekspektasi bahwa orang lain akan mendukung citra dirinya di hadapan publik, dengan *giving face* kepada mereka, sementara orang yang independen dalam budaya individualis tidak memiliki ekspektasi yang sama. Ekspektasi merupakan proyeksi dari persepsi kita di masa depan, kita akan mengantisipasi performa yang berulang. Persepsi merupakan interpretasi dari pengalaman sensorik yang terjadi saat ini. Kedua konsep ini membingungkan

dan *tricky* karena kita tidak pernah mengetahui secara pasti pengalaman orang lain.

Keempat *threads* di atas sangat berpengaruh terhadap komunikasi. Namun tidak begitu krusial dalam menciptakan dan menginterpretasikan pesan. Enam *threads* selanjutnya akan lebih fokus pada pesan.

## 5. Adaptasi Khalayak

Dengan penuh kesadaran membuat pesan orang khusus berpusat untuk situasi, meningkatkan kemungkinan kita untuk mencapai tujuan komunikasi. *Person-centered messages* dijelaskan oleh Delia dalam *constructivism* yang merupakan adaptasi terhadap satu audiens. Setelah memilih beberapa tujuan, komunikator mengembangkan rencana pesan yang disesuaikan dengan orang yang tertentu dalam situasi spesifik lagi. Menurut Delia, tidak semua orang memiliki kompleksitas kognitif untuk menariknya keluar. Tetapi mereka yang mampu memanfaatkan konstruksi interpersonal yang luas akan lebih mungkin untuk mencapai tujuan mereka.

*Social judgment theory* dari Sheriff memprediksi bahwa orang-orang yang ingin memengaruhi yang lain akan paling berhasil jika mereka pertama kali mengetahui lintang penerimaan lain, dan kemudian menyusun pesan persuasif yang jatuh di dalamnya. *Elaboration likelihood model* dari Petty dan Cacioppo menunjukkan bahwa pembujuk pertama menilai apakah target penonton siap dan mampu untuk memikirkan argumen isu yang relevan dalam mendukung posisi pembujuk. Jika tidak, pembujuk masih dapat mencapai perubahan sementara sikap dengan memfokuskan perhatian pada isyarat periferi. Gagasan adaptasi strategis atau bijaksana kepada audiens tidak terbatas pada teori-teori komunikasi interpersonal.

Dalam konteks *the rhetoric*, seluruh retorika Aristotle adalah analisis yang komprehensif tentang bagaimana khalayak menanggapi berbagai jenis pesan dan utusan. Burke dalam *dramatism* bahkan lebih peduli dengan kemampuan pembicara untuk berhasil

mengidentifikasi penonton. Tanpa identifikasi tidak ada persuasi. Sampai-sampai pembicara dapat membangun landasan bersama dengan menunjukkan latar belakang yang sama, kepribadian, gaya berbicara, kepercayaan dan sistem nilai, maka pembicaraan akan berhasil.

Dalam pengaturan antarbudaya, *communication accommodation theory* (CAT) dari Giles berfokus pada partai penyesuaian gaya bicara mereka. CAT menganggap konvergensi gaya bicara sebagai hasil alami ingin diterima oleh yang lain, biasanya menggambar respon positif. Perbedaan *divergence* menonjolkan melalui cara bicaranya yang terjadi ketika komunikator yang bersangkutan menjaga atau mempertahankan identitas kelompok khususnya. Seperti semua teori di *thread* ini akan memprediksi, perbedaan menginduksi respon negatif dari yang lain. Semua teori ini menunjukkan bahwa untuk efektivitas maksimum, kita sadar harus beradaptasi terhadap sikap pesan, tindakan, atau kemampuan dari penonton.

Dengan fokus menciptakan *person-centered message* yang spesifik dengan situasi, kita meningkatkan kemungkinan pencapaian tujuan komunikasi kita. *Person-centered message* yang dijabarkan dalam teori *constructivism* dari Delia menyatakan tentang adaptasi dengan audiens. Setelah melakukan seleksi dari berbagai tujuan, komunikator mengembangkan sebuah pesan yang bertujuan mengaitkan pesan dengan situasi spesifik. Delia menyatakan bahwa tidak semua orang yang memiliki *cognitive complexity* melakukan hal tersebut. Melainkan, orang yang melakukan persiapan bagi konstruksi antarpersonal lah yang lebih berupaya untuk mencapai tujuan tersebut.

*Social judgement theory* dari Sherif memprediksi bahwa setiap orang yang ingin memengaruhi orang lain akan lebih berhasil jika mereka terlebih dahulu mencoba untuk menemukan *latitude of acceptance* orang lain dan kemudian menciptakan suatu pesan persuasi yang jatuh dalam rentang tersebut. *Elaboration likelihood model* dari Petty dan Cacioppo menyatakan bahwa *persuader* sebaiknya menentukan apakah target audiens tersebut siap dan mampu memikirkan isu

yang relevan dengan argumen yang mendukung posisi penganjur tersebut. Jika tidak, *persuader* dapat mengubah pencapaian menjadi suatu perubahan sikap temporal dengan memfokuskan perhatian pada *peripheral cues*.

Ide tentang strategi beradaptasi terhadap audiens tidak terbatas pada teori komunikasi antarpribadi saja. Dalam konteks publik, Aristotle memperkenalkan konsep retorika yang merupakan analisa komprehensif tentang bagaimana audiens merespon tipe pesan yang berbeda dan penyampai pesan yang berbeda. Misalnya, ketika seorang pembicara ingin menyesuaikan pesannya agar terlihat kredibel di depan pendengar, maka ia perlu menganalisa karakteristik dan sikap audiensnya. Teori *dramatism* dari Burke lebih fokus pada kemampuan pembicara untuk mengidentifikasi audiens karena tanpa identifikasi maka tidak akan terjadi persuasi. Pembicara dapat membentuk kesamaan dengan mendemonstrasikan latar belakang, kepribadian, gaya berbicara, dan sistem nilai atau kepercayaannya yang sama dengan audiens agar dapat mencapai kesuksesan dalam penyampaian pembicaraan/percakapan.

Dalam *setting* antarbudaya, *communication accomodation theory* fokus pada penyesuaian setiap pihak pada gaya *speech*. CAT menganggap bahwa konvergensi dari gaya berbicara merupakan hasil yang wajar jika kita ingin diterima oleh orang lain, biasanya untuk menggambarkan respon yang positif. Divergensi adalah dengan mengaksentuasikan perbedaan lewat cara menyampaikan *speech* dan ini terjadi ketika komunikator lebih fokus pada pertahanan identitas kelompoknya yang berbeda. Divergensi ini dapat menimbulkan respon negatif dari orang lain.

Kebanyakan teori ini menyarankan bahwa untuk mencapai keefektifan maksimum, kita harus secara sengaja menyesuaikan pesan kita dengan perilaku, aksi, atau kemampuan audiens. Bahayanya adalah dengan melakukan penyesuaian tersebut, kita dapat kehilangan pesan otentisitas dari pesan kita atau integritas kita terhadap kepercayaan kita sendiri. Penyesuaian ini dapat

menjadi masalah ketika kita hanya menyampaikan apapun yang ingin didengarkan oleh orang lain. Raymon Bauer menyatakan bahwa suatu kemungkinan yang terjadi adalah suatu pengadaptasian terhadap audiens justru malah berakhir pada perubahan pembicaraannya, bukannya perubahan dari audiens. Jika hal ini terjadi, studi Festinger tentang *cognitive dissonance theory* mungkin akan dapat menjawab prediksi yang mengejutkan tersebut.

## 6. Konstruksi Sosial

Orang dalam sebuah percakapan membangun bersama realitas sosial mereka sendiri dan sekaligus dibentuk oleh dunia yang mereka buat. Pernyataan konstruksi sosial diambil langsung dari Pearce dan Cronen mengenai *coordinated management of meaning*. Mereka melihat diri mereka sebagai peserta yang penasaran dalam dunia pluralistik sebagai lawan ilmuwan sosial yang mereka gambarkan sebagai pengamat terpisah mencoba untuk menemukan kebenaran tunggal. Karena CMM mengklaim bahwa orang bersama-sama menciptakan dunia sosial di mana mereka tinggal, teori mendorong kita untuk bertanya.

*Critical theory of communication in organization* dari Deetz menantang gagasan tradisional bahwa komunikasi hanyalah transmisi informasi atau yang menggambarkan realitas independen. Bahasa adalah konstitutif, melainkan terus-menerus menciptakan bukan hanya mewakili apa yang sudah ada. Tapi tidak seperti CMM, versi Deetz *social construction* berfokus pada masalah kekuasaan. Dia menggambarkan cara rahasia manajer menggunakan bahasa untuk mendapatkan persetujuan pekerja untuk praktik yang memperluas kendali perusahaan atas kehidupan mereka.

Teori lain bahasa, hubungan, dan komunikasi media sebagai hal menciptakan makna bukannya mencerminkan hal itu. *Symbolic interactionism* dari Mead menggambarkan bagaimana konsep diri kita dibentuk oleh komunikasi verbal dan non-verbal dari orang lain yang signifikan. Generasi kedua Baxter mengenai *relational dialectics* menyatakan bahwa komunikasi adalah konstitutif dalam

hal itu menciptakan kontradiksi semua mitra relasional pengalaman. Tapi komunikasi kita juga menciptakan momen singkat saling penyempurnaan, penyelesaian, atau keutuhan yang mendukung hubungan dekat di tengah-tengah ketegangan dialektis.

*Interactional view* dari Watzlawick ini melihat setiap keluarga sebagai memainkan permainan satu jenis dengan aturan buatan yang menciptakan keluarga realitas sendiri yang sering merusak. Dia menganggap fungsi terapi seperti membantu anggota membingkai suatu realitas sosial alternatif di mana mereka dapat bertahan hidup, dan mungkin bahkan berkembang.

McLuhan dalam *media ecology* menggambarkan proses konstruksi yang lebih halus, dirangkum dalam pernyataannya bahwa kita membentuk alat-alat dan mereka pada gilirannya membentuk kita. McLuhan menyatakan bahwa televisi dan lainnya penemuan komunikasi mengubah lingkungan sensorik di mana kita hidup. Berbagai teori hanya mengutip dan menunjukkan bahwa gagasan konstruksi sosial mapan di bidang komunikasi.

Orang yang ada dalam percakapan akan mengkonstruksikan ulang realitas sosial mereka sendiri dan secara berkesinambungan dibentuk oleh dunia yang mereka ciptakan. Konstruksi sosial merupakan penciptaan dunia sosial yang kita tinggali secara komunal. Pernyataan tentang konstruksi sosial di atas diambil dari pernyataan Pearce dan Cronen dari *coordinated management of meaning*. Mereka memandang dirinya sebagai partisipan yang mencurigai dunia yang plural seperti yang diajukan oleh para ilmuwan sosial yang berusaha menemukan kebenaran tunggal. CMM menyatakan bahwa orang akan bersama-sama menciptakan dunia sosial yang mereka tinggali.

Seperti halnya CMM, *Critical theory of communication in organization* dari Deetz menantang ide terdahulu yang menyatakan bahwa komunikasi sebenarnya merepresentasikan apa yang sudah kelihatan. Namun tidak seperti CMM, konstruksi sosial yang diperkenalkan Deetz fokus pada isu *power*. Ia menyatakan bahwa

manajer menggunakan bahasa tertentu untuk membuat pekerjanya menyetujui praktik-praktik yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengontrol hidup karyawannya.

Teori bahasa, *relationship*, dan media lain menganggap bahwa komunikasi lebih pada penciptaan makna, bukannya perefleksian makna tersebut. *Symbolic interactionism* dari Mead menggambarkan bagaimana konsep diri kita dibentuk oleh komunikasi verbal dan non-verbal yang signifikan dengan orang lain. *Relational dialectics* dari Baxter menyatakan bahwa komunikasi dapat menciptakan kontradiksi dalam hubungan relasional, namun itu juga dapat membantu membentuk hubungan yang lebih akrab.

Dalam teori *interactional view* dinyatakan bahwa setiap keluarga seperti sedang memainkan suatu jenis permainan yang merupakan *homemade rules* yang dapat menciptakan realitas yang dimiliki oleh keluarga itu. Hal ini dapat bersifat destruktif. Terapi dapat membantu mereka untuk mengkonstruksi ulang alternatif realitas yang baru. Di sisi lain, *media ecology* menyatakan bahwa kita membentuk alat kita dan kemudian alat itu justru membentuk kita dan mengonstruksi pemikiran kita tentang realitas.

## 7. Berbagi Makna

Komunikasi kita berhasil berdasarkan sejauhmana kita dapat menginterpretasi tanda-tanda umum yang kita gunakan. *Cultural approach to organizations* dari Geertz dan Pacanowsky menggambarkan kultur sebagai jaringan yang penting, yaitu sistem makna bersama. Dalam definisi ini, Geertz mengatakan kita harus menyibukkan diri tidak hanya dengan struktur jaring budaya, tetapi juga dengan proses jalinan komunikasi mereka. Menerapkan ide Geertz untuk organisasi, Pacanowsky berfokus pada interpretasi kolektif cerita, metafora, dan ritual.

Philipsen mendefinisikan *speech code* sebagai historis yang diundangkan, sistem sosial yang dibangun istilah, temuan, tempat, dan aturan tentang perilaku komunikatif. *Communication privacy management theory* dari Petronio menyatakan bahwa orang-orang



yang diberitahu atau diberi akses ke informasi pribadi menjadi milik bersama terhadap informasi tersebut.

*Coordinated management of meaning* dari Pearce dan Cronen menegaskan bahwa makna sosial diciptakan dan harus terus dikelola. Interpretasi bersama (apa yang mereka sebut koherensi) atau tidak, bagaimanapun, berarti bahwa pihak-pihak akan melihat mata ke mata. Pearce mengatakan bahwa dua orang mungkin mengkoordinasikan percakapan dan tindakan mereka satu sama lain bahkan ketika mereka tidak, dan mungkin seharusnya tidak sepakat.

*Cultural studies* dari Hall memiliki level yang sama dalam mengontrol media, menyebut hegemoni praktik. Teori ini tidak memandang hegemoni sebagai plot atau konspirasi antara praktisi media, namun hasil akhirnya adalah bahwa konglomerat industri media dan budaya lainnya membangun makna dalam bentuk masyarakat. Melihat budaya dari perspektif Marxis, Hall melihat media sebagai alat ideologis yang kuat bahwa kerangka penafsiran kejadian untuk kepentingan orang kaya atas orang miskin.

*Semiotics* dari Barthes menjelaskan bagaimana tanda bekerja. Media mengambil tanda denotatif dan menggunakannya sebagai penanda untuk dipasangkan dengan cara berbeda makna ditandai. Citra yang dihasilkan adalah tanda konotatif baru yang dipinjam tanda asli tapi telah kehilangan makna historisnya. Gagasan bahwa orang bukan *mean* itu berarti menunjukkan bahwa teks tidak menafsirkan sendiri. Jika itu benar, interpretasi bersama adalah sebuah prestasi dari audiens daripada kejelasan pesan. Didorong ke ekstrim, bagaimanapun, orang akan menyiratkan bahwa apa yang dikatakan tatap muka, yang ditulis pada halaman, atau digambarkan pada layar membuat sedikit perbedaan.

Komunikasi kita sukses jika kita membagikan interpretasi yang sama terhadap tanda yang kita gunakan. *Shared meaning* merupakan interpretasi yang sama di antara banyak orang atau saling memahami pesan verbal dan non-verbal yang disampaikan. *Cultural approach to organizations* dari Geertz dan Pacanowsky

menggambarkan budaya sebagai suatu jaringan yang signifikan atau sistem *shared meaning*. Geertz menyatakan bahwa kita harus memfokuskan diri kita bukan hanya kepada struktur jaringan budayanya saja, melainkan juga pada proses pemutaran budaya tersebut, yaitu komunikasi. Karena pengaplikasian ide ini ke dalam organisasi, Pacanowsky fokus pada interpretasi kolektif terhadap cerita, metafora, dan ritual.

Philipsen kemudian mendefinisikan *speech code* sebagai suatu sejarah yang sudah ditetapkan sebelumnya, sistem terminologi yang telah dikonstruksi, makna, premis, dan aturan yang terkait dengan komunikasi itu sendiri. Ia kemudian menyarankan etnografi sebagai suatu pengamatan dengan berpartisipasi dalam komunitas sebagai suatu cara untuk mendeterminasikan apa makna dari *speech code* bagi penggunaannya.

*Communication privacy management theory* dari Petronio menyatakan bahwa orang yang sudah disampaikan atau mempunyai akses terhadap informasi yang bersifat privat akan menjadi *co-owners* dari informasi tersebut. Namun, *shared meaning* tidaklah terjadi secara otomatis di antara mereka. CPM menyatakan bahwa *co-owners* perlu saling bernegosiasi untuk menentukan aturan privasi terkait dengan penyampaian rahasia itu kepada orang lain.

Ahli lain berusaha untuk mendeskripsikan cara untuk saling memahami yang cenderung sulit. *Coordinated management meaning* dari Pearce dan Cronen menyatakan bahwa makna secara sosial diciptakan dan secara konstan perlu dikelola. *Shared interpretation* (koherensi) bukan berarti setiap pihak sudah saling sesuai. Namun, meskipun mereka saling tidak setuju, dua orang tersebut tetap harus mengkoordinasikan percakapan dan aksinya satu sama lain.

Dalam *critical theory of communication in organizations* dari Deetz menyatakan bahwa makna ada di dalam orangnya, bukan di dalam kata-katanya. Yang menjadi masalah adalah, makna siapa yang sebenarnya ada dalam orang tersebut. Teori ini kemudian menemukan bahwa kalangan eksekutif cenderung memaksakan makna mereka atas pekerja dan *stakeholder* lain.

*Cultural studies* dari Hall menyatakan bahwa konglomerasi media dan berbagai budaya industri lainnya membentuk masyarakat. Media mempunyai alat ideologis yang *powerful* untuk membentuk penginterpretasian masyarakat akan setiap kejadian disebut hegemoni. Semiotika menjelaskan teknik media tersebut, yaitu dengan menempatkan tanda denotatif dan kemudian menggunakannya sebagai *signifier* untuk dibandingkan dengan *signified* yang berbeda. Gambaran yang dihasilkan adalah tanda konotatif baru yang menggunakan tanda asli, namun kehilangan makna sejarahnya.

Ide yang menyatakan bahwa yang memberikan makna lebih kepada orangnya, bukan kata-kata itu sendiri menyatakan bahwa teks tidak dapat menginterpretasi dirinya sendiri. Jika itu terjadi, maka *shared interpretation* pasti akan dapat dicapai oleh semua orang. Makna yang ada dalam orang mengimplikasikan bahwa apa yang disampaikan secara tatap muka, tertulis, atau tergambar di layar akan mempunyai sedikit perbedaan. Setiap teks terbuka untuk diinterpretasi, tidak peduli akan hal apa yang dimaksudkan oleh komunikator.

## 8. Naratif

Kita merespon positif terhadap cerita dan kita dapat mengidentifikasi citra dramatis. *Narrative paradigm* dari Fisher mengklaim bahwa orang pada dasarnya pendongeng. Kita mengalami kehidupan sebagai rangkaian narasi yang berkelanjutan sebagai konflik, karakter, awal, pertengahan, dan akhir. Hampir semua komunikasi adalah cerita yang kita nilai dengan koherensi narasi dan kesetiaan narasi.

*Symbolic convergence* dari Bormann tak bisa memprediksi kapan sebuah cerita atau pesan mendramatisir lainnya akan memicu keramaian di antara anggota kelompok. Tapi ketika itu terjadi, rantai fantasi yang dihasilkan menunjukkan bahwa tidak hanya benar, tetapi juga menciptakan ledakan simbolis. Ketika fantasi suatu kelompok dibagi dengan cara ini, hasilnya adalah simbolik

konvergensi, kesadaran umum kelompok dan peluang lebih banyak terjadinya kekompakan yang lebih besar.

Burke melihat semua kehidupan sebagai drama. Tapi, tidak seperti Fisher, ia percaya sulit untuk memahami arti di belakang layar. *Cultivation theory* dari Gerbner mengatakan bahwa televisi telah menjadi kekuatan dominan dalam masyarakat kita karena menceritakan sebagian besar cerita, sebagian besar waktu. Karena cerita yang berjalan TV dipenuhi dengan kekerasan simbolik, dunia itu menciptakan untuk *heavy viewer* adalah tempat yang jahat dan menakutkan. Cerita-cerita ini secara bertahap menumbuhkan rasa takut dengan perlahan mengubah persepsi pemirsa dari lingkungan sosial mereka.

Tiga teori lain mengacu pada cerita sebagai sarana utama untuk menciptakan akhir yang diinginkan. *Coordinated management of meaning* dari Pearce dan Cronen mengklaim bahwa cerita-cerita kita katakan adalah cara untuk mengelola makna. Cerita kita diberitahu selalu dibingkai oleh identitas kita, hubungan kita dengan orang lain, episode yang mereka lihat, dan budaya di mana kita merupakan bagiannya.

Pendekatan kebudayaan dari Geertz dan Pacanowsky terhadap organisasi menganggap cerita sering diulang-ulang sebagai cara untuk mensosialisasikan karyawan baru. Untuk pengamat, cerita adalah lensa yang akan digunakan untuk melihat budaya perusahaan yang unik. Tannen mengamati bahwa perbedaan antara laki-laki dan gaya *genderlect* perempuan dapat dilihat pada bagaimana mereka bercerita. Sebagai pahlawan cerita mereka sendiri, laki-laki mencoba untuk meningkatkan status mereka. Dengan menceritakan kisah tentang orang lain, atau mengecilkan peran mereka dalam narasi mereka, perempuan mencari koneksi. Kita percaya bahwa cerita keduanya menarik dan kuat. Dalam kebanyakan bab kita telah menggunakan contoh yang diperpanjang untuk membuat teori menjadi hidup. Tapi seperti Warnick mengingatkan kita dalam komentar-komentarnya pada *narrative*

*paradigm*, ada cerita buruk yang efektif dapat menyesatkan orang atau menghancurkan mereka.

*Narrative paradigm* dari Fisher mengklaim bahwa orang secara esensial merupakan *storyteller*. Kita mengalami hidup yang merupakan serangkaian narasi yang berkelanjutan, sebagai konflik, karakter, awal, mula, dan akhir. Hampir semua komunikasi merupakan suatu cerita yang dinilai berdasarkan koherensi narasinya dan *fidelity* narasi tersebut, apakah cerita itu saling berkaitan, apakah terdengar benar? *Symbolic convergence theory* dari Bormann tidak dapat memprediksi kapan suatu cerita atau pesan yang didramatisir akan dapat menangkap apa yang terjadi di antara anggotanya. Namun ternyata itu bukan hanya terdengar benar, melainkan menimbulkan ledakan simbolis. Ketika fantasi kelompok dibagikan dengan cara yang sama, maka akan terjadi *symbolic convergence* yaitu kesadaran yang sama dalam suatu kelompok dan seringkali menciptakan kohesivitas yang lebih tinggi.

Burke memandang semua hidup sebagai suatu drama. Namun, sangat sulit untuk menemukan perbedaan di balik makna tersebut. Teori ini menyediakan teknik literal untuk menemukan motivasi pembicara atau pengarang, yaitu *dramatistic pentad*. Teori kultivasi menyatakan bahwa TV menyampaikan cerita paling banyak kepada kita, hampir setiap waktu. Cerita dari TV tersebut membuat dunia menjadi tempat yang menakutkan. *Coordinated management of meaning* menyatakan bahwa cerita yang kita sampaikan merupakan salah satu cara untuk mengatur makna. Cerita itu dibentuk oleh identitas kita. Pengkoordinasian cerita kita dengan cerita hidup kita merupakan suatu pekerjaan yang tetap akan kita lakukan seumur hidup.

*Cultural approach to organization* menyatakan bahwa cerita yang disampaikan berulang kali di dalam organisasi merupakan salah satu cara untuk mensosialisasikan karyawan baru. Cerita tersebut merupakan lensa mereka untuk melihat budaya perusahaan. *Genderlect styles* dapat dilihat dari cara mereka menyampaikan ceritanya. Sebagai *heroes* dari ceritanya sendiri, para pria mencoba

untuk mengevaluasi status mereka dengan menceritakan tentang orang lain dan merendahkan peran orang lain dalam narasi mereka. Perkataan yang disampaikan dengan baik tentunya menarik. Namun, tidak semua cerita itu baik. Ada cerita yang dapat membuat orang lain menyerang kita. Maka dari itu, kita perlu menyaring nilai, kebaikan, dan integritas dari cerita kita.

## 9. Konflik

Komunikasi yang tidak adil akan menghambat konflik, komunikasi yang sehat dapat membuat konflik produktif. *Critical theory of communication in organizations* dari Deetz menggambarkan upaya manajerial untuk menekan konflik melalui pembatasan diskursif daripada mengatasi perbedaan pendapat yang sah melalui diskusi terbuka. Ia percaya bahwa perusahaan dan pemangku kepentingan mereka akan dilayani oleh lebih banyak konflik ketika keputusan dibuat. Pencarian manajerial untuk *counter control* yang lebih besar setiap upaya untuk menegakkan demokrasi di tempat kerja. Kesempatan bagi karyawan untuk menyuarakan keluhan adalah kesempatan untuk melepaskan kepenatan tetapi jarang menyebabkan partisipasi bermakna dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Dari perspektif *cultural studies*, Hall melihat kontrol korporat yang sama komunikasi dalam cara media massa menginterpretasikan peristiwa saat ini. Sengketa dibahas, namun diskusi yang dibingkai dalam cara yang lebih jauh ideologi mereka yang sudah memiliki kekuatan.

*Theories of face-to-face interaction* juga berurusan dengan penggunaan kekuatan untuk memadamkan konflik dan bukannya bekerja melalui perbedaan. Watzlawick menjelaskan dalam *the double bind* adalah kasus klasik dari orang yang dominan dalam hubungan yang saling melengkapi bersikeras bahwa orang memiliki tindakan dengan daya rendah dalam hubungan yang simetris.

*Coordinated management of meaning* dari Pearce dan Cronen mengacu pada argumen perang budaya sebagai kecaman timbal balik yang mengutuk lawan daripada mengundang tanggapan pembicara jujur akan mempertimbangkan. CMM menawarkan model alternatif

komunikasi yang tidak meminimalkan perbedaan-perbedaan, namun secara sadar berusaha untuk menjauh dari politik kekuasaan. Teori lain menunjukkan bahwa konflik harus berangkat dengan proaktif membicarakan masalah potensial.

Sebuah prinsip inti dari manajemen *communication privacy management* Petronio itu memperingatkan bahwa ketika ko-pemilik informasi pribadi tidak efektif bernegosiasi dan mengikuti aturan privasi saling diadakan, batas turbulensi adalah peluang hasil yang bisa dicapai. *Black feminist thought* versi *standpoint theory* dari Collins menyatakan bahwa setiap wanita yang menolak untuk bergabung dengan diskusi adalah kecurangan, terutama jika dia benar-benar tidak setuju dengan apa yang telah dikatakan.

Sebagai mediator, kita mencoba untuk memfasilitasi pembicaraan langsung antara pihak-pihak dalam konflik. Menghadapi masalah tetapi bukan orangnya adalah diterima dengan baik prinsip-prinsip penyelesaian konflik di Barat. Namun, dalam *face negotiation theory* menurut Ting-Toomey memperingatkan bahwa diskusi yang bebas dan terbuka kebutuhan yang saling bertentangan dan kepentingan dalam masyarakat kolektif adalah kontra-produktif. Bagi orang dari budaya Barat yang individualistik perlu menghargai dan mempekerjakan kehalusan ketika bersama-sama dengan orang-orang dari Timur.

Komunikasi yang tidak adil akan meredam konflik, sementara komunikasi yang sehat akan memanfaatkan konflik itu secara produktif. *Critical theory of communication in organization* menyatakan bawa upaya manajerial untuk menekan konflik dilakukan dengan pengungkapan wacana, bukannya dengan membuat diskusi terbuka. Manajerial menganggap bahwa konflik itu akan berkurang jika keputusan dibuat langsung oleh perusahaan. *Cultural studies* menyatakan bahwa konflik itu didiskusikan, namun diskusi itu sudah dibingkai oleh orang yang mempunyai *power*. *Interactional view* menganggap bahwa orang yang dominan dalam hubungan yang saling melengkapi akan mendesak orang dalam *lower power*

untuk bertindak seperti yang dia mau, seakan-akan mereka berada dalam posisi yang simetris.

*Coordinated management of meaning* menyatakan bahwa dialog merupakan suatu kegiatan yang menjelek-jelekan lawan, bukannya mengundang respon yang jujur dari pembicara. CMM tidak menawarkan alternatif untuk meminimalisasi perbedaan. *Communication privacy management* menyatakan bahwa ketika *co-owner* dari informasi privat tidak bernegosiasi secara efektif dan tidak mengikuti aturan yang sudah ditetapkan bersama, maka turbulensi akan terjadi. Sementara itu, *standpoint theory* menyatakan bahwa wanita yang menolak untuk bergabung dalam diskusi, apalagi jika ia tidak setuju dengan yang disampaikan maka dia akan dianggap *cheating*. Di dunia Barat, menghadapi masalah, bukan orangnya merupakan salah satu cara yang efektif untuk menyelesaikan konflik. Namun, di dalam budaya kolektivis, dialog terbuka malah dianggap sebagai suatu hal yang memalukan.

## 10. Dialog

Dialog adalah percakapan transparan yang sering menimbulkan hasil relasional yang tak terduga karena hormat yang mendalam pihak untuk suara yang berbeda. Konsep Bakhtin tentang dialog, generasi kedua Baxter mengenai *relational dialectics* menggambarkan dialog sebagai suatu prestasi estetika yang menghasilkan momen singkat persatuan melalui rasa hormat mendalam bagi suara-suara yang berbeda. Baxter menekankan bahwa dialog tidak membawa resolusi kontradiksi yang dialami pihak dalam hubungan dekat. Tapi dialog dan hubungan ritual yang menghormati beberapa suara memberikan jaminan bahwa hidup dalam mengubah ketegangan dapat menggembirakan, tidak pernah membosankan.

Dalam *coordinated management of meaning*, Pearce dan Cronen mengadopsi pandangan Buber tentang dialog, yang lebih optimis dari Bakhtin. Para ahli teori setuju bahwa dialog tidak dapat diproduksi pada permintaan, tetapi mereka pikir kita bisa mengalaminya jika kita mencari dan mempersiapkan untuk itu. Buber mengatakan dialog berlangsung hanya dalam hubungan I-



*Thou* di mana kita menganggap *partner* kita sebagai salah satu yang sangat dekat dengan kita.

Dengan *experiential approach* untuk hubungan yang sehat, psikolog Carl Rogers bahkan lebih yakin bahwa dialog adalah dalam jangkauan ketika orang mencarinya. Dia meletakkan tiga kondisi yang diperlukan dan cukup bagi kita untuk memenuhi petunjuk mengenai: (1) kesesuaian antara kata-kata kita dan dengan siapa kita benar-benar berada, (2) tanpa syarat hal positif untuk yang lain, dan (3) mendengarkan dengan empati pemahaman/perkembangan hubungan. Sampai-sampai kita memenuhi kriteria komunikasi, Rogers percaya bahwa orang lain dan relativitas hubungan kita dengan mereka akan berubah.

Kebanyakan teori komunikasi yang membahas dialog fokus pada keterbukaan atau transparansi bahwa kondisi pertama Rogers telah jelaskan. Menurut Altman dan Taylor dalam *social penetration theory*, kerentanan pengungkapan diri adalah cara mengembangkan hubungan dekat. Kramarae tidak setuju, tetapi menyarankan bahwa itu berbeda bagi perempuan untuk mengambil bagian sebagai mitra setara dalam dialog saat berbicara dalam bahasa buatan manusia di mana aturan untuk penggunaannya sering dikendalikan oleh laki-laki. Karena perempuan seringkali dianggap sebagai kelompok yang diredam dalam lingkup publik, mereka telah mengembangkan *route back-channel* untuk secara terbuka berbagi pengalaman mereka dengan wanita lain.

*Discourse ethics* dari Habermas membayangkan situasi pembicaraan yang ideal di mana orang bebas untuk membicarakan pikiran mereka tanpa rasa takut atau kendala. Ia percaya bahwa kesimpulan etika mereka mencapai akan berlaku hanya jika setiap orang memiliki kesempatan untuk berpartisipasi tanpa memandang status mereka, semua peserta bertukar pandangan mereka dalam semangat timbal balik dan saling pengertian, dan mereka etis penilaian berlaku untuk semua orang. Ini adalah jenis forum yang Deetz dalam teori kritisnya komunikasi dalam organisasi menunjukkan semua pemangku kepentingan perusahaan layak.

Dalam disiplin komunikasi, dialog adalah istilah yang sering digunakan dan sangat disukai, namun advokat memiliki waktu yang sulit menjelaskan apa itu atau bagaimana mencapainya. Pernyataan *boldfaced* pada awal *threads* berupaya terbaik untuk menempatkan konsep dengan kata-kata, tapi dia tidak yakin sudah menangkap esensi dari apa yang banyak teori berarti ketika mereka menggunakan istilah.

Dialog didefinisikan sebagai percakapan yang transparan yang seringkali menciptakan hasil relasional yang tidak diantisipasi sebelumnya, terkait dengan penghargaan masing-masing pihak terhadap suara yang berbeda. *Relational dialectics* menyatakan bahwa dialog tidak memberikan resolusi terhadap kontradiksi yang dialami kedua belah pihak sebelumnya dalam hubungan yang akrab. Namun, dialog tersebut menawarkan suatu hidup yang menantang dan menggairahkan sehingga hidup menjadi tidak membosankan. *Coordinated management of meaning* menyatakan dialog memang bukan merupakan suatu cara untuk menyelesaikan tugas kita, melainkan hanya untuk membentuk hubungan yang otentik. Pearce meyakini bahwa dialog komunikasi itu dapat dipelajari dan menular. Kita dapat mengalami dialog tersebut jika kita berusaha dan mempersiapkannya.

*Experiential approach* menyatakan bahwa dialog akan tercapai jika orang berusaha untuk melakukannya. Ada tiga hal yang perlu dilakukan untuk menimbulkan *reciprocal* di antara kedua pihak yaitu kongruensi antara kata-kata dan diri kita sendiri, menilai orang lain secara positif, mendengarkan dengan penuh empati. Ketika kita memenuhinya, maka hubungan kita akan mengalami transformasi.

*Social penetration theory* menyatakan bahwa pengungkapan diri merupakan suatu cara untuk membangun hubungan yang akrab. Namun, *muted group theory* beranggapan bahwa sulit bagi wanita untuk berada dalam posisi yang sama dengan pria dalam dialog yang menggunakan bahasa yang ada di bawah kontrol pria.

*Discourse ethics* mengimajinasikan situasi *speech* yang ideal merupakan situasi di mana orang-orang bebas menyampaikan pemikirannya tanpa takut dan gentar. Kesimpulan etis hanya dapat dicapai jika setiap orang punya kesempatan untuk berpartisipasi dengan status yang mereka miliki, setiap partisipan saling bertukar pandangan dan menimbulkan pemahaman dua arah, selain itu penilaian etika mereka diaplikasikan sama kepada setiap orang. Dari pandangan *critical theory of communication in organizations*, dialog dianggap sebagai hak dari semua *stakeholder* perusahaan. Dialog sangat jarang terjadi. Namun, ini tidak menghilangkan nilai dari dialog itu sendiri yang merupakan komunikasi yang otentik dan *supportive*.

## 23.2. Mempertimbangkan tentang Masa Depan

Dalam buku Teori Komunikasi 1 dan 2, kita diperkenalkan pada pemikiran yang teoritis dan penerapan dari pemikiran pada pertanyaan penelitian yang menyelidiki mengenai proses komunikasi. Dari kedua buku ini telah dibahas banyak teori komunikasi yang spesifik dan memberikan ilustrasi bagaimana teori tersebut memengaruhi pemahaman kita mengenai proses-proses komunikasi. Walaupun ini hanyalah pendapat penulis bahwa teori-teori ini membantu kita dalam mencapai percakapan yang lebih bijak, tapi tidak satu teori pun yang telah didiskusikan yang mengungkapkan semua yang harus diketahui mengenai komunikasi dan semua kerumitannya. Fokus merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindarkan, dan dalam banyak hal ini merupakan proses yang berguna. Tanpa fokus, kita tidak dapat memahami nuansa fenomena tertentu.

Tetapi sering kali terjadi juga bahwa menghindarkan beberapa hal sehingga kita berkonsentrasi pada hal lainnya yang mungkin akan menuntun pada terjadinya pemikiran yang bias dan tidak akurat atau terlalu menyederhanakan. Dalam hal ini kita juga percaya bahwa beberapa tren dalam kehidupan modern memaksa kita untuk mengkaji komunikasi dalam cara-cara yang berbeda dibandingkan dengan cara-cara yang pernah dilakukan oleh teoretikus di masa lalu. Empat tema

yang mensiratkan tren yang penting bagi masa depan dari budaya kita akan memengaruhi masa depan kita dan membantu kita untuk berfokus ulang pada: teknologi, pekerjaan dan kehidupan keluarga, beranjak tua dan kesehatan, serta budaya dan identitas.

## 1. Teknologi

Tema teknologi ini tidak dapat dihindari bagi siapa pun yang hidup di masa ini. Setiap hari kita dihujani pada pesan-pesan dari berbagai inovasi teknologi mulai dari telepon hingga komputer kita, televisi dan mesin faks. Penggunaan teknologi tidak terbatas bagi kaum muda, yang sedang tumbuh di dunia yang dilingkupi inovasi teknologi. Sehingga dengan begitu, batasan antara komunikasi interpersonal dan komputer sudah tidak jelas. Keduanya sering kali tumpang tindih, sebagaimana yang ditunjukkan oleh sub-bidang komunikasi bermediasi komputer. Fakta bahwa komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa tidak dapat dipisahkan yaitu seperti *relation dialectics theory* yang menuntun kita untuk berpikir mengenai orang di dalam hubungan tatap muka.

Ketika kita mempertimbangkan teori seperti *social penetration theory* maka kita diingatkan mengenai salah satu bias yang dikemukakan oleh Martin Lea dan Russel Spears (1995; West & Turner, 2010: 524) yang menyatakan bahwa ide hubungan bergerak dari satu titik menuju ke titik lainnya. Metafora ini mungkin menghalangi kajian kita mengenai komunikasi bermediasi komputer, yang terjadi di luar dunia pergerakan sebagaimana yang dijelaskan teori ini, maka kita membutuhkan teori lain untuk membantu kita memahami apa yang terjadi dalam hubungan *online*. Banyak dari teori komunikasi massa menganggap bahwa pesan yang sama mencapai massa. Dalam dunia teknologi dan inovasi mengubah perilaku komunikasi kita dan bahkan mungkin akan mengubah proses komunikasi.

Menurut Calorie Blair (2006: 55; West & Turner, 2010: 523) komunikasi itu bergantung pada dukungan materi atau teknologi, yang artinya bahwa kita menggunakan berbagai teknologi yang dipahami secara luas untuk berkomunikasi dengan orang lain: misalnya bahasa, perilaku ritual, simbol visual, media elektronik,

dan seterusnya. Tak peduli apakah teknologi baru akan menjadi bagian dari revolusi komunikasi atau hanya sekedar sebuah evolusi.

## 2. Kehidupan Sehari-hari

Tren yang kedua dalam masyarakat kita berhubungan dengan meningkatnya tekanan untuk menyeimbangkan pekerjaan rumah, atau kehidupan keluarga. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Christena E. Nippert-Eng (1996; West & Turner, 2010: 525), cara kita memisahkan kehidupan dan membangun batasan dikonstruksi secara sosial. Batasan dibangun dalam budaya Barat adalah batasan antara rumah dan pekerjaan, tetapi di dalam budaya kita pada masa kini kita melihat bagaimana kedua kategori ini saling memengaruhi. Selain itu, pengalaman orang di tempat kerja telah berubah sejalan dengan waktu.

Sekarang sangat jarang bagi orang untuk tetap berada di satu organisasi yang sama dalam seluruh kehidupan karier mereka. Karena itu, jumlah hubungan di tempat kerja telah meningkat secara drastis dan kita perlu memperhatikan fenomena ini untuk membantu untuk memahami interaksi kita. Annis Golden (2000; West & Turner, 2010: 525) telah memulai mengkaji hubungan kerja-keluarga dan komunikasi yang melingkupi keseimbangan yang rentan ini di dalam kehidupan. Kita dapat mengharapkan untuk membaca mengenai perkembangan teknologi dalam area ini dalam beberapa tahun ke depan.

## 3. Isu Kesehatan

Ketika kemajuan dunia kesehatan membantu populasi kita untuk hidup lebih lama, kita berhadapan dengan lebih banyak isu mengenai beranjak tua. Menurut Biro Sensus Amerika Serikat, populasi mereka yang berusia 65 tahun dan lebih tua akan meningkat dari tahun ke tahunnya, dan hal ini mengedepankan isu mengenai menghadapi usia dan penyakit dari kaum lansia dan juga kekhawatiran akan kesehatan dan penyakit yang mengancam kehidupan juga telah menciptakan tantangan-tantangan komunikasi yang baru. Banyak teori dalam komunikasi cenderung untuk berpusat pada hubungan yang masih awal, yaitu kencan,

pernikahan muda, dan menjadi orang tua dari anak kecil dan remaja. Disiplin ilmu ini tidak memiliki banyak teori yang membahas mengenai isu tersebut. Beranjak tua dan isu kesehatan akan menyibukkan para peneliti komunikasi untuk beberapa waktu ke depan. Ilmuwan seperti Dawn Braithwaite dan Teresa Thompson (2000; West & Turner, 2010: 527) telah memulai sebuah tugas yang ambisius untuk memahamai dengan lebih baik salah satu area yang berkaitan dengan komunikasi kesehatan berupa keadaan cacat.

#### 4. Budaya dan Identitas

Ketika masyarakat menjadi makin beragam dalam hal ras dan etnis, isu-isu budaya dan identitas menjadi hal yang penting. Para peneliti telah menyerukan pencakupan keberagaman dalam definisi mengenai keluarga (West & Turner, 2006; 2010: 527) dalam hubungan kencana dan di dalam hubungan politik. Tetapi, jauh lebih banyak perhatian yang dibutuhkan pada isu-isu mengenai keberagaman budaya dan ras. Bagaimana kita harus mengubah struktur institusional kita yang ada saat ini untuk merangkul budaya saat tenaga kerja menjadi semakin beragam. Selain itu, sebagaimana yang diungkapkan oleh Tsukasa Nishida (1996: 102-103; West & Turner, 2010: 527) untuk memahami perilaku komunikasi dari budaya mana pun, sangat penting untuk mengkajikannya dengan menggunakan teori komunikais yang telah berkembang di dalam budaya itu sendiri.

Stella Ting-Toomey dan Leeva Chung (1996; West & Turner, 2010: 528) menyatakan bahwa identitas merupakan isu yang bermakna untuk berteori dalam bidang komunikasi di masa depan. Lebih jauh lagi, mereka mengamati isu gender dan identitas etnis membutuhkan lebih banyak kerangka yang konseptual.

Teori yang ada di dalam buku ini memengaruhi pemahaman kita dalam proses komunikasi. Ini juga memberikan lensa pemahaman bagi anda sebagai peneliti maupun sebagai masyarakat. Dalam pembahasannya diperlukan fokus agar dapat memahami nuansa dari setiap fenomena. Kita juga dapat terbawa ke dalam suatu bias jika terjebak dalam *oversimplified thinking*. Komunikasi memang sangat

penting dan relevan dalam kehidupan kita, maka dari itu kita perlu berpikir dengan cara yang bermakna agar dapat memfokuskan pemahaman kita. Teori ini dapat dikaitkan dengan empat tema yang relevan di masa depan.

Setiap hari kita dibombardir oleh pesan dari berbagai bentuk teknologi (komunikasi massa). Penggunaan teknologi ini tidak terbatas pada kalangan tertentu saja. Batasan antara komunikasi antarpribadi dan komputer kini sudah tidak jelas lagi. Dialektika sangat mungkin muncul dalam situasi komunikasi jarak jauh ini. Hubungan yang termediasi ini tentunya menjadi suatu hal yang menarik untuk digambarkan dalam teori baru. Teori Penetrasi sosial kini sepertinya perlu dipertimbangkan ulang mengingat banyak hubungan kini terbentuk secara *online*. Dengan media yang terindividualisasi ini, kita juga perlu menyadari bagaimana keberadaan kita dalam masyarakat. Teknologi membuat kita harus mendefinisikan ulang pengertian dari masyarakat itu sendiri dan maknanya dalam suatu komunitas. Teknologi mengubah perilaku komunikasi dan bahkan proses komunikasi itu sendiri. Teknologi komunikasi mungkin akan terus berubah, namun proses penggunaannya untuk berkomunikasi mungkin tidak berubah sama sekali.

Tren di masyarakat juga meningkatkan tekanan untuk menyeimbangkan kerja, rumah, dan kehidupan keluarga. Untuk menghadapi dilema ini, kita dapat menggunakan teori sebagai panduan. Komunikasi menjelaskan fenomena ini dalam berbagai cara, misalnya hubungan pribadi yang terbentuk antar-rekan kerja, hubungan romantika yang muncul antara karyawan dari level yang berbeda, dan sebagainya. Pengalaman kerja orang juga terus berubah. Sangat jarang kita menemukan orang yang hanya bertahan dalam satu organisasi saja. Hal ini menyebabkan mereka merasakan berbagai iklim dan budaya organisasi. Komunikasi merupakan proses kita menyeimbangkan dan mengintegrasikan batasan antara kerja dan keluarga.

Kini kita juga dihadapkan dengan isu *aging*. Ancaman kesehatan dan berbagai perkembangan penyakit terbaru menciptakan tantangan baru bagi dunia komunikasi. Banyak teori komunikasi yang mencoba

peduli terhadap berbagai bentuk situasi *aging* misalnya hubungan anak muda, awal pernikahan, orangtua, dan sebagainya. Para ahli komunikasi tentunya perlu mengaplikasikan teori yang ada untuk menghadapi permasalahan kesehatan dan *aging* ini. Salah satu isu kesehatan yang diangkat adalah *dissability* dan peranan kaum tersebut dalam masyarakat. Karena masyarakat kita semakin beragam dalam hal ras, etnik, dan budaya maka identitas pun menjadi semakin penting. Untuk memahami perilaku komunikasi dari berbagai budaya tersebut, maka kita perlu mempelajari teori yang terkait dengan perbedaan budaya tersebut. Isu identitas menjadi sangat penting dalam situasi multikultural seperti ini.

### 23.3. Karir di Bidang Komunikasi

Kita juga dapat menerapkan pengetahuan teoretis kita pada pilihan karier. Bidang ilmu komunikasi menawarkan banyak kesempatan karier. Penulis ingin menjelaskan bahwa penekanan pada penerapan pemikiran teoretis terhadap dunia kerja tidak menunjukkan bahwa pendidikan adalah hal yang sama dengan pelatihan keahlian. Pendidikan tinggi lebih dari sekedar pelatihan bagi suatu pekerjaan tertentu, sebaliknya dalam memahami proses komunikasi dan kemampuan untuk berpikir kritis mengenai proses tersebut akan membuat kita mampu hidup dengan lebih baik sekaligus menjadi lebih baik dalam karier apa pun yang akan kita pilih.

Pengetahuan teoritis ini memungkinkan kita mampu berada dalam beragam pilihan karier. Ada berbagai area penting yang harus dipertimbangkan terkait dengan kesempatan karier tersebut. Karakter yang perlu dimiliki oleh para sarjana Ilmu Komunikasi, (West & Turner, 2010: 528-533), antara lain:

1. *Remain ethical*
2. *Be Flexible*
3. *Embrace diversity*
4. *Cultivate new technologies*
5. *Maintain creativity*



6. *Don't forget basic skill*
7. *Keep sense for humor*

## **23.4. Aspek Etika Komunikasi**

Tak diragukan lagi bahwa etika akan selalu menjadi tantangan kita ketika telah bekerja di suatu perusahaan. Kita sebaiknya tetap fokus pada apa yang benar dan salah ketika ada di tempat kerja. Jujurlah pada diri sendiri. Bekerjalah untuk menghasilkan produk yang terbaik, baik ketika kita sendirian, dengan supervisor maupun dengan sekelompok rekan kerja.

### **1. Fleksibel**

Saat kita memasuki lingkungan pekerjaan, kita perlu menjadi fleksibel mengenai bekerja mandiri maupun di dalam tim. Kita juga akan diminta untuk bekerja di dalam berbagai lingkungan kantor, yang berarti kita harus menyesuaikan diri pada orang-orang dalam konteks yang ada. Menjadi fleksibel tidak berarti menjadi tidak berkomitmen. Fleksibel ini menyiratkan bahwa untuk sukses di dalam tempat kerja kita bersedia untuk menerima pekerjaan yang baru, pekerjaan yang sulit, mempelajari keterampilan baru dan memberikan respon pada keadaan yang tampaknya mustahil.

### **2. Kultivasi Teknologi Baru**

Seperti keberagaman, teknologi baru akan tetap menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari kita. Kebanyakan para pekerja mensyaratkan pengetahuan teknologi. Tetapi saat ini kita menyebutkan mengenai keahlian dalam hal teknologi, kita juga menyadari akan fakta yang menyedihkan dalam hal ketersediaan teknologi yang tidak seimbang. Tidak semua orang memiliki akses kepada komputer dan teknologi lainnya. Seperti yang dapat kita lihat, walaupun populasi dunia ini sangat bervariasi, juga terdapat variabilitas dalam penggunaan Internet di seluruh dunia.

### 3. Kreativitas Dipelihara

Sebuah pepatah mengatakan bahwa sering kali orang tidak dapat berpikir *out of the box*. Artinya, bahwa ketidak-mampuan seseorang untuk berpikir kreatif. Alexander Hiam dalam *The Futurist* (1998; West & Turner, 2012: 532) menyatakan bahwa “pemikiran visual” dapat menjadi cara yang berharga dalam melihat masalah yang ada.

### 4. Jangan Lupakan Kemampuan Dasar

Tak diragukan lagi bahwa walaupun masyarakat terus ber-evolusi, kebutuhan untuk memperkuat keterampilan dasar dalam membaca, menulis, mendengarkan, dan berbicara tidak akan pernah menjadi ketinggalan zaman. Sering kali, ketika kesempatan karier muncul, kita cenderung mengabaikan satu atau bahkan beberapa dari keterampilan hidup yang mendasar ini. Dan pada dasarnya, tidak ada karier yang tidak meminta orang untuk mengorganisasikan ide-ide mereka dan berbicara sangat penting bagi semua jenis karier, untuk itu kita harus mengembangkan keterampilan tersebut.

### 5. Memiliki Selera Humor

Rekomendasi ini tidak dijelaskan secara terperinci. Sebelum kita mulai marah (dan meledak), usahakan untuk melihat sisi lucu dari kehidupan yang ada. Kita tidak disarankan untuk menertawakan semua hal yang tidak beres tetapi sebaliknya kita didorong untuk tidak menganggap bahwa pekerjaan kita itu terlampaui serius.

### 6. Keberagaman

Sebaiknya sebuah keberagaman di dalam suatu organisasi atau perusahaan kita harus menerimanya dengan baik. Sebagai konsumen di dalam dan dari desa global, kita tidak memiliki pilihan melainkan untuk berusaha memahami orang-orang yang berada di sekitar kita. Kita harus menyambut keberagaman yang saat ini merupakan sesuatu yang harus kita hadapi. Hanya menerima bahwa dunia sangat beragam saja tidak cukup, kita harus berusaha untuk memahami keberagaman tersebut.

Kita diharapkan untuk setuju bahwa berpikir teoretis ini merupakan hal yang praktis dan sekaligus konseptual. Tentu saja, kita sekarang telah memiliki banyak sumber daya teoretis untuk membantu diri kita memahami proses komunikasi dalam hubungan-hubungan di rumah, di tempat kerja, dan melalui media masa. Selain keempat tren era tersebut di dalam kehidupan sosial kita yang telah dibahas dalam bab ini maka tak diragukan lagi akan memengaruhi perilaku komunikasi kita dan proses komunikasi dalam cara yang tak terduga. Memikirkan mengenai perubahan-perubahan ini menantang, menyenangkan, dan sangat bermanfaat.

# DAFTAR PUSTAKA

- Aronson, Elliot, Timothy D. Wilson, & Robin M. Akert. *Psychology Social, Seventh Edition*. Pearson, New Jersey, 2010.
- Baran, Stanley J. & Dennis K. Davis. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future, Chapter 3 (38-63)*. Belmont, California, Wadsworth, 2000.
- Beebe, Steven A., Susan J. Beebe, & Diana K. Ivy. *Communication Principles for a Lifetime, Fourth Edition*. Pearson International Edition, Boston, 2010.
- Berger, Arthur Asa. *Media Analysis Techniques, Second Edition*. Alih bahasa oleh Setio Budi HH., Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2000.
- Bowers, John Waite, & James J. Bradac. *Issues in Communication Theory: A Methatheoretical Analysis*. Dalam Burgoon, Michael (ed.). *Communication Year-book 5*. New Jersey, Transaction, 1982, p. 1-25.
- Brown, Gillian, & George Yule. *Analisis Wacana*. Alih Bahasa oleh L. Soetikno. Gramedia, Jakarta, 1996.
- Bryant, Jennings, & Dolf Zillmann (eds.). *Media Effect: Advances in Theory and Research*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associate Publishers, Mahwah, 2002.
- Budiyono, Suyoko. *Sosiologi Komunikasi Massa*. CV Remadja Karya, Bandung, 1986.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Cetakan kedua*. Prenada Media Group, Jakarta, 2007.
- Chaffee, Steven H. *Explication*. Sage Publication, Newbury Park, 1991.

- Chaffe, Steven H., & Miriam J. Metzger. *The End of Mass Communication?*. dalam Mass Communication Society Vol. 4#4, 2001, hal. 365-380.
- Clark, Adler. *An Invitation to Social Research: How it's Done, Fourth Edition*. Wadsworth, Belmont, 2011.
- Curran, James, David Morley, & Valerie Walkerdine. *Cultural Studies and Communications*. Arnold, Great Britain, 1996.
- Delia, Jesse G. *Communication Research: A History*. Dalam Berger, Charles R., & Steven H. Chaffee. *Handbook of Communication Science*. Sage Publications Inc., Newbury Park, 1987.
- Denzin, Norman K., & Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research, Second Edition*. Sage Publication, New Delhi, 2000.
- Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI & Penerbit Buku Kompas. *Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia*. Kompas, Jakarta, 2008.
- Devito, Joseph A. *The Interpersonal Communication, Twelfth Edition*. Pearson, Boston, 2009.
- Dines, Gail, & Jean M. Humez (eds.). *Gender, Race, and Class in Media, A Text-Reader, Second Edition*. Sage Publication, Thousand Oaks, 2003.
- Eriyanto. *Analisis Isi, Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media Group, Jakarta 2011.
- Gamble, Teri Kwal, & Michael Gamble. *Communication Works, Seventh Edition*. Mc-Graw Hill, New York, 2002.
- Gauntlett, David. *Media, Gender and Identity, An Introduction*. Routledge, London, 2002.
- Griffin, EM. *A First Look at Communication Theory, Fifth Edition*. McGraw-Hill International Edition, New York, 2003.

- \_\_\_\_\_. *A First Look at Communication Theory, Sixth Edition*. McGraw-Hill International Edition, New York, 2006.
- \_\_\_\_\_. *A First Look at Communication Theory, Eighth Edition*. McGraw-Hill International Edition, New York, 2012.
- Gudykunst, William B., & Bella Mody (ed.). *Handbook of International and Intercultural Communication, Second Edition*. Sage Publications, Thousand Oak, 2002.
- Gudykunst, William B. & Young Yun Kim (eds). *Reading on Communicating With Stranger: An Approach to Intercultural Communication*. McGraw Hill, Boston: Massachusetts, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Communicating With Stranger : An Approach to Intercultural Communication*. Third Edition. McGraw Hill, Boston: Massachusetts, 1997.
- Hidayat, Dedy Nur. *Metode Penelitian Komunikasi*. Kumpulan Bahan Kuliah, Pascasarjana Ilmu Komunikasi FISIP UI, Salemba, 2002.
- Hoed, Benny H. *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya, Edisi Kedua*. Komunitas Bambu, Jakarta, 2010.
- Jalaluddin, Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi, Cetakan ke-6*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Psikologi Komunikasi, Cetakan ke-27*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2009.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1990.
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication, Seventh Edition*. Wadsworth, Albuquerque, 2002.
- Littlejohn, Stephen W., & Karen A. Foss. *Theories of Human Communication, Eighth Edition*. Wadsworth, Albuquerque, 2005.

- \_\_\_\_\_. *Theories of Human Communication, Sixth Edition*. Wadsworth, Albuquerque, 2008
- Locker, Kitty O., & Stephen Kyo Kaczmarek. *Business Communication, Building Critical Skills, Fifth Edition*. McGraw-Hill, New York, 2011.
- McAnany, E.G. (et.al.). *Communication and Social Structure: Critical Studies in Mass Media Research*, Praeger, New York, 1981.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory, 4<sup>th</sup> Edition*. Sage Publication, London, 2000.
- \_\_\_\_\_. *McQuail's Mass Communication Theory, 5<sup>th</sup> Edition*. Sage Publication, London, 2005.
- Miller, Katherine. *Communication Theories: Perspectives, Process and Contexts*. McGraw-Hill, New York, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Communication Theories, Perspectives, Process, and Contexts, Second Edition*. McGraw-Hill International Edition, Singapore, 2005.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan ke-9*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Monge, Peter R., & Noshir S. Contractor. *Theories of Communication Networks*. Oxford University Press, New York, 2003.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000.
- Nasution, Zulkarimen. *Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori dan Penerapannya, Cetakan Ke-4*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Notoatmodjo, Soekidjo (ed.). *Promosi Kesehatan, Teori dan Aplikasi*. Rineka Cipta, Jakarta, 2005.
- Phelan, Shane. *Getting Specific: Postmodern Lesbian Politics*. University of Minnesota Press, Minneapolis, 1994.

- Protest, David L., & Maxwell McCombs. *Agenda Setting: Reading on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Lawrence Erlbaum Associate Publishers, Hillsdale, 1991.
- Rahardjo, Turnomo. *Cetak Biru dalam Teori Komunikasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 3, September-Desember 2005.
- Rice, Ronald E., & Charles K. Atkin. *Public Communication Campaigns, Third Edition*. Sage Publications, California, 2001.
- Rogers, Everett M. *A History of Communication Study, A Biographical Approach*. The Free Press, New York, 1994.
- Ruben, Brent D. & Lea P. Stewart. *Communication and Human Behavior, Fifth Edition*. Pearson Education Inc., Boston, 2006.
- Rubin, Alan M. & Paul M. Haridakis. *Mass Communication Research at The Dawn of the 21<sup>st</sup> Century*. dalam Communication Yearbook 24. LEA, New Jersey, 2001, hal 73-98.
- Samovar, Larry A., & Richard E. Porter. *Intercultural Communication, Seventh Edition*. Wadsworth Publishing company, Belmont, 1994.
- Seiler, William J., & Melissa L. Beall. *Communication Making Connections, Seventh Edition*. Pearson International Edition, Singapore, 2008.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Cetakan ke-9*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, Jakarta, 2004.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama, Bandung, 2009.
- Singarimbun, Masri, & Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei, Cetakan ke-9*. LP3ES, 1988.
- Sobur, Alex. *Analisis teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.



- Straubhaar, Joseph, & Robert LaRose. *Media Now, Fifth Edition*. Thomson Wadsworth, Belmont, 2006.
- Sudjiman, Panuti, & Aart van Zoest (eds.). *Serba-Serbi Semiotika*. Gramedia, Jakarta, 1992.
- Sullivan, Nikki. *A Critical Introduction to Queer Theory*. University Press, New York, 2003.
- Sunarto. *Perspektif Teori Komunikasi*. Bahan Kuliah Perspektif Teori Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UI, Salemba, 2006.
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Prenada Media Group, Jakarta, 2008.
- West, Richard, & Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory, Fourth Edition*. McGraw-Hill International Edition, New York, 2010.
- Wilson, Steven R. *Developing Theories of Persuasive Message Production: The Next Generation, in Message Production: Advances in Communication Theory*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, 1997.
- Wood, Julia T. *Communication Theories in Action, An Introduction, Third Edition*. Wadsworth, Canada, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Communication Mosaics, An Introduction to the Field of Communication*. Wadsworth, Canada, 2011.

## TEORI KOMUNIKASI 2

Komunikasi adalah sebuah proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk membangun dan menginterpretasikan arti dari lingkungan mereka. Komunikasi dapat digambarkan dalam perspektif: sosial, proses, simbol, arti/makna dan lingkungan. Komunikasi adalah proses sosial, ketika menginterpretasikan komunikasi sebagai sosial, kita bermaksud bahwa komunikasi melibatkan manusia dan interaksi, baik berupa tatap muka maupun *online* (tidak tatap muka secara langsung). Hal ini berarti melibatkan dua individu, yang berperan sebagai pengirim dan penerima, keduanya memainkan peran yang penting dsalam proses komunikasi.

Komunikasi juga merupakan proses yang dinamis, kompleks, dan berubah secara kontinyu. Dengan pengertian ini, kita menekankan dinamika pembuatan makna. Simbol adalah sebuah lebel arbitrase atau representasi dari fenomena. Kata-kata adalah simbol untuk konsep dan benda. Label mungkin ambigu, mungkin verbal maupun nonverbal dan mungkin muncul dalam tatap muka maupun komunikasi melalui media. Di samping proses dan simbol, makna adalah pusat dari pengertian kita tentang komunikasi. Makna adalah apa yang manusia peroleh dari sebuah pesan. Tanpa bertukar makna kita semua akan memiliki kesulitan berbicara dalam bahasa yang sama atau dalam menginterpretasikan sebuah peristiwa Lingkungan adalah situasi atau konteks di mana komunikasi muncul atau berada. Lingkungan dapat juga di “media”kan, maksudnya adalah komunikasi dapat berada dengan adanya bantuan teknologi.



Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. memiliki latar belakang pendidikan formal Ilmu Komunikasi dengan meraih Sarjana pada FIKOM Universitas Sahid tahun 1999, Magister Sain tahun 2004 dan Doktor tahun 2010 pada FISIP Universitas Indonesia. Aktif mengajar dan meneliti di Universitas Bakrie. Selain itu mengaplikasikan ilmu sebagai Tenaga Ahli dalam Rangka Kegiatan Sosialisasi Program Keluarga Harapan, Tenaga Ahli dalam Rangka Pelaksanaan Uji Coba Rating Alternatif, dan Tim Penyusun Regulasi Penyelenggaraan Rating dan Model Kelembagaan Audit Rating di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, sebagai Tenaga Ahli pada Penyusunan P3-SPS di Komisi Penyiaran Indonesia, Tenaga Ahli Komunikasi Massa pada Penyusunan Evaluasi Penyebarluasan Informasi Bidang PU di Kementrian Pekerjaan Umum, dan Tenaga Ahli Komunikasi untuk Pelaksanaan Peningkatan Pelayanan Publik Bidang Sumberdaya dan Perangkat Pos dan Informatika di Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI).

Diterbitkan oleh:

**Penerbit Universitas Bakrie**

ISBN 978-602-7989-01-6



9 786027 989016