

TINJAUAN PEMIKIRAN ELIHU KATZ: MEDIA, TEKNOLOGI, DAN EFEK
OVERVIEW OF ELIHU KATZ THOUGHTS: MEDIA, TECHNOLOGY AND EFFECTS

Muh. Bahruddin
Universitas Dinamika
Jalan Raya Kedung Baruk 98, Kec. Rungkut, Surabaya
bahruddin@dinamika.ac.id

ABSTRAK

Elihu Katz membagi empat tradisi penelitian komunikasi yang menjelaskan efek media. Pertama, tradisi kritis yang menekankan kepemilikan media. Kedua, teori teknologi yang berfokus pada bagaimana media menentukan cara berpikir khalayak. Ketiga, teori isi yang melihat kemampuan media dalam mempengaruhi khalayak. Keempat, tradisi kontekstual yang berfokus pada bagaimana khalayak ditempatkan oleh media. Keempat pendekatan ini menarik Katz untuk mempelajari media massa lebih jauh. Perkembangan teknologi membuat kajian media massa semakin progresif. Tulisan ini membahas bagaimana Katz memetakan efek media yang didasarkan pada tradisi dan bagaimana keterlibatan teknologi komunikasi mengubah banyak konsep dan efek media massa hari ini.

Kata Kunci: Elihu Katz, Media, Teknologi dan Efek

ABSTRACT

Elihu Katz divides four traditions of communication research that explain the effects of media. First, the critical tradition that emphasizes media ownership. Second, technology theory which focuses on how the media determines the way of thinking of the audience. Third, content theory which looks at the media's ability to persuade the audience. Fourth, contextual tradition that focuses on how the audience is situated by the media. These four approaches attracted Katz to study mass media further. Technological developments make the study of mass media more progressive. This paper discusses how Katz maps the effects of media based on tradition and how the involvement of communication technology changes many concepts and effects of today's mass media.

Keywords: Elihu Katz, Media, Technology, and Efek

PENDAHULUAN

Bibit tumbuhnya penelitian empiris tentang komunikasi massa sebenarnya terjadi pada kisaran 1960-an, khususnya di Biro Kantor Penelitian Radio yang berada di Departemen Sosiologi Columbia yang dipimpin oleh Paul Lazarsfeld. Menurut Elihu Katz (2001) fokus studi Lazarsfeld terletak pada pengaruh media pada cara individu dalam mengambil keputusan, bukan pada aspek yang lebih struktural dari kerja masyarakat demokratis. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan studi terhadap proses pengambilan keputusan individu pada Pemilu Amerika 1940.

Pemikiran ini muncul karena terinspirasi oleh teori-teori yang berbasis “mass society” pada saat itu. Sebuah pemikiran yang mendorong munculnya pandangan bahwa media bisa mendikte pemikiran individu. Katz melihat bahwa persepsi selektif (*selective perception*) dan hubungan interpersonal (*interpersonal relations*) masih memainkan peranan utama dalam masyarakat modern. Demikian halnya dengan jaringan antarpribadi yang terlibat di dalamnya, bahkan yang sangat individual sekalipun. Temuan Lazarsfeld yang disebut sebagai *two step flow*, yang menyebut bahwa *opinion leaders* mampu memfilter apa yang terdapat dalam media membawa kembali ke teori tentang “demokrasi deliberatif,” meskipun dengan perspektif waktu yang berbeda.

Berkaitan dengan keterlibatan audiens ini, Katz juga menyebut peran Herta Herzog yang mempelajari apa yang kemudian disebut *uses and gratifications*, yaitu sebuah teori yang memperluas fokus pada efek media dengan memperhitungkan motivasi penonton untuk memilih jenis konten tertentu. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa penonton juga memiliki kekuatan, setidaknya harus selektif dalam menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Pekerjaan ini pada akhirnya menyebabkan apa yang saat ini disebut sebagai "teori resepsi," di mana para sarjana Eropa seperti Umberto Eco, Jay Blumler, dan Stuart Hall memiliki peran utama. Sebagaimana Lazarsfeld dan Herzog, mereka menekankan pada interaksi konten media dan selektivitas penonton/audiens.

Sementara pada saat yang sama, kelompok Frankfurt, Max Horkheimer dan Theodor Adorno (2002) dan Leo Lowenthal (1961) membuktikan bahwa "industri budaya" (bahwa media dikontrol oleh hegemoni kekuasaan) menginduksi kesadaran palsu kelas dan identitas, serta penegasan dari status quo ekonomi dan sosial. Penekanan mereka adalah kontrol media yang membatasi konten, dan tentang bagaimana sebagai hiburan bermanifestasi dengan ideologi.

Tradisi lainnya menurut Katz adalah teknologi media, sebuah tradisi yang digagas oleh Harold Innis dan Marshall McLuhan. Innis (Innis, 1950) membedakan antara media ruang yang mengatasi jarak, dan media yang mencapai lintas generasi. Sementara tradisi berikutnya disebut sebagai "the situation of contact" yang digagas oleh Elliot Freidson (1953) yang mengacu pada konteks, di mana penonton terlibat pada media.

Kesamaan dari tradisi-tradisi tersebut adalah perhatiannya pada efek. Kelompok Columbia tertarik pada pengaruh dari konten media pada jangka pendek terhadap perubahan opini, sikap, dan motivasi, serta pengaruh kepuasan terhadap ketertarikan audiens. Frankfurt School tertarik pada cara manajemen media menghasilkan konten yang mempertahankan struktur kelas masyarakat dalam jangka panjang. Para ahli teori teknologi tertarik pada bagaimana media mempengaruhi cara kita berpikir (bukan apa yang kita pikirkan, tapi bagaimana kita berpikir). Sementara kelompok kontekstualis lebih tertarik pada efek dari cara khas media, bahwa media yang berbeda menempatkan kita di tempat yang berbeda dan di antara orang yang berbeda.

Katz melihat bahwa keempat akar penelitian komunikasi massa tersebut pada gilirannya memberikan dampak pada studi lanjutan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi.

PEMBAHASAN

Konteks: Arena Publik Menjadi Lebih Personal

Katz mengilustrasikan tentang bagaimana persoalan politik dipindah ke dalam rumah. Bila sebelumnya, kampanye politik ada di tempat-tempat terbuka seperti alun-alun, balai kota, atau tempat-tempat publik lainnya, maka dengan hadirnya televisi, politik dipindahkan ke dalam rumah. Audiens bisa menonton santai bersama keluarga, kerabat, teman, dan lain sebagainya. Secara tidak langsung, media pada gilirannya menyesuaikan kontennya dengan audiens di rumah, seperti di ruang tamu, di kamar, dan lain sebagainya. Maka ketika konten mulai disesuaikan, persoalan politik dianggap lebih pribadi, kurang ideologis, dan kurang partisipatif. Gerbener dan Gross (1976) dan Putnam (1996) melihat hal ini sebagai sebuah perusakan demokrasi. Televisi merampas tindakan yang bersifat kolektif-publik.

Tentu revolusi media ini semakin menjadi pusat perhatian manakala media telah bertransformasi ke dalam media-media yang lebih personal seperti internet dan telepon seluler. Media baru ini telah mewarisi pers dan penyiaran sebagai lembaga integrasi nasional. Media ini telah memporakporandakan demokrasi. Bahkan Katz meragukan sekaligus mempertanyakan, akankah media ini mampu membangun kembali demokrasi delibratif? Akankah media saat ini membuat kita lebih mudah atau mungkin lebih sulit untuk mendengar pendapat lain yang tidak sepaham dengan

kita? Media telah memutuskan hubungan masyarakat untuk bertindak secara kolektif dengan menjadikan kepentingan publik sebagai kepentingan yang lebih personal.

Pada kasus Indonesia, data dari WeAreSocial menyebutkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 202,6 juta pengguna aktif internet atau 73,7 persen dari total populasi 274,9 juta jiwa pada awal Januari 2021. Dari jumlah itu, sebanyak 195,3 juta atau 96 persennya mengakses internet melalui perangkat *mobile* berjenis *smartphone* dan ponsel fitur (Pertiwi, 2021). Penggunaan teknologi yang sangat masif ini perlahan menggeser perilaku masyarakat, khususnya dalam berkomunikasi dengan orang lain atau publik. Kegiatan yang bersifat publik seperti politik telah tergantikan dengan teknologi melalui media sosial dan *messenger*.

Generasi web saat ini melibatkan berbagai media seperti media konvensional (televisi, koran, majalah, dan radio) dan *new media* (blog, wiki, dan sosial media) sehingga pesan-pesan yang disampaikan tidak sekedar mentransmisikan tetapi juga mendistribusikan dan mendiskusikan (*conversation*). Masyarakat bisa berbincang dengan banyak orang saat menggunakan media di ruang yang berbeda. Penggunaan media tidak cukup satu, tapi lebih. Berbagai media terintegrasi jadi satu media, namun dapat membahas satu topik, misalnya politik. Pola interaksi inilah yang dapat membuat masyarakat lebih senang di rumah daripada harus keluar tempat-tempat publik untuk menghadiri kampanye.

Teknologi: Media adalah Pesan

Televisi menjadi media yang membebaskan kita dari rezim cetak. McLuhan menyebut teknologi penyiaran sebagai “medium is message”. Kehadiran televisi sebagai media telah memengaruhi kontennya. Televisi sebagai media *disperse*, yang memungkinkan seseorang meluaskan banyak kebersamaan dan kebebasan. Kehadiran televisi membuka ruang global. McLuhan menyebutnya sebagai “Global Village”, bahwa televisi memungkinkan hubungan lintas ruang di seluruh dunia. Televisi mampu memobilisasi banyak orang dengan tujuan tertentu. Ini tentu menjadi tantangan besar, terutama kehadiran *new media* (internet-online) yang telah membuat kebebasan manusia semakin luas, tapi di sisi lain sulit dikendalikan.

McLuhan (1964) menyebut isi media cukup penting, tetapi lebih penting lagi adalah memahami media lewat peran dan karakternya sehingga dapat mengungkap makna yang direpresentasikannya. Bagi McLuhan, fungsi dari media menjadi jelas, media adalah pesan. Karena media memiliki karakter khusus yaitu mempertajam dan mengontrol bentuk asosiasi manusia pada skala pandang ruang waktu serta tindakannya.

Inilah kenapa Pacey (2000) menyebut teknologi tidak bebas nilai. Baginya, teknologi bukan sesuatu yang bebas dari sistem-sistem nilai lokal dan tidak memengaruhi nilai budaya dan begitu juga sebaliknya. Dia menunjukkan bahwa ada tahapan-tahapan dalam definisi teknologi dan perlu ada sejumlah konsistensi untuk membicarakan tahapan-tahapan tersebut. Pacey juga melihat teknologi sebagai sesuatu yang interaktif dengan lapisan, organisasi, teknik, dan budaya. Pada gilirannya, dia mendefinisikan teknologi sebagai sebuah aplikasi ilmiah dan pengetahuan lain yang terorganisasi untuk tugas-tugas praktis dengan sistem memerintahkan, yang melibatkan orang-orang dan organisasi, makhluk hidup, dan mesin.

Dalam teknologi komunikasi mutakhir, kemampuan internet dalam menjangkau audiens lintas ruang dan waktu ini, membuka tantangan-tantangan baru yang lebih progresif. Jika sebelumnya televisi mampu memobilisasi massa dengan tujuan tertentu, maka internet (online) saat ini menjadi media baru yang jauh lebih kompleks dan mampu mendatangkan massa secara serentak. Mobilisasi melalui teknologi komunikasi mutakhir ini, misalnya adalah kegiatan unjuk rasa yang dilakukan oleh para mahasiswa atau organisasi masyarakat yang kerap dilakukan sebagai bentuk ketidakpuasan terhadap pemerintah. Hanya dengan pesan singkat melalui whatsapp, pergerakan massa ini

memperlihatkan bahwa betapa besarnya efek dari sebuah media hingga mampu mempengaruhi pada tataran behavioral. Sebuah media tidak lagi dilihat apa kontennya, tetapi lebih kepada media apa yang menyampaikan informasi. Misalnya melalui grup facebook, twitter, instagram, whatsapp, dan lain sebagainya. Bahkan tanpa tergantung televisi pun, internet (online) telah memiliki efek behavioral yang lebih besar.

Konten: Masifnya Partisipasi Publik

Jika sebelumnya televisi menjadi kajian untuk meneliti konten-konten berita, serial drama, dan tayangan-tayangan yang melibatkan partisipasi publik, maka saat ini, internet, khususnya media sosial menjadi sebuah kajian baru untuk meneliti konten-konten tentang partisipasi publik. Terlebih dalam media online, media sosial, maupun blog, audiens lebih terbuka untuk membicarakan dirinya sendiri.

Munculnya media sosial membuka ruang demokrasi baru. Internet telah menjelma menjadi ruang publik dalam ruang maya (*virtual sphere*). Hal ini membentuk citizen *journalism*. Masyarakat mampu menulis berita sendiri di media sosial maupun blog. Masyarakat lebih bebas menyampaikan pendapat atau aspirasinya melalui media online.

Persoalan ini tentu sangat menarik untuk menjadi kajian media lanjut. Misalnya, kategori-kategori konten, kecenderungan konten, perilaku pembuat konten, jaringan pembuat konten, dan lain sebagainya.

Konten: Instrumen Indoktrinasi Pemilik Media

Masalah konten juga disinggung oleh Frankfurt School. Meskipun mengacu pada kepemilikan dan manajemen, Frankfurt School memodifikasi gagasan Marxis yang melihat basis ekonomi membentuk suprastruktur. Budaya bukanlah sebuah refleksi tetapi menjadi kekuatan aktif. Artinya, konten merupakan instrumen indoktrinasi.

Bagi Theodor Adorno, industri budaya diproduksi dan disebarluaskan di bawah kondisi yang mencerminkan kepentingan produsen dan urgensi pasar, yang keduanya menuntut dominasi dan manipulasi kesadaran massa. Masyarakat memiliki bentuk pemikiran dan tindakan terbatas yang datang melalui kondisi sosial sistem produk kapitalis tempat mereka berada. Pada gilirannya, mereka akan menyesuaikan diri dengan situasi ini, bukan melawannya (Lechte, 1994) Inilah yang disebut Katz bahwa kepemilikan media memiliki pengaruh cukup besar bagi kontennya. Melalui kekuatan kepemilikan media, konten-konten akan diterima tanpa penolakan (konformitas).

Dalam perkembangannya, semua pemilik televisi Indonesia memiliki website resmi maupun media sosial. Maka semua konten yang disampaikan melalui televisi bisa diakses di internet serta semua jaringan media-media yang di bawahnya. Penyebaran ini menjadi semakin luas. Masyarakat bahkan bisa berinteraksi melalui internet maupun media sosial secara langsung. Penyebaran ini semakin mengukuhkan kekuatan pemilik media sekalipun di sisi lain masyarakat juga lebih aktif dan partisipatif.

PENUTUP

Katz melihat bahwa selama ini studi tentang efek masih dalam level jangka pendek, bukan jangka panjang. Karena dia mengakui kurang ada penelitian-penelitian yang bersifat longitudinal. Kendati demikian, Katz optimis dan menyarankan untuk melakukan studi difusi inovasi, sebuah tradisi yang mengalami kelahiran kembali berkat aksesibilitas baru jaringan sosial.

Monge & Contractor (2003) menyebut bahwa dalam organisasi kontemporer, jaringan (termasuk jaringan antar pribadi) mengalir dari informasi di dalam dan di antara kelompok-kelompok, aliansi strategis antara perusahaan, dan jaringan global organisasi. Konsep pesan dalam hal ini dimaknai secara luas seperti data, informasi, pengetahuan, gambar, simbol, dan bentuk-bentuk simbolik lainnya berpindah dari satu titik jaringan ke titik jaringan lainnya.

Perkembangan media online dan media sosial yang sangat masif saat ini membuat masyarakat lebih memiliki alternatif lain dalam melihat sebuah peristiwa. Satu peristiwa tidak hanya dimaknai atau diarahkan pada sudut pandang tertentu saja, sebagaimana yang selama ini tampak dalam media-media konvensional (*mainstream*), tetapi lebih diarahkan pada perspektif yang berbeda.

Castells (1996) memunculkan konsep “timeless time”. Yaitu sebuah fenomena yang diciptakan oleh hiperteks dan fitur-fitur multimedia baru lainnya; seperti hiperlinks, pertukaran pesan, dan manipulasi gambar. Inilah yang dianggap menghancurkan secara historis tentang sesuatu yang alamiah. Ini merupakan bentuk komunikasi yang mengubah cara organisasi, orang, dan apapun yang ada di dunia ini. Semua pesan dari semua jenis menjadi satu dalam sebuah media. Media menjadi sangat luas, sangat beragam, sehingga mudah dibentuk. Media menyerap dalam teks multimedia yang sama dalam seluruh pengalaman manusia, masa lalu, sekarang, dan masa depan. Perubahan dramatis dalam waktu, ruang, dan pengalaman virtual ini cenderung intensif dalam beberapa dekade mendatang sebagai teknologi komunikasi terus menuju satu titik temu.

Camp, J. And Chien (2000) menyebut dunia maya sebagai *virtual space*. Ruang siber ini memberikan dan menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk menemukan cara baru dalam berinteraksi, baik dalam aspek ekonomi, politik, sosial, dan sebagainya. Realitas dalam *virtual space* inilah yang menjadikan internet sebagai ruang terbuka bagi siapa saja untuk berinteraksi atau sekadar mengkonstruksi diri meski menurut Van Dijk (2006) siapapun yang melakukan koneksi maka secara otomatis ia sudah menjadi bagian dari atau anggota masyarakat jejaring.

Namun, apa yang disebut sebagai *public space* tidaklah serta merta sama dengan *public sphere* sebagaimana dimaksud oleh Habermas. Sebab, internet bisa dikatakan hanya sebagai medium yang bisa digunakan untuk diskusi atau debat politik, pertukaran ide maupun gagasan, hingga membangun wacana sebagai jawaban terhadap realitas politik. Namun, fungsi ini sama juga dengan penggunaan internet sebagai sarana virtual semata. Internet bisa menjadi medium yang dilekatkan pada realitas masyarakat apa saja, tergantung dari pengguna yang mengaksesnya.

Kasus tentang gagalnya sejumlah besar lembaga survei di Amerika saat pemilihan presiden 2016 menunjukkan bahwa internet menjadi media komunikasi politik paling penting. Menurut Profesor Politik dari Universitas Virginia, Larry Sabato, kesalahan lembaga survei tersebut terjadi karena kebanyakan penggelar survei terlalu mengukur sampel dari komposisi pemilih seperti pada pemilu-pemilu sebelumnya. Mereka tidak mempertimbangkan masyarakat yang bungkam. Masyarakat inilah yang dianggap Sabato, sebagian adalah pengguna internet. Tahun 2016 lalu, Sabato sudah meramal bahwa pada masa akan datang, survei akan dilakukan melalui internet. Ada banyak jaringan antar manusia, antar kelompok, dalam kelompok, organisasi, dan lain sebagainya, yang cenderung diabaikan (Samosir, 2016).

Katz tidak merinci secara detail tentang keempat tradisi yang telah dibahas di awal, terutama dalam studi efek internet (online) sebagai sebuah teknologi komunikasi lanjut. Namun penjelasan Katz yang singkat tentang kehadiran internet dalam keempat tradisi komunikasi, justru merangsang untuk membuka banyak pendekatan dari multidisiplin terkait efek media. Karena itu, Katz tetap optimis bahwa penelitian komunikasi akan terus berkembang, khususnya dalam era teknologi informasi. Katz juga menekankan, kekuatan penelitian komunikasi terletak pada keterbukaannya terhadap hubungan interdisipliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Camp, J. and Chien, Y. (2000). The internet as public space: Concepts, issues, and implications in public policy. *ACM SIGCAS Computers and Society*, 30(3), 13–19.
- Castells, M. (1996). The rise of network society. In *The Information Age Economy, Society, and Culture*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.

- Freidson, E. (1953). The relation of the social situation of contact to the media in mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 17, 230–238.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 172–199.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2002). The culture industry: Enlightenment as mass deception. In G. Noerr (Ed.), *Dialectic of enlightenment: philosophical fragments* (pp. 94–136). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Innis, H. (1950). *Empire and communications*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Katz, E. (2001). Ownership, technology, content, and context in the continuing search for media effects. In Charles T. Salmon (Ed.), *Communication Year Book 35* (pp. 3–11). New York and London: Routledge.
- Lechte, J. (1994). *Fifty key contemporary thinkers*. London: Routledge.
- Lowenthal, L. (1961). The triumph of mass idols. In L. Lowenthal (Ed.), *Literature, popular culture and society* (pp. 109–140). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Monge, P. R. and N. S. C. (2003). *Theories of communication networks*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Pacey, A. (2000). *The Culture of Technology* (Ninth Prin). Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Pertiwi, W. K. (2021). Pengguna internet Indonesia tembus 200 juta hampir semua online dari ponsel. Retrieved June 16, 2021, from kompas.com website: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet->
- Putnam, R. (1996). The strange disappearance of civic America. *The American Prospect*, 24, 34–48.
- Samosir, H. A. (2016). Salah prediksi kemenangan Trump, Survei AS dipertanyakan. Retrieved June 16, 2021, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20161109194830-134-171568/salah-prediksi-kemenangan-trump-survei-as-dipertanyakan>
- Van Dijk, J. (2006). *The network society*. London: Sage Publications.