

DINAMIKA ILMU KOMUNIKASI, *CITIZENSHIP* DAN *PUBLIC SPHERE* DALAM SATU DASAWARSA PASCA REZIM ORDE BARU: UPAYA PENGEMBANGAN SUB-KAJIAN KEBIJAKAN KOMUNIKASI DAN DEMOKRASI

Nyarwi

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM

Jl. Sosio Justisia Bulaksumur Yogyakarta

Abstract

The contribution of communication studies in citizenship is the main issue in this paper, especially communication praxis in public sphere.. In this context, the contribution of communication studies in democratization and politics discourse in the decade after new order needs to be reflected. There are many phenomena after the new order rezim, included interaction, contestation, negotiation, and structuration in public sphere which is not enough interest in communication studies. The existence of public sphere is not only dominated by the state apparatus, moreover by Ideological apparatus, Market Apparatus or Ideological Market Apparatus. The communication determination in public sphere and citizenship discourse is the interesting topics to discuss.

Keywords: *communication studies, citizenship, public sphere, after the new order rezim*

Pendahuluan

Apa yang signifikan dari keberadaan komunikasi sebagai praktis sosial-kultural, praktik politik, dan praktik ekonomi dan juga komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu dalam kaitannya dengan perkembangan peradaban kehidupan kebangsaan dan kenegaraan di Indonesia? Dalam berbagai fase sejarah masing-masing Negara bangsa, ada kecenderungan kuat dimana rezim politik terus menerus merasa terancam dengan praktik komunikasi yang cenderung bebas dan demokratis. Di sisi lain, sebaliknya ada kecenderungan dimana public merasa bahwa Negara—dan juga Modal—justru terus mengancam kebebasan dan nilai-nilai demokrasi yang menjadi kebutuhan dasar kehidupan mereka. Public juga merasa bahwa konstruksi dan pelembagaan nilai-nilai kewarganegaraan antara mereka dengan Negara masih belum sempurna, sehingga perlu dinegosiasikan ulang melalui arena komunikasi yang lebih demokratis. Arena semacam ini tentunya harus dibebaskan dari intervensi dan dominasi kekuatan apapun, termasuk intervensi dan

dominasi kekuatan Negara dan Modal.

Pertanyaan inilah yang sejak awal melatarbelakangi penulisan paper ini. Menjadi menarik untuk dibahas di sini karena komunikasi sebagai praktik dan sebagai sebuah studi yang berkembang di Indonesia selama enam dasawarsa telah banyak digunakan untuk membaca (meneliti), merespons dan memberikan legitimasi bagi sekian ragam perubahan di Indonesia. Tidak hanya itu, studi ilmu komunikasi juga dalam beberapa hal ikut menopang sejumlah kebijakan politik yang pernah diterapkan oleh rezim pemerintahan Orde Baru. Studi ilmu komunikasi juga telah melahirkan perubahan pengelolaan infrastruktur dan content media—minus kebijakan infrastruktur telekomunikasi dan telematika—yang telah banyak merubah wajah Indonesia selama satu dasawarsa pasca Orde Baru.

Perkembangan studi komunikasi dan praktik komunikasi di Indonesia selama ini ada dalam *public sphere* yang selalu dikontestasikan dan dinegosiasikan. Kendatipun dalam setiap kurun kontestasi tersebut, nampak dominasi, hegemoni

dan determinasi dimenangkan oleh sekelompok kekuatan tertentu. Demikian juga resistensi, involusi, dan *counter-hegemoni*, *counter-discourse* juga terus berlangsung di berbagai ranah sosial kultural terus berlangsung melalui praktik komunikasi.

Komunikasi sebagai praktik sosial dan disiplin bidang keilmuan di sini kemudian menarik untuk dilihat dari aspek perkembangan trend studi yang bersifat teoritik dan konseptual yang kemudian menjadi *mainstream*. Kendatipun praktik komunikasi yang terlacak di sini nampak juga lebih dideterminasi oleh proses dan praktik komunikasi yang berlangsung pada industri pers, film, teknologi komunikasi, industri komunikasi (manajemen, *public relations* dan *advertising* serta yang terkait dengan fenomena industri lainnya) di Indonesia. Sementara itu praktik-praktik komunikasi pada domain lainnya nampaknya seperti lenyap dan lepas dari amatan para peneliti dan scholar ilmu komunikasi di Indonesia. Ada kecenderungan kuat dimana para scholar komunikasi di Indonesia kurang mampu mengedepankan studi dan *public sphere* dalam lingkup disiplin ilmu komunikasi dengan beragam pendekatan yang aktual.

Pembentukan kesadaran Indonesia sebagai sebuah Negara-bangsa hingga saat ini masih dinilai oleh banyak kalangan sebagai proyek yang belum selesai. Fluktuasi konstruksi kesadaran atas nilai-nilai kebangsaan yang hidup dalam benak masyarakat terus menerus menjadi perdebatan. Tidak hanya itu, perubahan kebijakan otonomi daerah dan desentralisasi pasca Orde Baru terus membuka arena penguatan nilai-nilai local, dan sentiment politik kedaerahan yang terus menerus mewarnai dinamika politik local di berbagai daerah di Indonesia. Di dalamnya tentu saja sangat terkait dengan praktik komunikasi yang berlangsung seiring dengan sejarah perkembangan masing-masing individu dan masyarakat dalam menilai dan mengkonstruksi nilai-nilai kehidupan kebangsaan dan kenegaraan.

Sebagai bagian dari ilmu social, ilmu komunikasi mestinya memiliki perhatian besar dalam melihat dinamika dan *public sphere* di berbagai wilayah di Indonesia. Pada level mikro, ilmu komunikasi dapat memberikan eksplorasi

interaksi, kontestasi dan fluktuasi nilai-nilai kebangsaan dan kewarganegaraan yang terus berlangsung pada level individu masyarakat yang tersebar dari berbagai suku dan agama di masing-masing daerah di Indonesia. Pada level meso, ilmu komunikasi dalam memberikan eksplorasi pada level interaksi, fluktuasi, konstestasi dan negosiasi nilai-nilai kebangsaan dan kewarganegaraan yang terus berlangsung antar individu dalam masyarakat. Pada level makro, ilmu komunikasi dapat saja memberikan eksplorasi pada level pelembagaan nilai-nilai individu dan masyarakat dalam arena interaksi dan kontestasi nilai-nilai kebangsaan dan kewarganegaraan.

Masyarakat terus berubah, struktur-ekonomi politik global kian menggeliat, media dan perkembangan teknologi komunikasi juga kian cepat dan berpengaruh dalam sudut-sudut keseluruhan aktivitas masyarakat. Hal ini tentu menjadi tantangan besar bagi studi ilmu komunikasi di berbagai kawasan dunia, termasuk di Indonesia. Kecepatan perubahan masyarakat, interaksi dan integrasi media dan teknologi komunikasi serta perubahan tata nilai pada masing-masing kebudayaan menjadikan studi komunikasi memiliki tugas sejarah yang kian berat. Hal terdapan yang perlu dilakukan tentunya adalah mengembangkan alternative kajian dan sub-kajian yang mampu merespons beragam perubahan tersebut.

Secara normative, ilmu komunikasi memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi hal tersebut di atas. Namun kemampuan normative ini juga perlu didukung oleh para ilmuwan komunikasi dan institusi pendidikan/riset yang memiliki jurusan/departemen komunikasi di perguruan tinggi yang ada di berbagai propinsi/daerah di Indonesia. Jejaring perguruan tinggi yang memiliki jurusan/program/riset di bidang ilmu komunikasi di berbagai daerah untuk mengkaji dan *public sphere* Pasca Orde Baru ini menjadi kian penting untuk dilakukan sebagai sub-kajian Kebijakan Komunikasi dan Demokrasi dalam jangka panjang.

Dinamika Ilmu Komunikasi di Indonesia

Selama beberapa dasawarsa terakhir, perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia nampak cukup pesat. Sejumlah focus studi, obyek

material dan subyek material kajian dalam studi Ilmu Komunikasi terus berkembang di sejumlah jurusan/program Ilmu Komunikasi di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Pengembangan dan perkembangan riset dalam banyak hal lebih banyak dipengaruhi oleh perubahan rezim politik, lingkungan, teknologi dan masyarakat.

Menjadi kian menarik di sini untuk membahas tantangan dan perkembangan studi komunikasi di Indonesia pada saat ini dan masa mendatang. Ada beberapa alternative yang dapat menjadi pintu masuk di sini. *Pertama*, perkembangan studi ilmu komunikasi dapat kita simak dari kecenderungan focus studi yang dikembangkan, karena pengaruh lingkungan sosiologis, anthropologis, psikologis dan politik di Indonesia. *Kedua*, perkembangan studi ilmu komunikasi dapat pula kita simak dari kecenderungan pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam arus *konvergen*, *networking* dan *divergen/deferensiasi*. *Ketiga*, perkembangan studi ilmu komunikasi dapat kita simak dari kecenderungan pengaruh pemikiran para scholar ilmu komunikasi di berbagai kawasan dunia terhadap arus pemikiran para ilmuwan komunikasi di Indonesia. *Keempat*, perkembangan studi ilmu komunikasi juga dapat kita simak dari arus besar perkembangan perspektif/pendekatan dan teoro-teori yang berkembang pada Ilmu Social yang lain seperti Filsafat Politik, Ilmu Sosiologi, Ilmu Politik, marketing, Ilmu Psikologi dan Ilmu Anthropologi. Arus sejarah yang mempengaruhi perkembangan ilmu komunikasi di atas dalam beberapa hal diiringi dengan pengadopsian dan pengembangan metodologi yang menjadi perangkat analisis dari berbagai fenomena studi komunikasi di Indonesia.

Dari aspek fokus studi, sebagaimana kita tahu, perkembangan studi Ilmu Komunikasi di Indonesia pada mulanya lebih cenderung dipacu oleh studi media/pers dan jurnalistik. Berbagai kritik telah banyak bermunculan terkait dengan fenomena tersebut. Misalnya kritik yang muncul terhadap kajian pers di Indonesia. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Daniel Dhakidae (1993) dimana kecenderungan pelbagai studi yang diadakan para ahli tentang pers Indonesia ada kecenderungan mengabaikan satu perkembangan

yang luar biasa dalam pers, yaitu kemampuannya untuk menciptakan modal. Fenomena ini terutama terkait dengan studi-studi media massa yang berlangsung hingga tahun 1993-an.

Menurut Daniel Dhakidae (1993), Richard Robinson, baik di dalam desertasinya maupun bukunya, hanya menyebutkan hal tersebut sambil lalu. Lebih lanjut Daniel mengatakan bahwa hampir semua tinjauan ekonomi surat kabar tak pernah dianggap para ekonom sebagai sesuatu yang mampu menciptakan modal, meski berulang kali beberapa dari kalangan para penerbit pers diumumkan sebagai pembayar pajak tertinggi. Kebanyakan studi tentang pers Indonesia semata memberikan perhatiannya pada satu aspek yaitu peran yang dimainkan pers di dalam idiologi, peran pers di dalam menumbuhkan nasionalisme—Ahmad Adam—, peran pers di dalam menumbuhkan dan menyebarkan modernisasi—Raillon— dan lainnya. Dengan kata lain, pers dilihat semata dari segi ideal—dalam artinya yang asli sebagai sisi lain dari yang material

Daniel (1993) berpendapat bahwa hal ini disebabkan oleh beberapa hal. *Pertama*, ketidakpercayaan banyak sarjana dalam dan luar negeri, tentang kemampuan pers Indonesia untuk berfungsi sebagai *capital producing journalism*. *Kedua*, studi pers sudah sekian lama dikuasai oleh ilmu komunikasi yang melihat pers—boleh dikatakan semata-mata—sebagai medium, perantara, lewat mana informasi, pesan disampaikan.

Kritik memang terus diberikan terhadap konsep *one way communication process* untuk diperbaiki dengan *two-way communication process*, dan malah diperbaiki lagi, semuanya itu dilalui oleh *two-tier communication process* dalam seluruh jaringan informasi (*information network*). Alasan yang dikemukakan komunikasi biasanya melewati yang disebut para *opinion leaders*, baru kemudian disampaikan kepada khalayak, *audience* secara keseluruhan. Oleh karena itu, studi media, termasuk di dalamnya studi tentang pers cetak, menghablur di dalam satu nama yaitu media massa, media komunikasi. Seandainya ada yang melihat pertumbuhan modal hanya dilihat sebagai hasil sampingan, yaitu keberhasilannya untuk berfungsi sebagai medium yang baik, yang bisa

memenuhi cita rasa khlayak. Karenanya studi media, termasuk surat kabar lebih berkiblat pada studi khalayak—*audience survey*.

Sejumlah eksplorasi pada perkembangan perspektif dalam ilmu komunikasi juga diberikan oleh para ilmuwan komunikasi di Indonesia, termasuk Ashadi Siregar (1998, 2001), Ana Nadhya Abrar (2003) dan Nunung Prajarta (2002). Terkait dengan perkembangan disiplin keilmuan di Indonesia Ana Nadhya Abrar dalam *Memberi Perspektif Pada Ilmu Komunikasi* melihat bahwa secara epistemologis, sesungguhnya ilmu komunikasi bukanlah ilmu seperti ilmu sosial humaniora yang lain—misalnya sosiologi dan ilmu politik—melainkan sebuah *study*. Menurut Abrar (2003), Ilmu komunikasi tidak memiliki teori dan metode sendiri untuk membuktikan kebenaran fenomena komunikasi. Bahkan Ilmu Komunikasi menurutnya meminjam teori dan metode ilmu lain untuk mengkaji fenomena komunikasi yang berhasil dikumpulkan. Teori inilah yang digunakan untuk keperluan analisis dalam suatu disiplin keilmuan—yang berasal dari disiplin keilmuan dengan obyek formal yang berbeda. Abrar melihat—sebagaimana yang juga dilihat oleh Ashadi Siregar—hal ini adalah sebagai sebuah perspektif dalam penelitian ilmu komunikasi (1998: 171).

Abrar (2003) setidaknya merunut dari pola pembagian kajian keilmuan dalam komunikasi dari sub-disiplin yang berkembang selama dalam beberapa dasawarsa di Indonesia. Menurutnya sebuah disiplin bertolak dari obyek kajian material yang khas. Obyek kajian material ilmu komunikasi menurutnya adalah kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penyampaian, penerimaan dan pemanfaatan informasi. Dengan demikian, menurutnya data komunikasi harus dicari dalam kenyataan masyarakat, bukan dalam khayalan pengkajinya. Dari sini bisa dirumuskan bahwa fenomena komunikasi adalah kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penyampaian, penerimaan dan pemanfaatan informasi.

Lebih lanjut Abrar (2003) melihat bahwa perkembangan teknologi komunikasi yang pesat memberikan visi baru tentang obyek kajian material ilmu komunikasi. Secara perlahan tapi pasti, muncul obyek kajian material kedua ilmu

komunikasi, yaitu media. Untuk menghadapi obyek kajian material ini menurut Abrar (2003)—sebagaimana yang juga ditulis oleh Ashadi Siregar—muncul teori media empiris yang menjelaskan karakter media dan teori media aplikatif, yang menjelaskan penggunaan media (1998: 71).

Media menurutnya—yang seringkali dikategorikan dalam media massa, media sosial dan media interaktif—menjadi obyek kajian ilmu komunikasi semakin konkret. Bertolak dari hal ini, menurut Abrar fenomena komunikasi meliputi : (i) kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penerimaan, penyampaian dan pemanfaatan informasi; (ii) media ; dan (iii) situasi komunikasi yang mengarah pada berbagai perubahan pada diri individu dan masyarakat secara suka rela. Artinya, ketiga materi inilah yang menjadi fokus kajian ilmu komunikasi selama ini. Selain itu, berbagai pemetaan-pemetaan filosofis, teoritik dan metodologis juga telah banyak dilakukan untuk memahami domain studi komunikasi di Indonesia (Siregar, 1993;1996, Dedy Nur Hidayat, 1999). Kendati demikian, nampaknya masih cukup penting untuk melihat kembali bagaimana lanskap epistemologis, ontologis dan Metodologis yang berkembang di Indonesia dalam studi komunikasi di Indonesia.

Sementara itu, perkembangan tradisi riset dalam ilmu komunikasi ini dalam banyak hal tidak dapat terpisahkan dari sejarah perkembangan ilmu komunikasi di beberapa wilayah benua di negara Amerika dan Eropa—sebagai sebuah pelacakan untuk melihat konteks perkembangan dan sejarah ilmu komunikasi yang ada di Indonesia. Y.A. Nunung Prajarto (2002)—salah seorang pengamat Ilmu komunikasi dari FISIPOL UGM—berpendapat bahwa perkembangan ilmu komunikasi tak dapat dipisahkan dari penemuan revolusioner mesin cetak oleh Johannes Guternberg (1457) di Mainz, Jerman (Griffin, 2003: 342-353). Perkembangan keilmuan ini menurutnya berangkat dari tradisi perlawanan di Eropa, dimana gen kelahiran ilmu komunikasi biasanya disangkutkan pada teori evolusi Charles Darwin (Inggris), psikoanalisis Sigmund Freud (Austria), dan *The Frankfurt School*- Karl Marx (Jerman). Menurut Nunung Prajarto Aliran pemikiran ketiga

intelektual abad XIX ini diyakini memiliki pengaruh tidak langsung, namun signifikan terhadap pertumbuhan studi ilmu komunikasi di Amerika pada abad XX (Rogers, 1994 : 34). Lebih lanjut Prajarto juga menjelaskan bahwa *The Chicago School*, *The Palo Alto School*, Harold D. Laswell dan Carl I. Hovland di Amerika Serikat dapat dipakai sebagai contoh perujuk aliran pemikiran besar tradisi perlawanan Eropa di atas. Pemikiran Darwin—seorang ahli biologi yang teori evolusinya berpengaruh besar pada ilmu-ilmu sosial, memberi landasan penting bagi studi ilmu komunikasi (Rogers, 1994:62); dan Ekman, 1973 : ix).

Menurutnya mayoritas kalangan studi kritis dalam ilmu komunikasi, buah pemikiran Karl Marx relatif banyak memberikan kontribusi. Karl Marx merupakan salah seorang ahli ilmu hukum dan filsafat serta pengkritik keras perkembangan kapitalisme, dalam beberapa dasawarsa menjadi pusat kajian dalam *The Frankfurt School (Critical School)*. Dalam penelitian ilmu komunikasi, menurut Prajarto (2002) memunculkan pengikut kritis yang memiliki sudut pandang yang sangat berbeda dengan pengikut aliran empiris. Pengikut aliran kritis ini, melalui pandangan makro mereka, lebih mengkritisi persoalan siapa yang memiliki dan mengontrol media dengan bersandar pada postulat bahwa media massa dimanfaatkan untuk mengontrol masyarakat. Sebaliknya menurut Prajarto, pengikut aliran empiris lebih berfokus pada pandangan mikro tentang pengaruh media, atas pemilikan bahwa media massa mampu membenahi persoalan-persoalan sosial yang mengarah pada suatu perubahan sosial (Rogers, 1994 : 122).

Lebih lanjut Prajarto (2002) melihat bahwa setidaknya ada dua pemahaman di dalam melihat perkembangan ilmu komunikasi. *Pertama*, pertumbuhan Ilmu Komunikasi sama sekali tidak bisa dilepaskan dari pengaruh pemikiran tokoh-tokoh di luar ilmu komunikasi. *Kedua*, pengaruh pemikiran mereka yang merambah ke ilmu-ilmu sosial dan ilmu politik serta kemudian menjangkau ke ilmu komunikasi menjadikan ilmu komunikasi mau tidak mau harus bersifat multi disiplin.

Konteks perkembangan keilmuan yang seperti inilah yang kemudian tak dapat dilepaskan dari tebaran riset-riset yang berkembang dalam ilmu komunikasi yang ada di Indonesia. Tebaran

riset yang berkembang dalam ilmu komunikasi ini pada akhirnya berkembang sesuai dengan cakupan pemetaan yang ada dalam studi ilmu komunikasi. Menurut Prajarto (2002), pemetaan cakupan studi ilmu komunikasi mengantar pada delapan tradisi yang ada dalam perkembangan studi komunikasi (Griffin, 2003: 21-35).

Menurutnya, tradisi pertama berkaitan dengan proses komunikasi sebagai pengaruh dari suatu hubungan interpersonal. Carl I. Hovland yang oleh Schramm dipandang sebagai pemasang tiang utama ilmu komunikasi dengan kajian persuasinya, sebagai contoh, menekankan adanya perbedaan antara relasi komunikasi terhadap pesan-pesan yang disampaikan sumber yang berkredibilitas tinggi dan sumber yang berkredibilitas rendah (Griffin, 2003 : 23). Tradisi ini juga dikenal dengan *The Socio-psychological tradition*, mendapat dukungan dari penelitian-penelitian Universitas Yale. *Kedua*, perkembangan tradisi yang dikenal dengan *the cybernetic tradition*—yang memandang komunikasi sebagai proses pentransmisi informasi. *Ketiga*, *the rhetorical tradition*, yang menempatkan komunikasi sebagai suatu aktivitas seni yang ditujukan kepada publik. Dalam pengertian sederhana, komunikasi adalah seni berbicara kepada umum. *Keempat*, tradisi semiotik (*The Semiotic Tradition*) yang memandang komunikasi sebagai suatu proses pemaknaan bersama simbol-simbol komunikasi. Kontroversi umum yang terdapat pada tradisi ini berakar dari pemaknaan kata sebagai suatu simbol. *Kelima*, *the socio-cultural tradition* yang dikembangkan ahli bahasa Edward Sapir dan Benyamin Lee Whorf, yang memaknai proses komunikasi sebagai upaya penciptaan dan pembentukan realitas sosial (Kay dan Kempton, 1984 : 65-67). Tradisi sosial kultural ini pada masa sekarang menurut Prajarto mengantar pada pemahaman bahwa melalui proses komunikasi maka realitas sosial dapat dihasilkan, dipertahankan, disempurnakan dan dialihgenerasikan (Carey, 1989 : 23 dan Fiske, 1987 : 4-6). *Keenam*, *the critical tradition* yang meyakini komunikasi sebagai “*a reflective of unjust discourse*” (Griffin, 2003: 10-11). Menurut Prajarto, tradisi ini sangat terkait dengan upaya *The Frankfurt School* yang membedah perbedaan antara nilai-nilai kebebasan dan persamaan di dunia lib-

eral serta pemusatan dan pelanggaran kekuasaan yang menyebabkan nilai-nilai itu sekedar sebagai sebuah mitos. Dalam kehidupan media massa, pengikut tradisi ini menentang penggunaan media massa sebagai alat untuk mengontrol masyarakat (Habermas, 2001: 102-104) dan Rogers, 1994: 108-125). Namun secara umum, ahli-ahli teori ini mengkritisi keadaan masyarakat sekarang dalam tiga bentuk: penguasaan bahasa untuk menciptakan ketimpangan kekuasaan, peran negatif media massa untuk keperluan represi, serta ketergantungan membuta pada metode ilmiah dan penerimaan hasil-hasil ilmiahnya (Griffin, 2003: 31). *Ketujuh, the phenomenological tradition* yang memaknai komunikasi sebagai bertemunya pengalaman pribadi dan pengalaman orang lain melalui sebuah dialog. Penekanan di sini lebih pada pengalaman (dan bukan simbol) serta dialog (dan bukan sekedar pemaknaan bersama). *Kedelapan, the ethical tradition* yang memandang proses komunikasi dalam kaitannya dengan tanggung jawab etik manusia-manusia yang menginteraksikan karakter secara lugas dan menguntungkan (Griffin, 2003 : 34-35).

Prajarto (2002) melihat ada kecenderungan bahwa kedelapan tradisi tersebut cenderung tidak dapat dibedakan secara tegas. Ada kemungkinan bahwa kedelapan tradisi tersebut kemungkinan terjadi tumpang tindih. Namun setidaknya peta tradisi ini menurutnya bisa memberikan petunjuk arah perkembangan ilmu komunikasi. Setidaknya ada dua tradisi *main-stream*. *Pertama*, tradisi sosio-psikologis, retorika, dan fenomenologis berkecenderungan pada komunikasi interpersonal. *Kedua*, tradisi siberetik, semiotik, sosio-kultural, kritis dan etis yang secara umum mengarah pada komunikasi massa. Selain itu, menurut Prajarto, diantara dua pengkutuban ini terselenggara juga satu kutub lain yang biasa disebut sebagai komunikasi publik dan kelompok (Griffin, 2003 : 227).

Pemetaan yang dilakukan oleh Daniel Dhakidae, Ashadi Siregar, Ana Nadhya Abrar dan Nunung Prajarta tersebut setidaknya dapat menjadi dasar bagaimana lanskap teoretik ilmu komunikasi berkembang hingga saat ini. Pemetaan ini tentu saja harus dilihat secara bersamaan dengan arus perkembangan metodologi dan

dinamika fenomena komunikasi yang berkembang di tengah-tengah masyarakat. Arus perhatian terhadap kekuasaan Negara, Modal, Media dan teknologi komunikasi selama ini memang telah banyak menempati perhatian utama. Sedangkan arus perhatian yang menempatkan dinamika interaksi, dan konstruksi kekuasaan yang berlangsung pada level individu dan masyarakat sebagai fokus utama—dengan sudut pandang arus balik—nampak masih belum banyak menjadi perhatian utama.

Lanskap Epistemologis, Ontologis, Aksiologis dan Metodologis Ilmu Komunikasi.

Di luar persoalan di atas, hal yang terpenting untuk mengeksplorasi perkembangan teoritis, dan praksis ilmu komunikasi adalah meninjau kembali lanskap epistemologis, ontologis, aksiologi dan metodologis ilmu komunikasi di Indonesia. Menarik menyimak pendapat Rosengreen (1983) di dalam memberikan klasifikasi teori dan penelitian komunikasi. Menurut Rosengreen (1983), setidaknya ada tiga paradigma besar yang melatarbelakangi perkembangan teori dan penelitian studi komunikasi. Ketiga hal tersebut yaitu paradigma klasik—yang menyangkut positivisme dan post-positivisme, paradigma kritis dan paradigma konstruktifis. Perbedaan ketiga paradigma tersebut setidaknya mencakup empat dimensi yaitu : (1) Epistemologi yang antara lain menyangkut asumsi mengenai hubungan antara peneliti dan yang diteliti dalam proses untuk memperoleh pengetahuan mengenai obyek yang diteliti. (2) Ontologis yang antara lain berkaitan dengan asumsi mengenai obyek dan realitas sosial yang diteliti. (3) Metodologis yang berisi asumsi-asumsi mengenai cara memperoleh pengetahuan mengenai suatu obyek penelitian.

Aksiologis yang berkaitan dengan posisi *value judgments*, etika dan pilihan moral peneliti dalam suatu penelitian.

Dari tabel di atas bagaimana kita dapat melihat pemetaan teoritik dan metodologis yang dilakukan oleh Rosengreen (1983) yang juga dikutip oleh Dedy N Hidayat (1999), juga hakekat yang memiliki konsekuensi dari sisi ontologis, epistemologis, aksiologis serta implikasi

Tabel 1
Pengelompokan Beberapa Teori/Pendekatan

Teori/ Pendekatan	Paradigma Klasik	Paradigma Kritis	Paradigma Konstruktifis
Theories of Message			
- <i>Theories of discourse.</i>	X	X	X
- <i>Theories of sign and language</i>	X		X
Interpersonal Communication			
- <i>Symbolic Interactionism.</i>	X (Iowa)		X (Chicago)
- <i>Social Judgement Theory.</i>	X		
- <i>Cognitive Dissonance Theory.</i>			
- <i>Theories of Experience and Intrepretation.</i>	X		X
- <i>Theories of Info Receptions and Processing.</i>	X		
Group/ Public Communication.			
- <i>Information System Approach in Organizations.</i>	X		
- <i>Social Exchange Theories.</i>			
- <i>Theories of Info Receptions and Processing.</i>	X		
Mass Communication and Society			
- <i>Structural-Functionalism Theories of Mass Media.</i>			
- <i>Agenda-setting theory.</i>			
- <i>Cultivation Theory.</i>		X (Mattelart, Schiller.etc)	
- <i>Uses and Gratification.</i>	X		
- <i>Political-Economy Theory.</i>			
- <i>Mass Media and Social Construction of Reality.</i>	X		
- <i>Media and Cultural Studies.</i>	X	Instrumentalist	Culturalist
- <i>Theories of Message Production.</i>	X		X
- <i>Theories of Mass Media and Persuasion.</i>	X (Liberal)		X
- <i>Effectiveness of Ads and Communication Program.</i>	X	Structural	
		X	
	X		

Tabel 2
Perbedaan Ontologis

<i>Classical Paradigm</i>	<i>Critical Paradigma</i>	<i>Constructivism Paradigm</i>
<i>Critical Realism</i> : ada realitas yang "real" yang diatur oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku universal walaupun kebenaran pengetahuan tentang itu mungkin hanya bisa diperoleh secara probalistik	<i>Historical Realism</i> : realitas yang teramati (<i>virtual reality</i>) merupakan realitas semu yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan sosial budaya dan ekonomi politik	<i>Relativism</i> : realitas merupakan konstruksi sosial. Kebenaran suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.

TABEL 3
PERBEDAAN EPISTEMOLOGIS

<i>Classical Paradigm</i>	<i>Critical Paradigm</i>	<i>Constructivism Paradigm</i>
<i>Dualist/objectivist</i> : Ada realitas obyektif sebagai suatu realitas eksternal di luar diri peneliti. Peneliti harus sejauh mungkin menjaga jarak dengan obyek penelitian.	<i>Transactional/Subjectivist</i> : hubungan antara peneliti dengan realitas yang diteliti selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu. Pemahaman tentang suatu realitas merupakan <i>value mediated findings</i> .	<i>Transactionalist/subjectivist</i> : Pemahaman tentang suatu realitas atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti.

TABEL 4
PERBEDAAN AKSIOLOGIS

<i>Classical Paradigm</i>	<i>Critical Paradigm</i>	<i>Constructivism Paradigm</i>
Nilai, etika dan pilihan moral harus berada di luar proses penelitian.	Nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian.	Nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian.
Peneliti berperan sebagai <i>disinterested scientist</i> .	Peneliti menempatkan diri sebagai <i>transformative intellectual</i> , advokat dan aktivis.	Peneliti sebagai <i>passionate participant</i> : fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial.
Tujuan penelitian: eksplanasi dan kontrol.	Tujuan Penelitian : kritik sosial, transformasi, emansipasi dan <i>social empowerment</i> .	Tujuan penelitian : rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti.

Tabel 5
Perbedaan Metodologis

Sumber: Dedy N. Hidayat, Ph.D. Jurnal ISKI April 1999.

metodologis yang menyertai atas pilihan-pilihan para *schoolar* Ilmu Komunikasi di Indonesia. Pada masa Orde Baru sudah jamak diketahui oleh para ilmuwan dan peneliti Ilmu Komunikasi bahwa paradigma klasik (*classical paradigm*) sangat dominan. Pasca Orde Baru, nampak terjadi arus kuat pergeseran dalam tradisi riset, perspektif, teoritik-konseptual yang mulai bergerak menuju aras paradigma kritis dan paradigma konstruktifis. Kendati demikian, nalar strukturalis dan intepretatif dalam membaca fenomena komunikasi nampaknya masih cukup dominant di sini. Kontribusi mendasar dari perkembangan tersebut setidaknya telah mampu mengatasi dan melampaui kemandegan dalam tradisi klasik dan positifis yang telah begitu lama berkembang masa Orde Baru.

Pentingnya Mengkaji Dinamika dan Public Sphere.

Setiap masyarakat dalam wilayah Negara bangsa memiliki konsepsi dan *public sphere* yang bersifat unik dan beragam. Keberadaan dan *public sphere* masing-masing masyarakat tersebut sangat dipengaruhi oleh sejarah social dan politik masing-masing pada lingkup individual, masyarakat hingga dalam wilayah teritori yang diklaim oleh masing-masing Negara-bangsa tersebut.

Kekuasaan Negara seringkali kurang mampu memahami, mengakomodasi dan mengafirmasi dinamika dan *public sphere* masing-masing masyarakat yang ada di wilayah teritorinya tersebut. Bahkan dan *public sphere* ini terus menjadi kendala terbesar yang cukup menguras perhatian dan energi politik sebuah Negara-bangsa.

Menurut Jean Tournon (2000) merupakan status legal yang diatur oleh masing-masing negara. Hak dan kewajiban dari setiap negara dinyatakan sama dan tidak ada lagi warga negara kelas dua atas alasan tempat kelahiran, jenis kelamin, keyakinan, perilaku, ras atau keturunannya. Berdasarkan status kewarganegaraan ini, maka setiap orang mempunyai hak-hak "sipil" atau hak untuk memperoleh perlindungan negara atas keselamatan dan kepemilikannya. Raymond Aron (1974) menegaskan bahwa kewarganegaraan moderen pada dasarnya adalah hak asasi manusia, yang sulit ditemui diberbagai unit politik kuno—misalnya kekaisaran romawi yang lebih mementingkan istilah kebebasan dan jaminan prosedural atas setiap warganya. Selain hak-hak sipil ini, warga negara juga memiliki apa yang disebut sebagai hak-hak social. Hak-hak ini menjamin setiap warga untuk menikmati standar kehidupan social tertentu.

Selain itu, menurut Jean Tournon (2000), setiap warganegara memiliki kewajiban untuk menaati setiap peraturan yang ditetapkan oleh negara. Sebagaimana yang dikatakan oleh Camilleri dan Falk (1992:18), kepatuhan kepada penguasa yang berwenang merupakan karakteristik penting dari kewarganegaraan. Dukungan kepada negara, mulai dari membayar pajak sampai dengan mempertaruhkan nyawa berperang membela negara, juga merupakan bagian dari kewajiban warga negara. Namun sebagian besar filsuf politik menurut Jean Tournon (2000) lebih menekankan keberadaan negara untuk melayani penduduknya, dan itu berarti warga negara juga perlu memiliki kekuasaan dan control politik terhadap negara/pemerintah untuk memastikan agar tanggung jawab mereka benar-benar sebanding dengan hak yang mereka peroleh.

Menurut Jean Tournon (2000) adalah lebih mudah untuk memahami mengapa kewarganegaraan, yang semua hanya sekedar klasifikasi keanggotaan dari suatu komunitas, menjadi unsure penting dari tiga ideologi menonjol di sepanjang era moderen. Dalam dua ideologi, yakni nasionalisme dan demokrasi, sama-sama dianjurkan suatu kewarganegaraan yang aktif dan berdedikasi. Keduanya cenderung menolak kepemimpinan oleh sekelompok yang tidak berjiwa patriot atau tidak berjiwa democrat. Sedangkan pada ideologi ketiga, yaitu ideologi negara kesejahteraan (*welfare state*), yang ditekankan adalah kewarganegaraan yang bersifat pasif seperti halnya konsumen di pasar. Ideologi ini menurut Jean Tournon (2000) lekat dekat dengan konsepsi Hobbes yang menyatakan bahwa penguasa harus memberi manfaat kepada mereka yang dipimpinnya. Ketiga ideologi ini berbeda pendapat dalam sejumlah aspek penting seperti relevansi etnisitas dalam kehidupan berbangsa, serta prinsip kekuasaan mayoritas demi terciptanya demokrasi.

Sementara itu, konsepsi *public sphere* pertama kali diintrodusir oleh Habermas dalam *Structural Transformations of the Public Sphere* (1989). Menurut Habermas (1989) secara idel, dalam *public sphere* masing-masing individu memiliki akses yang sama untuk berkomunikasi dimana tidak dibatasi oleh negara, dan melalui proses permukatan (*deliberative*), kapasitas untuk

membangun konsensus, serta mampu melakukan kontrol atas agenda dan keputusan-keputusan pemerintah dalam kurun waktu tertentu. Kondisi ideal inididak pernah mampu terwujudkan dalam kenyataan. Sementara itu menurut W. Lance Bennett dan Robert M. Entman (2001) *public sphere* adalah sebagai berikut :

“The public sphere is comprised of any all locations, physical or virtual, where ideas and feelings relevant to politics are transmitted or exchanged openly”.

Menurut John B. Thomson, konsep ruang *public* pada umumnya digunakan untuk merujuk pada diskursus dan debat umum, dimana setiap individu bisa mendiskusikan isu-isu yang menjadi perhatian bersama. Ruang publik pada umumnya dilawankan dengan ruang *private* dalam hubungan personal dan aktivitas ekonomi yang sudah diswastakan.

Habermas menelusuri perkembangan ruang *public* dari Yunani Kuno sampai sekarang. Menurutnya, di eropa abad ke-17 dan ke-18 muncul ruang *public* dalam jenis khusus. “Ruang *public borjuis*” ini menurut Habermas berisi para individu yang berkumpul bersama di tempat umum seperti salon dan warung kopi, mendiskusikan isu-isu kunci hari itu. Proses diskusi tersebut juga dirangsang oleh munculnya pers secara *periodic*, yang berkembang di Inggris dan bagian lain Eropa di akhir abad ke-17 dan di abad ke-18. Ruang *public borjuis* ini bukan merupakan bagian dari negara, tetapi justru merupakan tempat untuk mengkritik aktivitas pemerintah melalui debat dan adu argumentasi yang beralasan.

Menurut John. B Tompson (2000), Perkembangan yang ada kemudian dalam beberapa kurun waktu yang cukup lama, ruang *public borjuis* kembali berkurang nilainya. Banyak Warung kopi, salon dan tempat-tempat umum lenyap, dan pers yang muncul secara *periodic* telah menjadi bagian institusi media yang secara cepat menjadi kelompok komersial. Komersialisasi pers ini telah mengubah karakternya; pers secara bertahap di Eropa setelah abad 18 relatif berhenti menjadi forum debat yang pantas dan menjadi lebih dan lebih memperhatikan pada pengejaran keuntungan dan proses membangun image. Oleh karena itu, argument Habermas mengenai perubahan ruang pub-

Tabel 6
Summary of Media Model

No		Market Model	Public Sphere Model
1.	How are media conceptualized ?	Private Companies selling products	Public resources serving the public
2.	What is the primary purpose of the media ?	Generate profits for owners and stockholders	Promote active citizenship via information, education, and social integration
3.	How are audience addressed ?	As Consumers	As Citizens
4.	What are the media encouraging people to do ?	Enjoy themselves, view ads, and buy products	Learn abouts world and be active citizens
5.	What is the public interest ?	Whatever is popular	Diverse, substantive, and innovative content, even if not always popular.
6.	What is the role of diversity and innovation ?	Innovation can be a threat to profitable, standardized formulas. Diversity can be a strategy for reaching new niche markets.	Innovation is central to engaging citizens. Diversity is central to media's mission of representing the range of the public's views and tastes.
7.	How is regulation perceived ?	Mostly seen as interfering with market processes	Useful tool in protecting the public interest.
8.	To whom are media ultimately accountable ?	Owners and shareholders	The public and government representatives.
9.	How is success measured ?	Profits	Serving the Public interest.

Sumber: David Croteau and William Hoynes (2001 : 37; 2006:39), *Media, Markets and The Public Sphere, dalam Business of Media : Corporate Media and The Public Interest. Thousand Oaks, California, London, New Delhi : Pine Forge Press.*

lic ini telah dikritik dengan dasar sejarah tersebut (Calhoun, 1992 dalam John B. Thomson (2000), dan mengenai relevansinya terhadap kondisi social dan politik abad ke-20. Kendati demikian, menurut John B. Thompson, konsep ruang public tetap merupakan referensi penting bagi para pemikir yang perhatian pada perkembangan bentuk-bentuk organisasi politik yang bebas dari kekuasaan negara. Selain itu, menurutnya, konsep

tersebut juga tetap vital bagi para teoritis yang concern dengan dampak media komunikasi dalam dunia moderen.

Dari pendapat Thompson tersebut, keberadaan *Public Sphere* di sini menjadi kian vital untuk dilihat sebagai lokus analisis. Kendatipun konsep ini pada awalnya diintrodusir dari fenomena yang berlangsung dan menjadi praktis social komunikasi di kalangan Borjuasi Eropa abad 17

dan 18, kemudian semakin terkikis oleh kehadiran industri pers yang cenderung kapitalistik, konsep tersebut perlu ditelaah kembali keluar dari ruang historisitasnya. Dalam hal ini keberadaan ruang public perlu dipahami ada di berbagai lokus dalam berbagai level struktur social, komunitas, dan kelas social masyarakat. Masing-masing masyarakat, komunitas dan individu memiliki imaji dan konsepsi serta praktik social dalam merepresentasikan ruang public. Praktik-praktik social komunikasi yang ada pada lokus-lokus tersebut inilah yang nampaknya perlu untuk kita cermati sebagai ruang interaksi, kontestasi dan negosiasi dari masing-masing.

Dari lanskap pemetaan sub-field, teori dan implikasi metodologis serta pendekatan yang ada di atas, baik yang dilakukan oleh Abrar (2003), Prajarta (2002), dan Dedy N Hidayat (1999) nampaknya perlu ditambahkan dan dicermati kembali di sini yaitu keberadaan dan *public Sphere* dalam kajian studi komunikasi di Indonesia dalam satu dasawarsa Pasca Orde Baru. Dalam hal ini dan *public Sphere* yang pada dasarnya sudah lama menyatu dalam berbagai kajian teoritis-konseptual komunikasi dalam hal ini menjadi signifikan untuk diformulasikan dalam *sub-field* baru. Studi atas pada masa dasawarsa Orde Baru cenderung dikaji dalam paradigma positivis dan dengan pendekatan fungsional. Mainstream paradigma pembangunan politik, komunikasi pembangunan, komunikasi sosial dan stabilitas politik nampak terus mendominasi perdebatan ini selama Orde Baru. Hal ini tentu harus dibongkar ulang.

Studi atas dan *public sphere* ke depan mestinya dapat ditarik keluar dari mainstream pembangunan politik, komunikasi pembangunan, komunikasi social dan stabilitas politik dengan pendekatan fungsional. Sejumlah pendekatan baru dalam paradigma kritis dan konstruktifis penting untuk terus menerus dikembangkan. Bukan tidak mungkin perangkat metodologi lain yang dikembangkan dalam ilmu antropologi, psikologi social, sosiologi penge-tahuan, filsafat politik dan etika komunikasi dapat dieksplorasi untuk mengembangkan riset-riset yang terkait dengan dinamika dan *public sphere* pasca Orde Baru ini.

Di Tengah *Market Oriented* dan *Public Sphere Oriented*

Dari penjelasan di atas kita dapat melihat bagaimana dan *Public Sphere* di definisikan dan dikonstruksikan secara normative. Keberadaan dalam hal ini tidak dapat lepas dari mainstream idiologi yang determinan dalam kehidupan social. Demikian juga untuk konteks *public sphere*, apa yang telah dikon-sepsikan secara ideal oleh Habermas di sini tidak dengan serta merta terealisasikan. Justru perkembangan industri media dan teknologi komunikasi yang semakin pesat serta menguatnya kekuatan ekonomi-neoliberal di sini semakin menjauhkan etik dan makna awal dari keberadaan *public sphere*.

Menarik menyimak pemikiran David Croteau and William Hoynes (2001), *Media, Markets and The Public Sphere*, dalam *The Business of Media: Corporate Media and The Public Interest*. Menurut pendapat David Croteau dan William Hoynes ada dua arus kuat kecenderungan praktik komunikasi yang berkembang hingga sekarang, yaitu adanya trend yang mengarah pada *Market Model* dan *Public Sphere Model*. Kedua model tersebut memiliki logika masing-masing didalam memandang, mendefinisikan dan merepresentasikan realitas. Dua model ini pada level praksis komunikasi menimbulkan konflik kepentingan yang nyata. Logika masing-masing model inilah yang kemudian berinteraksi, melakukan kontestasi dan negosiasi di dalam *public sphere*.

David Croteau and William Hoynes (2006)—mengutip pendapat Robert Kuttner (1997) melalui karyanya *The Virtues and Limits of Markets*—menjelaskan bahwa *public sphere* model menjadi orientasi penting dalam praksis komunikasi karena market model memiliki sejumlah keterbatasan. *Pertama*, mekanisme dalam orientasi model pasar dinilai bersifat tidak demokratis (*undemocratic*). *Kedua*, mekanisme dalam orientasi model pasar akan terus menerus menciptakan kesenjangan (*inequality*). *Ketiga*, mekanisme dalam model pasar dinilai cenderung amoral (*markets are amoral*). *Keempat*, mekanisme dalam model pasar dianggap tidak memenuhi kebutuhan nilai-nilai social (*social needs*). *Kelima*, mekanisme dalam model pasar

dianggap tidak memenuhi kebutuhan nilai-nilai demokrasi (*democratic needs*).

sebagai dasar filsafat interaksi negara dan masyarakat yang muncul dalam public sphere di sini kemudian terus melakukan interaksi, kontestasi, negosiasi dan interaksi dengan kekuatan di luar dirinya. Hal yang nampak menonjol di sini adalah *State Aparatusse(SA)* dan *Idiological State Aparatus(ISA)*. Fenomena yang berkembang pada masa Orde Baru nampaknya sangat relevan untuk melihat bagaimana *SA* dan *ISA* mendeterminasi wacana yang muncul dalam *public sphere*. Oleh karena itu, banyak studi yang berkembang Pasca Orde Baru, baik dengan nalar gramscian, nalar altusserrian, nalar marxian atau neo-marxian lainnya yang menempatkan negara sebagai “terdakwa” dari proses kekerasan psikologis, kekerasan simbolik, kekerasan kultural dan juga menempatkan negara sebagai hantu yang cenderung otoriter dan fasis—dan pada kenyataannya memang demikian.

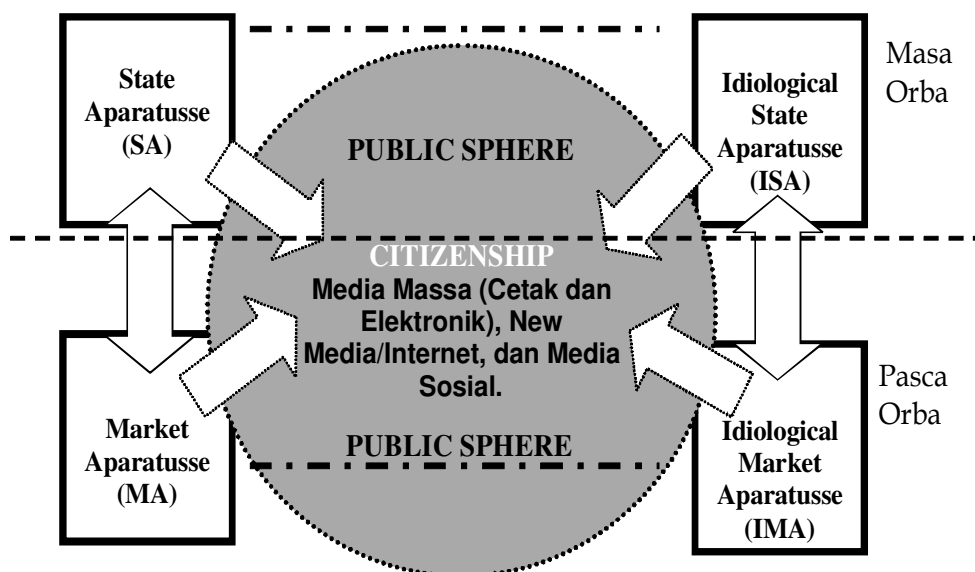
Sementara itu Pasca Orde Baru menguatnya *Market Aparatusse(MA)* dan *Idiological Market Aparatusse(IMA)* akibat semakin meluas dan menguatnya rejim neo-liberal menjadikan *MA* dan *IMA* juga ikut menjadi agen yang juga ikut mendeterminasi public sphere komunikasi di Indonesia. Bahkan *MA* dan *IMA* ini tidak hanya mendeterminasi wacana yang ada pada ruang

publik, namun keduanya juga mendeterminasi terhadap wacana pembentukan dalam *public sphere*.

Keduanya arus kekuasaan ini menurut Dedy N. Hidayat (2005) juga secara sistemik menempatkan negara lebih sebagai instrumen sirkuit modal dan kekuasaan (*Kompas*, Rabu 23 Maret, 2005). Dedy Nur Hidayat melihat semakin besar peluang bekerjanya sistem yang ia namakan “*M-P-M*” (*Money-Power-More Money*), yaitu ditandai dengan oleh munculnya berbagai bentuk aliansi antara masyarakat politik dan masyarakat bisnis, dimana pada tingkat nasional bisa berujung pada terbentuknya aliansi negara dan berbagai fraksi pemilik modal. Selain itu, bekerjanya sistem “*M-P-M*” tersebut kian memperkuat *Idiological Market Aparatus (IMA)*. Menurutnya sirkuit semacam itu menyebabkan negara secara konstan dibayangi krisis representasi.

Dalam arena politik dapat kita lihat dimana satu sisi, negara dituntut berperan mengupayakan kesejahteraan masyarakat. Sisi lain, dalam era neo-liberalisme, negara dipengaruhi kombinasi antara tekanan untuk melakukan liberalisasi pasar serta tuntutan untuk memberi konsesi bagi kepentingan akumulasi modal aneka kelompok bisnis yang telah memberikan dukungan finansial dalam melakukan *by money campaign* dan politik uang. Keberadaan di sini kian tergerus oleh menguatnya image

Tabel 7
Diagram “Citizenship dan Public Sphere Komunikasi Di Indonesia



dan citra karena beroperasinya *by money campaign*—minjam terminology Dedy N Hidayat—di dalam *public sphere* komunikasi tersebut.

Dinamika kekuasaan Modal dan Negara pada dan *public sphere* tentu saja tidak lepas dari media yang menjadi arena dalam komunikasi. Hingga saat ini perkembangan media massa, new media/internet dan media social kian menjadi arena persinggungan dan kontestasi nilai-nilai kewarganegaraan. David Croteau and William Hoynes (2006) berpendapat bahwa dukungan terhadap perkembangan yang sehat dalam praksis komunikasi harus dilakukan dengan beberapa upaya penting yaitu melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap content dalam komunikasi, terutama melalui media. Dalam hal ini bagaimana menjaga content tersebut agar tetap mengedepankan kepentingan public (*public interest*), mengurasi dampak negative atau bahkan dampak yang dianggap membahayakan akibat penggunaan media. Pada level media, dibutuhkan kehati-hatian dalam menyusun program dan tayangan media agar benar-benar bermanfaat bagi public sebagaimana kebutuhan nilai-nilai kewarganegaraan (*needs*). Media dalam hal ini juga perlu terus mengangkat/memediasi nilai-nilai dasar kehidupan public dan kewarganegaraan (*citizenship*) dalam berbagai program yang disajikan dalam keseharian.

Dalam konteks media internet dan media sosial, nilai-nilai kewarganegaraan juga menjadi penting sebagai arena dasar interaksi antar individu dan komunitas. Agenda ini memang nampak cenderung normative dan profetik dibandingkan dengan kenyataan yang berkembang dalam praksis komunikasi di tengah-tengah masyarakat. Infrastruktur dan networking dalam media internet dan media social barangkali akan terus menjadi arena perebutan kekuasaan modal dan kekuasaan Negara. Modal memiliki kepentingan untuk memperluas, membangun networking dan mengontrol persaingan pasar. Sedangkan Negara memiliki kepentingan untuk mengelola dan melanggengkan instrument kekuasaannya. Namun yang dapat dilakukan di sini adalah bagaimana mewujudkan content dan perdebatan public melalui media tersebut sebagai penyediaan nilai-nilai kewarganegaraan.

Signifikansi Studi Kebijakan Komunikasi dan Demokrasi di Indonesia.

Lantas apa kira-kira misi etik-teologis dan profetis yang dapat dikembangkan ke depan terhadap dinamika dan *public sphere* di Indonesia? Dalam konteks inilah kian penting untuk mengembangkan studi kebijakan komunikasi dan demokrasi di Indonesia. Sejak dari semula, disiplin ilmu komunikasi lahir dari arena interaksi publik—baik dari sudut pandang kepentingan individu maupun kolektif. Dalam sejarah perkembangan negara demokrasi, arena komunikasi juga dilahirkan untuk mengelola kepentingan publik.

Indonesia pasca Orde Baru nampak terus mengalami kendala besar untuk mewujudkan desain kebijakan komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai demokrasi baik pada level lokal/daerah dan nasional. Oleh karena itu, studi atas dinamika dan *public sphere* pada level lokal menjadi kian penting dilakukan. Sub kajian ini kian dibutuhkan mengingat pasca kebijakan otonomi dan desentralisasi di Indonesia, desain kebijakan komunikasi kian dibutuhkan.

Dalam konteks pemerintahan lokal/daerah, kajian ini tentunya dapat membantu merumuskan desain komunikasi sosial dan komunikasi pembangunan untuk kembali memperkuat negara di level lokal. Kajian ini juga dapat dikembangkan untuk melakukan studi dan desain kebijakan regulasi media, infrastruktur komunikasi dan telekomunikasi dalam menunjang perkembangan demokrasi pada level lokal. Dalam konteks media massa, kajian kebijakan komunikasi dan demokrasi ini juga kian penting untuk mengembangkan kapasitas industri media lokal dalam mengakomodasi, mengelola dan memaksimalkan potensi nilai-nilai kewarganegaraan di level lokal. Sedangkan dalam konteks media sosial, kajian ini juga dapat me-refresh kembali social capital yang menjadi energi besar dalam kebudayaan lokal di masing-masing daerah.

Kian penting di sini untuk merumuskan kembali model studi yang aktual terhadap fenomena di level lokal. Dalam hal ini tidak harus dilihat selalu dan terus menerus terkait dengan projek nasionalisme negara sebagaimana yang telah dijalankan oleh Rejim Orde Baru Soeharto, sehingga cenderung menggunakan cara-cara yang

fasis dan otoriter. di sini lebih merupakan proses terwujudnya nilai-nilai kewargaan, identitas, etnisitas, relegiusitas dan berbagai bentuk energi sosial kultural yang menempatkan ruang publik (*public sphere*) sebagai tempat penumpahan, pencurahan dan ruang interaksi serta strukturasi dan habituasi atas semua energi sosial kultural tersebut. Proses yang berlangsung dalam *public sphere* di sinilah yang nampaknya menjadi kian penting difikirkan bagi pengembangan kajian kebijakan komunikasi dan demokrasi di Indonesia ke depan.

Dalam hal ini keberadaan sub-field kajian kebijakan komunikasi dan demokrasi nampaknya perlu untuk dilembagakan dan penting untuk terus dikembangkan dalam ranah studi komunikasi di Indonesia. Dalam hal ini, proses formulasi *sub-field* kajian komunikasi di sini tentunya tidak lantas merujuk pada acuan sejarah perkembangan proyek nasionalisme negara—melalui sekian kuasa apparatus negara dan *ideological state apparatus*—namun lebih sebagai domain yang melihat bagaimana keberadaan public sphere selama ini merupakan ruang interaksi social, ruang kontestasi dan ruang negosiasi nilai-nilai yang berangkat dari “*imaji ke-Indonesia-an*” yang menyeruak dari berbagai alam kesadaran masyarakat, komunitas, etnik, geografis, keluarga, kelas social, agama dan berbagai bentuk latarbelakang sejarah lainnya.

Di sini sub-kajian kebijakan komunikasi dan demokrasi dalam beberapa hal agak memiliki kedekatan dengan studi Komunikasi Politik, Komunikasi Sosial, Komunikasi Budaya, namun kajian ini juga dapat membedakan dirinya dengan memfokuskan titik analisis pada dan *public sphere* sebagai arena dari proses interaksi, ruang kontestasi dan ruang negosiasi sekian ragam nilai dan kesadaran— yang berangkat dari “*imaji ke-Indonesia-an*”. Dan bisa jadi hal ini tidak terbatas semata-mata pada “*imaji Ke-Indonesia-an*” semata, namun juga bisa melihat pada konteks wilayah yang yang lainnya seperti Jepang, Cina, India, Thailand, Filipina, Malaysia dan Negara-Negara Asia serta belahan dunia lainnya.

Sub-kajian ini tentunya tidak bisa lepas dari fenomena kontemporer yang melanda berbagai belahan dunia dimana gelombang neo-liberalisme dan global market yang semakin kuat.

Termasuk dalam hal ini juga apa yang terus berlangsung di Indonesia. Studi Komunikasi dalam konteks ini menurut saya mestinya mampu merespons arus perkembangan tersebut, dalam hal ini adanya arus perkembangan—dimana adakalanya menguatnya lokalitas dan globalisme dan juga transformisme yang mencoba merespons perubahan dengan merujuk pada tradisi masa lalu dan perkembangan global nampaknya kian penting melihat transformasi di sini. Dalam hal ini dapat dikaji dalam praktik komunikasi, baik hanya sekedar melihat transformasi kesadaran dan praktik social individu, keluarga dan komunitas ataupun melihat kesadaran dan praktik social pada berbagai institusi *public* dan *private* yang ada di Indonesia pada masa-masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadya, 2003, dalam *Memberi Perspektif Pada Ilmu Komunikasi* dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 6, No.2, November, 2003.
- Dhakidae, Daniel, 1993, *Negara dan Ekonomi Pers Indonesia*, dalam *Tajuk-Tajuk Dalam Terik Matahari*, PT Gramedia, Jakarta.
- Entman, Robert M., dan Bennett, W.Lance, 2001, dalam *Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy*. Cambridge University Press.
- Hadizt, Verdi R., dan Robinson, Richard, 2004, *Reorganizing Power in Indonesia*. London: Routledge.
- Hidayat, Dedy N., Jurnal ISKI. April 1999.
- , 2005, “*Sirkuit Modal dan Kuasa*”, *Harian Kompas*, Rabu 23 Maret 2005.
- Hoynes, William, and Croteau, David, 2001, *Business of Media: Corporate Media and The Public Interest*. Thousand Oaks, California, London, New Delhi: Pine Forge Press.
- , 2006, *Media, Markets and The Public Sphere*, dalam *The Business of Media: Corporate Media and The Public Interest*. Thousand Oaks, California, London, New Delhi: Pine Forge Press. Second Edition.
- Keane, John, 1991, *Media and Democracy*. Lon-

- don: Routledge Publications.
- Prajarto, Nunung, 2002, dalam *Komunikasi : Akar Sejarah dan Buah Tradisi Keilmuan*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol 6, No.2, November, 2002.
- Thompson, John B., 1989, dalam *The Structural Transformations of the Public Spehere*. London: Routledge.
- Tournon, Jean, 2000, dalam Adam Kuper dan Jessica Kuper (2000) dalam *Ensiklopedi Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- , 2000, dalam Adam Kuper dan Jessica Kuper, 2000, dalam *Ensiklopedi Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Winseck, Dwayne, dan Bailie, Mashoed, 1997, (Eds), *Democratizing Communication: Comparative Perspectives on Information and Power*. Cresskill, New Jersey: Hamton Press Inc.