

Media Darling: Apa yang Salah?

Bagian Terakhir
dari Dua Tulisan

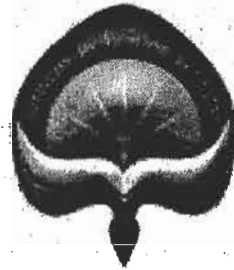
ACARA di televisi atau radio, rubrik di koran atau majalah, memiliki tema yang cenderung sama. Isi berita juga relatif sama pada semua media. Interpretasi terhadap berita yang ditawarkan media juga sama.

Mengapa bisa demikian? Hal ini disebabkan media melihat khalayak pembaca dan penonton adalah pasar, dan informasi adalah komoditas. Jadi, informasi yang dijual mengikuti apa yang sudah jelas telah diterima dan diminati khalayak. Hasilnya adalah saling mengejar dan meniru 'copy'. Dalam kondisi semacam ini,

khalayak akhirnya toh tidak memiliki pilihan media kecuali mencari informasi dari sumber lain. Namun, seberapa banyak masyarakat Indonesia yang memiliki waktu untuk melakukan hal ini? Mungkin tidak banyak.

Dengan kata lain, khalayak pengguna media di Indonesia tidak mampu menjadi kritis dan elaboratif karena sistem dan iklim komunikasi media di Indonesia tidak kondusif.

Oleh: Yudi Perbawaningsih



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA
YOGYAKARTA

Perlu waktu dan upaya untuk membangun publik yang kritis dan mandiri sehingga mampu membentuk atau mengubah sistem dan iklim komunikasi massa yang seperti ini.

Turut bangun bangsa

Media memiliki hak menentukan siapa yang akan menjadi media darling dalam pemberitaannya namun juga tetap menjaga objektivitas dan independensinya. Menjadi keliru jika media dar-

ling ditentukan atau dipengaruhi oleh pihak-pihak lain yang memiliki agenda atau kepentingan tertentu, termasuk kepentingan publik atau pasar.

Sebagai media yang diharapkan turut membangun bangsa, media darling semestinya ditentukan berdasarkan fakta empiris, yang memang memiliki reputasi yang positif bagi bangsa. Hal ini sangat perlu untuk mendesak mengingat kekritisian publik atau masyarakat Indonesia ditentukan oleh sistem, iklim dan karakter media. ***

Yudi Perbawaningsih, Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.