

# PARADIGMA KOMUNIKASI KRITIS: SUATU ALTERNATIF BAGI ILMU KOMUNIKASI

**Yasir**

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau,  
Kampus Bina Widya Km. 12,5 Simpang Baru Panam, Pekanbaru  
*e-mail*: yasirjufri@gmail.com

**Abstract: Critical Communication Paradigm: An Alternative for Science Communication.** This paper attempts to explain the process of dehumanization in the number of social reality and the development of science communication. To overcome this, a critical paradigm as a grand theory of communication is offered as an option. As an alternative paradigm of this paradigm is expected to be able to free people from the cultural and social structures that contain elements of injustice, oppression, domination and dehumanization. This paradigm has the power to change what had happened to the science, theory, practice communication and social reality itself.

**Abstrak: Paradigma Komunikasi Kritis: Suatu Alternatif Bagi Ilmu Komunikasi.** Tulisan ini berupaya menjelaskan banyaknya proses dehumanisasi dalam realitas sosial dan perkembangan ilmu komunikasi. Untuk mengatasi hal tersebut, paradigma kritis sebagai *grand* teori komunikasi ditawarkan sebagai sebuah pilihan. Sebagai paradigma alternatif diharapkan paradigma ini mampu membebaskan manusia dari proses dan struktur sosial budaya yang mengandung unsur ketidakadilan, ketertindasan, dominasi dan dehumanisasi. Paradigma ini memiliki daya kekuatan untuk mengubah apa yang dialami ilmu, teori, praktik komunikasi dan realitas masyarakat itu sendiri.

**Kata Kunci:** paradigma, teori kritis, ketidakadilan

## PENDAHULUAN

Kritik adalah dasar dari paradigma kritis. Paradigma kritis ini berangkat dari cara melihat realitas dengan mengasumsikan bahwa selalu saja ada struktur sosial yang tidak adil. Bila berbicara ketidakadilan maka dalam perjalanan sejarah kita menemukan banyak tokoh, pejuang atau pahlawan yang melawan ketidakadilan. Musa diturunkan Tuhan untuk memperjuangkan ketidakadilan rezim pemerintahan Firaun terhadap rakyatnya. Muhammad dilahirkan untuk memperjuangkan ketidakadilan pada bangsa Arab dan bagi seluruh umat manusia. Pola-pola komunikasi kenabian seperti ini dikenal dengan istilah komunikasi profetik yang sarat dengan kandungan nilai dan etika. Komunikasi seperti ini tidak hanya sekedar mengajak kepada kebaikan (dakwah), namun berorientasi juga pada humanisasi, liberasi dan transendensi (Syahputra, 2007). Paradigma komunikasi profetik memiliki benang merah dan kontribusi yang besar terhadap paradigma komunikasi kritis.

Dalam sejarah dunia dan kemerdekaan negara-negara seperti Indonesia, banyak tokoh

pejuang ketidakadilan yang hadir untuk membebaskan masyarakatnya dari ketertindasan atau penajahan. Tokoh-tokoh tersebut hadir sebagai komunikator penyeimbang kekuatan kezaliman yang ada pada waktu itu. Berkaitan dengan itu, saat kita bergerak memasuki abad ke-21, peajahan dan penindasan berubah seiring dengan perkembangan zaman. Tanpa kita sadari banyak pemahaman dan paradigma ilmu memiliki dominasi terhadap disiplin ilmu tertentu, bahkan seringkali bertentangan. Kita melihat kian mendesaknya visi baru yang menantang asumsi-asumsi berbagai paradigma atau teori yang mencoba menjelaskan lingkungan sosial dan budaya kita. Kita memasuki lingkungan budaya baru yang secara dramatis ditransformasikan oleh teknologi komunikasi dan media global, sehingga kita memerlukan kajian komunikasi dan kebudayaan untuk menganalisis ekonomi politik industri komunikasi dan budaya global. Di dalam struktur baru ini, bentuk-bentuk teknologi komunikasi yang baru telah menciptakan suatu bentuk interalasi dan integrasi global yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya oleh sejarah dunia.

Media komunikasi tidak lagi menyajikan realitas yang sebenarnya. Menurut Fiske (Ibrahim, 2004) semua realitas atau peristiwa yang bisa menjadi perkara media, telah mejadi *media event* atau *second hand reality*. Dalam realitas kedua itu, manusia hidup dalam gelimang citra, bahkan citra dan tatanan pegalaman baru pun sudah tidak ada lagi perbedaannya. Dokter televisi, detektif televisi, polisi televisi, intelektual televisi atau kiai televisi dianggap “lebih real” oleh khalayak, sehingga secara reguler menerima permintaan untuk nasihat dan bantuan dalam mengatasi problem yang mereka hadapi.

Pembaca atau khalayak banyak hanya sekedar menjadi “konsumen” pesan media komunikasi yang pasif, padahal seharusnya mereka menjadi individu yang aktif dalam negosiasi makna pesan yang disampaikan. Bagi para penikmat film, sepak bola, infotainment, pecandu sinetron seperti “Cintra Fitri”, “Islam KTP”, “Putri yang Ditukar” ataupun penggandrung program acara seperti “Take Me Out”, “Indonesian Idol”, dan lain sebagainya, tentu ini akan dimaknai berbeda oleh yang cerdas dan melek media bila dibandingkan dengan masyarakat yang cenderung umumnya lebih banyak pasif. Banyaknya program acara dan kegandrungan televisi-televisi swasta di tanah air dalam memproduksi dan menayangkan acara gosip dan remeh temeh dunia selebriti, musik, sinetron bernuansa mistik-klenik, berita kriminalistik-sadistik, dan program acara lain yang bersifat erotik sangat memerlukan perspektif atau paradigma baru dalam memandangnya.

### **PERTARUNGAN ANTAR PARADIGMA**

Sejak beribu-ribu tahun yang lalu, cikal bakal perkembangan ilmu pengetahuan mulai ada. Atas kecurigaan dan berbagai keganjilan yang ditemui dalam kehidupan, manusia berpikir dan melontarkan pertanyaan terhadap masalah yang dihadapinya. Kegiatan berpikir ini merupakan sumbu awal penggerak peradaban. Ini menggambarkan manusia sebagai mahluk yang selalu berpikir. Ini disimbolkan dengan patung mausia *Homo Sapiens* yang mengingatkan bahwa pada prinsipnya manusia adalah “mahluk berpikir” hewan berakal (*hayawanun natiq*).

Perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat bisa dilihat dari pencarian terus menerus terhadap pelbagai macam metode keilmuan. Dalam bidang penelitian, usaha ini semakin gencar dilakukan, dan bahkan menjadi perhatian dalam institusi pendidikan, khususnya usaha untuk menemukan dan mengembangkan berbagai paradigma baru yang mengacu pada tuntutan perkembangan dunia keilmuan pada saat ini. Pencarian dan penemuan pelbagai metodologi keilmuan dan sekaligus perumusan paradigma penelitian tidak bisa dipisahkan dari sejarah berkembangnya filsafat ilmu pengetahuan. Hadirnya filsafat ilmu merupakan usaha sekaligus cara manusia untuk menemukan jawaban-jawaban mengenai misteri dunia yang ada. Dalam kaitan ini, ilmu pengetahuan dan penelitian cenderung berjalan bersama, karena masing-masing saling mempengaruhi. Perkembangan sebuah ilmu ditopang oleh sejumlah penelitian untuk mengembangkan ilmu tersebut.

Sebagai salah satu dari banyak hal yang sangat memengaruhi dan membentuk ilmu dan teori adalah paradigma (*paradigm*). Thomas Khun dikenal sebagai orang pertama yang mempopulerkan istilah paradigma ini. Paradigma atau dalam bidang keilmuan sering disebut sebagai persepektif (*perspective*), terkadang disebut mazhab pemikiran (*school of thought*) atau teori (Mulyana, 2002). Paradigma secara sederhana dapat diartikan sebagai kaca mata atau cara pandang untuk memahami dunia nyata. Dalam hal ini, Patton berpendapat bahwa: “*A paradigm is a world view, a general perspective, a way of breaking down the complexity of the real world. As such, paradigms are deeply embedded in the socialization of adherents and practitioners: paradigms tell them what is important, legitimate, and reasonable. Paradigms are also normative, telling the practitioner what to do without the necessity of long existential or epistemological consideration. But it is this aspect of paradigms that constitutes both their strength in that it makes action possible, their weakness in that the very reason for action is hidden in the unquestioned assumptions of the paradigm*” (dalam Lincon & Guba, 1985).

Paradigma sangat penting perannya dalam memengaruhi teori, analisis maupun tindak perilaku seseorang. Secara tegas boleh dikatakan bahwa pada dasarnya tidak ada suatu pandangan atau teori pun yang bersifat netral dan objektif, melainkan salah satu di antaranya sangat tergantung pada paradigma yang digunakan. Karena menurut Khun (1970) paradigma menentukan apa yang tidak kita pilih, tidak ingin kita lihat, dan tidak ingin kita ketahui. Paradigma pulalah yang memengaruhi pandangan seseorang apa yang baik dan buruk, adil dan yang tidak adil.

Oleh karena itu, jika ada dua orang yang melihat sesuatu realitas sosial yang sama, atau membaca ayat dari suatu kitab suci yang sama, akan menghasilkan pandangan, penilaian, sikap dan perilaku yang berbeda pula. Perbedaan ini semuanya dikarenakan perbedaan paradigma yang dimiliki, yang secara otomatis memengaruhi persepsi dan tindak komunikasi seseorang.

Dominasi suatu paradigma terhadap paradigma yang lain sesungguhnya bukanlah karena permasalahan bahwa paradigma yang satu salah dan yang lain benar, atau yang benar akan memenangkan paradigma yang lain. Kemenangan suatu paradigma terhadap paradigma yang lain adalah lebih disebabkan karena para pendukung paradigma yang menang itu lebih memiliki kekuatan dan kekuasaan (*power*). Kekuasaan tersebut terutama berwujud kekuasaan dalam politik, ekonomi, ilmu pengetahuan dan filsafat, seni-budaya, dan sudah pasti kekuatan fisik dalam bentuk militerisme. Biasanya negara atau organisasi yang memiliki *power* ini akan selalu mentransfer aspek-aspek tersebut dan paradigma itu sendiri ke negara-negara atau organisasi lainnya yang lebih lemah kekuatannya. Oleh karena itu, ini tidak berarti bahwa paradigma yang menang atau mendominasi tersebutlah yang paling benar atau lebih baik dari yang dikalahkan.

Penjelasan Khun tentang paradigma sangat menarik dan bermanfaat khususnya untuk memahami bagaimana paradigma memengaruhi terciptanya teori. Menurut Khun pergantian paradigma berjalan secara revolusioner (sesuai judul bukunya –kumpulan essai- yaitu *The*

*Structure of Scientific Revolution*). Dengan kata lain, perubahan suatu paradigma hanya melalui pergantian, paradigma lama mati atau mengalami krisis dan kemudian diganti oleh paradigma baru. Penjelasan mengenai pergantian paradigma ini sebenarnya sudah banyak dibantah oleh banyak ahli. Karena dalam kenyataannya telah terjadi banyak fenomena yang tidak sampai dibayangkan oleh Khun dalam teorinya. Hal ini bisa banyak ditemukan bahwa ada banyak terjadi pluralitas dan konvergensi teori atau paradigma. Pandangan Khun ini hanya cocok untuk ilmu alam, tetapi tidak akan sesuai bila digunakan untuk ilmu-ilmu sosial, karena kita melihat adanya kecenderungan semakin menguatnya pertikainan antarparadigma atau terjadi dialog antara dua paradigma atau lebih pada waktu yang sama (Fakih, 2002).

Selama ini paradigma yang dipakai secara umum oleh masyarakat dan ilmuan sosial khususnya ilmuan komunikasi di Indonesia adalah mengarah pada pendekatan yang berbentuk positivistik kuantitatif, sampai sekarang masih sangat kuat dan mendominasi. Ini merupakan suatu kenafian bila pemerintah atau para ilmuan sosial dan komunikasi di Indoneisa masih tetap bersikeras untuk mempertahankan paradigma positivistik sebagai satu-satunya paradigma yang benar dalam melihat realitas sosial dan menyelesaikan permasalahan bangsa. Kecenderungan ini bisa kita lihat pada setiap sikap, perilaku dan kebijakan-kebijakan yang dihasilkan oleh pemerintah.

Berangkat dari hal ini, Deddy Mulyana (2002) mengungkapkan beberapa hal tentang penganut paradigma positivistik yang secara membabi buta—kecenderungan ini sudah mulai berubah sesuai dengan perkembangan. Mereka ini sering menganggap pendekatan (paradigma) mereka adalah yang terbaik, ilmiah, sah, benar, sementara yang lain tidak ilmiah, tidak sah, lemah, salah dan sebagainya. Hal ini menurut Mulyana disebabkan oleh beberapa hal; *pertama*, mereka kurang memahami landasan filsafat ilmu. *Kedua*, mereka sudah merasa puas dengan pengetahuan yang mereka ketahui. *Ketiga*, mereka arogan dengan paradigma yang mereka anut, seolah-olah paradigma mereka adalah satu-satunya yang benar.

## PARADIGMA KOMUNIKASI KRITIS

Paradigma yang diterapkan dalam ilmu komunikasi memang beragam. Karena paradigma mendasari teori-teori yang kita baca dan gunakan, maka sangat penting untuk memahami paradigma. Paradigma menawarkan cara pandang umum mengenai komunikasi antar manusia, sementara teori merupakan penjelasan yang lebih spesifik tertentu dari perilaku komunikasi. Sejak abad pencerahan sampai era globalisasi ini, ada empat paradigma ilmu pengetahuan sosial dalam mengungkap hakekat realitas atau ilmu pengetahuan yang berkembang dewasa ini. Keempat paradigma itu ialah: positivisme, postpositivisme, konstruktivisme (*constructivism*) dan teori kritik (*critical theory*). Dalam hal ini, Dedy N. Hidayat (1999) memodifikasi empat paradigma ini menjadi tiga yaitu dengan menggabungkan positivisme dan postpositivisme dengan menamai sebagai paradigma klasik (*classical paradigm*). Pembagian ketiga paradigma ini didasarkan pada metodologi penelitiannya, yaitu: paradigma klasik, konstruktivisme dan kritis.

Berdasarkan fokus wilayah kajiannya Griffin (2003) mengelompokkan teori-teori komunikasi berdasarkan paradigma atau tradisi yaitu: psikologi sosial, sibernetika, retorika, semiotika, sosio-kultural, tradisi kritis dan tradisi fenomenologi (dalam Sendjaja, 2005). Sementara Littlejohn (2004) mengemukakan bahwa paradigma/perspektif komunikasi terbagi pada lima yaitu: struktural fungsional, behavioral kognitif, interaksionisme simbolik, interpretif, dan kritis. Perbedaan paradigma ini bisa dilihat dari cara mereka memandang realitas dan melakukan penemuan-penemuan ilmu pengetahuan, ditinjau dari tiga aspek pertanyaan: ontologis, epistemologis dan metodologis. Meskipun beberapa paradigma mempunyai cara pandang yang sama terhadap salah satu dari ketiga aspek pengembangan ilmu pengetahuan tersebut, namun demikian masing-masing paradigma satu sama lain bisa bertolak belakang dan sulit dipertemukan.

Untuk memberikan sekelumit gambaran realitas pencarian kebenaran, kita tentu harus mencapainya dengan berbagai paradigma, cara atau pendekatan. Dalam realitasnya, baik dalam ilmu-ilmu sosial dan khususnya komunikasi

paradigma klasik (positivisme dan post positivisme) mendominasi dibanding dua paradigma lainnya. Perkembangan penelitian komunikasi sebagian besar merujuk pada penelitian-penelitian yang berangkat dari asumsi-asumsi serta premis paradigma klasik. Padahal kalau kita selidiki bukan hanya satu jalan untuk menuju kepada suatu kebenaran.

Menurut Hidayat (1999) ada sejumlah hal yang berperan sebagai penopang dominasi paradigma klasik. *Pertama*, kedudukan ilmu-ilmu eksakta masih dinilai superior dari ilmu-ilmu sosial, oleh karena itu paradigma klasik yang berorientasi pada ilmu-ilmu eksakta lebih banyak dipelajari dan dikembangkan di lembaga-lembaga pendidikan. *Kedua*, penelitian-penelitian yang berpijak pada paradigma klasik lebih mudah memberikan manfaat praktis, baik bagi dunia industri dan usaha, ataupun bagi lembaga-lembaga perumus kebijakan umum. *Ketiga*, berbeda dengan paradigma kritis yang cenderung mempertanyakan *status quo* struktur sosial dan politik, maka penelitian-penelitian paradigma klasik yang berpegang pada prinsip ketidakberpihakan, objektivitas dan penolakan terhadap subjektivitas, lebih mudah memperoleh bantuan sumber dana dan sumber daya yang lainnya.

Dalam hal ini, pada dasarnya paradigma kritis bersumber dari pemikiran mashab Frankfurt. Paradigma atau aliran ini dikembangkan oleh tokoh-tokoh yang berangkat dari pemikiran marxisme, meskipun sekarang sudah semakin jauh dari landasan asalnya. Di antara tokoh-tokohnya adalah Max Horkheimer, Theodore Adorno, Herbert Marcuse, dan tokoh pemikir teori kritis kontemporer sampai sekarang yaitu, Jurgen Habermas. Paradigma ini muncul ketika Jerman tengah berlangsung proses propaganda besar-besaran Hitler. Media dan saluran komunikasi sosial dipenuhi oleh prasangka, retorika, dan propaganda. Media mejadi alat pemerintah untuk mengontrol publik, menjadi sarana mengobarkan semangat perang. Terkait dengan ini, media bukan merupakan entitas yang netral, tetapi bisa dikuasai oleh kelompok dominan. Oleh karena itu, paradigma ini selalu mempertanyakan adanya kekuatan-kekuatan yang

berada dalam masyarakat yang mengontrol komunikasi.

Kekuatan dan dominasi kepentingan ideologi tertentu yang mendominasi media massa kita tentu sangat memprihatinkan. Setidaknya-tidaknya ada dua kepentingan utama di balik media, yaitu kepentingan ekonomi (kapitalisme) dan kepentingan kekuasaan (politik). Kedua kepentingan itulah yang paling banyak menentukan dan membentuk isi media, informasi yang disajikan dan makna yang ditawarkan. Di antara dua kepentingan utama tersebut, ada kepentingan yang lebih utama yang justru terabaikan, yaitu kepentingan publik. Media yang seharusnya berperan sebagai ruang publik (*public sphere*), disebabkan oleh kepentingan-kepentingan di atas, justru mengabaikan kepentingan publik itu sendiri.

Kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik inilah yang sesungguhnya menjadikan media tidak dapat netral, jujur, adil, objektif dan terbuka. Bila dulunya di media kita bisa menemukan antara berita dan iklan jelas perbedaannya, namun kini prinsip itu tidak tepat lagi. Selain itu, iklan ucapan selamat pada pejabat terpilih, iklan ucapan ulang tahun kota atau kabupaten, dan iklan-iklan lain sejenis, sekarang tidak lagi malu-malu muncul di setiap halaman media cetak. Mereka saling berlomba lebih besar dan kemudian entah sadar atau tidak merampas hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Inilah salah satu kedigdayaan media.

Seiring dengan berkembangnya industri media yang isinya banyak dipengaruhi oleh kekuatan pemilik, pengiklan, kekuatan politik dan kekuatan global, maka perlu sekali mewujudkan media yang demokratis untuk dapat mendidik masyarakat. Kita membutuhkan masyarakat yang kritis juga dalam mewujudkan media demokratis tersebut. Demokratisasi media tentu bisa diwujudkan bila dapat menegakkan prinsip-prinsip yang di antaranya keberagaman dalam isi (*diversity of content*), keberagaman kepemilikan media (*diversity of ownership*) dan memberi keluasaan bagi publik untuk mengatur dan menikmati pemanfaatan media sebagai ruang publik. Kepentingan dan ruang publik inilah yang belum

ditemukan dalam media kita, sebaliknya ia dijarah oleh kepentingan iklan dan kapitalisme secara umum.

Dari keberadaan seluruh media yang ada, perkembangan televisi jauh melampaui media massa lain, seperti media cetak koran, majalah, tabloid apalagi buku. Dari segi harga, meski tidak selalu dikatakan murah untuk sebagian besar masyarakat Indonesia, keinginan untuk membeli dan memiliki televisi jauh lebih tinggi dari pada keinginan untuk membeli buku bacaan. Dominasi media televisi ini terkait dengan masih rendahnya budaya baca masyarakat. Oleh karena itu, jangan heran kalau televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Televisi di Indonesia dibangun lebih dengan persepsi bisnis industri ketimbang idealisme media massa, yang harus mengabdikan pada kepentingan kebudayaan dalam pengertian luas. Sebagai media oaudio-visual, televisi tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Untuk masyarakat Indonesia, yang lebih kuat budaya lisannya, media televisi tidak memiliki jarak yang jauh. Dengan kata lain media televisi sudah menjadi bagian kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia. Televisi memiliki imbas yang luar biasa besar bagi membentuk kehidupan masyarakat khususnya pada pola pikir dan perilaku masyarakat Indonesia.

Karena itu bisa dimengerti, jika tuduhan banyak diarahkan ke media televisi sebagai penyebab maraknya gaya hidup konsumeris-hedonistik. Setidaknya, dengan banyaknya program acara televisi yang hanya memunculkan kesemarak dan kemudahan hidup, ini jelas bukan merupakan realitas sosial masyarakat penontonnya. Kita mengetahui bahwa media televisi lebih banyak diserap oleh masyarakat menengah ke bawah. Masyarakat pada kelompok ini adalah masyarakat yang cenderung tidak kritis atau terbatas akses bandingannya. Kecenderungan menerima dalam konteks percaya pada kebenaran informasi yang diserapnya atau apatis dalam menyikapi realitas/kenyataan yang ditawarkan oleh media. Dalam sejumlah penelitian tentang sosiologi komunikasi massa misalnya, ditemukan beberapa temuan betapa sajian televisi sebagai praktik komunikasi massa yang paling berpengaruh bagi proses dehumanisasi.

Dewasa ini, media telah habis-habisan didikte oleh logika pasar dan determinisme ekonomi serta teknologi. Realitas komunikasi akan hancur bila kita merelakan media menjadi instrument buta bagi kepentingan pasar, ekonomi, dan teknologi. Masyarakat dikonstruksi oleh kekuatan elit ekonomi, fenomena industri televisi yang didanai oleh kekuatan kapitalis dan juga kekuatan elit politik. Televisi juga telah menjelma menjadi representasi kelas. Secara eksplisit, melalui programnya, televisi telah menunjukkan kepada khalayak bagaimana para pria memperlakukan wanita. Secara implisit, ini merupakan cara menjalankan praktik hegemoni kekuasaan terhadap unit masyarakat yang merepresentasikan seolah-olah perlakuan laki-laki yang demikian menjadi hal yang wajar. Tanpa sadar, televisi telah mengonstruksi kesadaran palsu yang memproduksi realitas ilusif, tentang siapa yang berkuasa dan menyembunyikan praktik sosial serta realitas kekuasaan (Burton, 2007).

Bila hal seperti ini yang terjadi, informasi yang ada melalui komunikasi dan media tidak lagi mengkonstruksi realitas masyarakat yang lebih baik, namun sebaliknya ia akan mendekonstruksi realitas sosial. Kampanye pilkada misalnya, dengan pengerahan artis dan penyelenggaraan berbagai hiburan. Artis dan hiburanlah yang menarik masyarakat dan yang diberitakan di media, bukan visi misi dan unsur pendidikan politik. Ini pula yang menjadi praktik dan kebiasaan para politisi dan wartawan yang jauh dari nilai agama dan idealisme.

Di sinilah peran paradigma kritis sebagai salah satu alternatif dalam melihat dan menemukan realitas sosial atau kebenaran khususnya realitas komunikasi. Ada sesuatu yang menarik jika kita mahu memahami tentang paradigma kritis. Paradigma ini percaya bahwa media adalah sarana di mana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan bahkan memarjinalkan mereka dengan menguasai dan mengontrol media.

Paradigma kritis (*critical paradigm*) adalah semua teori sosial yang mempunyai maksud dan implikasi praktis dan berpengaruh terhadap perubahan sosial. Paradigma ini tidak sekedar melakukan kritik terhadap ketidakadilan

sistem yang dominan yaitu sistem sosial kapitalisme, melainkan suatu paradigma untuk mengubah sistem dan struktur tersebut menjadi lebih adil. Meskipun terdapat beberapa variasi teori sosial kritis seperti; feminisme, cultural studies, posmodernisme -aliran ini tidak mau dikategorikan pada golongan kritis- tetapi kesemuanya aliran tersebut memiliki tiga asumsi dasar yang sama (Littlejohn, 1999).

*Pertama*, semuanya menggunakan prinsip-prinsip dasar ilmu sosial interpretif. Ilmuan kritis harus memahami pengalaman manusia dalam konteksnya. Secara khusus paradigma kritis bertujuan untuk menginterpretasikan dan karenanya memahami bagaimana berbagai kelompok sosial dikekang dan ditindas. *Kedua*, paradigma ini mengkaji kondisi-kondisi sosial dalam usaha untuk mengungkap struktur-struktur yang sering kali tersembunyi. Kebanyakan teori-teori kritis mengajarkan bahwa pengetahuan adalah kekuatan untuk memahami bagaimana seseorang ditindas sehingga orang dapat mengambil tindakan untuk mengubah kekuatan penindas.

*Ketiga*, paradigma kritis secara sadar berupaya untuk menggabungkan teori dan tindakan (praksis). "Praksis" adalah konsep sentral dalam tradisi filsafat kritis ini. Menurut Habermas (dalam Hardiman, 1993) praksis bukanlah tingkah-laku buta atas naluri belaka, melainkan tindakan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Asumsi dasar yang ketiga ini bertolak dari persoalan bagaimana pengetahuan tentang masyarakat dan sejarah bukan hanya sekedar teori, melainkan mendorong praksis menuju pada perubahan sosial yang humanis dan mencerdaskan. Asumsi yang ketiga ini diperkuat oleh Jurgen Habermas (1983) dengan memunculkan teori tindakan komunikatif (*The Theory of Communication Action*).

Bagi paradigma kritis tugas ilmu sosial adalah justru melakukan penyadaran kritis masyarakat terhadap sistem dan struktur sosial yang cenderung "mendehumanisasi" atau membunuh nilai-nilai kemanusiaan (Fakih, 2001). Gramsci menyebut proses penyadaran ini sebagai *counter hegemony*. Dominasi suatu paradigma harus dikonter dengan paradigma alternatif

lainnya yang bisa memecahkan permasalahan dalam realitas sosial kemasyarakatan yang tidak terselesaikan oleh paradigam yang mendominasi. Proses dehumanisasi sering melalui mekanisme kekerasan, baik fisik dan dipaksakan, maupun melalui cara yang halus, di mana keduanya bersifat struktural dan sistemik. Artinya kekerasan dalam bentuk dehumanisasi tidak selalu jelas dan mudah dikenali karena ia cenderung sulit dilihat secara kasat mata dan dirasakan bahkan umumnya yang mendapatkan perlakuan kekerasan cenderung tidak menyadarinya. Kemiskinan struktural misalnya, pada dasarnya adalah bentuk kekerasan yang memerlukan suatu analisis yang lebih kritis untuk menyadarinya. Tegasnya, sebagian besar kekerasan terselenggara melalui proses hegemoni, yakni yaitu dalam bentuk mendoktrin dan memanipulasi cara pandang, cara berpikir, ideologi, kebudayaan seseorang atau sekelompok orang, dimana semuanya sangat ditentukan oleh orang yang mendominasi. Kekuatan dominasi ini biasa dilanggengkan dengan kekuatan ekonomi maupun kekuatan politik, bahkan dengan ilmu pengetahuan. Seperti diungkapkan oleh Micheal Foucault *knowledge is power*, siapa yang menguasai ilmu pengetahuan ialah yang menguasai dunia ini.

Bagi paradigma atau aliran kritis, dunia positivisme dan empirisme dalam ilmu sosial, struktural memang tidak adil. Karena ilmu sosial yang bertindak tidak memihak, netral, objektif serta harus mempunyai jarak, merupakan suatu sikap ketidakadilan tersendiri, atau bisa dikatakan melanggar ketidakadilan (*status quo*). Oleh karena itu, paradigma ini menolak bentuk objektivitas dan netralitas dari ilmu sosial. Jadi paradigma mengharuskan adanya bentuk subjektivitas, keberpihakan pada nilai-nilai kepentingan politik dan ekonomi golongan tertentu –terutama kaum lemah, penonton tak berdaya, golongan yang tertindas dan kelompok minoritas- dimana keberpihakan ini merupakan naluri yang dimiliki oleh setiap manusia.

Beberapa teoritikus kritis, seperti Stuart Hall (1981) memiliki pandangan bahwa ketidakadilan dan ketidakseimbangan kekuasaan tidak selalu merupakan hasil yang disengaja oleh pihak yang berkuasa. Sebaliknya ideologi melakukan

representasi, menginterpretasi, memahami dan mencari makna dari beberapa aspek keberadaan sosial, yang kesemua ini diproduksi dan direproduksi secara tidak sengaja. Contohnya, ideologi kemungkinan muncul ketika suatu gambaran mengenai maskulinitas berhasil untuk menjual sebuah produk. Ketika para pengiklan mengamati kesuksesan ini, mereka akan berterusan menciptakan iklan dengan menggunakan gambaran ini. Maskulinitas menjadi tertanam di dalam benak masyarakat.

Praktik-praktik komunikasi yang kita terima sifatnya banyak tidak kita sadari. Sesuai prinsip komunikasi, kita tidak dapat tidak pasti berkomunikasi. Tanpa disadari banyak pesan kita terima, sesungguhnya tanpa sadar kita telah mengalami proses “neokolonialisme”, penjajahan baru oleh industri media yang cenderung mengarah pada proses dehumanisasi. Degradasi kualitas kemanusiaan menurun drastis karena tayangan untuk orang dewasa dicampur aduk dengan anak-anak. Praktik komunikasi sehari-hari di masyarakat sering melanggar etika dan norma agama. Tidak heran bila kita menemukan banyak pelanggaran etika oleh wartawan, pelaku industri dan pemasar yang mereka sendiri tidak menyadari. Praktik pelanggaran itu sendiri bisa dilihat dari tindak komunikasi mereka lebih cenderung pada nilai politik dan ekonomi dibanding nilai etika dan agama.

Untuk itulah, penikmat media dan pelaku komunikasi perlu disadarkan kembali kesadarannya. Kita merindukan sebuah solusi komunikasi yang mengacu pada pola komunikasi kritis yang didaari pada komunikasi profetik yang sarat nilai dan teoritis.

## **MASA DEPAN PARADIGMA ILMU KOMUNIKASI**

Paradigma kritis pada dasarnya secara epistemologi membenahi pandangan yang umum berlaku. Masuknya paradigma kritis dalam studi komunikasi menjanjikan bahwa komunikasi bisa menjadi tantangan reflektif terhadap wacana ketidakadilan yang berkembang dalam tindak komunikasi masyarakat. Paradigma ini menyarankan pada teori dan ilmu sosial untuk tidak hanya memberi makna realitas sosial atau proses

sosial belaka, tanpa memiliki implikasi pada praktik politik. Bagi paradigma komunikasi kritis, justru tugas teori komunikasi adalah membuat sejarah (Fakih, 2002).

Paradigma komunikasi kritis akan lebih menarik jika dilandasi dengan komunikasi profetik (kenabian). Komunikasi profetik, menurut Kuntowijoyo (dalam Syahputra, 2007) menekankan pada humanisasi, liberasi dan transedensi. Tujuan humanisasi adalah memanusaiakan manusia, setelah mengalami dehumanisasi praktik-praktik komunikasi. Manusia dilihat secara parsial, sehingga hakikat manusia itu sendiri hilang. Sementara tujuan liberasi adalah membebaskan manusia dari struktur sosial yang tidak adil dan tidak memihak masyarakat atau rakyat lemah. Sedangkan transedental bertujuan membersihkan diri dengan mengingatkan kembali dimensi tansedental yang telah menjadi bagian dari fitrah kemanusiaan. Upaya humanisasi dan liberasi (pembebasan) harus dilakukan sebagai manifestasi keimanan kepada Tuhan karena Tuhan memerintahkan manusia menata kehidupan sosial secara adil.

Bagaimana proses humanisasi, liberasi dan transedensi ditempatkan dalam konteks komunikasi? Caranya tentu tidak dengan memahami cita-cita profetik ini secara parsial, namun harus dengan pemahaman yang holistik. Humanisasi, liberasi dan transedensi harus ditempatkan menyatu, menjadi ruh setiap bentuk perubahan, termasuk dalam teknologi dan industri agar tidak menimbulkan kekejaman bagi peradaban baru. Industri media mengabdikan dirinya pada pasar dan pengiklan, bukan pada nilai-nilai profetik. Walaupun ada, nilai-nilainya seperti sebuah *reality show* yang menekankan pentingnya kejujuran dan saling membantu dalam kehidupan sosial atau sejumlah tayangan relegius, tetap saja pasar dan pengiklan yang dominan menentukan apakah tayangan itu diteruskan atau tidak. Buktinya sejumlah tayangan gulung tikar setelah pengiklan hengkang gara-gara program tersebut tidak diminati pemirsa.

Teori komunikasi bertugas untuk memberikan penyadaran kepada masyarakat untuk mampu berpikir dan bersikap kritis serta selalu berperilaku konstruktif terhadap realitas yang

dihadapi. Cita-cita keadilan sosial mustahil dicapai tanpa melibatkan masyarakat yang tereksplorasi atau tertindas untuk terlibat dalam aksi refleksi kritis. Oleh karena itu, verifikasi kebenaran teori sosial atau komunikasi tidak diukur oleh rumus ataupun angka, tetapi melalui verifikasi praktis yang berupa aksi dan perubahan masyarakat menjadi lebih baik. Tegasnya, perubahan sosial itu sendirilah yang merupakan verifikasi dari teori ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi. Karena komunikasi memiliki potensi untuk membentuk identitas, hubungan, lingkungan dan budaya.

Paradigma komunikasi kritis sangat berperan menyadarkan kita, karenanya perlu perencanaan tentang moralitas ilmu dan penelitian sosial-komunikasi. Karena teori dan penelitian ilmu komunikasi sangat berpengaruh terhadap praktek perubahan sosial, maka paradigma ilmu dan penelitian komunikasi merupakan faktor penting dalam menentukan arah perubahan sosial ke depan. Pandangan ilmu komunikasi kritis ini menempatkan rakyat sebagai subjek utama perubahan sosial dan rakyat haruslah diletakkan sebagai pusat proses perubahan dan penciptaan serta mengontrol pengetahuan itu sendiri. Jadi dalam hal ini, paradigma kritis boleh dikatakan memiliki dimensi aksi dan politis. Karena menurut paradigma ini tidak mungkin memisahkan antara teori sosial dan aksi politik, hal merupakan konsekuensi asumsi yang ketiga dimilikinya. Di sinilah nantinya peran ilmu komunikasi seharusnya mampu memungkinkan setiap orang untuk memberikan partisipasi dan kontribusinya masing-masing dalam perubahan sosial kemasyarakatan baik tingkat lokal maupun global.

Ilmu komunikasi tidaklah sekedar digunakan untuk mengabdikan untuk golongan lemah dan tertindas. Tetapi yang lebih penting dan mendasar dari itu adalah teori komunikasi harus berperan dalam proses membangkitkan kesadaran kritis, baik yang tertindas maupun yang menindas (baca: pemirsa atau pembaca), terhadap sistem dan struktur sosial yang tidak adil. Teori komunikasi harus mengabdikan pada proses transformasi sosial yakni untuk terciptanya hubungan (struktur) yang baru dan lebih baik. Dengan kata lain, dalam persepektif kritis, ilmu komunikasi tidaklah

sekedar memihak pada yang tertindas dan yang termarginalisasi saja, tetapi lebih berusaha menciptakan ruang publik yang akan menimbulkan kesadaran, baik bagi golongan penindas dan yang tertindas. Jadi penciptaan ruang publik-ruang publik tanpa eksploitasi, distorsi, hegemoni, dan bentuk-bentuk ketidakadilan lainnya adalah tujuan utama paradigma kritis, dimana fungsi utamanya diperankan oleh komunikasi. Syarat utama penciptaan ruang publik tersebut adalah komunikasi itu sendiri haruslah membebaskan. Oleh karena itu antara paradigma kritis dan tindak komunikasi tidak bisa dipisahkan dalam praktiknya (praksis).

Dari sini dapat dijelaskan bahwa sudah menjadi tugas paradigma kritis untuk menghilangkan praktik ketidakadilan. Hal ini bisa dilakukan dengan beberapa cara. *Pertama*, teori sosial-komunikasi harus mampu menjelaskan tentang bagaimana keadaan dan sistem sosial yang ada telah menciptakan dan melanggengkan suatu bentuk pemahaman dan kesadaran palsu tentang realitas sosial yang diterima masyarakat. *Kedua*, teori sosial-komunikasi juga harus mendorong timbulnya visi alternatif tentang relasi sosial yang bebas dari segala bentuk penindasan, eksploitasi, dan ketidakadilan.

## SIMPULAN

Meskipun paradigma-paradigma keilmuan menawarkan hal yang berbeda mengenai definisi “kebenaran” dan metode terbaik untuk mencari kebenaran, ada sesuatu yang berbeda yang dimiliki oleh paradigma komunikasi kritis. Paradigma kritis dalam ilmu komunikasi mampu membebaskan dan membangkitkan kesadaran kritis, baik bagi yang mendominasi maupun yang terdominasi. Oleh karena itu, ilmu komunikasi harus mampu untuk mengadakan perubahan menuju terciptanya suatu hubungan (struktur) dan sistem sosial yang secara mendasar lebih baik, yakni suatu sistem masyarakat tanpa eksploitasi, tanpa penindasan, tanpa diskriminasi dan tanpa kekerasan.

Dengan demikian, tugas paradigma dan teori komunikasi adalah memanusiakan kembali manusia yang telah lama mengalami dehumanisasi,

baik yang menindas maupun yang tertindas. Tentunya, salah satu alternatif yang selayaknya digunakan untuk ini adalah penggunaan paradigma kritis dalam ilmu komunikasi khususnya penelitian dan juga dalam praktik keseharian. Selain itu, pemakaian paradigma ini sebagai bentuk untuk meng-*counter* dominasi paradigma lainnya.

Semoga dengan berubahnya paradigma ke yang lebih kritis, kita dapat menjadi manusia yang merdeka dalam berkomunikasi. Kemerdekaan komunikasi melibatkan partisipasi aktif pihak-pihak yang berkomunikasi dalam posisi setara. Kesetaraan akan memunculkan dialog, yang pada gilirannya akan membuka sekat-sekat komunikasi. Komunikasi merdeka adalah tindakan komunikatif yang dilakukan ketika mengekspresikan apa yang dinyatakan, tanpa keterpaksaan, rasa rendah diri, ketakutan, atau disertai kepura-puraan. Dalam praktiknya, komunikasi yang membebaskan senantiasa dilandasi oleh semangat saling berbagi (*share meaning*). Inilah esensi komunikasi kritis sebagai komunikasi yang memberdayakan bukan memperdayakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fakih, Mansour, 2002, *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ibrahim, Idi Subandy, 2005, dalam Kata Pengantar buku John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, Jalasutra Bandung.
- Hardiman, F. Budi, 1993, *Menuju Masyarakat Komunikatif*, Kanisius, Yogyakarta.
- Hardt, Hanno, 2005, *Critical Communication Studies*, penerjemah Idi Subandy Ibrahim, Jalasutra, Bandung.
- Haryatmoko, 2007, *Etika Komunikasi*, Kanisius, Yogyakarta.
- Hidayat, Dedy N., 1999, *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*, dalam Jurnal ISKI, Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Littlejohn, 1999, *Theories of Human Communication*, Sixth Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont USA.
- Mulyana, Mulyana, 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Narwaya, Tri Guntur, 2006, *Matinya Ilmu Komunikasi*, Resist Book, Yogyakarta.
- Syahputra, Iswandi, 2007, *Komunikasi profetik; Konsep dan Pendekatan*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, 2005, *Paradigma Baru Pendidikan Ilmu Komunikasi di Indonesia*, dalam jurnal KOMUNIKA, LIPI, Jakarta.
- Venus, Antar, 2007, *Komunikasi Yang Memberdayakan; Sebuah Tinjauan Filosofis*, dalam jurnal ISSU-ISKI Bandung.
- West, Richard & Lynn H. Turner, 2008, *Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*, Salemba Humanika, Jakarta.