

DAMPAK MEDIA, PENENTUAN AGENDA (AGENDA SETTING), DAN TEORI THE SPIRAL OF SILENCE

Oleh : Suamaina Duku *)

Abstract :

The impact of media, Determination Agenda (Agenda Setting) and Theory of The Spiral Of Silence is a three-part study of the theory of Mass Communication. Theories about the impact of the mass media is divided into four stages: All-powerful media, Theory of powerful media put to the test, Powerful media rediscovered, and Negotiated media influence. Determination of the Agenda (Agenda Setting) is a process of media influence either expected or unexpected in which the relative importance of the events reported, or character issues that affect memory in the minds of the public and the relative importance in news reporting. Assuming that the media attention in revealing a topic that is associated with the news audience. Indirect influence of the media on opinion but only on what is thought by societies.

The Spiral Of Silence Theory states that individuals have the sense organs similar to the statistics used to determine the opinions and modes of behavior which are approved or not approved by their environment, as well as "opinions and forms of behavior which are gaining or losing strength. The media can be influential in the spiral of silence in three ways: (1) the mass media form an impression of the dominant opinion; (2) the mass media form an impression of the opinions which are on the rise; and (3) the mass media form an impression about which opinion may be delivered in public without being marginalized.

Key Word : Impact of media, Determination Agenda (Agenda Setting) and Theory of The Spiral Of Silence

Pendahuluan

McQuail (2000; 2005) mengklasifikasikan perkembangan penelitian tentang dampak media massa dalam empat tahapan atau fase dan membuat tipologi dampak media dalam dua dimensi yaitu *time span* dan *intentionality*. Perkembangan pemikiran tentang dampak media dipengaruhi beberapa faktor diantaranya faktor waktu, faktor lingkungan seperti kepentingan pemerintah dan pembuat kebijakan, perkembangan teknologi, peristiwa sejarah, aktivitas kelompok penekan, dan propaganda.

Empat tahapan atau fase perkembangan penelitian tentang dampak media massa menurut McQuail (2000: 457):

1. All-powerful Media

Tahapan pertama dalam perkembangan penelitian dan teori tentang dampak media massa adalah dampak kekuatan besar dari media untuk mempengaruhi audiensnya. Tahapan ini dikembangkan sejak tahun 1930 di mana media dipercaya memiliki kekuatan yang sangat besar untuk membentuk opini dan kepercayaan, mengubah kebiasaan hidup, dan membentuk sikap berdasarkan kontrol dari diri audiens itu sendiri (Bauer dan Bauer, 1960). Kepercayaan akan dampak kekuatan besar dari media bukan berdasarkan investigasi atau penyelidikan ilmiah tetapi pada observasi akan kehebatan popularitas dari media dan media baru seperti film dan radio yang banyak mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan dianggap sebagai masalah publik.

Di Eropa penggunaan media oleh advertiser atau pengiklan, propaganda dalam Perang Dunia I, juga penggunaan media oleh negara-negara diktator di pertengahan tahun-tahun perang, dan oleh rezim revolusioner baru di Rusia, memperkuat keyakinan akan kekuatan yang sangat besar yang dimiliki oleh media dalam mempengaruhi audiens. Sangat bertentangan dengan latar belakang keyakinan akan kekuatan media seperti kepercayaan, penelitian sistematis dengan menggunakan metode survey dan eksperimental dan menggambarkan kecenderungan pada penelitian dalam bidang psikologi sosial yang di mulai selama tahun 1920 sampai tahun 1930-an. Banyak buku yang dihasilkan dalam periode ini mengenai kekuatan propaganda (Lasswell, 1972; Jowett dan O'Donnell, 1999).

2. Theory Of Powerful Media Put To The Test

Peralihan pada penelitian empirik menjadi tahap kedua dalam pemikiran tentang dampak media yang dimulai dengan adanya kajian tentang literatur penelitian oleh Payne Fund di Amerika Serikat pada awal tahun 1930-an (Blumer, 1933; Blumer dan Hauser, 1933; Peterson dan Thurstone, 1933). Kajian ini fokus pada pengaruh film terhadap anak-anak dan remaja. Era penelitian akan dampak media dilanjutkan samapai awal tahun 1960-an. Kajian tentang dampak media massa dilihat dari berbagai tipe isi dan media, film atau program, dan kampanye. Fokus penelitian yaitu pada kemungkinan penggunaan film dan media lain untuk maksud persuasi atau informasi.

Hovland pada tahun 1949, mengemukakan studi eksperimen untuk menilai penggunaan materi film dalam proses indoktrinasi dalam perekrutan militer Amerika Serikat dan membentuk kesadaran untuk mendukung tujuan Perang Dunia II. Star dan Huges (1950) melaporkan suatu bentuk kampanye untuk memperbaiki dukungan publik terhadap Perserikatan Bangsa-Bangsa. Lazarsfeld (1944) dan Berelson (1954) mengajukan tadisi investigasi tentang keefektifan kampanye pemilihan umum dalam demokrasi yang dilanjutkan dengan penelitian terhadap kemungkinan dampak buruk media pada anak-anak khususnya televisi pada tahun 1950-an.

Selanjutnya sifat penelitian berubah sebagai pengembangan metode dan teori dari variabel-variabel baru yang dapat diukur. Peneliti memulai pada kemungkinan dampak yang berbeda menurut karakteristik sosial dan psikologis kemudian menghubungkan variabel yang mempengaruhi dampak dari kontak personal dan lingkungan sosial dan berdasarkan pada tipe motif untuk mengikuti media.

Dalam tahapan ini seperti menghadapi suatu era yang ditandai dengan pengungkapan akan kekecewaan pada hasil-hasil penelitian tentang dampak media (Berelson, 1959). Di mana peran media disederhanakan yang menyebabkan adanya dampak media yang tidak diharapkan. Penelitian awal Joseph Klapper (1949) dan dipublikasikan tahun 1960 yang mengemukakan fase dampak media masih mempengaruhi penelitian-penelitian lain dalam tahapan ini selanjutnya menyimpulkan komunikasi massa tidak hanya dianggap dapat melayani kebutuhan audiens tetapi juga memberi dampak pada audiens serta berfungsi sebagai faktor penengah.

Tidak satupun media yang tidak menimbulkan dampak atau pengaruh seperti dampak tidak langsung antara adanya rangsangan media dan respon audiens. Media memiliki struktur yang meliputi hubungan sosial, kenyataan sosial, dan konteks budaya. Faktor-faktor dalam struktur ini membentuk opini publik, perilaku dan sikap melalui studi dan juga membentuk pilihan media, perhatian dan respon audiens. Perolehan informasi dapat terjadi tanpa hubungan perubahan perilaku dan perubahan perilaku tanpa perubahan sikap (Hovland, 1949; Trenaman dan McQuail, 1961).

Penilaian tentang dampak media dimodifikasi melalui opini di luar komunitas sosial ilmiah dengan mengembangkan periklanan dan propaganda dan anggapan bahwa media sarat nilai dan memiliki potensi yang besar (Key, 1961). Motif politis atau komersial untuk menggunakan atau mengontrol media tidak menimbulkan resiko penerimaan pesan berhubungan dengan ketidakmampuan media yang mana penelitian dilakukan untuk mengkaji permasalahan tersebut. Terdapat ruang untuk penilaian-penilaian sejak pesan dalam dampak terbatas diperhitungkan sebagai reaksi menentang akan tuntutan yang tidak realistis. Dalam tahapan ini kegagalan penelitian untuk menemukan dampak media disebabkan kerumitan proses dan kekurangan desain dan metode penelitian.

3. Powerful Media Rediscovered

Sangat sukar untuk menyimpulkan ada atau tidaknya dampak media. Dampak tidak langsung menyatakan media memiliki dampak dalam kepentingan sosial dan menjadi alat untuk menguji kekuatan sosial dan politik. Dalam tahapan ini kekuatan besar media kembali diakui (Lang dan Lang, 1981; McGuire, 1973; Mcleod, 1991) dan menimbulkan keraguan tentang batasan antara kepercayaan pada kekuatan media dan ketidakmampuan media.

Dalam hubungannya dengan dampak opini publik, Lang dan Lang 1981, berpendapat bahwa dampak minimal disimpulkan melalui interpretasi (Chaffee dan Hochheimer, 1982). Lang dan Lang menulis "pada akhir tahun 1950-an reaksi menentang pengaruh negatif tidak mendapatkan pembenaran dan memutuskan ketidakmampuan media" (1981: 659). Mereka menyatakan tidak semestinya fokus hanya pada dampak terbatas media khususnya dampak waktu singkat pada level individu (misalnya, selama pemilihan umum) justru harus fokus pada aspek sosial dan dampak institusional seperti yang dijelaskan oleh Katz dan Lazarsfeld dalam *Personal Influence* (1955) dan Klapper dalam *The effects of Mass Communication* (1960).

Salah satu alasan untuk menolak dampak minimal media disimpulkan dengan adanya kehadiran televisi pada tahun 1950 dan 1960-an sebagai medium baru dengan kekuatan daya tariknya yang didahului adanya implikasi

dalam kehidupan sosial. Fase ketiga dari teori dan penelitian tentang dampak media adalah memperbaiki konsep sosial dan proses media, investigasi awal percaya pada satu model yaitu hubungan korelasi antara rangsangan media dan perubahan tindakan, atau variasi, perilaku, opini, informasi atau sikap yang dipengaruhi oleh banyak variabel.

Dalam tahapan ini penelitian tentang dampak media ditandai dengan adanya perubahan ke arah perubahan dalam jangka waktu yang panjang, ke arah kognisi, perilaku, fenomena kolektif seperti iklim opini, struktur kepercayaan, definisi realitas sosial, ideologi, pola budaya, dan bentuk institusi media. Fokus penelitian juga pada pengaruh variabel dalam konteks, disposisi dan motivasi dan proses pembentukan isi media sebelum disampaikan kepada audiens (Halloran, 1970; Elliott, 1972).

Banyak penelitian selanjutnya dalam tahapan ini merupakan kelanjutan dari teori-teori baru tentang dampak media dan modifikasi dari model dampak langsung awal dan Noelle Neumann (1973) menciptakan slogan "kembali pada kekuatan besar dari media massa" dan adanya teori kritis yang mengakui media memiliki kekuatan legitimasi dan kontrol pada dampak kepentingan kapitalis atau birokrasi.

4. Negotiated Media Influence

Kajian pada teks media (khususnya berita), audiens, dan organisasi media di mulai pada akhir tahun 1970-an dengan adanya pendekatan baru pada dampak media yang merupakan bentuk dari konstruktivis sosial (Gamson dan Modigliani, 1989). Media dianggap mempunyai dampak yang signifikan dengan mengkonstruksi pemahaman, konstruksi ini menawarkan cara yang sistematis pada audiens saat tergabung atau tidak dalam bentuk negosiasi ke dalam struktur pemahaman personal yang dibentuk oleh identifikasi secara kolektif, makna (termasuk dampak) dikonstruksi oleh penerima, proses mediasi sering meliputi pengaruh kuat dalam konteks sosial penerima. Kehancuran kekuatan penuh media juga ditandai oleh perubahan metodologis khususnya dari metode survey kuantitatif yang mengacu pada "jatuhnya behaviourisme" sebagai eksplanasi dari dampak media (Mendelsohn, 1989).

Tahapan ke empat dalam penelitian tentang dampak media massa merupakan pengembangan dari teori terdahulu tentang kekuatan besar dari media massa seperti teori tentang ideologi dan kesadaran palsu, teori kultivasi dari Gerbner (Signorielli dan Morgan, 1990) dan gagasan yang diuraikan oleh Noelle Neumann (1974) dalam teorinya "spiral kesunyian". Mengungkapkan dua paradigma yang pertama, konstruksi media formasi sosial dan peristiwa sejarah dari kerangka gambaran realitas. Kedua, Masyarakat dan realitas sosial berinteraksi dengan konstruksi simbolik yang ditawarkan oleh media.

Pendekatan konstruktivis tidak mengulang seluruh formulasi dari proses dampak tetapi pada rangsangan langsung pada sikap individu atau respon emosional dan konsisten pada teori-teori terdahulu meskipun terdapat penyimpangan secara radikal dalam bentuk metode dan desain penelitian yang lebih mendalam, luas, dan kualitatif. Pendekatan ini dapat diterapkan dalam banyak situasi dari anggapan tentang pengaruh media, khususnya dalam hubungan pada opini publik, perilaku sosial, pilihan politik, dan ideologi.

Dalam pandangannya pada tahapan ini Perse (2001) menyarankan bahwa perkembangan teori dampak mungkin terlalu disederhanakan sehingga menyesatkan seperti contoh dalam penelitian akan dampak media terhadap anak-anak dan komunikasi politik memiliki sejarah yang berbeda. Perse mengusulkan empat model tentang dampak media:

1. Dampak langsung
2. Dampak kondisional
3. Dampak kumulatif
4. Kognitif-trasaksional

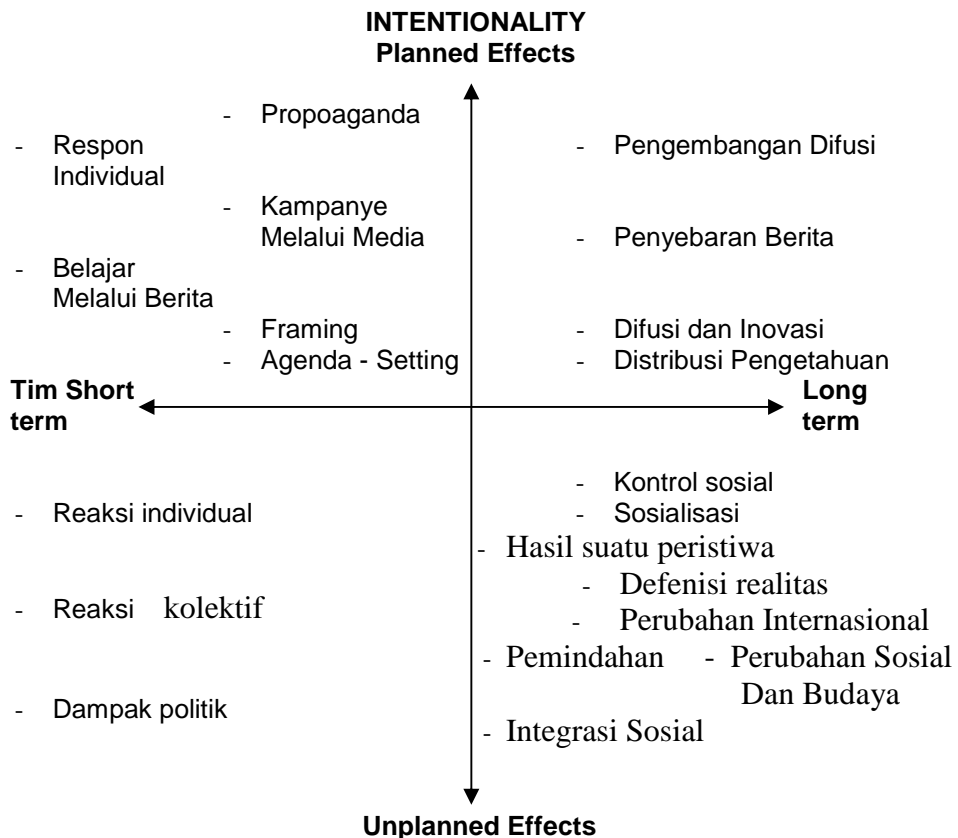
Dua dimensi tipologi dampak media menurut Denis McQuail (2000: 468) yaitu:

1. Time Span

Time span atau rentang waktu dampak media meliputi short term (jangka pendek) dan long term (jangka panjang).

2. Intentionality

Intentionality meliputi planned effects (dampak yang direncanakan atau diharapkan) dan unplanned effects (dampak yang tidak direncanakan atau tidak diharapkan). Kedua tipologi dampak media ini saling terkait satu sama lain dan digambarkan menjadi empat kategori yaitu:



1. **Planned and short term** (dampak yang direncanakan dan rentang waktu jangka pendek). Yang termasuk dalam kategori planned dan short term seperti: propaganda, respon individual, kampanye melalui media, fungsi belajar dari media massa, *framing*, dan agenda-setting.
2. **Unplanned and short term** (dampak yang tidak direncanakan dan rentang waktu jangka pendek). Dampak yang tidak direncanakan atau diharapkan meliputi reaksi individual, reaksi kolektif, dan dampak kebijakan.
3. **Planned and long term** (dampak yang direncanakan dan rentang waktu jangka panjang). Dalam kategori ini meliputi pengembangan difusi, difusi atau penyebaran berita, difusi dan inovasi, dan pendistribusian pengetahuan.
4. **Unplanned and long term** (dampak yang tidak direncanakan dan rentang waktu jangka panjang). Unplanned and long term contohnya adalah kontrol sosial, sosialisasi, hasil suatu peristiwa, defenisi realitas dan konstruksi makna, perubahan institusional, pemindahan, perubahan sosial dan budaya, dan integrasi sosial.

Fungsi penentuan agenda (Agenda Setting function) media, mengacu pada kemampuan media dengan liputan berita yang diulang-ulang untuk mengangkat pentingnya sebuah isu di benak publik. Kasus yang hangat saat ini misalnya mengenai korupsi yang lagi “booming” di era pemerintahan Presiden Republik Indonesia yang ke 6 Soesilo Bambang Yudhoyono (SBY), Media massa baik cetak maupun elektronik, yang nasional dan bahkan media lokal seolah berlomba menggiring khalayak untuk memikirkan agenda utama “korupsi makin menjadi-jadi” atau bahkan menggurita kemana-mana. Tidak hanya kasus Gayus Tambunan dari Ditjen Pajak, bahkan merambah ke dunia politik. Satu persatu mulai terseret ke pengadilan bahkan sebagian telah mencicipi dinginnya ubin hotel prodeo.

Teori tentang *Agenda Setting* tahap awal telah diungkapkan oleh Bernand Cohen dengan pernyataannya: “*The mass media may not be successful in telling us what to think, but they are stunningly successful in telling us what to think about*”. Pernyataan Bernand Cohen ini mengandung makna bahwa media massa mungkin tidak sering berhasil memberi tahu orang apa yang harus dipikirkan, tetapi media massa luar biasa berhasil dalam memberi tahu khalayaknya apa yang harus dipertimbangkan. Dalam hal ini, media tidak diragukan lagi dapat menggiring khalayaknya untuk menganalisa isi pemberitaan yang berulang-ulang sesuai dengan pola pikir masing-masing individu, yang pada titik tertentu khalayak akan cenderung berpikir seperti yang diinginkan oleh media massa. Agenda setting merupakan suatu proses dari pengaruh media baik yang diharapkan ataupun tidak diharapkan di mana kepentingan relatif dari peristiwa yang diberitakan, isu atau tokoh yang mempengaruhi ingatan dalam benak publik dan relatif penting dalam pelaporan berita. Dengan asumsi bahwa perhatian media dalam mengungkapkan suatu topik yang dihubungkan dengan audiens berita. Pengaruh media tidak langsung pada opini tetapi hanya pada apa yang dipikirkan oleh masyarakat. Konsep ini telah diterapkan khususnya dalam bidang komunikasi politik dan kampanye pemilihan umum. Walaupun proses pembentukan agenda berdasarkan hipotesis namun tidak mudah membuktikannya karena media memprioritaskan opini publik.

Menurut Maxwell McCombs dan Donald Shaws, (1972;1993) pokok pemikiran teori agenda-setting berkaitan dengan fungsi belajar dari media massa. Dengan asumsi bahwa khalayak tidak hanya mempelajari isu-isu pemberitaan, tapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikannya pada suatu isu atau topik berdasarkan cara media massa memberikan penekanan terhadap isu atau topik tersebut. Hal-hal yang dipandang penting oleh media, kemudian dipandang penting juga oleh khalayak. Dengan kata lain agenda media kemudian menjadi agenda publik.

Penelitian sistematis tentang agenda-setting oleh McCombs dan Shaw (1972) tentang penentuan agenda dalam kampanye presiden tahun 1968 dan membuat hipotesis bahwa media massa menentukan agenda untuk setiap kampanye politik yang mempengaruhi proyeksi sikap terhadap isu-isu politik. Media berita tidak hanya memberi tahu apa yang harus dipikirkan tetapi juga memberi tahu bagaimana mempertimbangkan hal itu yang merupakan efek agenda-setting yaitu pada level pertama, agenda-setting atau penentuan agenda yaitu apa yang dipikirkan dan level kedua, priming yaitu bagaimana mempertimbangkannya.

Agenda-setting adalah hipotesis kausalitas yang menyatakan bahwa isi media mempunyai pengaruh terhadap persepsi publik mengenai pentingnya isu. Semakin banyak individu terekspos pada media berita semakin tinggi tingkat keutamaan isu media. Fungsi agenda-setting media mengacu pada kemampuan media, dengan liputan berita yang berulang-ulang untuk mengangkat pentingnya sebuah isu dalam benak publik. Studi agenda-setting meliputi analisis isi, survey khalayak, dan korelasi. Tiga agenda yang diukur dalam agenda-setting adalah intrapersonal agenda, interpersonal agenda, dan community agenda. Hipotesis agenda-setting mengasumsikan bahwa audiensi diekspos pada pesan-pesan media yang menekankan pada isu-isu tertentu.

Lang dan Lang (1959:232) menghasilkan pernyataan awal tentang gagasan agenda setting: media massa memaksakan perhatian pada isu-isu tertentu. Media massa membangun citra publik tentang figur-figur politik. Media massa secara konstan menghadirkan objek-objek yang menunjukkan apa yang hendaknya dipertimbangkan, diketahui, dan dirasakan individu-individu dalam masyarakat. Pernyataan lain tentang gagasan awal agenda-setting dikemukakan oleh Bernard Cohen (1963:13) : surat kabar mungkin tidak sering berhasil memberi tahu orang apa yang harus dipikirkan, tetapi surat kabar luar biasa berhasil dalam memberi tahu pembacanya apa yang harus dipertimbangkan.

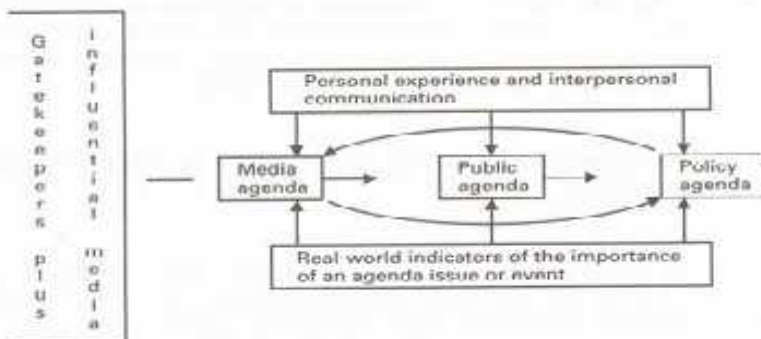
Shaw dan Martin (1992) menyatakan bahwa media, melalui agenda-setting berfungsi untuk memberi kesepakatan yang cukup memadai pada isu-isu publik untuk memungkinkan sebuah dialog di antara kelompok-kelompok yang mempunyai pandangan yang berbeda. Dalam hal ini, Agenda-setting berfungsi sebagai peranti pembentuk konsensus yang memungkinkan demokrasi bekerja.

Teori agenda-setting dalam implikasi metodologisnya fokus pada proses pembentukan opini publik di mana agenda media mempengaruhi agenda publik sebaliknya agenda publik juga mempengaruhi agenda media. Agenda-setting merupakan proses kolektif di mana media, pemerintah, dan publik saling mempengaruhi satu sama lain dalam menentukan isu-isu apa yang dianggap penting. Proses tersebut dirinci ke dalam enam langkah:

1. Pers menyoroti beberapa kejadian atau aktivitas dan membuat kejadian atau aktivitas tersebut menjadi menonjol.
2. Jenis-jenis isu yang berbeda membutuhkan jumlah dan jenis liputan berita yang berbeda untuk mendapatkan perhatian.
3. peristiwa-peristiwa dan aktivitas dalam fokus perhatian harus “dibingkai”, atau diberi bidang makna di mana di dalamnya peristiwa dan aktivitas tersebut dapat dipahami.
4. Bahasa yang digunakan media dapat mempengaruhi persepsi akan pentingnya sebuah isu.
5. Media menghubungkan aktivitas atau kejadian yang telah menjadi fokus perhatian dengan simbol-simbol sekunder yang lokasinya pada lanskap politik mudah diketahui.
6. Agenda-setting dipercepat ketika individu-individu yang terkenal dan dapat dipercaya mulai berbicara tentang sebuah isu.

Meskipun hipotesis penentuan agenda mengasumsikan bahwa audiens diekspos pada pesan-pesan media massa yang menekankan isu-isu tertentu namun penelitian tentang penentuan agenda sangat sedikit yang benar-benar telah mengukur tingkat penerimaan akan penentuan agenda tersebut. Seperti apa penentuan agenda bekerja dapat dipamami dari bagaimana alur ketika isu dipindahkan dari media ke pikiran individu. Beberapa isyarat seperti ukuran headline, ruang halaman depan, posisi tayangan berita, penggunaan foto atau visual merupakan faktor penting dalam menunjukkan keutamaan sebuah isu dipahami. Ketika pemrosesan informasi oleh individu maka fungsi penentuan agenda dianggap telah terjadi. Penentuan agenda lebih mungkin terjadi apabila para responden berasumsi bahwa media dapat dipercaya. Penentuan agenda tidak bersifat mekanis dan otomatis tetapi bahwa penentuan agenda melibatkan pemrosesan informasi oleh audiens secara individu. Penentuan agenda dalam media massa merupakan sebuah keniscayaan di mana urutan atau daftar berita atau kejadian disusun berdasarkan urutan “tingkat pentingnya” sebuah isu dengan penempatan yang paling penting berada di tempat paling atas. Penentuan agenda media di Indonesia akhir-akhir ini misalnya menempatkan terorisme dan korupsi sebagai agenda dominan dan penting untuk diketahui publik di atas isu-isu lain.

Alur Pembentukan Agenda Media :



TEORI AGENDA-SETTING (Modifikasi oleh Rogers & Dearing, 1987)

Sumber : McQuail & Windahl (1993)

Agenda Media pada dasarnya dianggap dapat mempengaruhi agenda publik yang pada akhirnya dapat menentukan agenda kebijakan yang diambil oleh pemegang kekuasaan. Contoh isu yang mengemuka kasus korupsi Wisma atlet yang melibatkan Nazarudin yang pada akhirnya mengungkap semua nama yang terkait dalam pusaran kasus itu. Media secara berulang-ulang menayangkan baik melalui media cetak maupun elektronik sehingga menjadi agenda yang dominan.

Teori The Spiral Of Silence Menurut Elizabeth Noelle Neumann (1976; 1983).

Teori the spiral of silence atau teori spiral kesunyian adalah teori tentang dampak media massa yang dikembangkan oleh Elizabeth Noelle Neumann yang menyatakan bahwa media massa mempunyai dampak yang sangat kuat pada opini publik. Noelle Neumann menunjukkan bahwa tiga karakteristik komunikasi massa yaitu kumulasi, ubikuitas, dan harmoni bergabung untuk menghasilkan dampak pada opini publik yang sangat kuat.

Kumulasi (cumulation) mengacu pada pembesaran tema-tema atau pesan-pesan tertentu secara perlahan-lahan dari waktu ke waktu. Ubikuitas (ubiquity) mengacu pada kehadiran media massa yang tersebar luas. Harmoni (consonance) mengacu pada gambaran tunggal dari sebuah kejadian atau isu yang dapat berkembang dan sering kali digunakan bersama oleh surat kabar, majalah, jaringan televisi, dan media lain yang berbeda-beda. Dampak harmoni adalah untuk mengatasi ekspos selektif karena orang tidak dapat memilih pesan lain dan untuk menyajikan kesan bahwa sebagian besar orang melihat isu dengan cara yang disajikan media.

Dalam teori Noelle Neumann, opini publik dibentuk melalui proses yang disebut spiral kesunyian (spiral of silence). Pada sebuah isu kontroversial, orang-orang membentuk kesan-kesan tentang distribusi opini. Mereka mencoba menentukan apakah mereka merupakan mayoritas, dan kemudian mereka mencoba menentukan apakah opini publik sejalan dengan mereka. Apabila mereka merasa dalam minoritas, maka mereka cenderung untuk diam berkenaan dengan isu tersebut. Apabila menurut mereka opini publik berubah menjadi berbeda dengan pendapat mereka, maka mereka cenderung untuk diam berkenaan dengan isu tersebut. Semakin mereka diam, semakin orang lain merasa bahwa sudut pandang tertentu tidak terwakili, dan mereka semakin diam.

Teori spiral kesunyian menyatakan bahwa individu mempunyai organ indra yang hampir sama dengan statistik yang digunakan untuk menentukan opini dan cara perilaku mana yang disetujui atau tidak disetujui oleh lingkungan mereka, serta "opini dan bentuk perilaku mana yang memperoleh atau kehilangan kekuatan" (Noelle Neumann, 1993:202).

Media massa memainkan peranan yang sangat penting dalam spiral kesunyian karena media massa merupakan sumber yang diandalkan orang untuk menemukan distribusi opini publik. Media massa dapat berpengaruh dalam spiral kesunyian dalam tiga cara: (1) media massa membentuk kesan tentang opini yang dominan; (2) media massa membentuk kesan tentang opini mana yang sedang meningkat; dan (3) media massa membentuk kesan tentang opini mana yang dapat disampaikan di depan publik tanpa menjadi tersisih (Noelle Neumann, 1973:108).

Pemikiran teori the spiral of silence pada dasarnya berangkat dari teori pendapat umum (*public opinion*) khususnya “Fundamental Social-psycological Thinking” dari Allport (1973) tentang ketergantungan pribadi seseorang terhadap persepsi orang tersebut mengenai pendapat orang-orang lain di sekitarnya.

Premis pokok yang mendasari teori ini adalah ketika seseorang mempunyai pandangan yang berbeda atau bertentangan dengan pandangan yang dominan yang dikemukakan media, sementara pandangan orang-orang di sekitarnya juga sama dengan media, maka ia cenderung bersikap “diam” atau mengikuti pendapat yang dominan yang dikemukakan media.

Secara umum teori ini menjelaskan bahwa tindakan seseorang untuk mengekspresikan pendapat pribadinya dipengaruhi oleh empat faktor: (1) komunikasi massa (media massa); (2) komunikasi antar pribadi dan hubungan sosial; (3) ekspresi pendapat individu; (4) Persepsi individu mengenai opini lingkungan masyarakat disekitarnya.

Penutup

Pemikiran teori the spiral of silence didasarkan pada asumsi bahwa: (1) individu-individu yang terlibat perilaku menyimpang akan diisolir oleh masyarakat; (2) setiap individu secara terus-menerus akan merasa takut terisolir dari lingkungan masyarakat di sekitarnya; (3) rasa takut terhadap isolasi ini menyebabkan tiap individu berupaya setiap saat untuk mengetahui dan memantau pendapat yang berkembang di lingkungan masyarakat sekitarnya; (4) kondisi-kondisi tersebut akhirnya akan mempengaruhi perilakunya di publik terutama dalam hal keterbukaan ekspresi pendapatnya.

Noelle Neumann menyatakan bahwa kemauan untuk berbicara mengenai isu-isu sangat dipengaruhi oleh persepsi iklim opini, apabila iklim opini melawan seseorang maka orang itu akan diam. Kekuatan yang memotivasi untuk diam ini digambarkan sebagai ketakutan akan keterasingan. Teori the spiral of silence dalam implikasi metodologisnya juga fokus pada opini publik di mana jika opini individu berbeda dengan opini publik maka individu tersebut cenderung akan diam atau mengikuti opini publik.

Referensi

- Grant, A.E.& Meadows, J.H. 2004. *Communication Technology Update. Nine Edition*. Focal Press.
- Littlejohn, Stephen W. (2002) *Theories of Human Communication*. Wadsworth. Thomson Learning, Seventh Edition.
- Miller, Katherine. 2005. *Communication Theories: Pespective, Processes, and Contexts* (2nd ed.). Singapore. McGraw-Hill International Edition

- Straubhaar, J & Robert La Rose. 2006. *Media Now (Understanding media, culture, and technology)*. Thomson Wadsworth.
- Mufid M. 2007. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta. Kencana.
- McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory*. Sage Publications, Inc.
- Nurudin. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Rogers, E.M., Hart, W. B., & Dearing, J.W. (1997). A paradigmatic history of agenda-setting research. In Iyengar, S. & Reeves, R. (Eds.) *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America*. Thousand Oak, CA: Sage.
- Kovac, Bill dan Tom Rosenstiel, 2006. "The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expert." Yusi A Pareanom (penerjemah) *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Edisi ke-3. Jakarta. Yayasan Pantau.
- Severin, Werner J and James W. Tankard, Jr. (2001). Addison Wesley Longman, Inc. London. *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media*.