

SENI DAN MEDIA MASSA: PENGELOLAAN INFORMASI SENI RUPA DALAM MEDIA BARU

Nala Nandana Undiana

Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi dan Media Universitas Gadjah Mada

Jl. Sosio Yustisia No.1, Yogyakarta

e-mail: nalanandana@me.com

ABSTRACT

The practice of art writing in mass media is one of the important factors in boosting the progress of arts scene. This statement can be seen from the many works of art that can have more aesthetic value after criticism was written in the mass media. This strengthens the position of art writers to continue exploring with their writings in the mass media. In this perspective, management of information into things should be put forward. As an information management institution, it is appropriate that mass media can be a source that indirectly fulfills the need for complete information. But in reality there are a lot of interests behind a mass media company, the art information that is reported is actually selective, political and often ignores the true content of information. Right now, new media can be the most popular option for writer. Everyone can write any information on new media, but the most important is how the writing can be accountable for public.

Keywords: Art Writing, Mass Media, New Media

ABSTRAK

Praktek menulis seni rupa di media massa adalah salah satu faktor penting dalam mendorong kemajuan seni rupa. Pernyataan ini dapat dilihat dari banyaknya karya seni yang dapat memiliki nilai estetika lebih setelah kritik ditulis di media massa. Ini memperkuat posisi penulis seni untuk terus mengeksplorasi dengan tulisan-tulisan mereka di media massa. Dalam perspektif ini, manajemen informasi menjadi hal-hal harus dikedepankan. Sebagai lembaga manajemen informasi, sudah sepantasnya media massa dapat menjadi sumber yang secara tidak langsung memenuhi kebutuhan akan informasi yang lengkap. Namun dalam kenyataannya ada banyak kepentingan di balik sebuah perusahaan media massa, informasi seni yang dilaporkan sebenarnya selektif, politis dan sering mengabaikan isi informasi yang sebenarnya. Saat ini, media baru bisa menjadi pilihan paling populer untuk penulis. Setiap orang dapat menulis informasi apa pun di media baru, tetapi yang paling penting adalah bagaimana tulisan dapat dipertanggungjawabkan untuk publik.

Kata Kunci: Penulisan Seni, Media Masa, Media Baru

PENDAHULUAN

Media massa pada perkembangannya telah banyak memberikan masukan pada perkembangan dunia seni rupa, khususnya pada saat ini, dimana seni rupa telah memasuki masa kontemporer. Dalam perkembangan seni rupa kontemporer berbagai disiplin ilmu dapat dikaitkan dengan kajian kesenirupa, hal ini

memungkinkan serta membukan peluang yang sangat besar bagi setiap pelaku kesenirupa untuk melakukan kegiatannya secara multi-disiplin.

Praktik penulisan seni rupa dalam media massa merupakan salah satu faktor penting dalam mendongkrak kemajuan kesenirupa hingga saat ini. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari banyaknya karya seni yang dapat memiliki

nilai estetis lebih setelah ada kritik yang ditulis dalam media massa. Hal ini memperkuat posisi para penulis seni untuk terus bereksplorasi dengan tulisannya dalam media massa.

Keterkaitan antara seni rupa dengan media massa dapat dikatakan seperti hubungan yang bipolar dengan kata lain kedua praktik ini memiliki banyak sekali perbedaan, namun pada satu sisi kedua praktik ini dapat saling mendukung satu sama lain. Penggunaan media massa dalam menyampaikan informasi, tentu saja akan sangat mempengaruhi perilaku masyarakat pengguna media tersebut.

Dalam seni rupa, media dapat digunakan sebagai jembatan dalam penyampaian dan penyerapan gagasan karya. Maka dari itu pemberitaan sebuah isu dapat sangat mempengaruhi setiap karya yang dihasilkan oleh seorang seniman. Seorang Marshall McLuhan, peneliti yang berasal dari Kanada mengatakan:

"New (Communication) environments reset our sensory threshold. Those, in turn, alter our outlook and expectations." (1995, h. 349)

Dia mendiskusikan pula persoalan yang berkaitan dengan seni:

"Any artistic endeavor includes the preparing of an environment for human attention. A poem or a painting is in every sense a teaching machine for the training of perception and judgement." (1995, h. 339)

Hingga Ia menyatakan bahwa seniman itu:

"The persons who invites the means to bridges between biological inheritance and the environments created by technological innovation." (1995, h. 379)

hal tersebut menyatakan bahwa seorang seniman dapat menerjemahkan dunia sebagai bagian dari teknologi baru dari kemampuan menggunakan media, salah satunya pengalokasian media massa sebagai perangkat pendukung karyanya.

Saat ini setiap orang dapat dengan bebas memilih dan mengembangkan setiap informasi

yang dibutuhkan, hal ini pada dasarnya terbentuk karena keberagaman dari kepentingan setiap orang. Walaupun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang hanya melihat sisi visual dari sebuah karya tanpa memperdulikan esensi yang terdapat di dalamnya.

Praktik penulisan seni rupa yang marak hingga saat ini sudah tidak lagi berhenti dengan pemanfaatan media massa yang konvensional, hadirnya media baru membuat praktik penulisan seni rupa menjadi semakin beragam. Pertanyaannya adalah apakah penulisan tersebut sudah sesuai? Dan apakah esensi dari karya atau kegiatan kesenirupaannya yang seharusnya disampaikan, tersampaikan? Lalu, bagaimana seni rupa dikabarkan dewasa ini?

Lahirnya Surat Ijin Usaha Penerbitan (SIUP) dan beberapa contoh kasus pembredelan sejumlah media massa sepanjang kekuasaan orde baru telah menjadi tanda, bagaimana pengelolaan informasi yang terjadi di negara ini bersifat tunggal dan searah. Pengalaman pada awal masa orde lama telah berhasil menanamkan ingatan yang dianggap "berbahaya" (karena pergerakan seni rupa dianggap mengganggu stabilitas nasional), oleh karena itu perkembangannya selalu diawasi dan dikontrol. Semasa kekuasaan orde lama hingga orde baru, praktik seni rupa banyak dikaitkan sebagai bagian dari dinamika sosial politik masyarakat. Dengan label "ekstrim kiri", praktik seni rupa menjadi sesuatu yang dianggap perlu untuk dikontrol dan diawasi pada saat itu.

Pada masa sesudahnya (paska krisis 1998), praktik seni rupa justru memperkuat posisinya ketika berada dalam konteks pasar global. Kelas elit di Indonesia telah menjadi pemain investasi yang cukup diperhitungkan di pasar seni rupa dunia. Nilai tanda pada praktik seni rupa Indonesia-pun telah menciptakan jaringan internasional-nya sendiri melalui wacana sosial politik.

Pada tahun 2004 sebuah majalah seni rupa diluncurkan, berbeda dengan pembahasan mengenai seni rupa dalam media massa lainnya pada saat itu, majalah ini memang sengaja dirancang untuk membahas semua kajian yang

ada dalam dunia kesenirupaan. Dengan memakai nama kata 'visual' (untuk mengganti kata rupa) majalah ini telah berusaha menyesuaikan diri dengan perkembangan terminologi praktik seni rupa yang telah meluas.

Bangunan seni rupa Indonesia makin marak. Pilar-pilarnya tumbuh kian kokoh. Tak hanya perupanya yang terus bertambah, dengan penjelajahan-penjelajahan baru. Kolektornya pun juga meningkat jumlahnya, dan kian kritis. Begitu pula galeri, museum-museum pribadi, serta ara penulis seni rupa, pengamat, kritikus, dan kurator (2004, h. 004).

Medan seni rupa Indonesia paska reformasi justru talah semakin jelas menunjukkan gerak roda pasarnya, semakin banyak agen-agen yang bekerja di dalamnya, semakin beragam pula atmosfer sosialnya.

Posisi majalah dan surat kabar sebagai media massa dirasakan cukup strategis, melihat sasaran pembacanya yang massal sehingga praktik seni rupa yang dikabarkan dapat terkabarkan secara umum dan meluas. Pada akhirnya majalah dan surat kabar sebagai media massa menjadi media promosi sekaligus ukuran keberhasilan bagi praktik seni rupa. dalam situasi media massa sebagai pengukur nilai-nilai tanda dalam pasar seni rupa, pengerjaan konten atau isi berita menjadi tidak begitu diperhatikan lagi. Seharusnya ketermuatan informasi yang menjadi berita di media massa-lah yang harus dikedepankan. Meningkatnya keinginan serta ruang iklan menjadi target utama media massa, sebab dengan begitu majalah ataupun surat kabar (media massa) tersebut akan semakin tinggi nilai "gengsi" dan kuaanya untuk menentukan dan memuat berita apapun. Termasuk berita dari praktik seni rupa, apapun konten beritanya.

METODE

Seperti yang dikemukakan oleh Blumler, Gurevitch dan Katz (Griffin, 2003) yang menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan

menggunakan media. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam roses komunikasi yang terjadi serta berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya. Pada dasarnya pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Mereka berusaha mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya.

Teori *Uses and Gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia itu mempunyai wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media (Nurudin, 2007).

Uses and gratification selalu membawa pendekatan mutakhir teori pada tahap awal setiap media komunikasi massa baru. Pada media baru yang berbasis komputer (internet), ada 3 faktor yang erlu di perhatikan, diantaranya;

1. *Interactivity*

Bermakna suatu kondisi dimana individu dalam setiap proses komunikasi memiliki kontrol dan dapat mengubah peran dalam proses tersebut (komunikator – komunikan).

2. *Demassification*

Adalah peluang dari individu pengguna media untuk memilih dari menu yang amat luas/bervariasi. Tidak seperti media tradisional lainnya, internet dalam hal ini mengijinkan tiap penggunaanya untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. *Asynchroneity*

Bermakna bahwa pesan yang dibawa oleh media internet dapat menghubungkan komunikator dan komunikan pada waktu yang berbeda, namun mereka tetap dapat berinteraksi secara nyaman. Seorang individu dapat mengirim, menerima dan menyimpan sebuah pesan sekehendaknya. Untuk media televisi, asynchroneity bermakna individu dapat menyimpan sebuah tayangan televisi untuk

kemudian ditontonnya kembali pada waktu yang lain.

Maraknya *website* komunitas atau situs organisasi di internet, blog pribadi, jejaring sosial, dan bahkan semacam kantor berita online, baik yang dikelola secara perorangan maupun organisasi yang lebih mapan, telah memungkinkan bagi siapapun juga untuk meraih dan mengelola informasinya sendiri. seringkali ditemui, berita dari surat kabar dan majalah, apalagi berita dari sebuah *web-online*, dan lain-lainnya, dengan cepat berpindah berada di blog-blog pribadi maupun alamat jejaring sosial dengan menggunakan fasilitas *link* dan *tagline*. Berita tersebut dapat diunduh dari berbagai lokasi meskipun mereka berasal dari sumber yang sama. Fenomena semacam ini di satu sisi menunjukkan bagaimana tindakan repetisi dan reproduksi informasi berlangsung begitu cepat dan massal, tetapi di sisi lain hal ini menunjukkan bagaimana seseorang sesungguhnya memiliki kemampuan untuk mengelola dan melakukan re-klarifikasi sendiri terhadap suatu berita.

Teori *Uses and Gratification* ini akan digunakan untuk menjawab apakah fenomena maraknya *website* komunitas atau situs organisasi dan konten lain dalam internet dapat memberikan pemberitaan yang cukup memiliki nilai esensi terkait dengan kegiatan kesenirupaannya. Selain itu, teori *Uses and Gratification* ini akan menjawab pula, apakah dengan seringnya pemberitaan terkait seni rupa, maka lambat laun minat masyarakat terhadap praktik seni rupa dianggap dapat berkembang. Cara pandang seperti ini dapat menguatkan bahwa praktik seni rupa sudah terjadi dimana-mana, di dalam kerja dan di dalam realitas sehari-hari di kebanyakan orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan

menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Selain itu media massa memiliki dua fungsi bagi khalayak luas, media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan juga memenuhi kebutuhan informasi.

Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk, dimana media adalah pesan. Jenis media massa yaitu media yang berorientasi pada aspek (1) penglihatan (verbal visual) misalnya media cetak, (2) pendengaran (audio) semata-mata (radio, tape recorder), verbal vokal dan (3) pada pendengaran dan penglihatan (televisi, film, video) yang bersifat verbal visual vokal (Liliweri, 2001).

Effendy (2000), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

Selain memberikan informasi tentang perubahan, fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan

komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis sumber informasi yang disenangi oleh petani pada tahap kesadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi.

Internet dan Media Massa *Online*

Internet meruakan kependekan dari *interconnected-networking*, yang artinya sebuah hubungan antara berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasi dan selalu berhubungan dengan menggunakan protokol yang sama untuk berbagi informasi secara bersamaan dengan menggunakan basis TCP (*Transmission Control Protocol*) atau IP (*Internet Protocol*), sebagai protokol dalam pertukaran dan pengoperasiannya.

Kemajuan serta perkembangan teknologi informasi yang terjadi pasca penemuan internet, membuat banyak kemungkinan terjadi dari proses kerjanya. Seperti yang kita ketahui bersama, pola hidup serta gaya hidup masyarakat di dunia berubah setiap harinya, dimulai dari kelompok masyarakat agraris, lalu menuju hirarki dalam peradaban industri, dan sampai pada pola jaringan atau *networking*. Pola ini sangat memungkinkan hal-hal yang dulunya bahkan dibayangkan tidak akan mungkin dapat dilakukan.

Pada masa masyarakat industri, seseorang masih berfikir berkali-kali ketika akan mengirimkan sebuah pesan yang ditujukan kerabatnya atau siapapun di belahan dunia lain, walaupun memungkinkan pasti akan membutuhkan waktu yang cukup lama. Namun dengan perkembangan teknologi, saat ini sebuah pesan dapat dengan mudah tersampaikan, bahkan dengan hitungan detik dan dalam jarak yang cukup jauh.

Teknologi Komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu

mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu-individu lain (Rogers, dalam Abrar. 2003).

Hal ini yang menciptakan sebuah perkembangan baru dalam media massa, yang pada awalnya media masa itu bersifat satu arah, dengan fasilitas internet memungkinkan praktek komunikasi yang terjadi menjadi dua arah. Seperti yang telah disebutkan pada latar belakang penelitian ini, media massa online membuat audience atau pembaca tidak hanya menjadi pihak yang pasif, melainkan menjadi pihak yang aktif dan dapat dengan mudah berinteraksi baik dengan institusi media massanya atau bahkan dengan audience lainnya.

Hal ini membuktikan bahwa masyarakat sudah cepat tanggap terhadap perubahan yang terjadi disekitar. Hadirnya internet menambah semarak dunia komunikasi dan informasi. Dengan mengakses internet, masyarakat bisa berhubungan dengan orang-orang yang ada dibelahan dunia manapun. Hal inilah yang belum bisa dijangkau oleh media massa sebelumnya (cetak/ elektronik).

Namun demikian, kehadirannya ternyata tidak serta merta menjadi bagian dari media massa elektronik tersebut, bahkan McManus (1994) beranggapan, internet tidak dapat dikategorikan ke dalam media elektronik seperti halnya radio, televisi dan film, namun ia berdiri sendiri, dalam artian dikategorikan sebagai media baru yang memiliki karakteristik tersendiri, adapun ciri dari media massa online tersebut, diantaranya;

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung.
2. Kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.
3. Kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu.

3. Kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

Hingga saat ini, pro-kontra perihalnya masuk tidaknya internet menjadi bagian dari media massa elektronik masih terus berlanjut. Peralihannya, salahsatu fungsi dari media massa adalah adanya kontrol sosial. Sedangkan internet tidak memilikinya.

Misalnya, media massa cetak dimana terdapat redaktur yang membatasi isi-isi dalam media massa tersebut. Sama halnya dalam media massa elektronik, selain di dalamnya terdapat redaksi, juga ada lembaga sensor yang akan memotong tayangan yang kurang pantas ditayangkan kepada masyarakat.

Namun internet, dengan sifatnya yang luas tak terbatas, dimana semua orang bebas mempublikasikan dan menyaksikan apa saja, mulai dari hujatan kepada seseorang, fitnah, berita bohong, isu heboh, sampai berita yang berisikan materi cabul dan saru tanpa sensor.

Namun, lain halnya dengan media massa *online*, media ini memiliki perbedaan signifikan dengan internet. Media massa *online* merupakan bagian dari internet, dan internet merupakan medium dari media massa *online* tersebut. Dengan demikian, internet tidak bisa dikategorikan ke dalam bentuk media massa, sedangkan media massa *online* memenuhi persyaratan sebagai salah satu bentuk dari media massa dalam kategori media massa baru atau *new mass media*.

Media massa *online* merupakan media yang berisi laporan tentang peristiwa atau kejadian yang diproduksi dan disebarluaskan melalui jaringan internet, atau dengan kata lain proses jurnalistik yang hasilnya disajikan melalui media internet (*cybermedia*). Keuntungan yang diperoleh dalam media massa *online* yang merupakan gabungan dari media massa cetak dan elektronik tersebut yakni ke-aktualitasan dalam media massa elektronik digabungkan dengan sifat yang dapat disimpan dan dibaca atau dilihat berulang seperti media massa cetak.

Hal ini tentu menguntungkan, ibarat membaca koran, tiap jamnya tercetak berita baru

dalam halamannya atau ibarat melihat sebuah program berita di TV, khalayak bisa mengulang-ulang adegan dalam berita tersebut, bila ada yang kurang jelas atau terlewat. Jurnalistik media massa online dapat hadir secara individual, bukan lembaga, dengan hadirnya blog atau *weblog*. Pemilik blog tidak hanya dapat menuliskan opini atau pengalaman pribadi (*diary*), tapi juga mempublikasikan berita, artikel, dan feature layaknya media massa komersial.

Seni Rupa, Majalah dan Surat Kabar

Sejak awal, majalah dan surat kabar telah menjadi sumber seni rupa paling lengkap. Melalui majalah dan surat kabar yang terbit sejak 1930-an, kita jadi mengenal wacana seni rupa Indonesia, tokoh maupun karya mereka. Melalui tulisan dalam majalah dan surat kabar tersebut di dapat jejak-jejak informasi yang beragam, tentu saja dapat kita jadikan sumber pengetahuan untuk berbagai kepentingan sekaligus tafsir perjalanan seni rupa.

Peran majalah dan surat kabar pada masa awal pembentukannya tidak semata-mata menghadirkan informasi teknis dan konsep karya, akan tetapi menjadi arena perbincangan seni rupa yang melintasi dan menabrak batas-batas ke-senirupa-an itu sendiri. Majalah dan surat kabar telah membentuk diskursus tentang bagaimana seni rupa saling terkait, menjadi bagian sekaligus menjadi potret dari perjalanan sebuah masyarakat.

Informasi – dan lalu menjadi diskursus seni rupa modern justru muncul menjadi bagian, dan berbarengan dengan munculnya surat kabar dan majalah. Sangat logis jika kita ingin melihat wacana perjalanan seni rupa Indonesia, kita perlu kritis dalam melihat perjalanan wacana majalah dan surat kabar di Indonesia. Mereka merupakan medium pemberitaan paling penting dan bersifat masal dalam sejarah terbentuknya Indonesia. Media massa cetak (yang kemudian lazim disebut “pers”) merupakan salah satu medium yang paling memungkinkan menjadi

alat penyebar luas gagasan negara bangsa dan berita sosial politik lainnya. Termasuk penyebaran berita-berita seni rupa (modern) pada saat itu.

Ketika ingin mengetahui bagai mana surat kabar dan majalah menampilkan informasi terkait keseniruaan, mau tidak mau kita harus melihat secara kritis bagaimana nalar majalah dan surat kabar dioperasikan dari waktu ke waktu. Keberadaan surat kabar dan majalah sebelum terbantuknya Negara Kesatuan Republik Indonesia, tentu berbeda dengan keberadaan surat kabar dan majalah di zaman pembangunan Orde Baru dan zaman Reformasi. Perjalanan sejarah menunjukkan keberadaan surat kabar dan majalah lekat dengan pergerakan-pergerakannya, kekuatan rezim, maupun para pemilik modal media cetak. Dari gagasan sebagai medium perjuangan bangsa di zaman Hindia-Belanda, lalu sebagai medium pengisi revolusi politik di zaman Soekarna, hingga menjadi gagasan industri komersial dan media propaganda di era Soeharto.

Lalu, bagaimana seni rupa dikabarkan dewasa ini? Terutama di tengah perkebang media baru. Munculnya internet memudahkan setiap orang mengakses setiap jengkal informasi, praktik pembajakan, fenomena viral dan masih banyak lagi hal baru yang dapat di temukan dan dikembangkan melalui media baru.

Budaya Pembajakan

Sejak lahirnya hukum yang mengatur tentang kepemilikan kreatif, perang terhadap “pembajakan” telah di mulai. Walaupun kontur yang terkait dengan “pembajakan” tersebut sulit untuk digambarkan, namun ketidakadilan yang menggerakannya lebih mudah untuk dipahami. Kita dapat menganalogikan kondisi saat ini seperti medan perang, perang terhadap “pembajakan” yang diprovokasi oleh perkembangan media baru, khususnya internet. Internet memungkinkan penyebaran konten yang efisien, proses berbagi pesan ke sesama pengguna (*peer to peer*) merupakan cara

berbagi file yang paling efisien dari teknologi-teknologi efisien yang disediakan internet. Dengan menggunakan kecerdasan yang tersebar (*distributed intelligent*), sistem *peer to peer* memungkinkan sebuah kemudahan dalam proses berbagi konten yang tidak terbayang di generasi sebelumnya. Efisiensi tersebut tidak lagi mengacu pada batasan hak cipta. Jaringan ini tidak membedakan proses berbagi dari konten yang ber-hak cipta dengan yang tidak

memilikinya. Dengan demikian, terjadi proses berbagi konten yang ber-hak cipta dalam skala dan jumlah yang sangat besar. Sehingga tidak diragukan lagi bahwa “pembajakan” adalah salah, dan sudah seharusnya ada undang-undang atau peraturan yang mengatur tentang proses “pembajakan” tersebut. Hingga banyak tersebar sebuah gagasan yang berbunyi;

Karya kreativitas itu punya nilai; kapanpun saya menggunakan, atau mengambilnya, atau membuat sesuatu berdasarkan karya kreatif orang lain, saya sedang mengambil suatu nilai dari para pencipta tersebut. Kapanpun saya mengambil sesuatu yang bernilai bagi orang lain, saya harus mendapat ijin dari orang tersebut. Mengambil sesuatu yang bernilai dari orang lain tanpa ijin adalah tindakan yang salah. Ini adalah salah satu bentuk pembajakan.

Pandangan ini yang dapat penulis anggap sebagai landasan perdebatan tentang pembajakan masa kini. Ini pula yang di kritik oleh Guru Besar Ilmu Hukum di NYU Rochelle Dreyfuss secara keras sebagai teori kepemilikan kreatif yang menyatakan bahwa “*jika ada nilai, maka ada hak*”, yang artinya jika sesuatu punya nilai, maka seseorang semestinya berhak atas nilai tersebut. Eksespektif semacam inilah yang mendorong banyak sekali organisasi yang berusaha melindungi hak-hak dari setiap nilai yang terkandung dalam sebuah kreativitas.

Sebelum berkembangnya teknologi internet, pencampuran antara proses pengambilan hak dalam sebuah nilai kadang menjadi persoalan yang tidak terlalu menjadi fokus dalam sebuah perbincangan. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh teknologi penerbitan yang sangat mahal pada saat itu,

artinya mayoritas penerbit bersifat komersial. Entitas komersial dapat menanggung beban yang diatur oleh hukum bahkan menanggung beban kerumitan. Tetapi lahirnya internet juga berdampak pada kreativitas semua orang. Dengan mudahnya seseorang menyerap dan mengaplikasikan semua nilai dan ide yang dilihat dari layar monitor. Kita mungkin sedang menyaksikan apa yang dikatakan Richard Florida dalam tulisannya *"The Rise of The Creative Class"* (bangkitnya Kelas Kreatif), namun kita juga sedang menyaksikan begitu besarnya regulasi yang luar biasa atas kelas kreatif tersebut. Kelas tersebut dipicu oleh perkembangan media baru, dalam hal ini kita menyurut Internet sebagai media baru yang mempengaruhi perkembangan kelas kreatif tersebut.

Beban yang berat ini kini menjadi tidak masuk akal apabila kita melihat dari tradisi kita. Tapi bagaimanapun harus memulai dengan lebih sedikit memahami tradisi itu sendiri dan menempatkan pertarungan yang disebut "pembajakan" dalam konteks yang sesuai dengan perspektif kultural media baru saat ini.

Internet dan Pola Berbagi Data

Pembelajaran manusia merupakan pengembangan ekologi pengetahuan untuk menciptakan sebuah inovasi dalam kehidupan sehari-hari. Inovasi itu uterus berkembang seiring dengan tingkat kebutuhan dari manusia itu. Dan yang perlu kita yakini, bahwa teknologi kreatif tersebut mampu memajukan demokrasi dengan cara mempengaruhi pola serta tatacara belajar.

Kita ambil contoh penggunaan *Web*, *Web* merupakan medium pertama yang dapat dikatakan sebagai media yang menghargai intelegensi. Teknologi sebelumnya, seperti mesin yang memproses kata hanya dapat membantu meluaskan kata. Namun *Web* mampu menyebarluaskan lebih dari sekedar teks. Dengan kata lain, dalam medium ini siapapun dapat lebih fokus pada pilihannya.

Dengan kebebasan yang diberikan tersebut, ada sedikit masalah yang pada akhirnya

berpotensi menjadi masalah yang sedikit rumit. Kebebasan untuk mengulik obyek yang terdapat dalam media baru ini (*Web* dalam internet) hamper dipastikan tidak memiliki jaminan pasti. Kebebasan semakin mendapatkan tentangan kuat. Seseorang tidak dapat mencegah atau bahkan melarang pembagian data yang terjadi dalam media ini, saat kita mengunggah satu data, maka kemungkinannya akan banyak orang yang dapat dengan mudah mengunduh data yang kita unggah sebelumnya.

Hal tersebut pasti akan banyak ditemui dalam media baru seperti internet, kemudahan akses dan kebebasan untuk mengutak-atik obyek dalam konten ini dapat memperlihatkan proses pembagian data yang berlangsung bahkan tanpa kita sadari.

Pembajakan merupakan proses penggunaan sesuatu yang sudah menjadi milik seseorang dengan tanpa ijin, namun dalam sejarah industri konten yang terdapat dalam media baru ini, pembajakan menjadi bagian dari sektor penting dalam perkembangan media tersebut. Dan pertanyaannya, bagaimana generasi pembagi data ini kemudian bergabung dengan generasi kalangan elit, untuk bekerja sama dan menghasilkan konten-konten serta nilai-nilai yang memiliki daya tarik untuk dilempar ke pasar.

Industri perfilman *Hollywood* yang kita ketahui sangat memiliki dominasi yang cukup kuat hingga saat ini, merupakan industri yang dibangun oleh para buronan pembajak. Thomas Edison merupakan seorang penemu dan pembuatan film, dia juga salah satu pendiri *Motion Picture Patent Company* (Perusahaan Paten Gambar Gerak-MPCC) yang berusaha melindungi karya kreatif miliknya. Edison membentuk MPCC untuk menegakan hak milik intelektual yang diterimannya.

Pengelolaan Informasi

Seorang penulis studi kebudayaan dalam sebuah obrolan mengatakan bahwa saat ini ia samasekali tidak percaya lagi dengan informasi

atau ulasan mengenai peristiwa seni rupa di media massa (maksudnya lebih menujuk pada majalah dan surat kabar). Media massa saat ini cenderung mereproduksi pemberitaan seni rupa dengan cara dan pola yang sama. Sehingga pada akhirnya menghadiri peristiwa seni dan membagikannya secara langsung melalui media pribadi menjadi salah satu kegiatan yang memiliki peran penting dalam perkembangan informasi seni saat ini.

Posisi majalah dan surat kabar sebagai media massa dirasakan cukup strategis, melihat sasaran pembacanya yang massal sehingga praktik seni rupa yang dikabarkan dapat terkabarkan secara umum dan meluas. Pada akhirnya majalah dan surat kabar sebagai media massa menjadi media promosi sekaligus ukuran keberhasilan bagi praktik seni rupa. dalam situasi media massa sebagai pengukur nilai-nilai tanda dalam pasar seni rupa, pengerjaan konten atau isi berita menjadi tidak begitu diperhatikan lagi. Seharusnya ketermuatan informasi yang menjadi berita di media massa-lah yang harus dikedepankan. Meningkatnya keinginan serta ruang iklan menjadi target utama media massa, sebab dengan begitu majalah ataupun surat kabar (media massa) tersebut akan semakin tinggi nilai "gengsi" dan kuaanya untuk menentukan dan memuat berita apapun. Termasuk berita dari praktik seni rupa, apapun konten beritanya.

Saat ini, dimana internet sudah menjadi teknologi yang sudah dapat dikatakan tidak asing lagi bagi khalayak luas, proses pemberitaan seni rupa dalam media massa menjadi sebuah persoalan baru dalam perkembangan seni rupa saat ini. Ada sisi baik dan buruknya, dilihat dari kualitas pemberitaan yang terdapat dalam media massa tersebut. Dalam hal ini media massa baru seperti yang terdapat dalam website, blog, social network, dan lain sebagainya menjadi factor utama persoalan kualitas penulisan seni rupa.

Kita tahu bahwa proses pengelolaan informasi dalam media baru menjadi hal yang cukup sulit untuk di uji keabsahannya, bukan berarti semua penulisan seni rupa dalam internet merupakan suatu hal yang buruk, namun banyak

diantaranya yang hanya memanfaatkan link atau tagline dalam pengelolaannya. Jadi dapat dikatakan, dari sekian banyak tulisan mengenai seni rupa dalam internet, data yang digunakan tetap berasal dari satu sumber. Hal ini sangat mencerminkan sifat kemudahan akses yang dapat dimanfaatkan dalam media baru tersebut.

Kelebihan serta kemudahan akses yang disebutkan diatas pada dasarnya dan memang sudah seharusnya mempermudah setiap individu dalam pola pengaksesan informasi sehari-harinya. Namun diluar itu semua, media internet memiliki kelemahan pula dan efek pada pola hidup individu maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Jurnalisme dalam media internet merupakan ciri dari masyarakat supra rasional. Masyarakat yang tidak tergolong supra rasional tidak akan betah dengan mengakses internet. Apabila mereka tidak mengakses internet maka mereka akan dilanda oleh kecemasan informasi (*information anxiety*).

Selain itu terkadang media internet sering dikatakan tidak memiliki kredibilitas. Hal ini logis sebab tidak setiap orang memiliki ketrampilan yang memadai pun bisa bercerita lewat media internet. Orang yang tidak mengenal seluk beluk jurnalisme bisa menyampaikan idenya pada orang-orang di berbagai belahan bumi melalui internet. Lalu tingkat kebenaran jurnalisme dalam internet terkadang masih diragukan.

PENUTUP

Kenyataan pada paparan sebelumnya mewajibkan media massa khususnya yang terdapat dalam internet untuk mendidik dan memberikan kesempatan lebih luas kepada jurnalisnya menggeluti diskursus kesenian secara serius. Diluar itu, kemudahan akses yang terdapat dalam internet tidak menutup kemungkinan bermunculannya *citizen journalism* dalam praktik penulisan seni rupa. Barangkali reportase yang lebih memiliki nilai esensi dari jurnalis yang memberikan tulisannya pada sebuah institusi atau organisasi dalam media massa akan menjadi barometer praktik

penulisan atau cermin bagi praksis kesenian tertentu. Dan pada akhirnya masyarakatlah yang mengenyam manfaat terbesarnya.

* * *

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya. (2003). *Teknologi Komunikasi, Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta, LESFI.
- Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K. (2009). *Mass Communication Theory. 5th Edition*. Boston, USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Cangara, Hafied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Foust, James C. (2005). *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web*. Holcomb Hathaway Publishers, Arizona, United States.
- Griffin. (2003). *A First Look at Communication Theory*. London: McGraw-Hill.
- Liliwari, Alo. (2001). *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- McLuhan, Marshall. (1995). *Essential McLuhan*. New York Basic Books, United States.
- Moleong, Lexy. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Indonesia, Rajawali Pers.
- Romli, A.S. (2008). *Kamus Jurnalistik*. Simbiosis, Bandung.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Werner J. Severin, James W. Tankard. (2007). *Teori Komunikasi-Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Kencana Perenada Media Group, Jakarta.
- TN. (2004). *Visual Arts, #1*. PT. Media Visual Arts, Jakarta.