

## KOMUNIKASI VISUAL: SEBUAH EKSPLORASI\*

Oleh Ashadi Siregar

( 1 )

Berkaitan dengan komunikasi visual dapat dibicarakan dalam dua level, pertama karya visual sebagai materi komunikasi, dan kedua mewartakan karya visual. Urusan pertama biasanya menjadi urusan para produser atau kreator karya seni visual. Namun pekerjaan ini dapat dilihat sebagai fenomena komunikasi, manakala produser atau kreator karya seni visual mendefinisikan kegiatannya sebagai proses komunikasi. Sehingga karya seni visual merupakan materi komunikasi yang mengikuti karakteristik fenomena komunikasi.

Sedang yang kedua merupakan suatu sub dalam kegiatan jurnalisme, biasa disebut jurnalisme seni, yaitu saat media massa menjadikan karya seni (visual) sebagai obyek pemberitaan atau pembahasan yang mengisi media massa. Ini dibedakan dengan jurnalisme konvensional yang menjadikan kegiatan di ruang publik sebagai obyek pemberitaan. Sedang jurnalisme seni merupakan reportase, resensi atau kritik atas karya seni dengan fokus pada substansi bersifat intrinsik dalam karya tersebut. Sebagaimana setiap jurnalisme khas (misalnya *peace journalism*, *emphatic journalism*, dan sebagainya), penerapan jurnalisme seni juga bertolak dengan perspektif tertentu.

Uraian ini dimaksudkan mengupas perspektif yang mendasari jurnalisme seni khususnya yang diterapkan dalam menghadapi karya seni visual. Tetapi sebelum sampai kesana, kiranya perlu dirunut ke akar permasalahan dalam kajian komunikasi mengingat setiap perspektif menyeret permasalahan epistemologi dalam kajian akademiknya. Untuk itu dapat dimulai dari masalah paling elementer, sebagaimana halnya setiap kajian akademik yang harus bertolak dari kejelasan nomenklatur menyangkut fokus dan lokus dari disiplin kajian.

Demikianlah kajian komunikasi bertumpu pada fokus perhatian (*focus of interest*) yaitu berupa materi (*subject matter*) verbal dan non-verbal, atau pun format visual dan non-visual. Di luar keempat sel tersebut seseorang dapat saja menggunakan materi komunikasi lainnya, seperti perabaan (*tactile*) seperti komunikasi braile, tetapi hakikatnya dapat dikembalikan ke salah satu sel tersebut. Bertolak dengan fokus dari satu sel, komunikasi disusun dalam varian sel-sel lainnya. Dari sini komunikasi diwujudkan dalam berbagai format media yang menjadi lokus (*locus*) bagi kajian komunikasi.

( 2 )

Fenomena komunikasi pada hakikatnya terwujud melalui kegiatan mediasi (lihat: Chandler, 1995). Kajian komunikasi lebih lanjut dilakukan dengan perspektif atas dasar konteks teknologi, sosial, dan kultural. Dalam kajian komunikasi dapat dibuat banyak ragam taksanomi, tetapi mengikuti format kehidupan manusia, bertolak dari konsep determinasi teknologi (*technological determinism*) maka modus komunikasi dapat dipilih antara komunikasi berbasis fisik manusia dan berbasis teknologi. Kegiatan komunikasi yang berfungsi sebagai instrumen dalam hubungan sosial, pada tahap awal adalah media sosial yang bertumpu pada faktor fisik manusia, kemudian media massa dengan landasan faktor perangkat teknologi mekanis dan elektronik, berikutnya media interaktif/telematik dengan tumpuan pada perangkat teknologi telekomunikasi dan komputer multimedia. Masing-masing media hadir dengan sifat bawaannya, sehingga format dalam komunikasi

---

\* Pokok pikiran disampaikan pada diskusi “*Membumikan Seni Rupa*”, Majalah Seni Rupa *Visual Arts* Jakarta, Yogyakarta 9 Oktober 2004

akan disesuaikan dengan faktor fisik manusia dan teknologi sebagai perpanjangan (*extended*) fisik manusia.

Teknologi mengubah konfigurasi masyarakat, mulai dari masyarakat agraris, industrial sampai ke masyarakat informasi. Dalam perubahan tersebut teknologi komunikasi berkembang sebagai upaya manusia untuk mengisi pola-pola hubungan dalam setiap konfigurasi baru. Perkembangan teknologi yang mempengaruhi kegiatan komunikasi, pertaliannya dapat dilihat pada dua tingkat, pertama secara struktural, yaitu faktor teknologi yang mengubah struktur masyarakat, untuk kemudian membawa implikasi dalam perubahan struktur moda komunikasi. Kedua, perubahan moda komunikasi secara kultural membawa implikasi pula pada perubahan cara-cara pemanfaatan informasi dalam masyarakat. Dengan begitu determinasi teknologi dalam konteks komunikasi dapat dilihat dalam urutan berpikir: dari perubahan struktur masyarakat, struktur moda komunikasi dalam masyarakat, dan cara pemanfaatan informasi.

Perkembangan teknologi yang mempengaruhi kegiatan komunikasi, pertaliannya dapat dilihat pada dua tingkat, pertama secara struktural, yaitu faktor teknologi yang mengubah struktur masyarakat, untuk kemudian membawa implikasi dalam perubahan struktur moda komunikasi. Kedua, perubahan moda komunikasi secara kultural membawa implikasi pula pada perubahan cara-cara pemanfaatan informasi dalam masyarakat. Dengan begitu determinasi teknologi dalam konteks komunikasi dapat dilihat dalam urutan berpikir: dari perubahan struktur masyarakat, struktur moda komunikasi dalam masyarakat, dan cara pemanfaatan informasi.

Dengan begitu determinasi teknologi dalam konteks komunikasi dapat dilihat dalam urutan berpikir: dari perubahan struktur masyarakat, struktur moda komunikasi dalam masyarakat, dan cara pemanfaatan informasi. Selain itu ada pula pandangan dengan urutan sebaliknya: dari pemanfaatan informasi, membawa perubahan masyarakat, dan untuk kemudian mempengaruhi perkembangan teknologi. Urutan berpikir mana pun yang akan dipakai, duduk perkaranya dapat difokuskan pada teknologi yang memungkinkan berlangsung komunikasi (Chandler, 1995).

Pada sisi lain, kegiatan komunikasi perlu dilihat secara kontekstual dari realitas masyarakat yang menjadi ruangnya. Secara konvensional masyarakat dapat dilihat dalam dua dimensi, yaitu dalam kehidupan sosial/empiris dan kehidupan kultural/simbolik. Karenanya dikenal masyarakat empiris (*nyata, real*) yang terwujud dari interaksi sosial dalam dimensi politik, ekonomi dan pergaulan sosial. Sedang masyarakat kultural/simbolik dibedakan atas dua macam, bersifat statis yaitu komunitas warga yang memperoleh warisan (*heritage*) makna yang mempertalikan kehidupan warga dalam masyarakat *real*, dan bersifat dinamis yaitu komunitas warga yang memproduksi makna, baik revitalisasi makna lama maupun penciptaan makna baru untuk kehidupan yang lebih baik.

Pada hakikatnya kegiatan komunikasi berlangsung dalam kaitan dengan realitas, yang dapat dipilah antara realitas keras (*hard reality*) dan realitas lunak (*soft reality*). Realitas keras adalah kehidupan bersifat empiris dalam interaksi manusia, bersifat fisik dan materil. Sedangkan kenyataan lunak adalah kehidupan dalam alam pikiran, penghayatan simbol dan nilai-nilai. Manakala kedua macam realitas ini masuk ke media, dikenal sebagai realitas media. Dari sini dikenal informasi keras dan informasi lunak sebagai materi dalam realitas media.

Realitas keras biasa merupakan dunia yang tidak terelakkan, dijalani manusia baik secara institusional maupun individual. Sementara manusia sering mengabaikan realitas lunak, sebab dunia semacam ini hanya relevan saat kehidupan ingin diberi lebih bermakna. Realitas empiris terjadi dalam interaksi sosial bersifat obyektif, sedang realitas psikhis yaitu ranah berkaitan dengan alam kognisi dan afeksi bersifat subyektif yang diwujudkan dengan pemaknaan simbolik. Dengan kedua realitas inilah terwujud

masyarakat (*society*) dan negara (*state*). Adapun dinamika masyarakat (dan negara) merupakan proses obyektivikasi dan subyektivikasi yang terwujud sebagai ranah empiris dan makna simbolik warganya. Keberadaban (*civility*) suatu masyarakat (*civil society*) dan negara (*civil state*) pada hakikatnya adalah saat penghayatan makna simbolik dapat menjadi landasan interaksi warga dalam realitas empiris. Dalam pandangan kritis, dari realitas keras selamanya muncul kekuasaan hegemonik yang memonopoli realitas lunak, sehingga warga masyarakat tidak berdaya untuk memproduksi dan mempertarungkan makna simboliknya (lihat: Herman dan Chomsky, 1988).

( 3 )

Berkonteks kepada masing-masing dunia ini berlangsung kegiatan komunikasi berupa pemanfaatan informasi. Informasi dari realitas keras memiliki nilai pragmatis tinggi, bernilai guna yang langsung terpakai dalam kehidupan sosial yang bersifat empiris. Sementara informasi lunak berfungsi untuk memenuhi dorongan psikhis. Inilah yang menjadi konsep dasar tentang fungsi media dalam masyarakat. Dari sini keberadaan media dapat dilihat secara konseptual berkaitan dengan realitas, yaitu realitas yang menjadi muatan (informasi) media, dan realitas dirinya sendiri sebagai realitas media.

Dengan begitu realitas media pada hakikatnya adalah sebagai refleksi dari masyarakat dengan realitas empiris dan simbolik. Kajian kritis atas media difokuskan pada kecenderungannya dalam menghadapi realitas ini, apakah menjadi instrumen atau apparatus dari kekuasaan berasal dari realitas keras, ataukah secara negatif menjaga agar kekuasaan hegemonis dari realitas keras tidak memonopoli makna simbolik, dan secara positif dengan politik media memberi tempat untuk tumbuhnya secara bebas makna simbolik dari masyarakat.

Di tengah permasalahan epistemologi dalam kajian komunikasi, dalam perkembangan teknologi, realitas media melahirkan bentuk kehidupan baru, dikenal sebagai realitas virtual atau *cyber*. Dengan begitu secara kategoris kemudian dibedakan 3 macam masyarakat, yaitu masyarakat *real*, masyarakat simbolik, dan masyarakat *cyber*. Maka manusia masa kini pada dasarnya berada dalam 3 macam fenomena masyarakat: *real*, simbolik dan *cyber*. Ini membawa implikasi dalam kajian media, sebab peta permasalahan keberadaan media adalah dari kompleksitas fenomena masyarakat bersifat *real* yang terbentuk atas interaksi manusia dalam proses obyektifikasi dan subyektifikasi, masyarakat yang menciptakan dan mengolah makna simbolik, dan masyarakat *cyber* (*cyber society*) yang terbentuk oleh penggunaan media berbasis telekomunikasi dan informasi multimedia (tele-informatika) (lihat: Sparks, 2001).

Demikianlah untuk kepentingan kaidah epistemologi yang mendasari kajian akademiknya, fenomena komunikasi didefinisikan dengan 2 cara, yaitu apakah sebagai kegiatan untuk mentransmisikan pesan (*transmission of message*), ataukah sebagai kegiatan untuk memproduksi dan pertukaran makna (*production and exchange of meaning*). Yang pertama menjadi landasan dalam kehidupan sosial bersifat pragmatis, sedang yang kedua menempatkan fenomena komunikasi dalam konteks kultural. Kedua cara pandang ini membawa konsekuensi panjang dalam intensi dan tujuan berkomunikasi dalam lingkup kehidupan sosial di satu pihak, dan kehidupan kultural pada pihak lain (Fiske, 1990).

Dari sini berkembang dua aliran metodologis, dengan menempatkan kajian media berada dalam 2 ranah, yaitu sebagai kajian sosial dan kajian kultural. Metodologi dalam kajian sosial umumnya berpretensi sebagai upaya memahami fenomena komunikasi secara pragmatis dalam konteks kehidupan empiris. Untuk fokus kajian adalah format materi komunikasi yang mewujudkan media.

Sedang yang kedua biasa berpretensi “ideologis” dengan mempertanyakan secara kritis realitas media dalam konteks makna kultural. Fokus dalam kajian ini adalah makna

kultural yang terdapat dalam media. Dengan kata lain, pandangan ini menempatkan realitas media sebagai teks yang merepresentasikan makna, baik makna yang berasal dari realitas empiris maupun yang diciptakan sendiri oleh media, yang menjadikan fenomena kultur media (*media culture*) sebagai fokus kajian. Dengan demikian realitas media dipandang sebagai bentukan makna yang berasal dari masyarakat, baik karena bersifat imperatif dari faktor-faktor yang berasal dari struktur masyarakat *real*, maupun berasal dari orientasi kultural pelaku media. Dari sini media dilihat pada satu sisi sebagai instrumen dari kekuasaan (ekonomi dan/atau politik) dengan memproduksi secara monopoli nilai kebenaran untuk pengendalian (dominasi dan hegemoni) masyarakat, dan pada sisi lain dilihat sebagai institusi yang memiliki otonomi dan independensi dalam memproduksi makna kultural dalam masyarakat (Kellner, 1995; Storey, 1996).

( 4 )

Persilangan epistem dalam kajian media ini tidak pelak merupakan imbas dari perkilahan yang berlangsung dalam orientasi kajian sosial dan humaniora/kultural yang melahirkan cara pandang dengan fokus yang berbeda untuk lokus yang sama. Dalam kajian kultural yang bersifat lintas disiplin, disiplin akademik mengenai lokus kajian tidak menjadi tuntutan yang penting. Orientasi akademik dimaksudkan untuk menemukan makna yang perlu dicari melampaui batas-batas lokus konvensional disiplin ilmu (Gripsrud, 2002).

Kalau sekarang karya visual mau dibicarakan, sepanjang penghadiran domain ini dipandang sebagai fenomena komunikasi, maka analogi dengan kerangka pemikiran yang terdapat dalam kajian komunikasi. Seorang penulis mendefinisikan kultur visual (*visual culture*) sebagai “*Everything that can be seen.*” Tentu saja pengertian ini terlalu luas, karenanya dibatasi dari sifatnya yaitu: “*Everything produced or created by human that can be seen.*” Untuk itu hal yang diproduksi atau diciptakan manusia ini dilihat dalam dua cara, yaitu: “*Functional or communicative intent: design*”, dan “*Aesthetic intent: art*” (Barnard, 1998).

Jadi penulis ini memilah benda visual sebagai produk dan karya, dengan nama “desain” dan “seni” bertolak dari niat peruntukannya dalam konteks produksi atau penciptaannya. Tentunya pemilahan sebagai dua nomenklatur yang terpisah akan mengundang perdebatan panjang. Apakah estetika hanya terdapat dalam seni, sementara desain tidak sebagai seni karenanya tidak bersifat estetis? Akar dari perkilahan ini hanya dapat diikuti melalui sudutpandang intelektual dalam kajian kritis terhadap dunia industri (lihat: Adorno dan Horkheimer, 1993)

Seni adalah materi hasil proses kreatif yang diukur dengan kaidah estetika. Lokus bagi seni dalam perspektif estetika dapat dicari dimana saja. Dengan begitu kajian tentang seni biasanya dari sisi estetika. Tetapi seni juga dapat dilihat melalui bagaimana seni dikomunikasikan, dapat dibedakan 3 level cara komunikasi seni, yaitu 1) seni pertunjukan (*performing arts*), 2) seni representasional (*representational arts*), dan terakhir 3) seni rekaman (*recording arts*). Seni (Media) Rekam merupakan bentuk seni paling mutakhir di antara komunikasi seni (Monaco, 1981).

Seni pertunjukan merupakan seni yang paling tua dalam peradaban manusia. Dalam komunikasi seni ini terikat dengan ruang dan waktu sebenarnya, seperti dalam teater, musik panggung, dan sejenisnya. Seni representasional merupakan seni yang dapat diulangi penyampaiannya tetapi wujudnya memerlukan penafsiran atas dasar konvensi, seperti sastra dan gambar/lukisan. Sedang seni rekaman juga dapat menyampaikan materi seni secara berulang, sedang kelebihannya adalah sifatnya yang langsung antara simbol yang digunakan dengan maknanya. Untuk pemakaian atau penikmatan seni rekaman relatif tidak memerlukan penafsiran dengan konvensi.

Dengan cara lain, keberadaan benda visual dapat diklasifikasikan di satu pihak sebagai produk dalam lingkup industri secara umum dan industri media khususnya, dan di pihak lain karya personal sebagai ekspresi estetis murni. Karenanya produk dan karya visual adalah pertama berkaitan dengan kepentingan pragmatis pekerja profesional dalam pasar kerja, dan kedua berkaitan dengan elemen seni yang dapat ditawarkan seorang seniman media rekam pada wilayah estetika. Kedua hal ini bukanlah dua nomenklatur yang terpisah, sebab terhadapnya dalam kajian akademik kultur visual (*visual culture*) dipandang hanya sebagai lokus, sementara fokus kajiannya adalah paralel dengan yang berkembang dalam kajian kultural (*cultural studies*) umumnya. Seperti disebutkan berikut:

One of principal tasks of visual culture is to understand how these complex pictures come together. They are not created from one medium or in one place, as the over precise divisions of academia would have it. Visual culture directs our attention away from structured, formal viewing settings like cinema and art gallery to the centrality of visual experience in everyday life. At present, different notions of viewing and spectatorship are current both within and between all the various visual subdisciplines. It does of course make sense to differentiate. Our attitudes vary according to whether we are going to see a movie, watch television, or attend an art exhibition, however, most of our visual experience takes place aside from these formally structured moments of looking. A painting may be noticed on a book jacket or in an advert, while television is consumed as a part of domestic life rather than as the sole activity of the viewer, and films are as likely to be seen on video, in an aeroplane or on cable as in a traditional cinema. Just as cultural studies has sought to understand the ways in which people create meaning from the consumption of mass culture, so does visual culture prioritize the everyday experience of the visual, from the snapshot to the VCR and even the blockbuster art exhibition. If cultural studies is to have future as an intellectual strategy, it will have to take the visual turn that everyday life has already gone through (Mirzoeff, 1999).

Kultur visual sebagai kajian akademik dengan sendirinya menjadikan produk atau karya visual dilihat secara intrinsik. Tetapi lebih jauh sebagai fokus kajian penting adalah keberadaan suatu visualitas dilihat dengan perspektif berkaitan dengan perannya dalam kehidupan modern. Dengan begitu perhatian terhadap keberadaannya difokuskan pada dunia citra (*image*) dalam konteks kepada pengguna pada level mikro dan struktur sosial pada level makro. Silang sengketa mengenai kaidah estetika menjadi kurang relevan, sebab pemaknaan tidak bersifat intrinsik tetapi bersifat ekstrinsik secara keruangan. Kata kunci disini bukan kepada wujud visual, tetapi proses pemvisualan (*visualising*) yang membawa konsekuensi kepada dunia citra yang ditempatkan dalam konteks strukturasi yaitu sejauh mana produser atau kreator berfungsi sebagai agen kultural dalam menempatkan produksi atau kreasinya dalam setting struktur sosial.

( 5 )

Tingkat pertama adalah urusan akademik atas keberadaan produk/karya visual sebagai kajian kultur visual. Sedang tingkat berikutnya adalah bagaimana media massa memberitakan atau mengupas keberadaan produk/karya visual melalui orientasi jurnalismenya. Adagium populer dalam jurnalisme konvensional adalah faktualitas dan obyektivitas. Untuk itu dituntut metode kerja untuk melahirkan teks media yang sepenuhnya merefleksikan realitas/fakta.

Tetapi ada yang sering dilupakan setiap kali bicara soal obyektivitas, yaitu setting dimana jurnalisme dijalankan. Fakta yang menjadi bahan baku dalam produksi teks jurnalisme berasal dari ruang yang memiliki karakteristik sebagai suatu situasi sosial. Buku

teks jurnalisme lazimnya ditulis dari pengalaman operasi media jurnalisme di lingkungan masyarakat dengan situasi sosial secara relatif bersifat egaliter dan demokratis. Karenanya kaidah jurnalisme konvensional harus ditempatkan pada asumsi dasar mengenai masyarakat yang bersifat ekual (azas kesetaraan) dan demokratis. Artinya setiap person dapat dan terjamin untuk mewujudkan hak-haknya yang bersifat azasi. Tetapi bagaimana jika jurnalisme berlangsung dalam ruang sosial dengan kekuasaan hegemonis? (lihat: Bagdikian, 2000)

Dari sini lantas timbul pula pertanyaan mengenai apa yang dimaksud dengan obyektivitas? Proses obyektiviasi tidak dapat berlangsung murni, karena orang/pelaku media disadari atau tidak, dapat menjadi agen atau apparatus dalam struktur hegemonis. Karenanya paralel dengan orientasi pendekatan kritis dalam kegiatan akademik, berkembang pula orientasi jurnalisme dengan perspektif, yaitu realitas dihadapi dengan perspektif kritis, bertolak dari asumsi mengenai kekuasaan hegemonik yang memonopoli dalam produksi dan pertukaran makna simbolik.

Dengan begitu jurnalisme bertolak dengan perspektif kritis dalam menghadapi produk/karya visual. Fokus tidak pada estetika yang melahirkan hegemoni estetisme, melainkan kepada proses visualising dalam konteks kekuasaan. Adakah hegemoni dalam setiap proses *visualising*, sejauh mana pertarungan makna berlangsung, dan dimana posisi media dalam mewujudkan realitas media?

#### REFERENSI

- Adorno, Theodor, Horkheimer, Max (1993) "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception", dalam During S. ed. (1993) *The Cultural Studies Reader*, Second edition, Routledge, London
- Bagdikian, Ben H. (2000) *The Media Monopoly*, Sixth edition, Beacon Press, Boston
- Chandler, Daniel (1995) "Processes of mediation", <<http://www.aber.ac.uk>> (Date of visit, 2002)
- Chandler, Daniel (1995) 'Technological or Media Determinism', <<http://www.aber.ac.uk>> (Date of visit, 2002)
- Fiske, John (1990) *Introduction to Communication Studies*, Second Edition, Routledge, London
- Gripsrud, Jostein (2002) *Understanding Media Culture*, Arnold – Oxford University Press Inc, New York
- Kellner, Douglas (1995) *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*, Routledge, London
- Herman, Edward S., Chomsky, Noam (1988) *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Book, New York
- Mirzoeff, Nicholas (1999) *An Introduction to Visual Culture*, Routledge, London
- Monaco, James (1981) *How To Read A Film: The Art, Technology, Language, History, and Theory of Film and Media*, Revised edition, Oxford University Press, New York
- Sparks, Colin (2001) "The Internet and the Global Public Sphere", dalam Bennet, W. Lance dan Entman, Robert M., *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge
- Storey, John (1996) *Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods*, University of Georgia Press, Athens