

DIKTAT KULIAH

GEOGRAFI KOMUNIKASI



Disusun Oleh:

Bambang Syaeful Hadi, M.Si

**JURUSAN PENDIDIKAN GEOGRAFI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2006

BAB I

HAKIKAT GEOGRAFI KOMUNIKASI

A. Pengertian Geografi Komunikasi

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, pengertian dan wawasan manusia terhadap fakta dan gejala lingkungannya menjadi bertambah luas dan mendalam. Kesadaran akan pentingnya aplikasi berbagai disiplin ilmu untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi manusia mendorong para ahli dari berbagai disiplin ilmu untuk bekerja sama dalam mengimplementasikan ilmunya, sehingga suatu masalah dapat dipecahkan secara komprehensif. Dengan pendekatan multidisipliner, perkembangan berbagai pendekatan dan paradigma keilmuan memunculkan berbagai disiplin ilmu baru yang merupakan hasil penelaahan tersendiri maupun hasil perkawinan/perpaduan antara dua atau lebih disiplin ilmu. Salah satu hasil perpaduan konsep keilmuan adalah Geografi Komunikasi, yakni perpaduan antara ilmu Geografi dan Ilmu Komunikasi, yang berkembang menjadi disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Untuk memahami pengertian Geografi Komunikasi, terlebih dahulu harus dipahami pengertian Geografi dan Komunikasi, karena Geografi Komunikasi muncul sebagai disiplin ilmu tersendiri yang merupakan cabang dari Geografi Manusia.

Salah satu definisi Geografi yang cukup populer di Indonesia adalah definisi hasil rumusan Seminar dan Lokakarya Geograf di Semarang tahun 1988 (dalam Suparmini, dkk, 2000) yang menyatakan bahwa Geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfir (litosfir, hidrosfir, biosfir, atmosfir, dan antroposfir) dengan sudut pandang/pendekatan keruangan, kelingkungan, dan kompleks wilayah. Menurut Blij dan Muller (1998) geografi mempelajari lokasi-lokasi dan distribusi *feature* permukaan bumi. *Feature* yang dimaksud antara lain karakteristik hunian manusia atau sifat-sifat lingkungan alam, tetapi aspek yang paling menarik perhatian geograf adalah interrelasi antara lingkungan alam dengan masyarakat manusia. Pendekatan terhadap aspek manusia dan dunia alam dipandu oleh perspektif keruangan (*spatial perspective*) Sementara menurut Effendi (2000,) komunikasi hakekatnya adalah proses pernyataan antar manusia, yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang

lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam bahasa komunikasi, pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, sedangkan orang yang menerima pesan disebut komunikan (*communicatee*). Secara tegas dapat dinyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Konkritnya, isi pesan adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Berdasarkan pengertian dan arti istilah-istilah dalam geografi dan ilmu komunikasi, dapat ditarik suatu kaitan antara istilah-istilah tersebut untuk mencoba mendefinisikan terminologi Geografi Komunikasi. Hanya perlu diingat bahwa tidak semua wilayah kajian Ilmu Komunikasi dipelajari dalam Geografi Komunikasi, mengingat bahwa yang dipentingkan dalam geografi komunikasi adalah ruang tempat terjadinya komunikasi (**analisis lokasional**), aliran atau transmisi informasi atau pesan, kuantitas dan kualitas aliran informasi antar ruang, distribusi fasilitas media komunikasi dan efek media masa terhadap tingkah laku keruangan manusia dan lingkungan (Albar dalam Hurst, 1986). Fenomena komunikasi merupakan fenomena sosial (antroposfir), oleh karena itu bidang kajian komunikasi dipelajari dalam Geografi Manusia/Sosial. Dengan demikian dapat dinyatakan disini bahwa geografi komunikasi adalah cabang dari geografi sosial yang mempelajari gejala aliran atau pergerakan massa psikal (tidak berbentuk benda) yang berupa ide/gagasan, informasi, dan atau data dan sejenisnya dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan media tertentu dengan pendekatan keruangan, kelingkungan (ekologi), dan kompleks wilayah.

Para ahli geografi tertarik untuk memasukkan fenomena komunikasi sebagai objek kajiannya, karena ternyata aktivitas komunikasi berdampak pada ruang sosial manusia, aktivitas/tingkah laku keruangan, difusi keruangan, dan menjadi pertimbangan manusia dalam menentukan keputusan pilihan lokasi untuk melakukan kegiatan hidupnya, seperti menentukan lokasi permukiman, keputusan untuk melakukan migrasi, penentuan lokasi pusat kegiatan perekonomian, adaptasi dan pembentukan persepsi lingkungan. Informasi yang diterima seseorang terhadap suatu lokasi akan memunculkan tanggapan yang beragam dan membawa pengaruh terhadap aktivitas keruangan yang dilakukannya.

Hanya biasanya terdapat kecenderungan umum di dalam merespon informasi tentang lingkungan di sekitarnya.

B. Mengapa Geografi Komunikasi ?

1. Latar Belakang Munculnya Geografi Komunikasi

Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi munculnya disiplin ilmu Geografi Komunikasi. Biasanya Geografi Komunikasi terintegrasi ke dalam Geografi Transportasi dan Komunikasi, karena keduanya sama-sama mempelajari perpindahan atau gerakan suatu massa dari satu tempat ke tempat lain, hanya jenis massanya yang berbeda. Transportasi merupakan perpindahan fisik baik benda/materi maupun manusia dari satu tempat ke tempat lainnya. Sementara komunikasi merupakan perpindahan hal-hal yang tidak berbentuk benda, sebagaimana dijelaskan di atas. Geografi komunikasi secara lebih khusus mencurahkan perhatiannya pada lokasi aktivitas manusia, aliran dan persebaran informasi dan komunikasi melalui ruang tertentu, dan efek tingkah laku komunikasi terhadap tata laku lingkungan.

Adanya transportasi dan komunikasi dalam ruang tertentu, membawa pengaruh terhadap perkembangan dan perubahan fisik dan mental penghuninya dalam ruang yang bersangkutan. Studi geografi aspek transportasi dan komunikasi, merupakan studi gejala dan masalah geografi yang lebih dinamis bila dibandingkan dengan mengkaji masalah gejala geografi lainnya pada lokasi tertentu. Dengan mengkaji transportasi dan komunikasi ini kita akan dapat mengungkapkan gejala difusi, interaksi keruangan, dan kemajuan ataupun keterbelakangan suatu daerah di permukaan bumi. Oleh karena itu, pengembangan dan pembangunan transportasi dan komunikasi dapat digunakan sebagai prasarana dan sarana untuk mengembangkan dan memajukan daerah yang memiliki tingkat kemajuan rendah tersebut. Sarana transportasi dan komunikasi paling tidak dapat meningkatkan aksesibilitas daerah, dimana variabel aksesibilitas ini dapat mendorong kemajuan sosial maupun ekonomi. Konsep-konsep yang dapat diterapkan untuk mengkaji transportasi dan komunikasi ini antara lain model gravitasi, teori graff, dan analisa konektivitas (Sumaatmadja, 1988). Konsep-konsep Geografi Transportasi dan Komunikasi dapat diaplikasikan untuk pendugaan wilayah (*regional forecasting*), perencanaan wilayah

(*regional planning*) dan pengembangan potensi daerah dan diferensiasi area untuk membangun pusat-pusat sarana transportasi dan komunikasi.

Pada saat ini peta-peta tematik dinamik aktual yang berisi informasi mengenai aktivitas transportasi dan komunikasi masih sangat langka. Peta aktivitas komunikasi yang sesungguhnya penting tapi langka contohnya adalah peta interaksi penduduk antar wilayah, interaksi dapat dalam bentuk arus pengiriman uang, arus telpon, akses terhadap siaran televisi dan radio, aliran informasi melalui internet, difusi keruangan informasi, peta difusi nasionalisme, peta karakteristik pengguna telpon seluler, peta kekuatan sinyal telpon seluler dan kekuatan pemancar stasiun televisi, dan lain-lain, yang kesemuanya berguna bagi perencanaan dan pengembangan fasilitas itu sendiri dan fasilitas wilayah lainnya.

2. Gerakan dalam Geografi

Manusia yang merupakan aspek kajian dalam geografi (*antroposfir*) mempunyai ciri bergerak. Gerakan tersebut dilakukan baik dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun dalam rangka melakukan tugas sosialnya. Ketika manusia bergerak, maka yang bergerak tidak hanya manusia secara fisik tetapi juga mungkin manusia menggerakkan barang atau gagasan/informasi ke tempat lain. Disamping itu, manusia juga mampu menerima pemindahan barang atau gagasan/informasi dari dan ke tempat lain (*take and give*).

Ada berbagai jenis gerakan (mobilitas), setiap saat terjadi gerakan barang dan gagasan, baik melalui media angkutan transportasi (darat, laut, dan udara), gerakan arus listrik, air, gas, minyak bumi, dan energi lain melalui sistem kabel dan pipa, juga gerakan gagasan/informasi melalui berbagai media masa dan media interpersonal. Gerakan informasi melalui jalur elektronik seperti radio, televisi, internet, telpon, dan gerakan informasi cetak melalui surat kabar, majalah, dan jutaan informasi yang dikirim lewat kantor pos. Dari berbagai macam gerakan, para ahli geografi tertarik untuk menelaah tiga bentuk utama gerakan/arus, yakni :

- a. Migrasi, jika yang bergerak adalah manusia
- b. Transportasi, jika yang bergerak adalah manusia, materi atau energi.
- c. Komunikasi, jika yang bergerak adalah gagasan atau informasi dengan menggunakan media tertentu, jika tidak menggunakan media, seperti perpindahan

udara, air laut, tenaga matahari, maka para geografer menyebutnya sebagai arus, misal arus air laut, arus angin, dan sebagainya

Transportasi dan komunikasi terjadi karena adanya diferensiasi area dan jarak. Diferensiasi area diindikasikan dengan potensi wilayah yang berbeda, kepentingan tertentu yang berbeda, yang menyebabkan antar penduduk dari masing-masing wilayah merasa saling membutuhkan. Jarak secara konseptual mencakup jarak absolute dan jarak nisbi (relative). Jarak absolute ditunjukkan oleh jarak fisik, misalnya jarak Yogyakarta-Surakarta adalah 70 km, jarak Bantul– Kota Yogyakarta 25 km, jarak garis balik utara dan garis balik selatan dari katulistiwa masing-masing adalah $33,5^\circ$. Jarak relative adalah jarak antara dua wilayah yang tidak ditentukan oleh jarak fisik sebenarnya, tetapi lebih kepada keterjangkauan wilayah. Misalnya jarak Kota Yogyakarta-Magelang lebih cepat ditempuh daripada Yogyakarta-Slarong, karena dari Yogyakarta ke daerah Slarong membutuhkan waktu dan biaya yang lebih banyak daripada ke Magelang. Jarak kritis antara masing-masing orang berbeda, meskipun mungkin untuk suatu aktivitas yang sama. Variabel-variabel tahapan siklus kehidupan, mobilitas, dan peluang-peluang, bersama-sama dengan keinginan dan kebutuhan masing-masing orang, dapat membantu mendefinisikan seberapa sering dan seberapa jauh orang akan melakukan perjalanan. Pada basis variabel-variabel ini, dapat dibuat kesimpulan tentang jumlah informasi seseorang dalam hal ruang aktivitasnya dan area di sekitarnya. Akumulasi informasi tentang kesempatan-kesempatan dan pendapatan-pendapatan interaksi keruangan membantu menambah dan menjustifikasi keputusan berbergerak.

3. Arti Penting Geografi Komunikasi

Geografi Komunikasi berusaha mengembangkan teori-teorinya agar dapat mempunyai nilai aplikasi yang bermanfaat secara luas bagi masyarakat. Munculnya berbagai aktivitas manusia sebagai dampak ikutan dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan perubahan pola perilaku manusia dalam mengkomunikasikan ide/gagasan, barang dan jasa. Perkembangan media massa dan media interpersonal yang semakin pesat berimplikasi pada semakin dekatnya jarak antar ruang. Di sisi lain kedekatan ruang akibat kemudahan berkomunikasi ini diikuti oleh perubahan perilaku masyarakat yang berupa berkurangnya komunikasi langsung (bertatap muka), yang kontraproduktif dengan tingkat kemesraan (*intimate*) antar anggota masyarakat.

Interaksi keruangan dapat terjadi secara fisik dan non-fisik. Interaksi secara fisik dapat ditunjukkan pengaruhnya secara nyata dan dapat diukur dengan alat pencatat. Suatu contoh di daerah hulu berfungsi sebagai daerah tangkapan air hujan. Daerah hulu akan menjadi penuplai kebutuhan air untuk daerah di bawahnya (hilir). Daerah hilir dapat menjadi penampung *run-off* dan menjadi media pengaliran dari air hujan yang dijatuhkan di daerah hulu. Secara non-fisik, interaksi antar ruang ditunjukkan oleh aktivitas penduduk dari ruang yang ditempati melalui media komunikasi. Interaksi penduduk atau dalam terminologi sosiologis, interaksi tersebut dinamakan interaksi social. Menurut Soekanto (1990), interaksi social dapat terjadi bila memenuhi 2 syarat, yakni: adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Kontak social secara harfiah berarti bersama-sama menyentuh. Dalam perkembangannya ketika media komunikasi sedemikian canggih kontak social tidak lagi harus dilakukan secara badaniah. Kontak social secara badaniah disebut kontak primer, yakni suatu bentuk kontak sosial yang terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung, bertemu dan berhadapan muka. Disamping itu kontak sosial, terjadi antara kominikan dan komunikator tidak secara langsung melakukan kontak, tetapi dapat melalui orang lain, media interpersonal, maupun media massa. Di sini sedang terjadi kontak yang bersifat skunder (kontak skunder). Saat ini intensitas kontak skunder semakin meningkat intensitasnya, tetapi kontak primer semakin berkurang.

Komunikasi dan kontak social merupakan dua hal yang saling berkait. Arti utama dari komunikasi adalah bahwa seseorang yang memberikan tafsiran pada tingkah laku orang lain (yang dapat berupa pembicaraan, gerak-gerik fisik atau sikap) dan perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang lain. Ketika ada seorang gadis dititipi salam dari seorang pria, sang gadis mungkin akan menjawab salam tersebut atau belum menjawab sebelum dia tahu apa arti salam tersebut, tanda perkenalan/persahabatan atau ada perasaan lain atau sekedar basa-basi. Maka dalam hal ini belum terjadi komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa kontak social dapat terjadi tanpa komunikasi. Dengan demikian, komunikasi memiliki makna lebih mendalam dari sekedar kontak social. Dari komunikasi akan timbul suatu interaksi social yang berupa kerja sama (*cooperation*), persaingan (*competition*), dan pertentangan (*conflict*).

Bentuk-bentuk interaksi social tersebut dapat terjadi pada individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Dalam kajian Geografi

Komunikasi, interaksi antar kelompok inilah yang lebih banyak mendapat perhatian, karena pada interaksi antar kelompok inilah yang berpengaruh terhadap interaksi keruangan. Hubungan kerjasama, persaingan, dan konflik yang sering terjadi antar wilayah atau antar negara merupakan bentuk komunikasi antar kelompok. Wilayah A dan B akan saling tergantung karena masing-masing mempunyai potensi wilayah yang berbeda sehingga dapat saling memenuhi kebutuhannya. Hubungan tersebut dapat menjadi mesra (kerja sama) dapat pula menjadi pertentangan (*conflict*) tergantung komunikasinya. Wilayah A dan B dapat menjadi daerah yang memiliki kemesraan bila ada kesadaran bersama untuk maju bersama dan pentingnya hidup bersama. Kedua wilayah dapat mengalami konflik (peperangan) karena tiadanya kesadaran tersebut.

Beberapa manfaat geografi komunikasi dalam berbagai bidang kehidupan, antara lain:

a. Pengembangan wilayah

Suatu wilayah dapat dikembangkan aspek fisik maupun aspek non-fsisknya. Aspek fisik yang dapat dikembangkan dengan memanfaatkan hasil kajian geografi komunikasi dapat berupa pengembangan jalan raya,

b. Penentuan lokasi fasilitas umum

Penentuan letak atau lokasi fasilitas umum perlu mempertimbangkan jumlah penduduk antar wilayah, aktivitas penduduk wilayah tersebut, dan interaksi/komunikasi antar wilayah-wilayah tersebut. Teori gravitasi dalam hal ini dapat digunakan untuk menentukan lokasi fasilitas umum, yang berupa rumah sakit/puskesmas, tempat ibadah, kantor postel, dan lain-lain.

c. Pertimbangan dalam merumuskan kebijakan kependudukan/social

Persoalan-persoalan kependudukan yang ada di Indonesia beberapa diantaranya terkait dengan strategi komunikasi, dalam hal ini adalah komunikasi negara dengan penduduknya. Sebagai contoh adalah kegagalan program transmigrasi, terjadi karena tidak didahului dengan kajian geografi komunikasi. Kajian geografi komunikasi dalam hal ini diperlukan untuk memberikan informasi mengenai daerah yang akan dituju, karakteristik daerah asal dan rencana pengembangan karakteristik yang akan dituju (termasuk di dalamnya profesi asal dengan profesi yang perlu dipersiapkan di daerah tujuan), desain interaksi keruangan antara

ruang/daerah transmigrasi dengan penduduk yang telah ada (asli), dan desain difusi keruangan daerah transmigrasi dengan daerah penduduk yang telah ada.

d. Penentuan lokasi pusat-pusat bisnis

Penentuan lokasi bisnis perlu mempertimbangkan potensi wilayah sekitar, keterjangkauan, permukiman yang melingkupi, tingkat ekonomi penduduk, aktivitas penduduk, system transportasi dan komunikasi. Aspek yang disebut terakhir ini memiliki peran yang vital, karena ia menentukan lalu lintas barang/jasa dan lalu lintas orang dalam menjual/membeli barang atau jasa.

e. Penyebaran informasi resmi

Informasi yang diampaikan oleh negara/lembaga kenegaraan biasa disebut dengan informasi formal. Negara memerlukan komunikasi dengan rakyat dalam rangka penyelenggaraan negara ataupun untuk kepentingan warganya. Apalagi jika dikaitkan dengan pendapat beberapa ahli sebagaimana dikemukakan di depan bahwa keberhasilan suatu partai politik ataupun negara dapat diukur dari seberapa dapat ia mengkomunikasikan program-programnya kepada konsituen atau rakyatnya. Dalam usaha menjalankan program pembangunan dan inovasi, pemerintah memerlukan strategi geografi komunikasi.

f. Peningkatan peranserta masyarakat dalam pengelolaan Negara

Seberapa besar keberhasilan negara dalam menjalankan program pembangunan sangat ditentukan oleh seberapa besar peran serta (partisipasi) masyarakat dalam mendukung program tersebut. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat diperlukan narasi yang jelas melalui keterbukaan dan kemudahan akses informasi mengenai suatu program yang hendak dijalankan. Tanpa narasi yang jelas, maka penduduk suatu wilayah yang sebenarnya menjadi sasaran program pembangunan akan bertindak apatis. Oleh karena itu, di setiap wilayah dengan kondisi geografis yang berbeda-beda memerlukan pendekatan yang berbeda agar suatu program yang sebenarnya baik untuk kemajuan suatu wilayah tetapi menjadi pertentangan antara negara dengan penduduk setempat hanya karena salah pendekatan dan kegagalan komunikasi.

g. Pendidikan politik dan kewarganegaraan

Kesadaran sebagai warga negara tidak begitu saja timbul pada diri warga negara tetapi membutuhkan upaya sadar dan sistematis. Kesadaran warga untuk taat terhadap suatu peraturan/undang-undang, menjalankan hak dan kewajibannya sebagai warga negara, berperan serta dalam mengawasi penyelenggaraan negara, memberikan atau tidak memberikan suara pada pemilu, mengkritisi kebijakan pemerintah merupakan bagian dari indicator warga negara yang baik. Untuk menjadikan warga negara yang baik, maka saluran komunikasi antara negara dan rakyat harus lancar. Perbedaan karakteristik penduduk antar wilayah, cara pandang dan kebudayaannya memerlukan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masing-masing.

h. Pertahanan dan keamanan (hankam)

Hankam sebagai bentuk tugas/fungsi negara (*security function*) memerlukan dukungan rakyat, apalagi bentuk fisik negara Indonesia yang kepulauan dan luas tentu memerlukan pengawasan dan kontrol yang banyak pula. Dengan demikian kontrol dan pengawasan dari aparat saja tentu tidak cukup, dalam hal ini sistem pertahanan rakyat sangat diperlukan. Untuk membangun sistem pertahanan rakyat diperlukan strategi komunikasi yang terbangun dan terstruktur secara mantap. Aspek-aspek geografis tiap wilayah yang diperlukan untuk keperluan hankam lebih banyak dikuasai oleh penduduk setempat, sehingga aparat dan rakyat dapat saling membantu pengenalan wilayah, sistem pertahanan, sistem kontrol wilayah, transportasi dan komunikasi untuk keperluan hankam, dan lain-lain.

i. Penyelesaian konflik-konflik sosial

Konflik antar wilayah di Indonesia dapat terjadi karena masalah SARA, konflik kepentingan, perebutan sumberdaya alam, persaingan, kebijakan pemerintah, dan lain-lain. Konflik-konflik social dalam perspektif sosiologis pada dasarnya terjadi karena kemandegan atau kebuntuan komunikasi. Cara pandang penduduk suatu wilayah terhadap suatu persoalan mungkin berbeda dengan penduduk wilayah lainnya. Adanya perbedaan tersebut memerlukan strategi dan pendekatan untuk mencari titik temu. Maka dalam hal ini negara mempunyai fungsi sebagai penengah, tetapi negara ini justru sering menjadi sumber konflik sosial itu sendiri.

BAB II

ILMU-ILMU BANTU DAN PARADIGMA DALAM STUDI GEOGRAFI KOMUNIKASI

Setiap disiplin ilmu membutuhkan disiplin ilmu lain, baik dalam hal pendekatan, metode, teknik analisis, ataupun paradigma berpikirnya. Beberapa contoh dapat dikemukakan di sini, disiplin ilmu ekonomi membutuhkan ilmu sosiologi, matematika, psikologi. Disiplin ilmu Geologi membutuhkan ilmu bantu fisika, kimia, geografi, geomorfologi, dan lain-lain. Sebagaimana disiplin ilmu lain Geografi Komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu membutuhkan disiplin ilmu lain, seperti geografi teknik, geografi ekonomi, ilmu komunikasi, sosiologi, antropologi, ekonomi, psikologi, dan ilmu kependudukan. Ilmu-ilmu bantu tersebut secara garis besar dibagi menjadi dua, yakni ilmu bantu untuk pendekatan kuantitatif dan ilmu bantu untuk pendekatan kualitatif.

A. Ilmu-ilmu Bantu dan Peranannya

Masing-masing disiplin ilmu mempunyai peranan yang sangat berarti bagi eksistensi dan berkembangnya suatu disiplin ilmu. Berikut ini akan diuraikan peran ilmu-ilmu bantu dalam studi geografi komunikasi

1. Geografi sosial (*Social Geography*)

Geografi sosial merupakan cabang geografi manusia (*human geography*) yang memiliki perhatian terhadap aspek keruangan dari karakteristik kependudukan, organisasi sosial, unsur kebudayaan, dan kemasyarakatan. Geografi sosial bersama dengan Geografi Penduduk, Geografi Ekonomi, Geografi Politik, Geografi Permukiman, dan Geografi Sosial sebagai cabang geografi manusia berusaha menganalisis aspek-aspek keruangan dalam hubungannya dengan karakteristik manusianya. Geografi sosial bidang kajiannya berkenaan dengan unsur-unsur tempat yang merupakan wadah kemasyarakatan manusia, sehingga erat hubungannya dengan sosiologi. Beberapa fenomena seperti permukiman, bahasa, dan kepercayaan dapat dimasukkan ke dalam bidang studi Geografi Sosial bila ditinjau dari segi penyebaran dan organisasi sosial (Sumaatmadja, 1988). Jadi pembeda utama suatu wacana termasuk bahasan disiplin ilmu mana tergantung sudut pandang dan pendekatannya.

Peran Geografi Sosial dalam menjelaskan fenomena tingkah laku komunikasi adalah menyediakan sejumlah konsep dan pendekatan. Aglomerasi sebagai gejala

geografi mempunyai korelasi dengan agihan sarana komunikasi, sebagaimana pernah diungkapkan oleh Yunus (2002) dalam hasil penelitiannya yang dilakukan di daerah pinggiran kota (*urban fringe*) Kota Yogyakarta. Yunus menyatakan bahwa perkembangan permukiman di daerah pinggiran kota Yogyakarta sebagai sebuah pilihan masyarakat dipengaruhi oleh ada atau tidaknya fasilitas komunikasi yang dapat menghubungkan lokasi hunian dengan tempat-tempat penting lain. Pilihan orang terhadap suatu lokasi yang akan dihuninya juga dipengaruhi oleh sejumlah informasi yang diperolehnya tentang daerah tersebut. Berdasarkan adanya korelasi perkembangan lokasi permukiman dengan keberadaan variabel sarana komunikasi dan informasi lokasi, maka para perencana pengembangan wilayah perlu mengedepankan variabel tersebut dalam membuat perencanaan wilayah, sehingga arah perkembangannya dapat diarahkan sesuai dengan rencana tata guna lahan yang dikehendaki. Geografi Sosial dapat membantu mengungkapkan karakteristik keruangan manusia sebagai ruang hidup kaitannya dengan tingkah laku komunikasi.

2. Sosiologi

Menurut Selo Sumardjan dan Soelaeman Soemardi sebagaimana dikutip Soekanto (1990), Sosiologi atau ilmu masyarakat adalah ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial, termasuk perubahan-perubahan sosial. Struktur sosial keseluruhan jalinan antara unsur-unsur sosial yang pokok yaitu kaidah-kaidah sosial, lembaga-lembaga sosial, kelompok-kelompok serta lapisan sosial. Proses sosial adalah pengaruh timbal balik antara segi kehidupan bersama.

Peran sosiologi dalam mengungkapkan gejala komunikasi sangat strategis. Nilai strategisnya terletak pada gejala komunikasi yang merupakan obyek sosial, dimana komunikasi merupakan variabel yang menyebabkan terjadinya interaksi dan proses sosial serta menjadi variabel utama yang mempengaruhi terjadinya proses perubahan sosial termasuk di dalamnya tingkah laku komunikasi sebagaimana pernah diteliti oleh Bungin (2001) tentang kuatnya realitas sosial iklan dari media massa dalam mempengaruhi konstruksi masyarakat. Media massa bahkan merupakan sarana efektif yang dapat memasuki ruang-ruang hidup manusia sampai kepada ruang privasi, yang pada akhirnya sangat mempengaruhi keputusan masyarakat (misalnya dalam pilihan produk) sampai kepada pilihan ideologi. Melalui iklan televisi misalnya, memiliki kekuatan luar biasa dalam

mereproduksi kembali nilai-nilai, citra dan makna yang ada dalam iklan ke dalam kehidupan (realitas sosial), maksudnya iklan televisi memiliki kemampuan memproduksi kembali realitas sosial (sebagai realitas media) ke dalam realitas sosial masyarakat. Sedemikian kuatnya dampak media massa terhadap perubahan-perubahan sosial (sampai kepada ideologi), maka fenomena geografi komunikasi sangat membutuhkan sosiologi untuk mengungkapkan gejala-gejala sosiologis.

3. Ilmu Antropologi

Antropologi secara garis besar mempunyai dua cabang, yakni antropologi fisik dan antropologi budaya. Cabang antropologi yang sangat membantu Geografi Komunikasi adalah antropologi linguistik dan etnologi sebagai bagian dari Antropologi Budaya. Antropologi Linguistik berusaha meneliti kata-kata, pelukisan tentang ciri dan tata bahasa dari berbagai suku bangsa yang tersebar di berbagai permukaan bumi. Sementara etnologi mempelajari kebudayaan-kebudayaan dalam kehidupan masyarakat dari sebanyak mungkin suku bangsa yang tersebar di seluruh permukaan bumi pada masa sekarang ini (Koentjoroningrat, 1989).

Melalui Antropologi, Geografi Komunikasi dapat meminjam seperangkat pendekatan untuk mengungkap bagaimana persebaran informasi pada suku-suku bangsa menyebar dan bagaimana masyarakat suatu daerah tertentu berlaku sebagai komunikator dan komunikan. Masing-masing suku dan adat istiadat yang ada serta yang sedang berkembang di masyarakat mengalami dinamika sesuai dengan informasi yang mereka terima, sehingga pada masyarakat tersebut terjadi pembaharuan (inovasi), yang pola penjalaran inovasi tersebut dapat ditelusuri secara mendetail. Pada akhirnya pola penjalaran tersebut dapat digunakan oleh para penentu kebijakan untuk melakukan perbaikan/pembangunan. Dengan demikian peran komunikasi sangat menentukan dalam dinamika perubahan norma dan sistem kepercayaan yang dianut oleh masyarakat.

4. Psikologi

Psikologi sebagai ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia berperan penting dalam membantu Geografi Komunikasi untuk menganalisis tingkah laku keruangan lingkungan manusia. Keputusan-keputusan yang dibuat orang dalam pemilihan lokasi kegiatan dan pengaturan ruang didasarkan atas informasi fisik dan non-fisik tentang ruang tersebut. Dalam proses pencarian informasi sebelum seseorang menempati ruang sampai

orang tersebut menempati ruang atau bahkan meninggalkan ruang, akan menampakkan gejala tingkah laku keruangan. Untuk menjawab sejumlah pertanyaan psikologis, mengapa orang memilih suatu lokasi tertentu, bagaimana persepsi mereka tentang lingkungan yang ditempatinya, dan alasan apa yang mungkin mendorong mereka pergi dari suatu ruang dan memilih ruang lain, apakah informasi yang diperoleh mengenai ruang tersebut sudah benar, tentu psikologi memiliki posisi strategis.

5. Ilmu Ekonomi

Ilmu ekonomi dibutuhkan oleh Geografi Komunikasi untuk membantu menjelaskan tentang motif-motif ekonomi manusia dalam memilih lokasi aktivitas ekonomi, seperti lokasi pertokoan, lokasi industri, transportasi, menjelaskan interaksi antar daerah yang mempunyai perbedaan potensi dan perbedaan tingkat kemajuan ekonomi antar daerah, bangsa/negara berdasarkan kondisi transportasi dan komunikasi. Tanpa bantuan Ilmu ekonomi, maka Geografi Komunikasi untuk mengungkapkan gejala komunikasi yang berkaitan dengan konsep-konsep ilmu ekonomi. Geografi Komunikasi mempunyai kaitan yang erat dengan kegiatan ekonomi. Misalnya informasi mengenai kenaikan harga pupuk dan kebutuhan-kebutuhan pertanian akan sulit berdifusi dengan para konsumen, sehingga ketika harga produk pertanian naik, konsumen akan kaget. Sebaliknya bila harga-harga komoditas yang dikuasai oleh pemilik modal besar akan mudah berdifusi ke pelosok-pelosok, sehingga rakyat/konsumen pasrah menerima keadaan. Posisi tawar rakyat kecil begitu lemah. Oleh karena itu diperlukan pola komunikasi antar para pelaku ekonomi di berbagai daerah, sehingga perubahan dalam aktivitas ekonomi (perubahan harga, perubahan stok, perubahan kurs, dan perubahan-perubahan lainnya) tidak menimbulkan kepanikan.

6. Ilmu Komunikasi

Menurut Karl I. Hovland sebagaimana dikutip Effendy (2000), Ilmu Komunikasi merupakan suatu upaya untuk merumuskan dengan cara yang setepat-tepatnya asas-asas pentransmisi informasi serta pembentukan opini dan sikap. Penerapan ilmu komunikasi dalam kehidupan bermasyarakat diharapkan dapat mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok masyarakat, antarras/antarbangsa, membina persatuan dan kesatuan umat manusia di permukaan bumi ini. Manusia yang merupakan makhluk sosial yang selalu berkomunikasi. Dalam proses komunikasi akan

terjadi dampak yang mungkin timbul akibat perbedaan-perbedaan antar manusia/kelompok maupun antara daerah atau negara.

Perkembangan teknologi komunikasi yang makin canggih menyebabkan semakin pentingnya studi komunikasi. Berbagai aspek kehidupan berkembang sebagai bawaan dari perkembangan teknologi komunikasi. Meskipun teknologi komunikasi berkembang pesat, tetap saja isi pesan komunikasi tidak semua bisa diterima oleh semua pihak karena perbedaan kondisi kejiwaan antar manusia, sehingga akan timbul salah komunikasi (*miscommunication*), yang berdampak lagi pada salah interpretasi (*misinterpretation*), atau salah pengertian (*misunderstanding*). Kesalahan-kesalahan tersebut akan berpengaruh pada pengambilan keputusan yang salah atau salah perilaku (*misbehavior*). Terjadinya salah perilaku dapat berakibat hanya perorangan dan dapat sampai menimbulkan bencana kemanusiaan, karena salah komunikasi menyebabkan terjadinya perang antar ras/bangsa.

Adanya kebutuhan yang mendesak untuk menselaraskan hubungan antar penduduk, antar ras, antar daerah, antara pemerintah dengan rakyatnya inilah diperlukan studi Geografi Komunikasi. Ilmu komunikasi membantu Geografi Komunikasi dalam membangun konsep-konsep strategis mengenai cara membangun komunikasi antar daerah yang mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, sehingga pesan mencapai tujuan secara efektif. Untuk mencapai maksud tersebut Geografi Komunikasi memerlukan bantuan disiplin ilmu komunikasi.

B. Paradigma Geografi Komunikasi

Secara leksikal paradigma berarti contoh, pola, model, pedoman, yang dipakai untuk menunjukkan gugusan sistem pemikiran; bentuk kasus dan pola pemecahannya. Paradigma merupakan kajian keilmuan secara filsafati. Sebagaimana disiplin ilmu-ilmu lainnya, Geografi memiliki paradigma dalam membahas suatu fenomena. Paradigma Geografi Komunikasi tentu saja mengikuti paradigma induknya, yakni geografi Manusia/sosial. Saat ini para geografi telah menyatakan bahwa geografi telah muncul dengan wajahnya yang baru karena telah terjadi peralihan atau pergantian paradigma, yakni dari geografi regional ke analisis spatial. Perubahan paradigma dalam geografi merupakan revolusi ilmiah. Hanya saja tidak semua ahli geografi sepakat terhadap pernyataan tersebut, tetapi memang bila dilihat dari perspektif filsafat ilmu, secara metodologis telah terjadi perubahan mendasar. Mengapa ? karena paradigma yang lama

telah memindahkan tema keberanekaan wilayah ke bawah panji-panji yang mencanangkan tata kerja yang bercorak *intuitif-kuantitatif*. Sementara geografi baru telah membuang sebagian besar dari paradigma lama dan menggantikannya dengan tema baru, yakni persebaran keruangan (*spatial distribution*) dengan metodologinya yang bercorak *positivis-kuantitatif*.

Perdebatan antara para ahli geografi yang menganut paradigma intuitif-kuantitatif dengan yang menganut positivis-kuantitatif tidaklah menjadikan geografi berkiblat pada salah satu kutub, bahkan menurut Burton sebagaimana dikutip Daldjoeni, (1992) berbagai persoalan geografis yang muncul saat itu tidak begitu penting, bahkan hanya mengambang saja. Suatu contoh pertentangan tersebut misalnya dalam menjelaskan pola persebaran permukiman kumuh, sama-sama dilakukan oleh kedua penganut tersebut, yang lama lebih mengandalkan *overlay* (tumpang susun) peta-peta sedang penganut baru lebih mengandalkan statistik. Saat ini menurut teknik terbaru kedua paham tersebut dapat ditemukan dengan metode Sistem Informasi Geografi (SIG), dimana kedua cara yang dianut dapat digabung sebagai alat analisis. Termasuk dalam mencapai tujuan dan perbandingannya, keduanya meskipun tampak berlawanan, dimana yang lama menghendaki pembatasan gambaran antar region secara ketat, sementara geografi baru ingin menemukan hukum-hukum dari segala kenampakan yang ada. Dengan SIG pula keduanya dapat ditemukan. Bagi geografi tradisional keinginan untuk memperoleh batas yang tegas dapat dipenuhi dengan adanya poligon-poligon yang merupakan mapping unit pada peta yang dihasilkan oleh luaran SIG, sementara untuk memperoleh hukum-hukum tertentu dari adanya persamaan dan perbedaan antar wilayah dapat dipenuhi oleh data atribut yang ada pada setiap poligon.

Kemudian bagaimana halnya dengan paradigma geografi komunikasi ? Geografi Komunikasi sebagai cabang geografi manusia tentu saja paradigmanya mengikuti paradigma induknya. Geografi Komunikasi memandang fenomena komunikasi dalam kaitannya dengan kondisi ruang tempat komunikasi dilakukan dan pesan itu ditransmisikan sehingga membawa dampak terhadap tata laku lingkungan orang yang menerima pesan. Dalam konteks geografi komunikasi, pembatasan region secara tegas akan sangat sulit dilakukan, oleh karena itu dalam mencapai tujuan dan memperbandingkan antar region, Geografi Komunikasi cenderung kepada paradigma geografi modern, yang tidak terlalu

memikirkan batas-batas region, tetapi lebih kepada usaha untuk menemukan hukum-hukum dari kenampakan komunikasi dan persebaran serta respon-respon yang ada pada region. Sementara analisis pembahasannya berusaha menggabungkan antara paham baru dan paham lama. Misalnya untuk menjelaskan fenomena migrasi dari desa ke kota kaitannya dengan komunikasi. Analisis pembahasan akan bersifat regional, dengan memisahkan secara tegas antara desa dan kota. Proses komunikasi dan isi pesan yang ada dianalisis secara kualitatif untuk bisa dinilai apakah isi pesan komunikasi menjadi faktor pendorong atau faktor penghambat terhadap urbanisasi di kota X, tetapi berapa jumlah penduduk yang melakukan migrasi, hasil pendapatan yang diperoleh, tingkat kesuksesan dengan kualitas informasi yang diperoleh, akses informasi dengan jenis pekerjaan, dan lain-lain, dalam hal ini Geografi Komunikasi memerlukan teknik analisis statistik. Jadi dengan demikian Geografi Komunikasi tidak berpihak secara ekstrim pada salah satu kutub tertentu.

BAB III

TEORI-TEORI DAN MODEL-MODEL KOMUNIKASI

Sebelum sampai pada pembahasan tentang konsep-konsep geografi komunikasi dan peranannya dalam kehidupan manusia, terlebih dahulu kita harus memahami teori-teori dan model-model komunikasi, sehingga pemahaman kita terhadap konsep-konsep geografi komunikasi akan lebih mudah dan komprehensif. Hingga terdapat ratusan teori dan model komunikasi, tetapi pada tulisan ini hanya dipilih beberapa saja, sekedar untuk memberikan pemahaman tentang komunikasi dan motivasi untuk mempelajari teori-teori komunikasi lain lebih lanjut sampai ke model komunikasi cybernetika. Berikut ini akan dikemukakan beberapa teori dan model komunikasi yang terbagi menjadi teori komunikasi lama (sebelum tahun 1950-an) dan teori komunikasi modern (setelah tahun 1950-an hingga kini).

A. Teori Komunikasi Pada Tahap Awal

1. Lasswell's Model

Teori yang dikemukakan oleh Harold Lasswell ini dianggap sebagai salah satu komunikasi paling awal dalam perkembangan teori komunikasi. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah dengan cara menjawab pertanyaan : *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa mengatakan apa Melalui saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek apa). Jawaban atas pertanyaan paradigmatik ini merupakan unsur-unsur komunikasi, yakni komunikator, pesan (*message*), Media, Komunikan (*receiver*), dan efek.

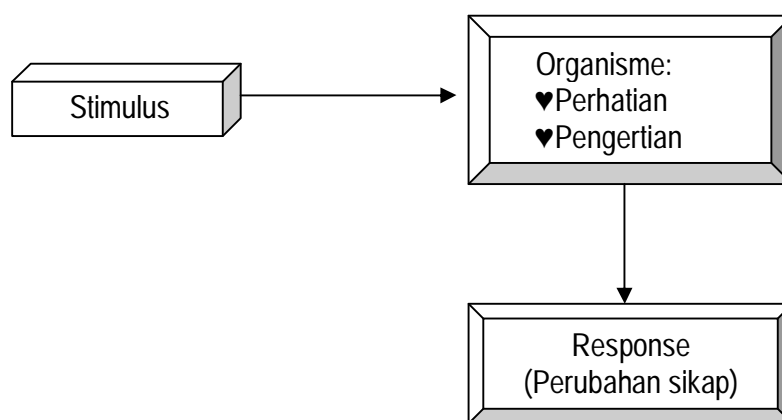
Adapun fungsi komunikasi menurut Lesswell adalah sebagai berikut :

- a. Pengamatan lingkungan (*The surveillance of the environment*), yakni kegiatan mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai peristiwa-peristiwa dalam lingkungan
- b. Korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingk (*The correlation of the parts of society in responding to the environment*), korelasi yang dimaksud adalah interpretasi terhadap informasi yang terjadi di lingkungan.
- c. Transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain (*The transmission of the social heritage from one generation to the next*). Transmisi

tersebut difokuskan pada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai, dan norma sosial.

3. S-O-R Theory (Teori Stimulus-Organisme-Response)

Teori ini menyatakan bahwa stimulus khusus akan menimbulkan efek khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan komunikator dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur komunikasi dalam model ini adalah pesan (*stimulus*), Komunikan (*organism*), dan Efek (*respons*).



Gambar 1. Model Komunikasi S-O-R (Sumber : Effendy, 2000)

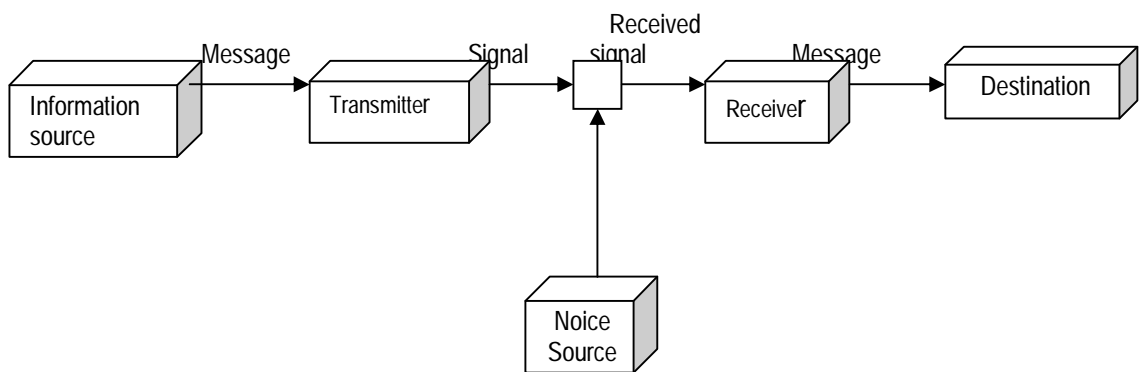
Pesan yang disampaikan komunikan mungkin akan diterima ataupun ditolak tergantung kemampuan komunikan dalam memberikan stimulus (pemberian pesan tertentu kepada orang lain). Komunikasi akan berlangsung bila ada perhatian dari komunikan. Agar harapan komunikan tercapai diperlukan strategi tertentu. Harapan dari penyampaian pesan adalah *how to change the attitude* (bagaimana merubah sikap orang lain agar sikap orang tersebut sesuai dengan keinginan kita sebagai pemberi pesan).

3. S-M-C-R Model (*Source, Message, Channel, dan Receiver*)

SMCR merupakan komponen dalam proses komunikasi ini. Khusus komponen C (Channel atau media) mengandung dua pengertian, yakni media sebagai saluran primer (lambang), misal : bahasa, kias, gambar/warna yang digunakan untuk komunikasi tatap muka. Komponen skunder berupa media massa dan media nir-massa. Jadi menurut model ini, suatu proses komunikasi akan melibatkan empat komponen SMCR. Tanpa keempat komponen tersebut komunikasi tidak berjalan secara baik dan tidak tercapai tujuannya.

4. *The Mathematical Theory of Communication* (Model Sharon & Weaver)

Teori ini berasal dari teori matematika yang diimplementasikan dalam komunikasi permesinan, selanjutnya oleh Sharon bersama Weaver diterapkannya ke dalam komunikasi manusia. Model matematika menggambarkan komunikasi sebagai proses linear.

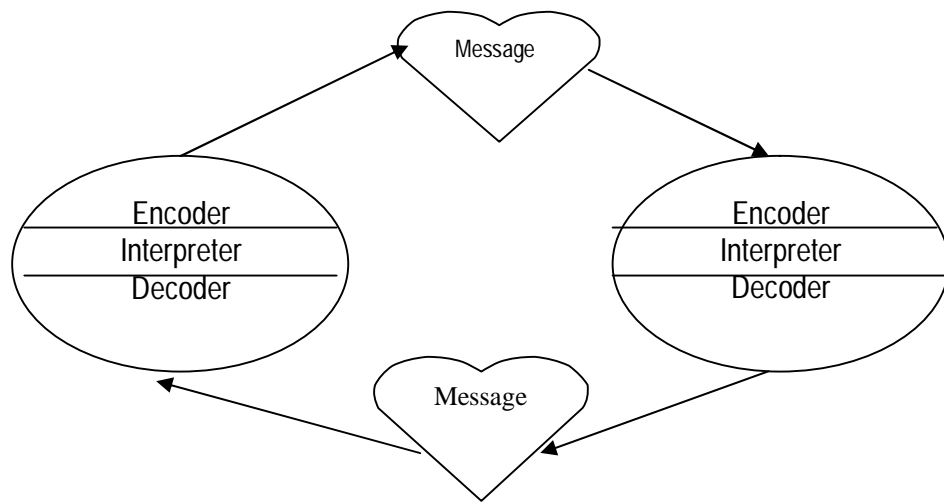


Gambar 2. Model Matematikal Shanon dan Weaver

Gambar tersebut menunjukkan bahwa sumber informasi (*information source*) menghasilkan *message* untuk dikomunikasikan. Kemudian pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi isyarat (*signal*) sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah media yang menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima (*receiver*). Sumber informasi adalah pemikiran dan perasaan komunikator. Bagaimana pendapat anda terhadap teori ini? Sesuaikan komunikasi permesinan dengan komunikasi manusia?

5. Model Sirkular Osgood dan Schram

Bila model matematika menganggap proses komunikasi adalah linier, maka model Osgood dan Schram menganggap proses komunikasi merupakan proses sirkuler dalam derajat yang tinggi. Teori ini menitikberatkan pembahsannya pada perilaku pelaku-pelaku utama dalam proses komunikasi. Pada model ini pengirim dan penerima fungsinya hampir sama, dua pihak yang sedang melakukan proses komunikasi dianggap berperilaku sebagai encoder, decoder, atau interpreter. Masing-masing harus dapat menafsirkan apa yang dimau. Tanpa kemampuan menafsiran gerak, bahasa, atau kode tertentu maka komunikasi tidak akan terjadi.



Gambar 3. Model Sirkuler Osgood dan Schram

6. Dance Helical Model

Heliks (helix) merupakan suatu bentuk melingkar yang semakin membesar, menunjukkan perhatian kepada suatu fakta bahwa proses komunikasi bergerak maju dan apa yang dikomunikasikan kini akan mempengaruhi struktur dan isi komunikasi yang datang menyusul. Dance menggaris bawahi sifat dinamik dari komunikasi. Proses komunikasi terdiri dari unsur hubungan-hubungan dan lingkungan-lingkungan yang terus menerus berubah dari waktu ke waktu.

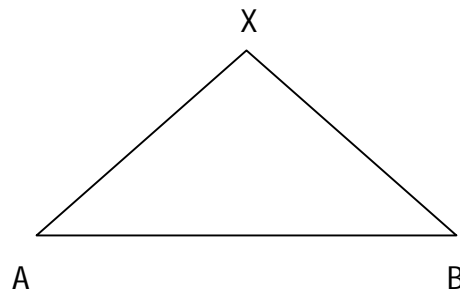


Gambar 4. Model Helical Dance

7. Newcomb ABX Model

Seseorang A menyampaikan informasi kepada B tentang X. Orientasi (sikap) A terhadap B dan terhadap X adalah saling tergantung, dan ketiganya membentuk satu sistem yang meliputi empat orientasi, yakni :

- a. Orientasi A terhadap X termasuk sikap baik terhadap X sebagai objek untuk didekati/dihindarkan maupun terhadap ciri-ciri kognitif
- b. Orientasi A terhadap B dalam pengertian yang benar-benar sama (atraksi yang positif dan negatif terhadap A atau C sebagai orang-orang dengan sikap-sikap yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap X).
- c. Orientasi B terhadap X
- d. Orientasi B terhadap A



Gambar 5. Model ABX

8. Teori Disonansi Kognitif

Disonansi kognitif diartikan sebagai ketidaksesuaian antara kognisi sebagai aspek sikap dengan perilaku yang terjadi pada diri seseorang. Misalnya seseorang yang sedang makan sate kambing dengan segala kenikmatannya, kemudian ia tersadar bahwa ia mengidap penyakit darah tinggi. Keterpautan antara perilaku (makan sate) dengan pengetahuannya mengenai penyakit yang diidapnya dinamakan disonansi. Kaitannya dengan proses komunikasi, bila ia menerima beberapa informasi yang berlawanan atau mendukung maka dia akan berusaha mengurangi disonansi atau meningkatkan disonansi. Komunikasi persuasif akan efektif apabila mengurangi disonansi.

9. Bullet Theory of Communication (Teori peluru)/ *hypodermic needle theory*

Seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang ajaib kepada khalayak yang pasif dan tidak berdaya. Seseorang dapat melakukan serangan kepada orang lain melalui informasi yang disebarkannya. Oleh karena itu seorang penerima pesan harus memiliki sejumlah informasi tandingan yang merupakan perisai dari peluru informasi yang ditembakkan oleh komunikator.

C. Teori Komunikasi Modern

1. Four Theories of the press (4 teori media massa)

a. Teori Otoriter (*Authoritarian theory*)

Teori ini muncul berkait dengan kuatnya pengaruh media massa, sehingga pers dianggap sebagai penguasa ke IV (*the fourth estate*), radio sebagai fifth estate, setelah lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Teori otoriter ini menyatakan bahwa hubungan antara media massa dengan masyarakat ditentukan oleh asumsi-asumsi filsafati yang mendasar tentang manusia dan negara.

b. Libertarian theory

Untuk memahami prinsip pers dibawah kekuasaan demokrasi liberal terlebih dahulu harus memahami prinsip-prinsip liberalisme. Prinsip-prinsip liberalisme adalah manusia adalah hewan berbudi dan merupakan tujuan bagi dirinya sendiri, kebahagiaan dan kesejahteraan seseorang adalah tujuan masyarakat; manusia sebagai organisme berpikir mampu mengorganisasikan dunia sekelilingnya dan mampu membuat keputusan untuk memajukan kepentingannya.

c. Soviet Communism theory

Pengawasan terhadap media massa harus berpijak pada pemilik fasilitas, sarana penerbitan, stasiun siaran, dan lain-lain. Selama kelas kapitalis mengontrol fasilitas fisik, maka hak-hak buruh tidak akan terpenuhi/ tersalurkan. Sementara kebebasan pers yang dianut adalah kebebasan negatif, yakni *kebebasan dari*. Misalnya kebebasan dari rasa takut, dll.

d. Teori tanggung jawab sosial (*Social responsibility theory*)

Dasar pemikiran utama teori ini adalah bahwa kebebasan dan kewajiban berlangsung secara beriringan, dan pers yang menikmati kedudukan dalam pemerintahan yang demokratis, berkewajiban untuk bertanggungjawab kepada masyarakat dalam melaksanakan fungsi-fungsi tertentu.

2. Teori Perbedaan Individual (*Individual Differences Theory*)

Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa, secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan—terutama jika berkaitan dengan kepentingannya—konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Jadi efek media massa itu beragam

(tidak seragam) karena masing-masing individu berbeda struktur kejiwaannya. Apalagi dalam skala yang lebih luas, misalnya antar daerah.

3. Teori Kategori Sosial (*Social Categories Theory*)

Teori komunikasi ini menyatakan bahwa adanya perkumpulan-perkumpulan, kebersamaan-kebersamaan atau kategori-kategori sosial lainnya pada masyarakat urban-industrial mempunyai perilaku yang hampir sama ketika diterpa perangsang/stimulus tertentu. Misalnya masyarakat Inggris yang mengklaim dirinya menjunjung hak asasi manusia (HAM), tetapi ketika menghadapi pengungkapan Dr. David Kelly yang menginformasikan bahwa Irak mempunyai senjata pemusnah massal adalah bohong, maka kemudian dia dibunuh secara brutal.

4. Teori Hubungan Sosial (*Social Relationship Theory*)

Teori ini menunjukkan bahwa hubungan sosial secara informal berperan penting dalam mengubah perilaku seseorang ketika diterpa pesan komunikasi massa.

5. Teori Norma-norma Budaya (*Cultural Norms theory*)

Teori ini menyatakan bahwa media massa melalui penyajiannya yang selektif dan penekanannya pada tema-tema tertentu, menciptakan kesan-kesan pada khalayak dimana norma-norma umum mengenai topik yang diberi bobot dan dibentuk dengan cara-cara tertentu. Suatu sajian media massa akan mudah diterima bila sesuai dengan budaya masyarakat.

6. Teori Belajar Secara Sosial (*Social Learning Theory*)

Teori ini mengkaji proses belajar melalui media massa. Teori ini menganggap bahwa media massa merupakan agen sosialisasi yang utama disamping keluarga, guru, dan masyarakat. Langkah belajar dari media massa adalah proses perhatian (*attention process*); proses retensi dimana peristiwa yang menarik disimpan dalam benak; proses reproduksi motor (*motor reproduction process*) dimana ingatan dalam benak menjadi perilaku, dan proses motivational; menunjukkan bahwa perilaku akan terwujud bila terdapat peneguhan.

7. Model Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Model*)

Model ini banyak digunakan sebagai pendekatan komunikasi pembangunan oleh banyak negara. Teori ini menyatakan bahwa komunikasi sebagai proses pertukaran informasi yang berisi inovasi (ide-ide baru) melalui media tertentu dalam jangka waktu

tertentu pula, sehingga terjadi penyebaran pesan. Di dalam pesan itu terdapat pemasaan (*newness*) yang memberikan kepada difusi suatu ciri khusus yang menyangkut ketidakpastian (*uncertainty*). Model teori komunikasi ini sangat cocok untuk diterapkan pada studi difusi inovasi yang merupakan wacana dalam Geografi komunikasi.

8. Model Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Model*)

Model ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk tujuan khusus.

Hingga kini berkembang berbagai model komunikasi sesuai dengan perkembangan tata laku dan media komunikasi manusia, yang kesemuanya berusaha mengungkapkan fakta bahwa manusia sebagai makhluk sosial menempatkan komunikasi sebagai alat utama dalam menyelenggarakan aktivitas dan meningkatkan kesejahteraan kehidupannya. Dengan komunikasi model terbaru melalui internet, setiap orang dengan membawa laptop dapat berkomunikasi kapan saja bahkan dapat membuka usaha bisnis dengan tanpa memerlukan tempat untuk mendirikan gedung untuk kantor atau showroom. Perilaku komunikasi manusia dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya semakin kompleks, sesuai dengan perkembangan media/ transformasi media atau dalam bahasa Fidler (2003) disebut sebagai mediamorfosis.

BAB IV

SEJARAH PERTUMBUHAN GEOGRAFI KOMUNIKASI

A. Asal mula Geografi Komunikasi

Pertumbuhan penting komunikasi diakui pertama kali pada pertengahan abad 19. Frederick Ratzel menggambarkan negara-negara/bangsa-bangsa sebagai organisme yang berakar pada ruang. Dengan demikian, dia telah mencurahkan perhatian yang besar terhadap peranan transportasi dan komunikasi sebagai sistem syaraf dan sirkulator *organisme-organisme sosio-spatial*. Dia berpendapat bahwa *Verkehr* (transportasi dan komunikasi informasi) merupakan titik kritis/awal pembentukan kota-kota dan negara-negara. *Verkehr* (sirkulasi) bagi Ratzel adalah *master of space*, dan dalam terminologi politik bahwa yang terpenting dari prestasi politik yang paling berarti adalah *transportasi informasi*. (sampainya informasi kepada massa agar dapat mengetahui, memahami, dan mengikuti kebijakan suatu organisasi politik).

Penelitian kecil telah dilakukan terhadap komunikasi hingga tahun 1937, ketika Eugen Van Cleef mengemukakan 4 bagian dari bukunya *TradeCenters and Trade Routes* tentang pentingnya media antar pribadi (interpersonal) dan media massa, penegasan/penekanan terhadap kebiasaan organisasi ekonomi modern bergantung pada sistem *inter komunikasi*.

Cavaillès (1940) menyimpulkan studi awal Transmisi informasi dan transportasi. Sementara Sorre (1948) mengemukakan wacana *pergerakan idea* tetapi komentarnya hanya mencakup sebagian kecil porsi dari 200 halaman bukunya, dia mengemukakan konsep ***conquest of space*** (penguasaan ruang). Sadar akan pentingnya komunikasi pada peristiwa-peristiwa kemanusiaan telah terjadi secara historis yang terhimpun dalam teori organik masyarakat.

Herbert Spencer (1910), ia memiliki tesis yang hampir sama dengan Ratzel. Spencer mengemukakan bahwa masyarakat merupakan suatu organisme, ia membahas komunikasi secara detail. Ia berpendapat bahwa sistem sosial tersusun atas 3 macam organ yang saling bergantung, yakni fungsi memberi makanan (*perform alimentary*), aliran darah (*vascular*), dan fungsi syaraf secara berurutan. Subsistem-subsistem ini beranalogi secara sosial dengan cara mengelompokkan unsur-unsur produksi manual, perdagangan

dan pengawasan. Untuk mengkoordinasi aksi-aksi/langkah sebuah agregasi, individual atau sosial harus ada tidak hanya pusat pemerintahan tetapi harus ada satu media komunikasi dimana pusat-pusat ini mungkin mempengaruhi bagian-bagian lain. Spencer merasa efisiensi telegraf elektrik menyebabkan organisme sosial hari-harinya suatu kemampuan mengkoordinasi secara superior. Banyak ide-ide tentang komunikasi yang sama dengan ide Spencer. Bagian dari sosiologinya dapat dilihat kembali dengan berbagai keuntungannya, sejak kita berpikir tentang masyarakat dalam terminologi organis, meskipun kita lebih suka istilah teori sistem dari pada teori organisme. Gagasan organisme sosial Spencer dan ide-idenya tentang transportasi dan komunikasi memiliki arti penting (jika secara tidak langsung) mempengaruhi Ratzel dan juga geografi secara langsung.

Charles Horton Cooley (1894), meskipun dia bersikukuh menolak dengan beberapa ide Spencer, tetapi ia telah banyak dipengaruhi oleh ide-ide Spencer dan ia memberikan perhatian yang sangat besar terhadap transportasi dan komunikasi. Dia membedakan dua mekanisme komunikasi, satu untuk *komunikasi material* (transportasi) dan komunikasi *psikal* (ide/gagasan, informasi). Pergerakan massa psikal adalah hakekat dari komunikasi, dimana gerakan material tidak mengambil tempat pada komunikasi, atau jika mereka melakukan hanya seperti pada komunikasi postal (pengiriman surat atau benda-benda lainnya melalui jasa kantor pos atau biro pengiriman lainnya) demikian pula gerakan insidental yang merupakan esensi proses komunikasi.

Harold A. Innis seorang sejarawan ekonomi besar dari Kanada telah mempublikasikan dua buku yang spektakuler tentang komunikasi, yakni *Empire and Communication* (1950) dan *The Bias of Communication* (1964). Buku pertama memuat gagasan yang mengingatkan kita kepada Ratzel, ia menggambarkan ketergantungan organisasi politik dalam skala besar terhadap media komunikasi yang handal. Buku kedua berusaha mengeksplor efek media komunikasi terhadap masyarakat dan budaya. Innislah yang mula-mula menginterpretasi keterkaitan media, sejarah, dan masyarakat, serta lebih dari tokoh-tokoh lain ia telah memberikan stimulus kepada para peminat komunikasi untuk melakukan penelitian terhadap komunikasi modern.

Marshall McLuhan, adalah salah seorang murid Innis. Ia telah mengikuti jejak langkah gurunya (sampai-sampai terhadap pakaian gurunya yang flamboyan) dan mentransformasikan teori komunikasi sejarah kedalam teori umum kebudayaan. Dalam

buku *Gutenberg Galaxy* (1962) dan *Understanding Media: The Extensions of Man* (1966), McLuhan mengemukakan bahwa media komunikasi merupakan ungkapan keberadaan perasaan manusia, dan pengaruhnya—sebagai media—adalah lebih penting daripada informasi apapun yang mereka bawa. Sebagaimana Innis, gagasan McLuhan selalu relevan secara spasial/keruangan.

Analisis secara mendetil terhadap lokasi fasilitas media dan lokasi aktivitas-aktivitas informasi keberadaannya masih jarang, seperti halnya -studi-studi pengoperasian media dan aliran informasi melalui jaringan komunikasi. Kerja awal para ahli geografi masih dangkal. Ketika bukan ahli geografi melakukan pengujian terhadap komunikasi, pertimbangan spasial/keruangan selalu mengitari, dan juga literatur yang berorientasi keruangan tentang komunikasi yang dikeluarkan pada tahun 1960-an masih terbatas. Bahkan pada awal abad 21 ini wacana tentang komunikasi dengan analisis keruangan tampaknya tidak banyak didiskusikan oleh geografer, yang berkembang saat ini justru geografi komunikasi fisik atau geografi transportasi. Padahal ketika perkembangan alat komunikasi semakin canggih dimana batas-batas keruangan menjadi tidak ada dan kendala keruangan bisa diatasi oleh manusia, persoalan keruangan bukannya menjadi reda, tetapi dapat dikatakan selalu muncul.

Hambatan-hambatan berkomunikasi memang saat ini dapat diatasi tetapi persoalan keruangan yang muncul tidak semata-mata karena alat komunikasi, masalah keruangan yang muncul saat ini seperti tingkat penyebaran informasi yang cepat berdampak pada difusi konflik mudah meluas, ketimpangan antar daerah yang memiliki fasilitas komunikasi lengkap dengan daerah yang belum memiliki asilitas menjadi semakin menganga, kecepatan informasi dari media massa tidak diikuti dengan kesiapan tingkat pendidikan masyarakat yang cukup, konflik antar daerah seringkali muncul bukan karena tiadanya alat komunikasi tetapi pendekatan komunikasi dalam pembangunan yang belum tepat. Interaksi social dari alat komunikasi saja (kontak skunder) ternyata juga tidak cukup untuk menghadapi persoalan-persoalan yang cukup berat. Untuk kasus di Indonesia dengan adanya transformasi pemerintahan menuju desentralisasi (otonomi daerah) persoalan keruangan menjadi kompleks, dimana persoalan komunikasi antara rakyat, pemda, pemda dengan pemda lainnya, dan pemda dengan pemerintah pusat memerlukan pola komunikasi yang memungkinkan terjadinya saling pengertian. Kajian kewilayahan

yang dapat memberikan arahan potensi wilayah untuk disusun menjadi neraca sumberdaya suatu daerah diperlukan agar dapat dikomunikasikan dengan berbagai pihak, sehingga tidak menimbulkan berbagai prasangka dari rakyat, pemerintah pusat, dan pihak lainnya. Dengan demikian kehadiran geografi komunikasi diperlukan dalam rangka membangun saling pengertian.

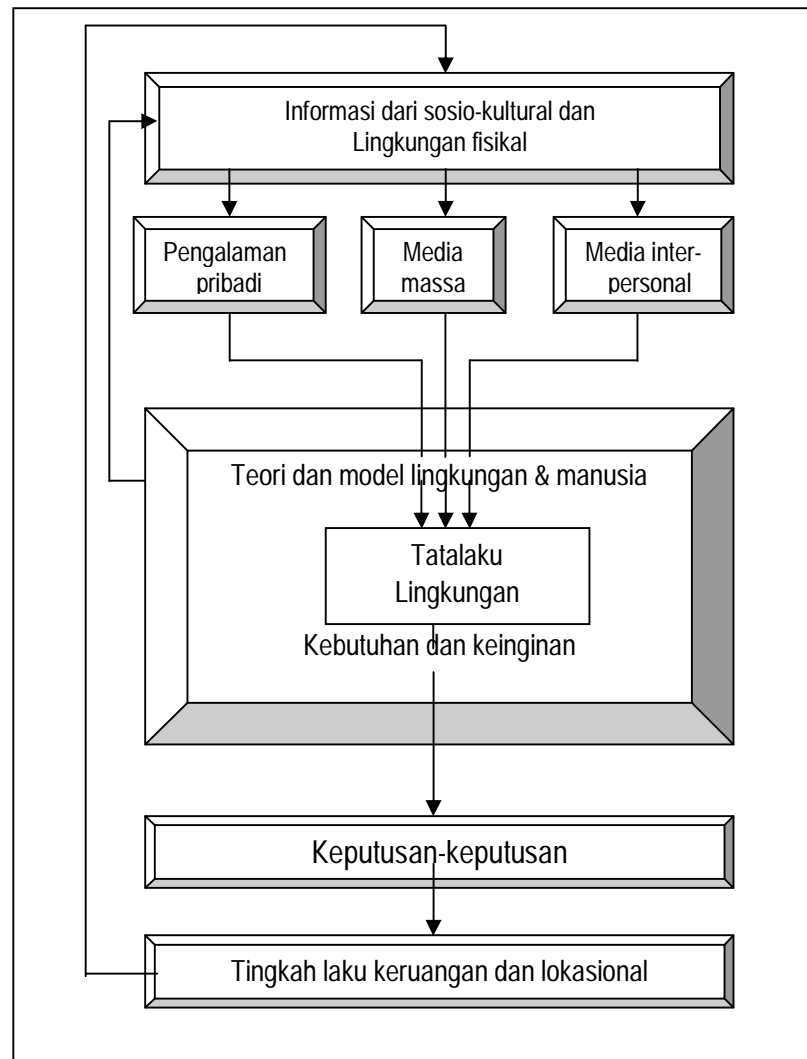
B. Kerangka Teori Baru

Beberapa tubuh teori –keruangan dan non-keruangan—yang saat ini sedang berkembang bersifat deskriptif tersusun atas sejumlah materi dan kontrol. Para sarjana dari berbagai disiplin ilmu telah mengembangkan model-model baru dari tingkah laku manusia dimana informasi merupakan variabel penjelas yang dominan. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa tingkah laku manusia termasuk di dalam mengambil suatu keputusan sangat dipengaruhi oleh sejumlah informasi yang dia terima, paling tidak informasi ini merupakan faktor dominan disamping mungkin terdapat pertimbangan lainnya. Banyak para pakar sekarang berpendapat bahwa kuantitas dan kualitas informasi yang diterima oleh seseorang merupakan faktor utama/penentu dalam setiap keputusan yang dibuat oleh seseorang. Pada era komunikasi sekarang ini, dimana fenomena pada lingkup polar, seperti hubungan internasional dan proses-proses pertumbuhan sel-sel dalam tubuh manusia dianalisa dan dijelaskan dengan mengacu pada proses komunikasi. Misalnya kedekatan, kerjasama, permusuhan antar negara dapat dijelaskan dengan bagaimana kualitas dan kuantitas komunikasi antar negara-negara tersebut.

Individu atau kelompok dapat menerima informasi hanya dari luar diri mereka melalui pengalaman pribadi atau melalui media yang mentransmisikan informasi (lihat gambar 6). Keberadaan ide-ide (teori-teori dan model-model) tentang lingkungan merupakan filter, dimana beberapa informasi sampai kepada penerima (*recipient*) dalam bentuk yang masih asli atau telah berubah dan informasi lain terhalang. Keadaan yang hampir sama adalah bila keberadaan ide-ide tersebut bersifat parsial (sebagian-sebagian) dan menentukan kualitas informasi yang diterima. Sebagian besar orang (terutama yang berlangganan media cetak secara periodik) membaca tulisan kolom yang ditulis oleh para kolumnis, dimana tulisan tersebut seringkali berisi pandangan-pandangan mereka sendiri yang mungkin salah, pandangan-pandangan tersebut kadang tidak berusaha untuk mencari titik temu terhadap suatu konflik yang sedang terjadi. Lingkungan tingkah laku

(*behaviorial environment*) tersusun dari informasi yang tersaring dan bersama-sama dengan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan lingkungan menghasilkan keputusan-keputusan dan tingkah laku yang juga mempengaruhi penerimaan informasi.

Informasi yang bersumber dari sosio-kultural dan lingkungan fisik dikirim melalui saluran media komunikasi yang berupa media interpersonal, media massa, dan pengalaman pribadi. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber tersebut seorang penerima informasi akan melakukan suatu tingkah laku atau keputusan tertentu, yang berupa tingkah laku keruangan dan lokasional. Di sinilah terletak korelasi antara komunikasi dengan geografi, sehingga masalah tersebut menjadi kajian menarik dalam geografi komunikasi.



Gambar 6. Model komunikasi tingkah laku keruangan manusia

Pengalaman pribadi hanya membawakan kita sebagian informasi tentang dunia. Sejumlah besar masukan diterima melalui saluran-saluran lain yang dapat memenuhi kebutuhan. Saluran tersebut dibagi menjadi dua, yakni media massa dan media interpersonal. Masing-masing media dapat dibagi lagi menjadi kategori formal dan informal (lihat gambar 7). Media formal membutuhkan saluran persiapan dan secara esensial yang merupakan sistem pengantaran informasi satu arah. Sangat sedikit orang yang dapat berinteraksi sebagai pengirim, sebagian besar orang hanya dapat menerima informasi yang dikirim. Media massa formal memerlukan suatu setting khusus, seperti theater atau sinema, atau peralatan khusus seperti televisi atau radio penerima dan percetakan. Sementara hingga kini, media massa informal (bukan saluran *interposed*) hampir tidak ada. Kemajuan dalam bidang faksimili dan media komunikasi digital, bagaimanapun, dapat membuat setiap orang dapat menjadi *publisher* bagi dirinya sendiri. Keberhasilan theater dan cinema underground pada dekade terakhir menunjukkan bahwa terjadi kecenderungan yang sama menuju ke arah demokratisasi komunikasi. Perkembangan demokratisasi juga terjadi pada media radio dan televisi pada dekade sekarang ini. Teknik-teknik baru akan menolong mengatasi keberadaan lebar gelombang (bands) yang terbatas dan dapat mengurangi biaya masukan dalam media (Miller, 1986).

		MEDIA	
		Masa	Interpersonal
STRUKTUR	Formal (Saluran interposed)	Penerbitan, surat kabar Radio, televisi, sinema, Universitas	Pos, telegraf, Tele- pon, Radio amatir.
	Informal (Tak ada saluran terlem- bagakan atau formal)	Tak ada yang eksis hingga akhir ini. Kini Mimeo, xerox, film un- derground	Percakapan, Komunikasi non- verbal

Gambar 7. Klasifikasi silang media komunikasi

Media interpersonal memungkinkan transmisi informasi dua arah. Pada umumnya orang dapat melakukannya sebagai pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*), bahkan arus informasi bisnis sebagian besar (70-80 persen) menggunakan media interpersonal formal. Media interpersonal informal sangat banyak dan ada di mana-mana, oleh karena itu kita sulit memetakannya karena ia bersifat tidak resmi (informal).

Media komunikasi merupakan fenomena keruangan yang menggejala di mana-mana. Orang-orang sebagian besar menggunakannya ketika mereka sedang menjelajahi suatu region tertentu di permukaan bumi yang luas ini. Media komunikasi yang mengalirkan informasi yang merupakan elemen-elemen peristiwa yang cocok untuk dianalisis secara geografis. Media komunikasi menawarkan kepada para ahli geografi suatu lahan subur dimana mereka dapat menerapkan keahlian mereka. Di samping itu, menganalisis sistem komunikasi dapat menjelaskan kepada orang-orang tentang geografi bumi dan geografi sebagai suatu disiplin ilmu.

Seperti halnya organisasi politik, jaringan komunikasi merupakan fenomena yang mengisi ruang, dan problem-problem yang dihadapi dalam pendesainan jaringan-jaringan untuk pelayanan secara nasional dan area-area yang lebih luas dan sangat kompleks. Keberadaan suatu literatur komunikasi dalam perspektif geografi dapat digunakan untuk pertimbangan dalam analisis dan mendesain jaringan komunikasi dan transportasi, tetapi tidak ada literatur tentang media komunikasi yang dapat diperbandingkan. Terkadang teknik-teknik tertentu yang digunakan untuk menganalisa dan mendesain sistem transportasi optimal seperti teori graf dan aljabar matriks digunakan pula dalam analisa dan desain sistem komunikasi. Pada sisi lain, media komunikasi biasanya beroperasi pada konteks waktu yang berbeda daripada sistem transportasi. Ketika aliran/arus berjalan sangat cepat, beberapa problem muncul membawa implikasi keruangan yang unik untuk jaringan komunikasi.

Para ahli geografi telah mencurahkan perhatiannya terhadap arus informasi melalui ruang (*space*). Seringkali ahli geografi tertarik pada arus informasi sebagai penunjuk terjadinya bermacam-macam relasi keruangan. Suatu contoh adalah studi interaksi dan difusi. Pergerakan manusia/penduduk dari satu tempat ke tempat lain, baik untuk memenuhi kebutuhan ekonomi maupun untuk memenuhi kebutuhan sosial lainnya, dapat dikaji dan dianalisa melalui pendekatan geografi transportasi dan komunikasi.

Tingkah laku manusia dalam bentuk gerak perpindahan tadi, erat hubungannya dengan faktor-faktor geografis pada ruang yang bersangkutan. Faktor-faktor geografi tersebut meliputi faktor fisis dan non fisis. Bentuk permukaan bumi, elevasi, vegetasi, kondisi klimatologis, merupakan bagian dari faktor fisis yang mempengaruhi gerak berpindah yang dilakukan manusia. Alat transportasi, kegiatan ekonomi, biaya transportasi, kondisi jalan, dan kondisi sosial budaya setempat, merupakan faktor non fisis yang mendorong manusia untuk beranjak dari tempat asalnya. Proses ini mengungkapkan interaksi dan diffusi keruangan yang dapat dikaji. (Sumaatmadja, 1988). Interaksi dan diffusi keruangan ini tidak hanya terbatas kepada gerak pindah dari manusianya, melainkan juga menyangkut barang dan informasi yang menyertai tingkah laku manusia. Studi interaksi dan diffusi keruangan tercakup dalam wilayah studi geografi komunikasi sebab mereka memfokuskan perhatian aliran massa dan informasi melalui ruang. Biasanya gerakan informasi melalui saluran informal paling banyak dianalisis untuk sekarang ini, tetapi beberapa macam informasi mengalir melalui media formal yang juga mempunyai efek yang penting terhadap proses diffusi pembaharuan. Oleh karena itu mestinya tidak hanya informasi yang mengalir melalui media informal saja yang memperoleh porsi besar, tetapi juga informasi yang melalui saluran formal. Dilihat dari efeknya terhadap perubahan dan karakteristik tingkah laku komunikasi, keduanya memiliki pengaruh yang sama kuatnya.

Media komunikasi akan berlanjut pada sikap masyarakat, tingkah laku keruangan dan pengorganisasian keruangan umum. Sebagaimana teknologi adaptif keruangan lainnya, media komunikasi menawarkan kepada orang suatu pilihan lokasional dan behaviorial (tingkah laku) yang pasti. Penelitian terhadap efek keruangan aliran informasi dan eksistensi media komunikasi telah dilakukan, tetapi para ahli geografi belum lama telah menarik diri dari wacana komunikasi dunia, mereka justru telah mempelajarinya secara intensif dari sudut pandang yang lain.

Wacana geografi komunikasi telah menunjukkan bahwa geografi manusia kontemporer sebagai suatu disiplin ilmu telah mencurahkan perhatiannya pada tingkah laku lokasional dan keruangan manusia. Perhatian mendasar dari geografi manusia kontemporer adalah apa yang dilakukan oleh orang dalam ruang terestrial dan mengapa mereka melakukannya. Informasi merupakan suatu variabel eksplanatory yang penuh kekuatan. Bagaimanapun kiranya kita menganggap bahwa keputusan seseorang dalam

pemilihan lokasi permukiman, traveller, rekreasional, atau lokasi toko dan taman, dilakukan berdasarkan informasi (dan media melalui sesuatu/alat yang bergerak) yang seseorang peroleh merupakan titik awal (*critical point*) dalam mengambil keputusan tersebut. Selama dekade terakhir, geografi mencurahkan perhatiannya pada lokasi kegiatan komunikasi, dengan gerakan arus informasi, dan dengan efek tingkah laku komunikasi yang telah muncul dan diakui sebagai variabel penting.

B. Analisa Lokasional Media dan Kegiatan Komunikasi

Media massa dan media interpersonal diorganisasi oleh industri-industri dan menurut sebagian ahli geografi, mereka dapat diuji dengan cara yang sama dengan menganalisa lokasi industri baja atau beberapa aktivitas lain. Keberadaan kategori informasi dan kontrol aktivitas merupakan aspek yang sangat menarik. Kantor pusat perusahaan dan aktivitas quarternary (informasi) lain seperti bank dan perusahaan asuransi yang fungsinya sangat penting, mempunyai distribusi keruangan, yang merupakan elemen penting dari geografi manusia.

1. Media Massa

Tidak ada satupun media massa yang mempersoalkan dan memiliki analisis lokasional yang detail hingga sekarang. Diskusi tentang industri percetakan dan penerbitan yang paling luas adalah studi Gustafon (1959), yang mana dokumen-dokumen aglomerasi industrinya kuat di Kota New York. Penerbitan telah lebih awal muncul di kota Boston dan Philadelphia, tetapi sesudah tahun 1900, New York dianggap mengomandani posisi dalam industri. Satu hal yang diperoleh dari studi Gustafon adalah diperolehnya suatu pandangan dalam tingkah laku lokasional dari lembaga percetakan, penerbitan, dan surat kabar.

Media massa elektronik telah berkembang lebih baik. Donald K. Innis Yunior, berusaha meneliti problem-problem yang disebabkan oleh alam yang mengisi ruang media penyiaran (1953-1960) dimana lingkungan permukiman yang pada awalnya mendukung suatu stasiun radio penyiaran atau televisi yang meruang/mengudara secara terbatas, terjadi secara acak. Ukuran rata-rata kota-kota dengan stasiun penyiaran lebih kecil di daerah permukiman tidak padat daripada di daerah permukiman padat, sebab terdapat masalah gangguan penerimaan ketika channel/band penyiaran ditempati oleh banyak stasiun. Juga kota berukuran kecil yang banyak memiliki stasiun radio penyiaran kondisi

channel/band-nya akan berhimpit. Masyarakat di daerah yang jarang penduduk/permukimannya akan lebih mendengar (*stay tune*) daripada masyarakat di daerah yang penduduknya padat.

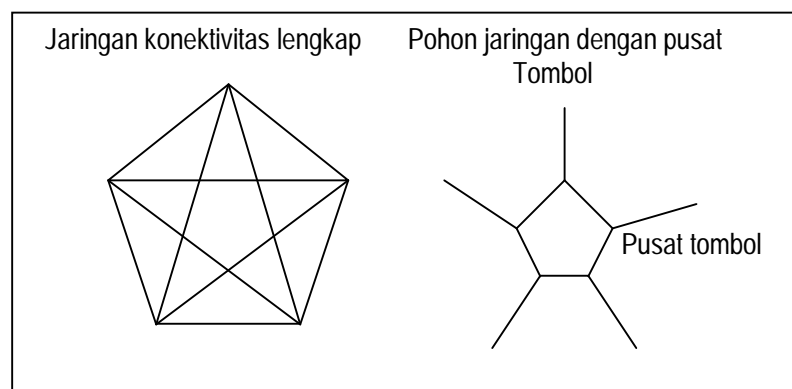
Terjadi kecenderungan ketika radio dan televisi telah berdifusi secara menasional, kota-kota besar berusaha mempertahankan penerimaan gelombang radio dan televisi, dengan pusat-pusat stasiun penyiaran yang lebih kecil setelah kota-kota lebih besar (Bell, 1965). Kecenderungan kedua adalah bahwa inovasi (gagasan, gaya hidup, cara berfikir, dan lain-lain) telah diadopsi oleh masyarakat ketika media elektronik telah menjalar di seluruh negeri. Hasil analisis Barry (1970) menyimpulkan bahwa televisi telah mendifusi kota-kota di suatu negara secara hirarki.

Hal yang menarik adalah adanya ketegangan (*tensions*) antara kebutuhan untuk membangun negara dan jaringan internasional untuk kedamaian dan kecepatan aliran informasi, dan kebutuhan bersama untuk pemberitaan kejadian-kejadian lokal wilayah. Pada media elektronik, ketegangan ini berdampak pada afiliasi jaringan kerja lokal dengan nasional. Afiliasi lokal menyediakan program nasional untuk pemirsanya mendekati atau hampir sama dengan informasi lokal. Ketegangan spatial yang sama berdampak pada struktur industri surat kabar

2. Media Interpersonal

Media interpersonal formal (telegraf, telepon, dan komunikasi lewat pos) dilihat dari sebaran dan aliran informasi merupakan sistem keruangan, *par excellence* (lebih baik dari semua), dan kita memandangnya sebagai suatu elemen yang menarik dan mempunyai banyak kegunaan bagi tata laku keruangan manusia tanpa harus mengujinya dengan teliti. Di negara-negara maju dan negara-negara berkembang, pelayanan media ini tersebar di mana-mana. Eksistensi media ini yang berada di mana-mana menunjukkan bahwa kita memandangnya sebagai suatu hal yang sangat penting, oleh karena itu pelayanan pos dan telekomunikasi ini harus diefektifkan, problem yang ruwet dalam pengorganisasian jaringan telpon dan pos ini sangat kompleks, bahkan di negara kecil sekalipun. Ketika problem itu terjadi di negara yang luas wilayahnya, baik itu negara yang kontinental apalagi yang kepulauan, strukturnya menjadi sangat semrawut dan sangat menarik untuk dikaji masalah keruangannya.

Adanya ketegangan dalam semua jaringan antar konektivitas, yang mahal dalam hal jalur-jalurnya dan tombol atau titik penghematan, dan antara suatu jaringan tombol yang lebih hemat biayanya yang menghubungkan tempat-tempat hemat tetapi meliputi biaya tombol yang lebih besar (lihat gambar A). Jaringan transportasi dan komunikasi biasanya berkompromi antara dua kutub ekstrim, dan peka terhadap teknologi. Jika tombol menjadi murah, secara bertingkat (hirarkial), struktur jaringan yang menyerupai pohon lebih disukai. Ketika hubungan (link) lebih murah, suatu jaringan koneksi akan berhasil. Struktur jaringan pos menjadi jaringan pohon sejak perang dunia II sebab rute-rute yang dapat dilewati relatif mahal. Selama tahun 1920 sampai 1950 jaringan telpon berkembang berkembang seperti jaringan pohon. Setelah tahun 1950, jaringan telepon berkembang mengikuti kedua jenis jaringan tersebut. Sebuah jaringan kontrol "final"



Gambar 8. Alternatif Disain Jaringan

Prinsip-prinsip lokasional yang menentukan susunan jaringan interkomunikasi agak luar biasa. Pada analisis akhir, jaringan sendiri merupakan eksplanasi terbaik dari struktur keruangan. Suatu jaringan yang terkoneksi secara lengkap menggunakan link-link : $\{N(n-1)\}/2$ (dimana N=jumlah titik yang dihubungkan), tetapi menghilangkan biaya-biaya switching (pertombolan). Suatu jaringan switching yang lengkap memperkecil jumlah link pada N-1, tetapi akan menjadi sangat mahal pada aspek biaya switching. Semua struktur jaringan transportasi dan komunikasi merupakan hasil dari pertukaran antara biaya link dan biaya switching, dan mereka biasanya merupakan kombinasi jaringan yang menyerupai pohon secara lokal dan regional, nasional, dan jaringan internasional yang

terkoneksi hampir lengkap. Jaringan-jaringan besar yang menyediakan interkomunikasi pada skala nasional dan internasional mempunyai sebuah logika dan keteraturannya sendiri; teknologi dan persyaratan internal merupakan eksplanasi terbaik dari organisasi keruangan mereka. Prinsip ini mempunyai implikasi penting yang memberikan evolusi konglomerat raksasa dan perusahaan internasional besar. Demikian pula megaorganisasi memiliki prinsip-prinsip dan syarat-syarat pengorganisasian internal yang sangat mudah menjadi kriteria yang digunakan untuk memilih lokasi-lokasi untuk keperluan mereka.

3. Aktivitas Quaternary (informasi)

Keberadaan suatu literatur tentang lokasi pemrosesan dan aktivitas manajemen informasi sedang tumbuh. Pemerintahan merupakan suatu aktivitas quaternary penting yang mudah dilihat, tetapi banyak aktivitas lain yang awalnya sekilas tidak tampak sebagai aktivitas quaternary kemudian menjadi aktivitas penanganan dan manajemen informasi yang juga penting. Pedagang saham, agen penjualan real estate, perusahaan asuransi dan bank, semua menggunakannya dalam mendapatkan, memperoleh, mengelola dan menyebarkan informasi sebagai salah satu dari manajemennya, dan kita lebih memerlukan informasi mengenai perusahaan itu daripada tingkah laku keruangan mereka.

Satu aktivitas *quaternary* khusus yang menarik adalah kepemimpinan perusahaan. Setiap tahun majalah Fortune mengumpulkan daftar 500 perusahaan industri domestik dan 5 daftar addisional 50 bank top, perusahaan asuransi, perusahaan firma retail, perusahaan transportasi dan utilitas-utilitas. Pada tahun 1968, 194 dari 750 concerns (25,9 persen) memiliki kantor pusat di area kota New York. Di Region Chicago terdapat lokasi 72 (9,6 persen), dan Los Angeles terdapat 32 (4,3 persen) kantor pusat. Bersamaan dengan itu, tercatat pula 30 area metropolitan terbesar di negara-negara yang ditempati kantor-kantor pusat sebanyak 563 (75 persen) dari 750 perusahaan yang tercantum pada majalah Fortune.

Di AS aktivitas quaternary sangat terkonsentrasi di kompleks megapolitan, terutama di Kota New York. Suatu penambahan proporsi tenaga kerja kota diperlukan untuk pekerjaan quaternary, apapun produk dari perusahaan firma mereka melakukannya. Daerah metropolitan, dan khususnya inti pusat kota sedang mengalami perubahan menjadi mesin-mesin pemroses informasi. Fungsi kantor sekarang ini merupakan suatu

elemen penting awal geografi kota. Kota-kota pada saat ini telah menjadi media komunikasi.

Terdapat kecenderungan untuk mengontrol dan mengarahkan pusat-pusat organisasi-organisasi besar agar beraglomerasikan pada rangking atas hirarki kota. Yang menentang pendapat tersebut dengan kecenderungan ini berargumen bahwa komunikasi modern memungkinkan aktivitas-aktivitas informasi meninggalkan kota. Tornquist berpikir bahwa *cybernasi* dan teknik-teknik berbasis informasi lainnya sebagaimana aktivitas-aktivitas informasi lainnya tetap akan terkonsentrasi di kota-kota. Whereas pembuatan keputusan yang dapat diprogram atau terprogram dapat disebarakan ke hampir semua lokasi, pengelolaan organisasi juga memerlukan banyak keputusan yang tidak dapat diprogramkan. Pada pembuatan keputusan yang demikian, komunikasi tatap muka (*face to face*) masih sangat penting.

Perilaku lokasional aktivitas *quaternary* merupakan suatu hal yang penting. Tenaga kerja di negara maju kini sedang berorientasi *quaternary*, dan jika kita dapat meramalkan lokasi aktivitas *quaternary* kita juga akan dapat meramalkan dimana orang-orang akan bertempat tinggal pada beberapa dekade mendatang. Pada suatu saat, dimana situasi tidak jelas, beberapa aktivitas informasi berpotensi sangat luas/bebas untuk melakukan apa saja dan tampak benar-benar berakar di lokasi-lokasi pusat kota. Kita perlu studi yang terperinci mengenai tata laku lokasional aktivitas-aktivitas informasi untuk mengklasifikasi apapun trend-trend yang mungkin mengalami kemajuan.

C. Aliran Informasi Melalui Media komunikasi

Ketika aliran-aliran informasi dibahas, kita memasuki realm proses keruangan. Proses keruangan dan struktur keruangan merupakan dua hal yang berbeda, dan perbedaan antara keduanya bersifat artifisial. Selama waktu yang lama, para ahli geografi telah mempelajari distribusi statik dan seringkali mengabaikan proses-proses yang menghasilkannya. Pengetahuan akurat terhadap proses-proses sama pentingnya dengan pengetahuan akurat mengenai pola, dan akhir-akhir ini para ahli geografi telah mencurahkan perhatian lebih besar terhadap proses dalam studi interaksi keruangan dan difusi keruangan.

1. Analisa Interaksi Keruangan

Crowe berpendapat bahwa geografi manusia harus didasarkan pada sirkulasi, tentang manusia dan pergerakan barang, juga harus menyediakan dasar-dasar konseptual untuk studi interaksi paskaperang, karena perang selalu terjadi. Crow dan ahli lainnya berpikir bahwa interaksi keruangan yang lebih besar adalah dalam hal gerakan komoditi dan manusia. Bahkan pemikiran Ullman (1956) menyatakan bahwa masuknya materi aliran informasi dalam studi interaksi keruangan, secara substantif telah mendorong perhatian tersendiri khususnya tentang aliran komoditi dan transportasi.

Meskipun bias ini mengarah pada barang dan orang, komunikasi secara gradual dianggap sebagai teori penting yang lebih besar. Beberapa analis, seperti Zipf mencoba menemukan prinsip-prinsip yang menentukan aliran informasi keruangan. Zipf, Stewart, Warntz bekerja pada konteks model gravitasi dan variasinya. Pendapat yang lebih baru dikemukakan oleh Seneca dan Cicchetti, ia menganalisis variasi keruangan volume pesan telegraf dalam konteks model gravitasi. Mackey, menggunakan model yang sama untuk mengukur efek batas budaya terhadap aliran-aliran informasi. Suatu pendekatan yang berbeda dipakai oleh Nystuen dan Dacey, yang menggunakan aliran pesan telpon yang berasal dari hubungan-hubungan hirarkial antara pusat-pusat kota.

Meskipun konsepsi Crow tentang geografi interaksi keruangan tidak terlaksana sebagaimana yang diharapkan, dialah orang pertama yang tertarik pada penggunaan gerakan tempat ke tempat (*place to place movement*) untuk mendelimitasi region manusia. Kerja terbarunya sesuai dengan tujuan asli ini. Sebuah teknik pokok dalam investigasi yang telah dilakukan menganalisa faktor matrik gerakan aliran antara seperangkat asal dan tujuan. Faktor-faktor yang terekstrak diinterpretasi sebagai pusat regional dan zone pengaruh masing-masing mereka. Illeris dan Pederson (1968) menggunakan panggilan telpon untuk mendelimitasi sepuluh daerah pengaruh di Denmark dengan cara ini. Demikian halnya studi-studi yang memerlukan data tujuan asli yang teliti, dan demikian pula informasi seringkali amat jarang. Departemen Kantor Pos AS sebagai contoh, telah mulai melakukan survey tujuan asli hanya pada akhir-akhir ini, dan data tentang arah aliran-aliran surat masih terpisah-pisah/belum lengkap. Data aliran pesan telpon masih eksis, tetapi seringkali sulit diperoleh. Di beberapa negara masalah-masalah demikian sudah tidak ada, dan volume pesan interpersonal dari tempat ke tempat merupakan

sumber data yang dapat dinilai untuk studi interaksi keruangan. Hanya saja tidak semua pesan komunikasi dapat didata, karena kesulitan pencatatannya.

Para ahli geografi sering tertarik pada aliran informasi yang tidak bergerak melalui media interpersonal formal. Pada kasus demikian, mereka harus menggunakan ukuran-ukuran yang mewakili atau secara tidak langsung. Semenjak banyaknya perjalanan taksi kota dibuat untuk tujuan interkomunikasi interpersonal, Goddard (1970) telah dapat menemukan daerah-daerah informasi fungsional dengan menganalisis pola arus taksi. Tetapi seperti yang Goddard catat, biaya taksi yang tinggi berlawanan dengan biaya telpon dan pos yang rendah dapat membuat daerah-daerah informasi fungsional nampak lebih kompak daripada mereka secara aktual. Penelitian saat ini yang mengalami kemajuan dalam aliran-aliran interpersonal formal terjadi di London Tengah sehingga Goddard dapat melakukan pengecekan ketelitian ukuran perwakilan/tidak langsung (*surrogate*).

Sebaliknya beberapa analisis menggunakan aliran informasi untuk menentukan region-region ekonomi fungsional, daerah-daerah informasi peta lainnya sebab penggunaan mereka sebagai variabel-variabel eksplanatori. Marble dan Nystuen telah mengembangkan piranti yang lebih langsung untuk mengestimasi ukuran-ukuran dan bentuk-bentuk region dari kelompok-kelompok yang mirip untuk menerima pesan. Morrill dan Pits telah mengusulkan bahwa kita berbeda antar individual, local, regional dan bidang-bidang informasi jarak panjang dan menyarankan ukuran-ukuran yang mungkin dapat dibatasi. Cox yang menggambarkan pemberi suara (voter) sebagai suatu node dalam suatu jaringan komunikasi yang panjang dimana kesesuaian informasi yang mengalir untuk keputusan pemilihan, menemukan daerah-daerah informasi yang sangat penting yang menentukan tatalaku perolehan suara.

2. Teori Difusi

Difusi yang dimaksud dalam kajian Geografi Komunikasi adalah difusi keruangan (*spatial diffusion*). Fellmann, Getis & Getis (1997), menyatakan bahwa diffuse keruangan adalah proses dispersi suatu ide atau item tertentu dari suatu pusat asal ke beberapa titik yang terhubung secara langsung ataupun tidak langsung. Kecepatan dan luas difusi dipengaruhi oleh jarak yang memisahkan antara pusat asal dengan titik-titik yang menjadi arah penyebaran. Ada dua elemen pokok dalam studi proses difusi, yakni studi hubungan (*links*) yang disimbolkan dengan garis-garis (*lines*) dan studi titik-titik (*nodes*.). Nodes

merupakan lokasi individual dan links merupakan rute dimana informasi bergerak dari suatu node ke node lainnya. Ahli geografi seringkali menguji rute media interpersonal informal, tentang hipotesis yang mengatakan bahwa informasi menghasilkan penerimaan inovasi, sesungguhnya informasi tersebut bergerak melalui media ini. Beberapa literatur membahas bias kerja difusi terhadap media interpersonal informal., dan penting untuk dicatat bahwa masing-masing media mempunyai pengaruh yang berbeda dalam proses difusi. Jenis-jenis difusi secara lebih mendetail dibahas pada bab V.

D. Efek komunikasi dan Informasi Terhadap Tingkah Laku Keruangan Manusia

Studi interaksi keruangan dan difusi, dalam pandangan mereka dengan proses, mungkin dicirikan sebagai *sintaktik* keruangan dari geografi komunikasi. Pentingnya, ia sangat pragmatis, atau efek aliran-aliran dan pola-pola komunikasi yang paling penting untuk kita.

1. Persepsi lingkungan dan ruang

Pada aspek teoritis informasi, individu-individu atau kelompok-kelompok menyaring informasi secara selektif semua informasi yang berasal dari lingkungan secara cepat. Penyaring merupakan model-model dan teori-teori dunia (lihat gambar 6). Mereka merasakan beberapa pengalaman yang berarti dan yang lainnya tidak sesuai dan tidak diterima. Setiap individu mempunyai filter sendiri-sendiri yang unik, tetapi kita dapat mengelompokkan individu-individu ke dalam kelas-kelas yang lebih besar atau sedikit generalisasi berdasarkan karakteristik filter-filter mereka. Model perseptual dasar tingkah laku manusia menempatkan orang pada aliran-aliran informasi, dengan sifat filter mereka dan isi aliran-aliran pesan yang berbeda mempengaruhi tingkah laku.

Penggunaan lahan pertanian, sebagai contoh, telah dijelaskan sebagai produk dari persepsi lingkungan yang berbeda dalam merespon ide-ide penduduk setempat tentang penggunaan lahan dan informasi yang diimport memperhatikan harga untuk tanaman yang bervariasi. Pembuat-pembuat keputusan individual merespon pesan dari lingkungan fisik dan informasi dari lingkungan sosial ekonomi. Apakah keputusan-keputusan para petani secara individual untuk bekerja merupakan suatu fungsi dua aliran pesan ini ditambah motivasi dan tujuannya sendiri. Kesamaannya, orang-orang yang berbeda mempunyai definisi persepsi yang berbeda terhadap apa yang ada di hutan

daerah Minnesota Boundary Water Canoe, dan orang merespon dengan cara yang berbeda dalam memperlakukan pesan yang berasal dari lingkungan. Pesan-pesan yang sering berasal dari lingkungan (seperti banjir) lebih mendorong orang untuk bertindak defensif untuk mencegah kerusakan lingkungan. Media interpersonal informal tampak menjadi penting dalam pembentukan persepsi bahaya bencana alam.

Persepsi yang berbeda terhadap lingkungan fisik merupakan elemen penting yang menentukan geografi manusia, tetapi karakteristik sosial-ekonomi tempat-tempat juga menarik dan menolak orang. Orang memperoleh informasi tentang tempat-tempat dari pengalaman pribadi, dari korespondensi, dan percakapan telepon dengan residents, film, permainan, novel, dan musik ("Suasana Jogja", Antara Anyer dan Jakarta, Stasiun Balapan, dan lain-lain), dari televisi dan radio, dari internet, teletex, videotex, dan melalui percakapan pribadi dengan orang-orang yang telah mengunjungi mereka. Dengan menanyakan kepada orang tentang negara atau kota urutan yang diinginkan untuk hunian, data dapat diperoleh yang hasilnya berupa keinginan yang diwakili oleh peta-peta mental kelompok-kelompok yang disurvei. Peta-peta demikian merupakan ringkasan dari seperangkat informasi yang orang terima dari semua sumber dan media. Kenampakan keinginan merupakan hasil aliran-aliran informasi dan nilai-nilai kelompok, dan juga prediktor yang baik dari tingkah laku keruangan mendatang, khususnya migrasi.

2. Informasi dan Migrasi

Pendekatan-pendekatan model gravitasi terhadap migrasi sekarang telah memberikan cara kepada pendekatan yang berorientasi informasi. Pelaku migrasi terkadang dicirikan sebagai node-node (titik-titik) dengan ruang gerak terbatas dalam mana informasi yang beredar lebih dekat kepada mode yang berada pada jarak tertentu. Migrasi lebih sering berjarak lebih pendek sebab migrasi merupakan stok informasi lebih besar tentang jarak-jarak yang lebih pendek. Umpan balik informasi dari sebagian jarak tujuan merupakan pilihan awal dalam migrasi, khususnya pada migrasi dari desa ke kota di negara berkembang. Ketika para migran mengirim balik laporan mengenai kehidupan kota, banyak masyarakatnya melakukan seperti yang migran lakukan, yakni untuk bermigrasi. Jika migran mengirim atau membawa balik berita negatif tentang suatu tempat, migran potensial akan tetap tinggal di rumah atau ke tempat lain.

Prinsip-prinsip yang sama berlaku di kota-kota lain. Residen kota-kota Amerika Barat Tengah membuat perpindahan residensial hanya dalam suatu sektor metropolis yang diberikan. Satu keluarga dari satu sektor barat laut, sebagai contoh, jarang sekali berpindah ke sektor timur laut. Residen-residen kota mempunyai kesadaran ruang yang berbasis pada informasi yang dikumpulkan selama melakukan gerakan-gerakan dalam ruang aksi mereka. Perjalanan untuk bekerja, ekspedisi belanja, dan perjalanan rekreasi memungkinkan individu-individu mengumpulkan informasi tentang beberapa bagian suatu kota dan bukan yang lainnya. Bidang informasi rata-rata dihasilkan oleh gerakan untuk memperoleh variasi komoditi dan gerakan rumah tangga aktual sangat dekat kaitannya. Ketika orang-orang mempunyai banyak informasi tentang bagian kota dimana mereka tinggal bersama dengan yang lainn, mereka tidak suka pindah ke daerah yang tidak dikenal.

Informasi jalan-jalan berpengaruh besar pada saran migrasi kemungkinan suatu reformulasi secara teoritikal informasi model gravitasi migrasi. Secara tradisional, ukuran telah disamakan dengan massa. Jika kita dapat mengukur jumlah informasi tentang tempat A yang tersedia untuk orang di tempat B, dan sebaliknya, dua stok informasi ini dapat digunakan sebagai syarat massa. Migrasi menjadi suatu fungsi produk stok informasi, dibagi oleh beberapa kekuatan jarak antar mereka. Seperti model gravitasi berbasis informasi mungkin menyediakan penjelasan secara penuh mengenai informasi pada beberapa skala. Selain itu, jika kita dapat mengukur variasi keruangan dalam persediaan informasi, kita dapat menyusun peta potensi informasi yang beranalogi dengan peta-peta potensi penduduk.

Memahami penggunaan orang terhadap informasi yang mereka terima dari semua sumber merupakan hal yang sangat penting. Kita berharap besar terhadap penyebaran beberapa jenis informasi (kontrol kelahiran, pendidikan, pembangunan ekonomi, dll) dan sampai kita mengetahui secara lengkap aliran informasi antara titik-titik yang menerima, memproses, dan transmisi informasi secara selektif, kita akan mengalami kesulitan besar dalam penyebaran ide-ide.

3. Efek Budaya Umum dalam Media Komunikasi

Pada cara yang sama kolom-kolom gen tertutup menghasilkan kelompok-kelompok ras yang berbeda, kolom-kolom informasi tertutup pada akhirnya menghasilkan budaya dan sub budaya yang berbeda. Sebaliknya, kolom informasi terbukanya menghasilkan homogenitas budaya sebagaimana kolom gen terbuka menghasilkan homogenitas rasial. Jadi beberapa teknologi yang mempromosikan interaksi keruangan akan mengaburkan batas-batas dan homogenisasi, dan kecenderungan modern umumnya menuju ke arah tereduksinya isolasi ras dan budaya serta ras terbesar dan hegemoni budaya.

Karena media massa mendominasi pemikiran kita dan karena media massa menghomoginkan kekuatan-kekuatan, kita cenderung berpikir bahwa perbedaan budaya akan segera hilang. Kita mendengar laporan-laporan, untuk contoh, dari dialek lokal dan regional yang menghilang dibawah pengaruh radio dan televisi nasional (pembicaraan seperti penduduk asli). Kita harus mengakui, bagaimanapun, tanda dominasi media massa periode 1920 dan 1970 adalah pembangunan yang tidak langsung dari luar siaran. Seluruh sejarah, hampir semua orang menerima sebagian besar dari semua informasi mereka melalui media interpersonal. Buku-buku dan koran-koran telah merubah situasi apapun saat ini, dan radio dan televisi telah merubahnya secara lebih kokoh. Tetapi media telah mencapai puncak /ujung dikepentingan umum di negara-negara maju, dan selama beberapa dekade mendatang inovasi penting akan terjadi pada sistem komunikasi interpersonal formal dan pada media massa informal (mengerjakan sendiri).

Media interpersonal dan media massa informal cenderung untuk membuat orang-orang lebih heterogen. Karena waktu kita terbatas, kita berkomunikasi dengan orang-orang secara normal dengan ketertarikan atau pekerjaan yang sama. Kita membentuk kelompok interkomunikasi jelas/terang dengan pesan-pesan yang mengalir antar anggota satu kelompok menjadi sangat berbeda dari pesan yang mengalir antar anggota lain kelompok. Media interpersonal cenderung membagi orang-orang ke dalam kelompok-kelompok, sebagaimana media massa informal melakukannya, yang mana saluran biasanya pesan-pesan antar sejumlah kecil orang yang sependapat. Karena inovasi teknologis akan berjalan terus untuk membuat interpersonal dan media kelompok kecil lebih akurat dan tidak mahal seperti saat ini, perbedaan akan terangkat.

Bukti-bukti pertumbuhan perbedaan masih ada. Budaya muda, dengan masyarakat dan gaya hidup yang tidak berbeda di desa dan di kota, sangat menghendaki perbaikan kembali keinginan pada homogenitas kelompok kecil. Kekuatan hutan, kekuatan coklat dan kesadaran etnik bangkit kembali, sebagai contoh: produksi edisi regional majalah nasional yang selanjutnya melemahkan kekuatan kehomogenitasan media massa cetak. Pengodean area pos dan pengkomputeran daftar surat membuatnya mungkin bervariasi antara isi iklan dan editorial untuk menyesuaikan selera regional.

Pengembangan yang sama terjadi di radio dan televisi. Teknik transmisi baru menandakan kekuatan komunikasi dalam berlomba yang hampir tak tebatas standar hari. Hal ini tampak dari tiadanya halangan teknologi penyiaran yang menyebarluas menggunakan audio, visual, facsimili, bahkan media komunikasi holografik 3 dimensi pada masyarakat luas. Selain itu, CATV (Sistem Televisi Antena Masyarakat) atau TV kabel membuka 60 saluran TV untuk penggunaan lokal dan regional. CATV telah menyebar kota-kota secara hirarkis sejak tahun 1947, dan lambatla antara tahun 1960-an dan 1970-an inovasi telah menembus daerah-daerah perkotaan yang paling besar. CATV muncul sebagai suatu solusi terhadap suatu masalah teknis. Pada awalnya televisi sebagian besar berlokasi di dalam dan sekitar kota-kota besar. Para pemirsa yang tinggal di kota-kota kecil dan di daerah pedesaan yang jauh dari menara-menara penyiaran tidak bisa memperoleh penerimaan yang baik tanpa memasang antena yang besar yang tentu saja harganya mahal. Gagasan untuk mendirikan sebuah antena komunitas dan mendistribusikan sinyal-sinyal yang ditangkap langsung ke rumah-rumah dengan kabel coaxial dianggap ekonomis. Menjelang tahun 1960-an terdapat lebih dari 1500 sistem CATV di Amerika Serikat, masing-masing melayani wilayah dengan rata-rata 1000 rumah tangga (Fidler, 2003).

Media massa dan interpersonal sedang berlomba dalam kombinasi revolusioner, dan hasil cangkakan baru akan membalik secara tajam kecenderungan homogenisasi secara umum pada beberapa abad terakhir. Jurnal-jurnal khusus sekarang dapat melakukan hal tersebut yang berkecenderungan memberikan pembelajaran lebih banyak atau sedikit. Perkawinan antara media massa dan media interpersonal memungkinkan kelompok-kelompok kecil mengisolasi diri sendiri dan berkomunikasi hanya dengan semangat kekeluargaan.

Karena informasi mempengaruhi tempat-tempat sebanyak tempat-tempat mempengaruhi informasi, warna spasial tampak jelas. Tempat-tempat mejadi lebih berbeda. Orang-orang Jakarta lebih Jakartais, orang-orang Californian lebih Californian, orang-orang Kota New York lebih parokial dari yang pernah ada. Yang harus dilakukan secara langsung dan merupakan ternd mendatang adalah adanya kebangkitan kembali regionalisme dan rasa kemasayarakatan lokal yang kuat, keduanya menjadi berkurang selama beberapa dekade. Suatu media baru dapat menghasilkan bentang budaya yang akan membuat para ahli geografi mendatang rindu bernostalgia terhadap organisasi keruangan yang tidak berkonflik pada pertengahan abad duapuluh.

4. Permasalahan Umum Penelitian dalam Geografi Komunikasi

Media komunikasi dapat secara mudah memberikan pengaruh yang luas terhadap tingkah laku dan organisasi keruangan manusia secara umum sebagaimana peran mobil dan transportasi udara pada beberapa decade yang lalu. Geografi Komunikasi sebagai disiplin yang mempunyai perhatian terhadap penjelasan mengenai tingkah laku keruangan manusia, harus dapat mendiskripsikan dan menganalisis aliran-aliran informasi dan media yang menunjukkan di mana mereka melangkah jika kita memahami apa yang orang sedang kerjakan saat ini, memodifikasi dan menentukan apa yang mereka akan lakukan pada tahun-tahun mendatang dan memprediksi organisasi keruangan yang akan datang.

Dengan demikian, beberapa pertanyaan umum dan sejumlah pertanyaan-pertanyaan khusus berimplikasi pada keharusan menjawab secara lebih lengkap daripada yang telah mereka ketahui.

1. Di manakah aktivitas komunikasi berlokasi? Seorang ahli geografi yang telah memperkenalkan sebuah literature lengkap tentang lokasi segala sesuatu dari buah alvokat sampai pelebur seng, tetapi kepastian kebenarannya belum ada analisis lokasi dari kantor-kantor pusat perusahaan, kantor-kantor pemerintah, dan media komunikasi. Untuk semua metodologi dan sophistikasi kuantitatif kita, diskripsi lokasional dasar dan peta-peta yang menunjukkan dimana sesuatu yang penting merupakan landasan tetap dari analisis geografi. Sebagian besar dari kita tidak tahu dimana lokasi aktivitas informasi.

2. Bagaimana sirkulasi informasi dalam suatu ruang? Kita tidak mempunyai peta-peta yang menunjukkan tempat-tempat mana yang memiliki informasi padat dan tempat mana yang memiliki informasi jarang. Media komunikasi paling banyak adalah "kotak-kotak hitam" (*black boxes*). Kita mengirim surat dan memasukannya ke dalam kotak surat, atau memencet nomor telpon/faximili, email, chatting, dan hanya sedikit tahu mengenai daya tarik keruangan (*spatial magic*) pesan-pesan ini dating pada tujuan yang dikehendaki. Demikian pula, sebagian besar dari kita tidak mempunyai pemikiran apapun mengenai bagaimana berita-berita sore yang disiarkan oleh radio dan televisi kita dikumpulkan dari lingkungan sekitar, dievaluasi, disaring, diringkas, dan dipresentasikan. Ahli geografi tahu lebih banyak dan mungkin lebih dari orang lain tentang bagaimana informasi berdiffusi melalui media informal, tetapi pengetahuan tersebut nilainya makin terbatas karena ia tidak terkait dengan pengetahuan mengenai aliran-aliran informasi secara detail melalui media interpersonal dan media massa.
3. Bagaimana efek informasi terhadap tingkah laku keruangan manusia?
Manusia merupakan filter informasi secara langsung. Blok informasi tergantung pada tujuan orang-orang dan pada sifat dasar proses penyaringan informasi mereka. Untuk menjawab teka-teki keruangan yang sedang dihadapi sekarang ini, yang kecenderungannya bertentangan dalam perilaku keruangan, kita membutuhkan pengetahuan lebih banyak mengenai tujuan dan sifat proses tersebut. Kemajuan geografi selanjutnya tergantung pada teori-teori komunikasi yang lebih kuat dan dapat dikuantifikasi yang berbasis pada perilaku keruangan, dan pada penyelidikan-penyelidikan substantif yang akan dapat memverifikasi teori-teori kita secara empiris.

BAB V

PENDEKATAN DAN TEORI-TEORI DALAM GEOGRAFI KOMUNIKASI

A. Pendekatan Dalam Geografi Komunikasi

Geografi Komunikasi sebagai salah satu cabang disiplin ilmu Geografi, tentu dalam mendekati atau menghampiri suatu permasalahan menggunakan pendekatan Geografi, yakni pendekatan keruangan (*spatial approach*), pendekatan ekologi (*ecological approach*), dan pendekatan kompleks wilayah. Hanya saja masing-masing cabang geografi mempunyai objek kajian yang berbeda atau titik tekannya yang berbeda. Berikut ini akan diuraikan aplikasi pendekatan-pendekatan tersebut dalam menganalisa permasalahan aktivitas komunikasi manusia.

1. Pendekatan keruangan

Analisa keruangan mempelajari perbedaan lokasi terutama dalam hal sifat-sifat penting atau seri sifat-sifat penting. Beberapa pertanyaan paradigmatik yang dikemukakan oleh para ahli geografi, khususnya dalam geografi komunikasi adalah :

- a. Apa dan siapa yang menguasai pola penyebaran informasi (diffusi informasi)
- b. Bagaimana pola tersebut dapat diubah agar lebih efisien
- c. Dimana aktivitas komunikasi terjadi (data titik)
- d. Bagaimana aliran/arus informasi terjadi dan dengan media apa
- e. Berapa luas penyebarannya (data area)
- f. Daerah-daerah mana yang terdiffusi oleh aliran informasi

2. Pendekatan Ekologi

Ekologi adalah studi mengenai interaksi antara organisme hidup dengan lingkungannya. Manusia merupakan komponen dalam organisme hidup yang penting dalam proses interaksi. Oleh karena itu kemudian berkembang pengertian ekologi manusia (human ecology) yang mempelajari interaksi antara manusia dengan manusia dan antara manusia dengan lingkungannya.

Beberapa prinsip penting dalam pendekatan ekologi dalam kaitannya dengan aktivitas komunikasi manusia adalah :

- a. Lingkungan merupakan sumber informasi

- b. Kondisi ekologis akan mempengaruhi orang dalam melakukan aktivitas komunikasi
- c. Manusia tertarik kepada interaksi dan adaptasi dengan lingkungan fisik, tetapi juga dengan lingkungan sosial (ruang sosial) dimana manusia dapat melakukan aktualisasi dan sosialisasi
- d. Dinamika dalam ruang sosial dapat menimbulkan perubahan gagasan manusia, penyesuaian, pembaharuan sikap dan tindakan berdasarkan informasi yang diterima.

3. Pendekatan kompleks wilayah

Pendekatan ini merupakan kombinasi dari pendekatan keruangan dan pendekatan ekologi. Pada pendekatan kompleks wilayah ini wilayah-wilayah tertentu didekati dengan pengertian areal differentiation, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakekatnya suatu wilayah berbeda dengan wilayah lain, oleh karena itu akan terjadi penwaran dan permintaan.

B. Teori Diffusi

Terminologi difusi sering digunakan dalam berbagai disiplin ilmu seperti fisika, biologi, sosiologi, ekologi, dan sebagainya. Secara harfiah difusi berarti pemencara, penyebaran, atau penjalaran, seperti penjalaran berita lewat berbagai media, penyebaran kebudayaan dari satu ras atau bangsa ke ras atau bangsa lain, bahkan penyebaran penyakit merupakan suatu difusi.

1. Jenis-jenis difusi

Menurut Bintarto (1987), dalam geografi, difusi mempunyai dua macam, yakni difusi ekspansi (*expansion diffusion*) dan difusi relokasi (*relocation diffusion*). Keduanya memiliki arti bertolak belakang.

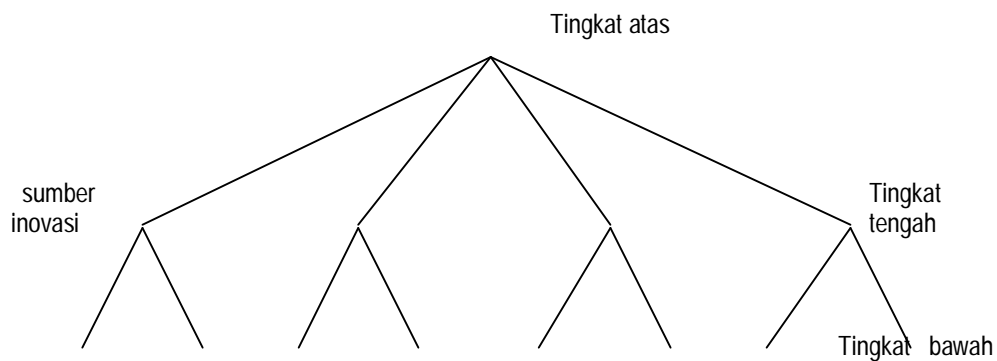
a. Difusi ekspansi

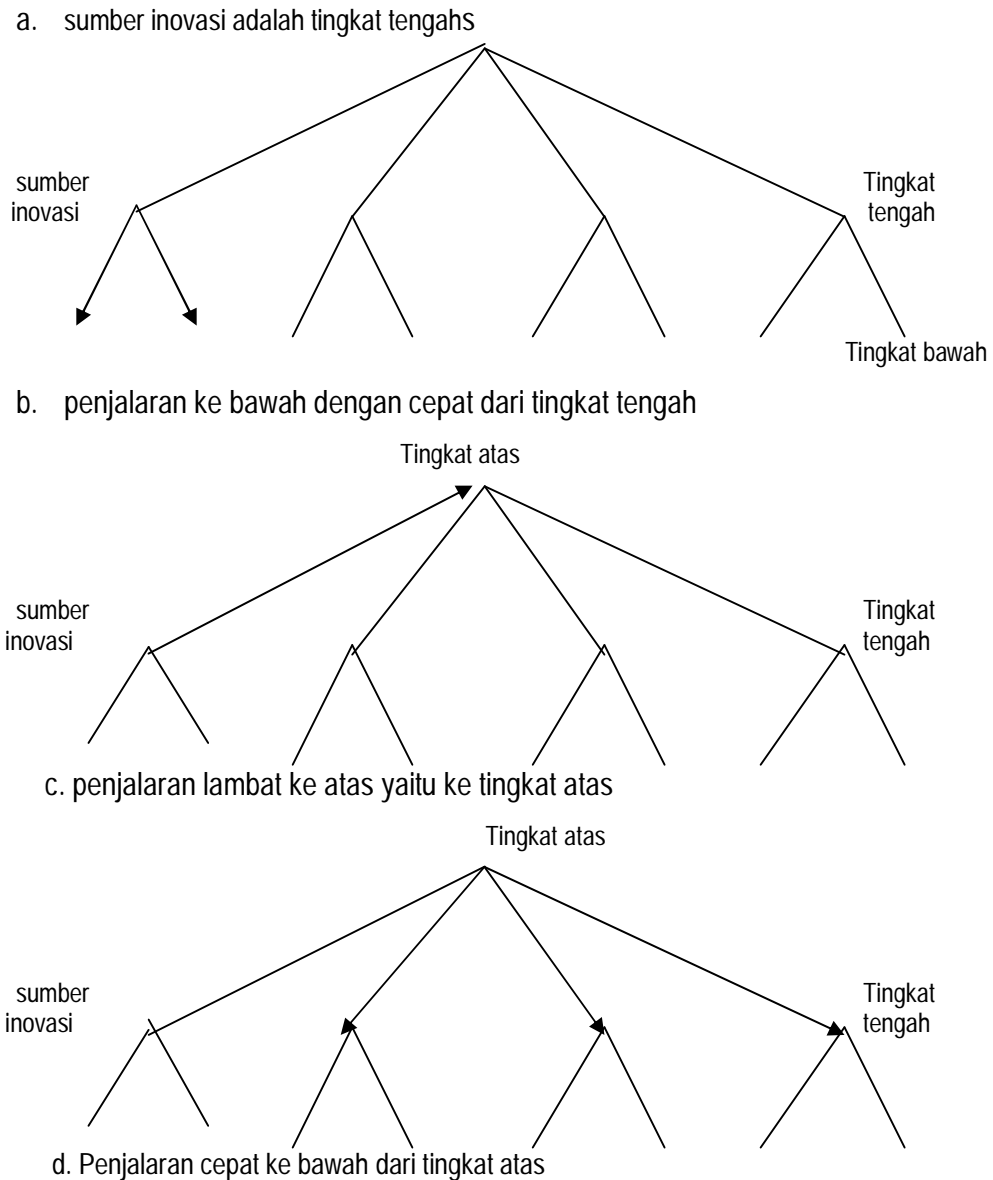
Merupakan suatu proses dimana informasi, material, dan sebagainya menjalar melalui suatu populasi dari suatu daerah ke daerah lainnya. Dalam proses ekspansi ini informasi atau material yang di-difusikan tetap ada dan bahkan dapat menjadi lebih intensif di daerah asalnya. Hal ini berarti bahwa terjadi penambahan jumlah anggota/pemirsa baru pada populasi antara periode dua waktu (waktu w_1 dan waktu

w2) dan penambahan penambahan anggota baru tersebut mengubah pola keruangan populasi secara keseluruhan. Ini berarti daerah asal informasi mengalami perluasan oleh karena mendapat tambahan anggota baru (recipient) dalam populasi (lihat gambar 10). Sebagai contoh adalah informasi perlunya kewaspadaan (mungkin dengan memeriksa setiap pengunjung, memasang monitor dan detektor, dan lain-lain) oleh pemilik hotel di Jakarta terhadap ancaman bom karena telah terjadi pengeboman Hotel JW Mariot, informasi itu kemudian menyebar ke pemilik hotel di kota lain dan kemudian mereka mengikuti cara kewaspadaan tersebut.

Difusi ekspansi masih dapat dibedakan menjadi dua macam berdasarkan cara penjarannya, yakni difusi menjar (*contagious diffusion*) dan difusi kaskade (*cascade diffusion*).

- 1). Difusi menjar adalah suatu difusi yang proses penjarannya terjadi dengan cara kontak langsung antar manusia atau antar daerah. Proses ini sangat dipengaruhi oleh jarak antar manusia atau antar daerah, ini berarti bahwa semakin dekat jarak antar manusia atau antar daerah maka proses penjaran akan semakin mudah. Oleh karena itu difusi menjar ini ber kecenderungan untuk menjar secara sentrifugal dari daerah asal.
- 2). Difusi kaskade adalah proses penjaran atau penyebaran informasi atau fenomena lain melalui beberapa tingkat atau hirarki. Contoh dari proses difusi ini telah disinggung pada model komunikasi inovasi. Difusi pembaharuan (*innovation diffusion*) merupakan fungsi komunikasi (Hurst, 1974), inovasi dimuali dari kota-kota besar atau pusat-pusat pemerintahan kemudian menjar ke pusat pemerintah yang lebih rendah di daerah dan seterusnya hingga ke pelosok-pelosok daerah. Difusi secara hirarkial ini dapat digambarkan sebagai berikut :





Gambar 9. Proses penjalaran Inovasi dari berbagai tingkat

Everet Rogers sebagaimana dikutip Fidler (2003) memformulasikan sebuah penjelasan tentang proses bagaimana inovasi diadopsi dan diimplementasikan dalam sebuah masyarakat, yang disebutnya sebagai teori difusi (diffusion theory). Dia mengemukakan bahwa ciri-ciri sebuah inovasi sebagaimana yang dirasakan para anggota masyarakat menentukan tingkat pengadopsiannya. Ada lima sifat inovasi yang

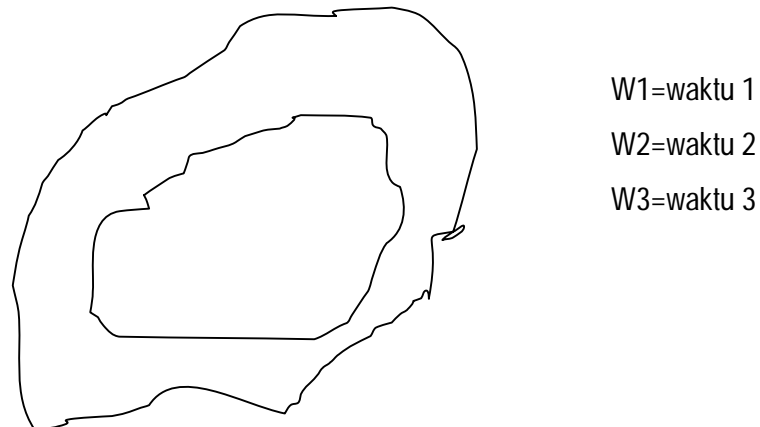
ditekankan oleh Rogers, yakni : (1) keuntungan relatif; (2) kesesuaian; (3) kompleksitas; (4) keterpercayaan; (5) kelazimannya.

Sebagai contoh telpon adalah telpon seluler. Telpon sebagai sebuah inovasi teknologi komunikasi begitu cepat menyebar karena memenuhi lima sifat tersebut. Keuntungan relatif dari telpon seluler adalah tanpa kabel dan meminimalkan keunggulan mobilitas dan efisiensi, telpon seluler membuat orang tidak tergantung pada tempat dan waktu. Kesesuaian, karena telpon seluler menggunakan dialing standar yang memungkinkan terhubung dengan telpon kabel. Kompleksitas, penggunaan telpon seluler sangat sederhana karena kompleksitas yang rendah, sehingga pengguna tidak harus melalui pelatihan atau modifikasi khusus. Kepercayaan, telpon seluler yang semula tidak bisa menjangkau ke permukiman-permukiman yang padat dan jauh karena keterbatasan menara pemancar, kini memperoleh kepercayaan yang kuat karena semakin terbarnya jaringan menara pemancar yang memungkinkan sinyal dapat ditangkap oleh konsumen dari berbagai pelosok. Telpon seluler juga memperoleh kepercayaan karena ia dapat memberikan kenyamanan privasi. Kelaziman, untuk menerima atau menolak telpon seluler bagi seseorang amat dipengaruhi oleh kontak-kontak dengan para pengguna awal, jaringan-jaringan antarpribadi, dan pengamatan terhadap orang-orang yang benar-benar menggunakan ponsel. Rogers menangkap kesan bahwa semakin sering orang menyaksikan orang menggunakan teknologi (ponsel), dan dirasa banyak mendatangkan keuntungan, maka orang tertarik untuk membentuk dan mengubah sikap berkaitan dengan kebutuhannya dengan ikut menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu apabila kita ingin melakukan inovasi dan cepat tersebar, maka usahakanlah untuk memenuhi kelima sifat tersebut melekat dalam inovasi yang kita miliki.

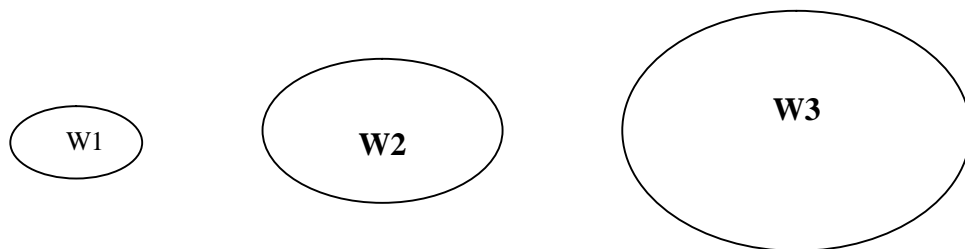
b. Difusi relokasi

Merupakan proses yang sama dengan penyebaran keruangan dimana informasi atau material yang di-difusikan meninggalkan daerah lama (tempat asal informasi atau material) dan berpindah atau ditampung di daerah yang baru. Ini berarti bahwa anggota dari populasi pada waktu w_1 berpindah letaknya dari waktu w_1 hingga waktu w_2 (lihat gambar 11). Perpindahan uang/transfer antar bank atau antar kantor pos

lewat satelit, perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat lain (transmigrasi), merupakan contoh difusi relokasi. Difusi ini menyebabkan daerah asal kehilangan.



Gambar 10. Difusi ekspansi



Gambar 11. Difusi relokasi

2. Unsur-unsur difusi

Hagerstrand dalam suatu analisa mengemukakan enam unsur difusi, yaitu:

- a. Daerah (area) atau lingkungan dimana proses difusi itu terjadi
- b. Waktu (time), dimana difusi dapat terjadi secara terus menerus atau dalam waktu yang terpisah-pisah. Waktu dalam periode tertentu, misal hari, tahun, dimana nol menunjukkan titik awal dari suatu proses difusi.

- c. Item, unsur item dapat berbentuk material dan non-material. Unsur material misalnya penduduk, pesawat radio, televisi, dan lain-lain. Unsur non-material, misalnya informasi/pesan, tingkah laku, gaya hidup, mode, dan sebagainya.
- d. Perbedaan tempat asal, item yang didifusikan akan menjalar secara intensif atau tidak sangat dipengaruhi oleh daerah asal item. Misalnya informasi yang berasal dari sumber yang dianggap valid akan lebih cepat menjalar, gaya hidup yang berasal dari lingkungan kaum terpelajar atau bintang film akan lebih mudah menyebar
- e. Tempat tujuan, unsur ini menentukan ditolak atau diterimanya item yang mengalir. Informasi mengenai beasiswa ke luar negeri tidak akan tersebar secara cepat di daerah perdesaan yang tingkat pendidikannya rendah. Sebaliknya cara bercocok tanam baru yang menghasilkan varietas unggul akan lebih cepat menjalar di kalangan perdesaan dan tidak cepat menjalar di daerah perkotaan. Kesimpulannya adalah bahwa difusi akan lebih cepat terjadi bila terjadi kesesuaian antara daerah asal dengan daerah tujuan.
- f. Jalur
Proses difusi membutuhkan media yang merupakan jalur untuk mengalirkan item/pesan atau informasi. Suatu daerah yang memiliki tingkat aksesibilitas tinggi yang ditunjukkan oleh adanya jalur-jalur konektivitas akan lebih cepat berdifusi dengan daerah asal item.

D. Teori Gravitasi

Teori gravitasi merupakan formula Newton dalam bidang Fisika. Pada dasarnya hukum ini berdasarkan atas asumsi bahwa tiap massa mempunyai gaya tarik terhadap tiap titik yang ada di sekitarnya. Oleh karena itu bila ada dua massa yang berhadapan satu sama lain, kedua massa tersebut akan saling menarik. Menurut hukum Newton, gaya tarik menarik tersebut berbanding lurus dengan massa-massanya dan berbanding terbalik dengan kaudrat jarak kedua massa itu. Bila ditulis dalam bentuk formula sebagai berikut :

$$F = \frac{M_1 M_2}{d^2}$$

I = gaya tarik menarik diantara kedua massa

M_1M_2 = massa masing-masing

d = jarak antara kedua massa

Hukum Newton ini kemudian diadopsi oleh geografi untuk mengukur interaksi keruangan. Aplikasi konsep gravitasi dalam geografi diperkenalkan oleh W.J. Reilly (1929) dalam membahas cara pembentukan wilayah perdagangan. Model gravitasi dalam geografi dapat diestimasi ukuran arus/aliran material maupun nonmaterial diantara dua region dengan mengalikan kedua massa dari kedua region yang akan diukur, yang kemudian dibagi oleh kuadrat jarak diantara dua region tersebut. Pada bidang geografi komunikasi, massa tersebut berupa penduduk atau aliran informasi, gagasan/ide. Besarnya informasi dari tempat A atau sebaliknya dipengaruhi oleh factor jarak antara kedua tempat.

Selanjutnya selain kita dapat mengukur seberapa besar interaksi keruangan antara dua atau lebih region, kita dapat mencari jawaban atas pertanyaan mengapa interaksi keruangan terjadi. Dalam hal ini Edward Ullman telah mensistematiskan pengertian interaksi keruangan yang didasarkan atas tiga faktor, yakni : region yang saling melengkapi (*regional complementarity*), kesempatan berintervensi (*intervening opportunity*) dan kemudahan transfer atau pemindahan dalam ruang (*spatial transfer ability*). Adanya interaksi ini, baik yang berupa pemindahan barang ataupun bukan barang melalui proses transportasi dan komunikasi akan menyebabkan terjadinya pencampurbauran (difusi) aspek fisik/non fisik antar wilayah yang bersangkutan, sehingga terjadilah difusi keruangan.

E. Jaringan dan Konektivitas

Transportasi dan komunikasi yang di dalamnya terdapat suatu aktivitas perpindahan manusia, barang, energi, ide atau informasi dari suatu tempat ke tempat lainnya selalu melalui jalur-jalur tertentu. Tempat asal dan tempat tujuan dihubungkan dengan suatu jaringan (*network*) dalam ruang. Jaringan tersebut dapat berupa jaringan jalan raya di darat, jaringan lalu lintas di air, lalu lintas udara, jaringan gelombang siaran (*broadcasting*), jaringan computer di dunia maya (*bandwide*) internet, dan jaringan stasiun penyiaran, serta jaringan penghasil media massa. Jaringan dapat diartikan sebagai suatu

system garis yang menghubungkan titik-titik. Jaringan dapat dianalisis secara kuantitatif. Struktur suatu jaringan dapat dijelaskan dengan teori Graf. Teori Graf merupakan cabang dari matematika dimana suatu jaringan dapat dilihat dari segi topologinya, yakni dengan mempelajari jaringan sebagai suatu system titik (*nodes* atau *vertecs*) dan mata rantai (*links* atau *edges*). Pada topologi terdapat unsur titik, mata rantai, dan wilayah (*region*). *Maaf belum selesai uraiannya.*

F. Teori Graf

G. Pengembangan Sarana Komunikasi Sebagai Usaha Mengembangkan Daerah

Di era globalisasi informasi dimana kemajuan dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) semakin intensif, khususnya di bidang transportasi dan komunikasi, telah mengubah struktur keruangan manusia. Jarak menjadi semakin pendek dan luas wilayah di permukaan bumi ini menjadi semakin sempit, tentu saja jarak dan luas wilayah yang dimaksud adalah jarak dan luas relatif. Daerah yang semula terpencil secara fisik dapat menjadi daerah sentral. Akses komunikasi mempunyai korelasi timbal balik dengan tingkat pendidikan penduduk. Daerah yang tingkat pendidikannya tinggi, maka akses terhadap informasi juga tinggi, dan sebaliknya di daerah yang tingkat akses informasinya tinggi biasanya tingkat pendidikan penduduknya juga tinggi. Oleh karena keduanya saling bergantung, maka pembangunan kedua-duanya merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi secara bersama-sama.

Berkat adanya kemajuan di bidang teknologi komunikasi, kita dapat mengetahui kejadian-kejadian di segala penjuru dunia tanpa kita hadir di tempat kejadian dan bahkan peristiwa yang terjadi di luar jangkauan mata kita. Suatu daerah yang memiliki aksesibilitas (keterjangkauan) yang tinggi baik secara fisik untuk transportasi material, maupun secara non-fisik untuk aliran komunikasi informasi akan lebih maju daripada daerah lain yang aksesibilitasnya lebih rendah. Tingkat aksesibilitas yang rendah ini menyebabkan proses interaksi keruangan terhambat. Dalam proses interaksi keruangan ini diikuti oleh aliran orang, barang, dan ide/informasi, dan inovasi yang dapat mendorong kemajuan wilayah.

Wilayah Indonesia yang sedemikian luas (terdiri dari 18.210 pulau, yang dihuni baru 970 pulau) menyimpan sejumlah besar potensi wilayah. Oleh karena itu untuk melakukan pengembangan perlu dilakukan penelitian. Bila suatu daerah potensial atau produktif, tetapi stagnan atau lambat dalam tingkat kemajuan wilayah mungkin memiliki

sejumlah problem kelancaran transportasi dan komunikasi. Bila sarana transkom terpenuhi, suatu daerah terpencil akan terbawa menjadi daerah yang maju karena adanya difusi kemajuan dari daerah lain. Jadi peran sarana komunikasi dalam memajukan daerah adalah mempelancar aliran informasi, dimana informasi ini merupakan variabel yang menjadi penghantar terjadinya difusi keruangan.

Beberapa hal yang perlu dilakukan dari aspek komunikasi dalam rangka pengembangan suatu daerah adalah :

1. Pengadaan jaringan informasi yang memungkinkan masyarakat di suatu daerah mengetahui program kerja pemerintah pusat dan pemerintah daerah.
2. Pengadaan pos-pos pelayanan informasi masyarakat yang terbuka dan ramah, sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dalam lalu lintas informasi.
3. Membangun mekanisme difusi informasi dari atas ke bawah dan sebaliknya, sehingga masyarakat dapat melakukan kontrol terhadap jalannya pemerintahan.
4. Memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk mengakses segala informasi terutama dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya.
5. Mengelola informasi yang ada sehingga bermakna bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, misalnya informasi tentang cuaca/iklim, rencana pembangunan, informasi bisnis, lowongan kerja, beasiswa, informasi bantuan beras miskin, informasi penanggulangan bencana, dan lain-lain.
6. Informasi mampu memeberikan motivasi kepada masyarakat untuk memajukan daerahnya dalam kerangka pembangunan nasional. Informasi tentang kemajuan di daerah lain akan memberi inspirasi untuk ikut merasakannya, atau apabila ada inovasi akan cepat tersebar.
7. Pada masyarakat di negara berkembang dimana masyarakat belum memiliki laptop yang terkoneksi dalam jaringan internet, maka keberadaan pusat-pusat invormasi/rental memberikan pertolongan tersendiri bagi penduduk di suatu daerah, sehingga secara tidak langsung daerah tersebut telah meningkatkan interaksinya dengan daerah/kota atau bahkan negara lain.

BAB VI

FAKTOR-FAKTOR GEOGRAFIS YANG MEMPENGARUHI KARAKTERISTIK DAN KEBIJAKAN INFORMASI

A. Faktor-faktor Geografis

Karakteristik komunikasi antar suatu daerah dengan daerah lainnya mungkin akan berbeda-beda. Adanya perbedaan tersebut dapat disebabkan karena agihan fasilitas pendukung komunikasi, budaya, ataupun kondisi geografis sangat menentukan jenis kebijakan apa yang harus dilakukan terhadap suatu daerah. Diantara sekian banyak faktor yang mempengaruhi karakteristik komunikasi, yang dibahas dalam geografi komunikasi tentu saja aspek-aspek geografis kaitannya dengan karakteristik komunikasi dan tingkah laku keruangan.

Faktor-faktor geografis yang menentukan karakteristik komunikasi di daerah tertentu :

1. Kedekatan dengan pusat-pusat kota

Pusat kota merupakan bagian dari kota yang mempunyai aktivitas yang paling tinggi, oleh karena itu ia juga sekaligus menjadi pusat informasi yang dapat disebarkan segala penjuru daerah sebagai daerah pengaruh.

2. Persebaran pusat-pusat kegiatan manusia

Pusat-pusat kegiatan manusia diantaranya adalah pusat perdagangan, pusat pemerintahan, pusat rekreasi, dan lain-lain. Pusat-pusat kegiatan ini menjadi tempat bertemunya antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Dalam pertemuan tersebut masing-masing membawa pesan. Kedatangan mereka ke tempat tersebut juga berdasarkan atas sejumlah informasi yang mereka terima. Informasi tersebut mendorong mereka untuk mendatangi tempat-tempat tersebut. Sehingga daerah-daerah yang dekat dengan pusat-pusat kegiatan manusia akan lebih cepat dalam melakukan perubahan-perubahan sosial dan kesejahteraannya.

3. Jarak dari pusat-pusat pelayanan sosial (kesehatan, pendidikan).

Sebagaimana pusat-pusat kegiatan manusia, pusat-pusat pelayanan sosial juga merupakan arena bertemunya manusiameski dengan motivasi yang berbeda, tetap

saja pusat-pusat pelayanan sosial menjadi tempat komunikasi yang intensif. Bahkan lembaga pendidikan merupakan arena komunikasi yang memiliki kuantitas dan kualitas informasi terbaik diantara tempat-tempat komunikasi lainnya. Lembaga pendidikan ini disamping sebagai arena komunikasi antar civitas akademika lembaga, juga sebagai sumber informasi penting yang dapat menentukan maju mundurnya sebuah bangsa. Oleh karena itu daerah-daerah yang banyak memiliki lembaga-lembaga pendidikan (apalagi pendidikan tinggi) memiliki kemudahan dalam akses informasi, sehingga mudah dalam menerima inovasi.

4. Aksesibilitas wilayah atau rute jalan

Suatu wilayah yang mudah dijangkau (karena tersedia jaringan jalan yang mencukupi) dimana arus lalu lintas yang menghubungkan antar tempat dapat melalui daerah tersebut, maka daerah tersebut akan lebih cepat dalam menerima informasi. Mengapa demikian? Hal ini terjadi karena biasanya bersamaan dengan transportasi material mengalir pula sejumlah informasi. Berdasarkan kenyataan ini dapat dimengerti bila daerah yang memiliki tingkat aksesibilitas tinggi akan lebih cepat maju daripada daerah yang tingkat aksesibilitasnya rendah.

Sementara masing-masing media komunikasi juga memiliki tingkat aksesibilitasnya sendiri-sendiri. Di dalam suatu jaringan telekomunikasi, ukuran dari kapasitas optimum jalan raya informasi adalah lebar gelombangnya (*bandwidth*), yang bisa diukur dengan *bit per second (bps)* atau *syclus per second (hertz)*. Bagi komputer yang menghubungkan jaringan melalui modem dan jaringan kabel standard, bandwidth maksimum yang tersedia besarnya beragam antara 2400 sampai 28.800 bps (saluran gelombang sempit (*narrowband*), saluran ini dipakai untuk komunikasi dan transmisi rutin yang datanya relatif sedikit, seperti facsimili atau file-file komputer biasa. Sementara untuk komunikasi dan transmisi yang datanya lebih besar dapat menggunakan *broadband* atau "jalan raya super" untuk saluran informasi superhighway, yang memakai kabel-kabel serat optik (*coaxial*), yang dapat menyalurkan jutaan bit per detiknya, misalnya televisi, videotex, file-feile komputer yang mengandung video dan audio, atau game yang biasa digunakan oleh jaringan internet serta layanan-layanan interaktif, seperti pesan belanja dari rumah atau pesan video (Fidler, 2003).

5. Mobilitas penduduk

Perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat lain, tentu tidak hanya pindah secara fisik tetapi ia juga membawa sejumlah informasi yang dapat dikomunikasikan. Perpindahan penduduk dari suatu tempat ke tempat lain sesungguhnya dilakukan berdasarkan informasi yang di peroleh mengenai daerah lain. Adanya daya tarik tempat yang didengar oleh para pelaku mobilitas mendorong orang untuk mendatangi tempat tersebut. Setelah mereka mendatangi suatu daerah, maka dia akan mengirim sejumlah pesan kepada orang-orang seasal daerahnya mengenai tempat yang kini ia huni.

6. Interaksi dengan wilayah lain

Suatu daerah yang terisolasi akan memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dengan daerah yang terbuka, terbuka dalam pengertian memiliki tingkat interaksi yang tinggi dengan daerah lain di sekitarnya. Di daerah yang terbuka, jenis-jenis komunikasi lebih kompleks (baik yang murni aliran pesan maupun yang mendompleng pada aliran material), volume arus pesan lebih tinggi.

Keenam faktor yang berkaitan dengan aspek geografis tersebut mempengaruhi intensitas, kualitas, dan kuantitas informasi yang diterima oleh penduduk. Sebagai faktor sosio-geografis, faktor-faktor tersebut kondisinya antar daerah mungkin berbeda, oleh karena itu untuk mengetahui korelasi faktor tersebut dengan karakteristik komunikasi dapat dilakukan penelitian yang seksama.

B. Revolusi Cybernetika

Munculnya berbagai alat komunikasi telah mengubah tata perilaku komunikasi, perubahan pengorganisasian ruang, dan munculnya realitas sosial yang baru sebagai pengaruh dari realitas yang ditampilkan media. Media telah memiliki hegemoni yang kuat dalam ruang pikiran dan ruang sosial manusia. Bahkan media komunikasi telah memiliki realitas tersendiri yang disebut sebagai realitas virtual, disamping realitas sosial yang ada sebagai realitas aktual. Sejak berkembangnya telpon dan radio, sebetulnya manusia telah mulai memasuki realitas virtual, dimana manusia yang berada pada jarak yang jauh seolah dapat berada satu ruangan secara fisik. Perkembangan radio dan televisi telah membantu membangun realitas virtual, dimana alam atau kondisi yang sama sekali asing dengan

membawa pengalaman aural dan visual dapat memasuki ruang-ruang rumah penduduk. Hanya saja dunia penyiaran tidak memiliki ciri-ciri interpersonal yang diperlukan untuk menciptakan suatu dunia virtual partisipatori. Baru sejak kemunculan jaringan CMC (*computer-mediated communication*) atau komunikasi bermedia komputer.

Media komunikasi CMC berkembang sangat pesat, apalagi dengan digunakannya teknologi komunikasi gelombang cahaya, star trek, cyber, laser, kabel-kabel serat optik, kawat dari kaca. Perkembangan media komunikasi yang sangat mengejutkan karena banyak diantara media yang penggunaannya melebihi dari apa yang dirancang oleh pembuatnya. Pada abad-abad mendatang kemungkinan akan muncul media komunikasi yang mengejutkan. Pada abad 21 sekarang ini yang disebut sebagai millennium ketiga, sehingga John Naisbit menyebutnya sebagai *gelombang ketiga* merupakan era cybernetika. Lewat teknologi cybernetika ini, orang dari berbagai belahan dunia dapat saling berkomunikasi dan hidup dalam alam maya. Batas-batas geografis region tidak menjadi penghalang bagi orang untuk berinteraksi, sehingga pada masa mendatang batas-batas region dalam kaitannya dengan interaksi keruangan sebagaimana yang dikemukakan oleh para ahli geografi intuitif-kualitatif perlu dirombak bila tidak ingin ditinggalkan. Sekarang yang diperlukan dalam analisis interaksi keruangan adalah pola aliran informasi, setelah itu baru barang dan manusianya. Karena manusia boleh saja tidak pergi kemana-mana secara fisik, tetapi mungkin ia sebenarnya mempunyai mobilitas yang tinggi di dalam alam virtual. Sehingga hasil selancarnya (*surfing*) di dunia maya dapat melebihi hasil kerja orang yang melakukan mobilitas terestrial. Inilah pekerjaan yang menjanjikan di masa depan.

C. Kebijakan Informasi

Menurut Robert D. Stuart dalam Konferensi Internasional Manajemen Informasi Digital dalam Era Informasi pada tanggal 28-30 Agustus 2003 di Yogyakarta bahwa kerangka kebijakan informasi perlu mempertimbangkan tiga trend, yakni : pertama, perkembangan industri informasi yang sangat pesat. Kedua, penggunaan yang lebih luas dimana informasi merupakan sumber bagi pemerintahan, dunia pendidikan maupun lembaga lainnya. Ketiga, penggunaan informasi oleh warga masyarakat untuk meningkatkan kakehidupan atau kesejahteraan (KR, 30/8/03). Faktor ketiga inilah yang sesungguhnya

sangat penting karena yang terpenting bagi manusia adalah tingkat kesejahteraannya. Kehidupan politik, peningkatan pendidikan, industrialisasi muara akhirnya adalah meningkatkan kesejahteraan.

Perkembangan media komunikasi dan semakin kompleksnya tingkah laku keruangan manusia, tentu perlu disikapi secara arif oleh pemerintah. Aturan baik yang bersifat larangan atau anjuran saat ini tidak bisa begitu saja dikeluarkan, karena berbagai keterbatasan dan pesatnya laju kecanggihan teknologi yang sulit dikejar dengan teknologi pengendali. Akses internet, baik yang berupa image, video, teletex, videotex dapat dilakukan orang kapan saja dimana saja. Isi dari pesan-pesan tersebut sangat sulit dikontrol. Sebagai contoh larangan menyaksikan adegan pornografi akan sulit dilakukan, karena pesan pornografi sangat banyak terdapat pada alam virtual. Oleh karena yang paling penting bukan larangannya secara langsung, tetapi melalui pembangunan akhlak manusianya yang memungkinkan manusia untuk tidak mengakses pesan-pesan demikian. Bila segala informasi yang buruk secara noramtif dapat diakses dari dunia maya, maka akan sangat sulit mengontrolnya. Oleh karena itu, pendidikan sebagai benteng pertahanan harus lebih diberdayakan sebagai upaya untuk mempertahankan jati diri dan nilai-nilai keagamaan dan keindonesiaan (nasionalisme) yang kita miliki. Sekarang ini, melalui dunia maya dunia sangat terbuka. Segala jenis informasi dapat diperoleh dari media CMC. Oleh karena itu, di era keterbukaan ini para pembuat kebijakan perlu transparan dalam membuat kebijakan.

C. Kebijakan Komunikasi dan Terapan Geografi Komunikasi

DAFTAR PUSTAKA

- Abler, R.F. *The Geography of Communication in Michael. Eliot Hurst*, 1974. *Transportation Geography (Comments and Readings)*. New York : McGraw-Hill Book Company.
- Bintarto, R., 1988. *Metode Analisa Geografi*. Jakarta : Penerbit LP3ES.
- Blij, H.J. de & Peter O. Muller, 1999. *Geography : Realms, Regions, and Concepts. Eigt Edition*. New York : John Wiley & Sons Inc.
- Bungin, Burhan, 2001. *Imaji Media Massa (Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik)*. Yogyakarta : Penerbit Jendela
- Daljuni, 1992. *Geografi Baru : Organisasi Keruangan dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Penerbit Alumni
- Effendy, Onong Uchjana, 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Penerbit PT.Citra Aditya Bakti.
- Felmann, Jerome, Arthur Getis and Judith Getis, 1997. *Human Geography Landscapes of Human Activities. Fifth Edition*. Madison : Brown & Benchmark Publisher.
- Fidler, Roger, 2003. *Mediamorfosis Memahami Media Baru*. Yogyakarta : Penerbit Bentang. Terjemahan Hartono hadikusumo. Edisi asli berjudul *Metamorphosis Understanding New Media*
- Koentjoroningrat, 1989. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Cet. Kedelapan. Jakarta : Penerbit Aksara Baru.
- Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Cet. Ke-18. Jakarta: PT Rajawali Press.
- Sumaatmadja, Nursid, 1988. *Studi Geografi (Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan)*. Bandung : Penerbit Alumni
- Suparmini, dkk, 2000. *Dasar-dasar Ilmu Geografi. Edisi Revisi 1*. Yogyakarta : Penerbit Jurdik Geografi.