

PERANAN MEDIA DALAM MEMUPUK PERSEFAHAMAN ANTARA ISLAM DAN BARAT

Azizah Hamzah

ABSTRACT

The current trends in the examination of the role of media in bridging differences between the Islamic and the Western world indicate that there is a concerted effort to strengthen the role of mass media as tools against war, violence and unrest. This article examines the many ways the media could and should become an integral part of peacekeeping efforts.

PENGENALAN

Dalam akademia, para pengkaji cenderung merujuk kepada pandangan para sarjana terkemuka tentang topik atau pendapat tertentu. Umpamanya, untuk persoalan seperti di atas pengkaji akan membentangkan latar media dan konteks yang sesuai dengan topik yang ditangani. Dengan demikian, apabila mendekati persoalan ini apa yang penting dan wajar dilakukan adalah untuk memperkenalkan semula dua metafora yang agak klasik dalam penyelidikan media yang juga amat sesuai untuk menggambarkan kesan media ke atas khalayak pembaca (Watson, 1996):

1. Peluru ajaib: secara umumnya bermakna mesej menuju tepat ke sasarannya (*bullseye*). Impaknya amat tepat sehingga tiada apa lagi yang perlu dipersoalkan. Dengan perkataan lain kesannya dirasai dan diterima sepenuhnya tanpa sebarang soal jawab lagi.
2. Jarum hipordemik: membawa pengertian bahawa media massa itu umpama jarum hipordemik yang menyuntik racun atau penawar kepada khalayak. Televisyen, akhbar atau filem adalah picagari manakala mesej atau kandungan media adalah cecair yang disuntik dan pesakit adalah khalayak media.

Dalam bidang sains sosial, The Frankfurt School (Thussu, 2000) menganggap media massa sebagai dadah yang diguna untuk membiarkan golongan pekerja menjadi pasif dan dadah itu terus mencandui masyarakat massa. Lazarsfeld & Merton (1948) telah

menulis tentang kesan kecanduan media, yang mana peningkatan dos komunikasi massa berupaya melemahkan individu daripada menjadi aktif partisipatif kepada khalayak yang pasif pengetahuannya. Adalah berguna juga kita merenung dan memikirkan kesimpulan yang diberi oleh Thompson (1995) yang mengenal pasti empat bentuk kuasa dalam masyarakat yakni kuasa ekonomi, politik, paksaan dan simbolik. Mungkin dalam konteks hari ini, kita perlu berbicara tentang dua bentuk kuasa, yakni paksaan yang berpunca daripada penggunaan kekuatan perkasa, misalnya penaklukan ke atas sesebuah negara oleh negara yang lebih kuat.

Kuasa simbolik pula boleh dilihat sebagai kuasa semiologi, yakni penghasilan sosial daripada makna yang ditafsir pada tanda-tanda termasuklah kandungan simbolik seperti imej atau gambar, rancangan televisyen, filem, kartun atau dialog. Misalnya, imej beberapa orang kanak-kanak lelaki melontar batu. Fikirkan sudut kamera yang memaparkan seolah-olah kanak-kanak itu sedang melontar batu kepada anda sebagai khalayak televisyen (yang sebenarnya kanak-kanak itu sedang melontar ke arah pasukan tentera di mana jurugambar merangkap wartawan sedang berdiri dan cuba mendapatkan sudut pandang yang menarik).

Khalayak dipujuk untuk melihat bahawa keganasan itu adalah lontaran batu sedangkan yang terselindung adalah pasukan tentera yang mempunyai kekuatan senjata yang canggih yang sedang berhadapan dengan lemparan batu yang lemah. Imej aksi melontar batu itulah yang menimbulkan kesan kepada masyarakat bukan Islam di seluruh dunia untuk menimbulkan rasa bersimpati dengan para tentera profesional. Imej para askar bersenjata berat tersembunyi dan terus dilupai. Kaedah sedemikian juga merupakan satu contoh mudah yang mbingkaikan cerita menurut perspektif mereka (Barat). Inilah antara masalah media dan peranannya, sama ada untuk menghubungkan atau melebarkan jurang antara pihak Barat, terutamanya jurus pandang Amerika dan dunia Islam.

KONSTRUKSI PENYELEWENGAN DAN SALAH PAPARAN IMEJ ISLAM DALAM MEDIA

Menurut Chandra Muzaffar (2002), media Barat terus memaparkan Islam sebagai militan agama dan budayanya sebagai suatu ancaman terhadap peradaban Barat. Apa sahaja berkaitan Islam adalah sumber berita, khususnya yang negatif. Islam adalah "satu pihak lain yang tidak boleh berdamai" pada pandangan negara Eropah dan Barat.

Sememangnya terdapat banyak kekurangan dan kelemahan dalam pelaporan penyiasatan (*investigative reporting*) tentang orang Islam oleh media Barat. Lebih banyak perhatian ditumpukan seputar aktiviti militan, panglima perang dan para pemimpin tentera Islam. Masyarakat dunia seharusnya lebih mengetahui tentang orang Islam yang mencintai kedamaian, tetapi itulah yang tidak ditonjolkan dalam berita. Jika bukan tentang militan Islam, atau perpecahan, fragmentasi, fanatisme mahupun fundamentalisme, maka media Barat akan membentuk agenda terhadap isu-isu sosial dan ekonomi di negara-negara membangun dan menonjolkan masalah-masalah seperti kemunduran, kemiskinan dan buta huruf, kebuluran, kelaparan, perang suku dan pertelingkahan politik, isu purdah atau burqa, kurangnya sensitiviti gender dan pemerintahan autokrasi oleh elit pemerintah.

Tajuk seperti ini juga menuntut supaya dibincangkan tentang perspektif “bias” dalam media. Para sarjana media menggunakan ungkapan ini dengan tanda koma kurungan untuk memperlihatkan betapa bermasalahnya ungkapan ini.

Dalam ruang lingkup perbincangan ini, “bias” bermaksud:

1. Penyelewengan secara sadar atau tidak ataupun laporan separa realiti yang menyebabkan sesuatu pelaporan berbentuk sebelah pihak atau tidak sempurna;
2. Penyelewengan yang konsisten dan rutin, sama ada yang disengajakan atau melalui proses pengabaian.

Sarjana media secara umumnya membincangkan tiga perspektif tentang “bias” media, yakni:

- model manipulatif
- model hegemoni
- model pluralis

Model Manipulatif

Manipulasi terjadi pada dua tahap berikut:

- kandungan media massa dimanipulasi oleh pengamal media yang memiliki dan mengawal institusi media cetak dan elektronik.
- minda khalayak dimanipulasi melalui kawalan secara sadar.

Dengan itu, pihak “pemilik” akan menguasai organisasi media dan menggunakannya untuk menyalurkan mesej utama serta kepentingan masing-masing. Model ini hampir menyerupai teori konspirasi, misalnya idea tentang kelompok kecil manusia dan syarikat yang cuba mempromosikan kepentingan mereka sahaja. Oleh itu, pemilik media akan mengawal kandungan media dan membekalkan produk yang tidak menggoncang status quo mereka.

Model Hegemoni

Model ini melihat adanya hegemoni atau wujudnya dominasi suatu ideologi dalam masyarakat. Kumpulan penguasa yang mempunyai kepentingan akan mengawal supaya ideologi dan budaya mereka tersalur sebagai suatu arus utama. Sikap yang ditunjukkan dalam model ini secara umumnya akan mempamerkan rasa curiga dan waspada terhadap golongan radikal, feminis dan kumpulan minoriti. Model ini dimanifestasikan oleh suatu kecondongan oleh para pengampang dan pengurus media, editor dan wartawan untuk mengawal kandungan media. Ungkapan seperti “elit media”, “raja media” dan “kapten industri” wujud dalam lingkungan model ini (Watson, 1996).

Model pluralis

Model ini melihat media sebagai suatu kepelbagaian dan dikawal oleh cita rasa, pilihan dan kegemaran pengguna. Setiap bahagian yang berlainan dalam media massa menumpukan kepada fragmen yang pelbagai dalam masyarakat. Jika ada “bias”, maka kecondongan disebabkan oleh:

- kehendak dan selera khalayak, yakni kehendak kepelbagaian pasaran.
- perwakilan media yang pluralistik.

Bagaimanapun monopoli pemilikan menafikan kepelbagaian media. Struktur pemilikan media lama dan baru kekal sama. Misalnya:

- Hanya empat agensi berita Barat yang membekalkan 90 peratus berita untuk akhbar dan televisyen di seluruh dunia (AP, UPI, Reuters dan AFP).
- Berita televisyen dibekalkan oleh CNN, CNBC, dan BBC World Service.
- Lebih separuh daripada program televisyen import adalah dari Barat.
- Pengeluaran filem global dimonopoli oleh Disney, AOL Time Warner, dan Viacom Universal.

Perlu disedari bahawa mana-mana institusi media mempunyai suatu etos dalaman yang ditanam dan dipupuk oleh para pemilik dan pengamal media terutamanya konglomerat transnasional. Secara amnya, kebanyakan organisasi media tidaklah secara sosialnya bebas dan terdapat tekanan dan pembujukan untuk mematuhi norma-norma dominan.

Pemaparan nilai budaya Islam dalam media

Sebagai contoh yang pertama, terdapat pelbagai gambaran sikap orang Islam terhadap wanita:

- Misalnya David Blunkett, seorang Menteri Kabinet di Britain memberi komen tentang pernikahan yang diatur oleh keluarga pendatang Islam di Britain sebagai amalan kahwin paksa bagi orang Islam British. Seorang pembaca interaktif BBC online mengingatkan pembaca lain bahawa perkahwinan Putera Charles sendiri diatur apabila keluarga diraja British menentukan jodohnya dengan Puteri Diana.
- Akhbar British melaporkan apa yang disebut “penjualan gadis Islam British kepada pengantin lelaki” yakni rakyat asing yang menikahi gadis-gadis itu dengan andaian lelaki-lelaki asing itu ingin menjadi penduduk tetap di England.
- Walau bagaimanapun, puak Taliban telah memanifestasikan suatu metafora baru angkara perlakuan mereka terhadap kaum wanita Afghan. Untuk itu, dunia Islam terpaksa berdepan dan meleraikan unsur negatif yang disasarkan kepada kelemahan mereka dan harus menilainya sendiri.

Kes Salman Rushdie

Pelaporan terhadap fatwa mengenai penulis *Satanic Verses* memaparkan kepada media global tentang sikap orang-orang Islam yang tertentu terhadap seni dan kesusasteraan sehingga orang Iran dianggap sebagai “taksab”.

Pengeboman World Trade Centre, 1993

Tajuk utama agensi berita AP semasa peristiwa itu (“Muslims convicted in ...”) adalah contoh tepat bagaimana media boleh mengenal pasti dan melabel orang-orang dengan mengaitkan agama mereka. Ini berbeza dengan liputan terhadap masalah orang Irish yang tidak dilihat sebagai masalah/konflik penganut Kristian. Orang Bosnia membawa label Islam, sedangkan orang Croatia dan Serbia tidak pula dirujuk kepada kepercayaan dan agama mereka.

9-11

Situasi selepas serangan nekad itu menyaksikan media massa giat memaparkan bentuk ancaman Islam terbaru sedangkan umat Islam juga mengutuk serangan itu kerana mereka juga mencintai keamanan sejagat. Dunia Islam juga menyesali serangan yang memusnahkan dan meragut nyawa manusia di New York, tetapi mereka dengan hampa teringat bahawa selepas peristiwa tersebut, Amerika bersumpah untuk menghapuskan apa yang digelarnya perlakuan yang "evil". Ini secara tidak langsung memberi justifikasi dan menghalalkan tindakan keganasan yang menyumbang kepada situasi yang gawat di Palestin hari ini. Orang Palestin pula dilihat sebagai sebahagian daripada dunia Arab Muslim yang menyokong konspirasi dan terrorisme.

Semasa konflik yang memuncak ini, perbincangan di kalangan massa turut terjerumus ke dalam kancah rasisme budaya yang semakin menular. Kita kerap mendengar "jenaka" seperti:

"Inilah orang Islam, keganasan menjadi darah-daging,"
"Mereka itu Arab, manalah boleh bersatu" dan
"Mereka orang benua kecil, hidup mereka berorientasi konflik."

MEDIA DAN PROMOSI HAK ISLAM

Dunia sedang giat menyaksikan proses nyah-maklumat kerana sewaktu konflik, media siaran berita televisyen global dan agensi berita utama akan bertindak seakan-akan agensi kerajaan. Kita telah menyaksikan Kate Adie dari BBC melaporkan berita dari medan peperangan Falklands dan semasa Libya dihujani bom dan sekarang kita menonton Christianne Amanpour yang lengkap berjaket kalis peluru membawakan laporan dari medan-medan perang.

Orang Islam kecewa dengan media Barat yang gagal membezakan antara pelbagai negara Islam dan kumpulan-kumpulan Islam yang tertentu. Apakah akan tiba suatu waktu di mana umat Islam akan dilaporkan dalam media tanpa sebarang kaitan dengan keganasan? Sebenarnya adalah naif untuk mengaitkan satu bilion umat Islam sebagai bakal pengganas dunia yang berpotensi. Media global perlu bersimpati dengan dunia Islam terutamanya orang Palestin. Umat Islam adalah sebahagian daripada kemanusiaan universal. Mereka memiliki tamadun dan sejarah yang hebat, kreativiti dan rasa kasih terhadap kehidupan di muka bumi ini. Kanak-kanak Islam tidak wajar dibiarkan terus membesar dalam keperitan perang dan diselubungi ketakutan dan masa depan yang tidak menjanjikan harapan.

Adalah amat penting bagi dunia Islam mengerti tentang peranan media dan diajar untuk berinteraksi dengan media. Hanya media yang berupaya memperlihatkan dan memberitahu dunia khususnya kepada kuasa besar dunia yang tunggal bahawa kehidupan majoriti orang Islam amat berbeza daripada apa yang dihidangkan oleh media antarabangsa tertentu. Hanya melalui media, seruan dapat dipancarkan untuk menuntut media antarabangsa memaparkan umat Islam dengan cara yang lebih terhormat. Masanya sudah tiba untuk menarik perhatian media dan melancarkan aktivitisme media serta *cause marketing*, terutamanya dalam usaha memujuk media Barat agar mengubah sikap mereka dan khalayak mereka juga.

Salah satu cara yang berkesan ialah melalui pendidikan literasi media. Sehingga kini tiada badan media global yang mewakili suara Islam, kecuali Al-Jazeera. Malaysia mungkin mengorak langkah ke arah peranan tersebut kerana agensi berita nasional Malaysia, BERNAMA sedang merangka pelan tindakan. Inilah hakikat pedih yang harus diterima kerana wawasan kabur media Islam menyebabkan kita gagal menyalurkan pandangan dan sentimen serta gagal menjelaskan kepada dunia, dan seterusnya tidak berupaya mempengaruhi sebarang proses buat-keputusan. Aktivisme media boleh berupa lobi untuk memberitahu Kongres Amerika dan Senat tentang kesukaran yang ditanggung umat Islam. Pihak yang menjalankan lobi melalui literasi media perlu mengkonstruksi pemahaman yang mendalam tentang dunia Islam. Jadi, masyarakat antarabangsa berpeluang memilih maklumat yang benar dan seimbang bila mengakses media.

Media Islam juga harus melepaskan diri daripada label stereotaip seperti kurang wibawa, tidak terbuka, dan seharusnya bersikap telus dan terbuka kepada orang lain dan sanggup menerima pandangan lain-lain pihak. Pertukaran seperti ini akan memastikan umat Islam dan pihak Barat saling memahami melalui berita dan pendapat yang disiarkan. Dengan perkataan lain, pendidikan literasi media akan menjadi jambatan yang merintang jurang sedia ada dan membenarkan analisis kritikal tentang impak media terhadap agenda politik, budaya dan sosial.

Masanya sudah tiba untuk negara-negara Islam, mungkin boleh melalui Pertubuhan Negara-negara Islam (OIC) atau Malaysia sendiri dengan memanfaatkan pakar media sendiri untuk menubuhkan kumpulan aktivis dan pelobi Islam. Selain itu sokongan juga perlu diberi kepada para aktivis media dalam usaha memperbetulkan imej Islam. Langkah membina semula imej termasuklah usaha untuk menerbit dan menyebarkan majalah dan akhbar, sama ada bercetak ataupun dalam talian, menerbitkan program video dan dokumentari serta melalui internet. Tujuannya ialah untuk membekalkan suatu saluran alternatif yang menyatakan pegangan kita tentang perdamaian sejagat yang pada masa yang sama juga membela dan menuntut hak umat Islam untuk membantah dan tidak mengizinkan sebarang jurang pengetahuan tentang hal ehwal dunia Islam diisi oleh penyelewengan dan pembohongan.

Umat Islam harus dipaparkan dalam imej dan gambaran pengalaman hidup mereka yang sebenarnya. Umat Islam harus berkuasa untuk menentukan naratif tentang diri mereka sendiri. Kesemua tujuan ini tidak dapat dicapai tanpa melibatkan kuasa media.

RUJUKAN

- Chandra Muzaffar. 2001. Islamophobia: A Historical Continuity dalam *Seminar on Understanding Islam and Global View: The Role of the Media*, APDC 3-4 December, Kuala Lumpur
- Lazarsfeld, P. and Merton, R. 1948. Mass Communication, popular taste and organized social action, in W. Schramm and D. Roberts, *The Processes and Effects of Media Communication*, University of Illinois Press
- Thompson, J.B. 1995. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. UK: Polity Press
- Thussu, D. K. 2000. *International Communication: Continuity and Change*, London: Arnold
- Watson, J. 1996. *Media Communication: An Introduction to Theory and Process*, UK: Macmillan Press

AZIZAH HAMZAH is an Associate Professor and Head of the Media Studies Department, University of Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia where she teaches and conducts research on the mass media and its effects, the production and marketing of cultural products and gender issues in the mass media. She has co-edited and co-authored a number of publications, including *Women in Malaysia: Crossing Boundaries* (Kuala Lumpur: Utusan Publications, 2003) and *Networking Women: Empowerment through ICT* (Kuala Lumpur: NCWO, 2002).