

KOMUNIKASI GLOBAL: TEORI, STAKEHOLDERS DAN TREND

1. **Komunikasi Global**
2. **Perkembangan Tradisi Riset dan Komunikasi Global**
3. **Peranan Agensi Berita Global**
4. **Kasus: Produsen Perfilam Dunia.**
5. **Agensi Periklanan Global**

KOMUNIKASI GLOBAL

- **Peperangan global terhadap terorisme.** Isu terorisme menjelma jadi isu global dan dijadikan dikotomi antara Islam dengan non Islam, antara Barat dengan Timur, antara Utara (negara kaya) dan Selatan (negara miskin/Afrika). Akibatnya terjadi perang opini publik, kuatnya corong Barat membuat kesenjangan arus informasi, karena berita-berita dari sumber aslinya disaring oleh Barat.
- **Di China: Pengaruh pertumbuhan media massa.** Media massa termasuk online berpengaruh besar terhadap perubahan politik China, dari negara tertutup komunisme menjadi terbuka, dan kapitalisme, meskipun Partai Komunis China tetap eksis.
- **The New World Information and Communication Order (NWICO).** Pada orde ini belahan dunia seolah terpecah, tidak ada lagi sekat-sekat yang bisa menutupi kondisi nyata di suatu negara. Dengan Internet, seluruh pelosok dunia dapat dipantau secara online oleh seluruh warga dunia, sehingga tak satupun sudut dunia bisa disembunyikan dari berita aktual.

Electronic Colonialism Theory (ECT)

- **Apa itu Teori Kolonialisme Elektronik?** Secara tradisional, riset media massa menelaah tentang isu-isu mikro seperti agenda-setting, kepemilikan, atau kekerasan, atau pada media khusus seperti cetak atau televisi. Hanya sedikit saja yang fokus meneliti aspek makro seperti sistem komunikasi massa secara komprehensif.
- **Namun beberapa ilmuwan** di antaranya fokus untuk riset makro, yaitu Harold Innis, Marshall McLuhan, Armand Mattelart, Jacques Ellul, Ben Bagdikian, dan George Barnett. Konsep NWICO merupakan satu pendekatan makro dalam riset media massa. Teori Kolonialisme Elektronik merefleksikan kondisi terkini, mengenai kolonisasi global. Pembagian teori ini ada 4, yaitu:
 - **Era kolonisasi militer:** BC-1600
 - **Kolonialisasi Kristen:** 1000-1600
 - **Kolonialisasi pedagang** (mercantile): 1600-1950
 - **Kolonialisasi elektronik:** 1950-sekarang.

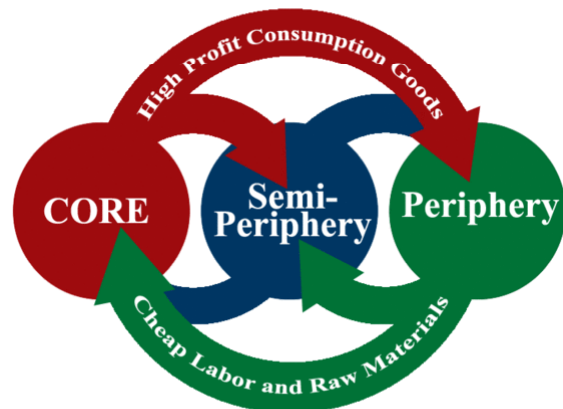
- **Kolonialisme elektronik.** Tergantung pada hubungan antara negara miskin dengan negara maju (pascaindustri) yang ditandai dengan kemapanan perangkat keras komunikasi dan produksi perangkat lunak, bersama para insinyur, teknisi, nilai-nilai, dan ekspektasi yang eksis dalam keragaman budaya, kebiasaan, nilai-nilai, dan proses sosialisasinya sendiri. Dari buku komik hingga satelit, teknologi informasi membuat segalanya mudah untuk mengirim dan menerima pesan.



TEORI SISTEM DUNIA

- **The World-System Theory (WST).**

Teori sistem dunia menunjukkan adanya Centers (negara yang jadi Pusat kekuasaan) yakni negara-negara maju yang dikelilingi beberapa lapisan di luarnya sebagai Periphery (negeri pinggiran) yaitu negara industri baru, kemudian di lapisan luarnya lagi adalah negara berkembang dan akhirnya negara miskin. Seluruh isu global didominasi oleh Centers dan diimbangkan oleh Peripheries.



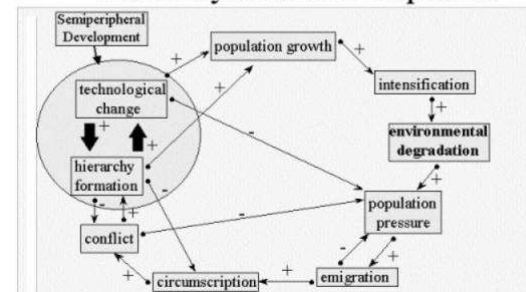
Wallerstein's World System Theory Model

- **The Connection: Electronic Colonialism** and World-System Theories.

Kekuatan dan kekuasaan elektronik bisa mengontrol seluruh kejadian permukaan bumi yang bundar, sehingga arus informasi ini bisa dikendalikan dari pusat-pusatnya berdasarkan backbone (tulang punggung) Internet yang dikendalikan satelit.

- **Kondisi inilah yang memperkuat Teori Sistem Dunia** yang masih memiliki layer (lapisan) Centers (negara-negara pusat) dan Peripheries (negara-negara pinggiran), sehingga kekuasaan itu menjadi tambah besar dan sulit untuk dipecahkan oleh negara-negara pinggiran untuk menuntut kesederajatan dalam arus informasi.

Basic Iteration Model of World-System Development



Sistem-Dunia

- **Sistem dunia: Sistem sosial** secara historis merupakan bagian yang saling bergantung membentuk struktur yang dibatasi dan beroperasi sesuai dengan aturan berbeda, atau sebuah "unit dengan satu divisi tenaga kerja dan sistem multibudaya" (1974a: 390).
- **Tiga contoh menonjol:** sistem-mini, kekuatan (poer) dunia, dan ekonomi dunia. Sistem dunia modern adalah dunia-ekonom, yakni "lebih besar daripada yang definisikan unit politik yuridis " dan "hubungan mendasar antara bagian-bagian ekonomi".
- **Dunia ekonomi kapitalis** dikedepankan karena akumulasi modal swasta, melalui eksploitasi dalam produksi dan distribusi penjualan untuk meraih profit di pasar. Demikian sebagai motor penggeraknya adalah "sebuah sistem yang beroperasi pada keutamaan akumulasi modal yang tak berujung akhirnya melalui komodifikasi segala sesuatu."

KOMUNIKASI GLOBAL

- **Komunikasi global** adalah kemampuan untuk menyediakan atau memberikan akses informasi lintas budaya melalui penontonan, percakapan, pendengaran, pembacaan dan penulisan. Keterampilan komunikasi merupakan dalam lingkungan bisnis, di mana hambatan bahasa dan budaya memengaruhi efisiensi organisasi.

“International” and “Global”

- **Internasional: 'Istilah' transnasional**
'dan' global 'komunikasi tidak hanya berdiri untuk definisi yang berbeda dari ruang komunikasi yang berkembang tetapi juga mencerminkan sejarah komunikasi di seluruh dunia serta keragamannya.
- **Komunikasi global** memberi kita pandangan saksi mata peristiwa di lokasi terpencil, kita berpartisipasi dalam wacana politik relevansi global, regional atau bahkan lokal.
- **Proses-proses global**, di mana pengetahuan, nilai-nilai dan etika, estetika, gaya hidup dipertukarkan, menjadi otonom, sebuah 'budaya ketiga', bingkai 'generatif kesatuan dalam keragaman yang dapat terjadi (Featherstone, 1990:2).
- **Seperti 'budaya dunia global'** dibentuk oleh - komunikasi.

SISTEM KOMUNIKASI GLOBAL NON-U.S.A

- **Imperialisme Kultural.** Istilah “Imperialisme budaya” dikemukakan oleh Herbert I. Schiller yang menyoroti masalah isu-isu global dalam kepemilikan media (global ownership), informasi yang hanya berjalan satu arah (negara maju ke negara terbelakang), kekuasaan (power), dan pengaruh kekuatan periklanan.
- **The United States of Europe (USE).** Televisi Eropa, film, musik, TVkabel, dan industri satelit mengalami penyatuan di ke-25 negara Uni Eropa yang bersatu sebagai media internasional. Selanjutnya, lahirlah konsep the United States of Europe (USE), terutama tercetus setelah PD II.
- **Korporasi Multimedia di Luar USA.** Beberapa pemilik utama korporasi MNC di luar AS (khususnya USE) sbb: **Bertelsmann (Germany), Vivendi (France), Matra Mchette (France), Canal Plus (France), Pathe (France), pearson (UK), VNU (Netherlands), Mediaset (Italy), Alex Springer (Germany).**

PERKEMBANGAN RISET KOMUNIKASI GLOBAL

- **Development Journalism/ Communication.** Jurnalisme atau komunikasi yang berkembang di masa awal penemuan ilmu komunikasi sendiri banyak diarahkan untuk mendukung pembangunan pascaPD II, termasuk di negara-negara berkembang sehingga dikenal dengan istilah Jurnalisme Pembangunan (pers Pembangunan).
- **Model Pertumbuhan Ekonomi.** Model pertumbuhan ekonomi yang ditempuh seperti trickle down effects menginginkan inisiatif membangun itu dari atas sehingga kalangan bawah bisa menyerap manfaat kesejahteraan, namun sayangnya jika pembangunan itu menyeleweng sehingga tidak sampai menetes ke bawah. Sedangkan model pembangunan sebaliknya adalah Bottom up, yakni aspirasi dan gagasan secara mandiri oleh masyarakat bawah kemudian diberikan dukungan biaya pembangunan oleh pemerintah, dan ternyata konsep ini lebih banyak memberikan dampak positif terutama bagi pemerataan, sehingga lahirlah konsep “dari rakyat untk rakyat” namun dananya disiapkan pemerintah.

Kasus: Produsen Film *Nollywood* Terbesar di Dunia

- **Nigeria (*Nollywood*), setelah *Hollywood* dan *Bollywood***

Tanpa hingar-bingar, Nigeria kini justru menjadi negara produsen film terbesar di dunia yang dikenal sebagai *Nollywood*. Pusat film dunia ini mungkin masih asing didengar bagi kita karena berada di jantung benua Afrika. Posisi *Nollywood* dari segi angka produksi memang terbatas, meskipun dalam konteks kekuatan ekonomi (nilai), posisinya berada pada urutan ketiga setelah *Hollywood* dan *Bollywood*.

- **Keragaman Film *Nollywood*.**

Kebanyakan film Nigeria tidak dihasilkan di studio. Film video diperuntukkan bagi konsumsi di hotel atau rumah jabatan yang sering disewakan. Lokasi shooting yang paling populer adalah di ibukota Lagos sendiri lalu di Enugu dan Abuja.

Tabel: Produksi film terbesar di beberapa negara di dunia

No	Negara	2003	2007
1	Nigeria	662	>1500
2	India	943	1091
3	United States	459	590
4	Japan	287	407
5	China	N.A	402
6	France	183	288
7	Russia	N.A	200
8	Germany	80	173

- **Keragaman daerah** dalam film Nollywood jelas muncul, terutama dalam film yang dibuat dalam bahasa Hausa, bahasa bagian barat Nigeria seperti Yoruba, sedang film dengan bahasa Edo dibuat di kota Benin serta film-film berbahasa Igbo dibuat di bagian tenggara. Banyak produsen besar bermarkas di Surulere dan Lagos.

- **Produsen Swasta.** Kebanyakan film diproduksi oleh perusahaan-perusahaan swasta dan para wirausahawan, sehingga industri ini benar-benar telah menciptakan apa yang disebut sebagai ekonomi kreatif. Pendapatan terbesar dalam siklus ekonomi ini justru diperoleh dari produksi film video yang dipasarkan langsung (direct-to-viseo market).
- **Biaya Produksi.** Biaya film rata-rata produksinya antara \$17.000 hingga \$23.000, yang dishoot selama seminggu masa produksi—yang hasilnya beredar sejumlah 150,000 hingga 200,000 keping di seluruh Nigeria dalam satu hari. Dengan pendapatan sebesar ini, semakin banyak dan semakin besar lagi perputaran industri film di sana. Dari sejumlah laporan yang dikompilasi, total nilai industri film Nollywood hingga akhir 2008 lebih dari \$500 juta. Dan hebatnya, roda perputaran ekonomi kreatif ini terus bertumbuh dan berkembang.



Filmmakers Nollywood Berproduksi dengan sangat Efisien

Dominasi Media Global

dalam Perolehan Periklanan, Berdasarkan Jenis Media

100 LEADING NATIONAL ADVERTISERS					
MEDIA	ADVERTISING EXPENDITURES			MEDIUM AS A % OF TOTAL*	
	2007	2006	% CHG	2007	2006
Magazine	\$9,538	\$9,235	3.3	9	8.9
Sunday magazine	755	736	2.6	0.7	0.7
B-to-B magazine	491	541	-9.3	0.5	0.5
Local magazine	16	15	2.7	0	0
National newspaper	1,063	1,200	-11.4	1	1.2
Local newspaper	5,328	5,836	-8.7	5.1	5.6
FSI	818	847	-3.3	0.8	0.8
Network TV	18,029	18,282	-1.4	17.1	17.6
Spot TV	5,165	5,588	-7.6	4.9	5.4
Syndicated TV	2,557	2,408	6.2	2.4	2.3
Cable TV networks	9,075	8,954	1.4	8.6	8.6
Network radio	460	414	11	0.4	0.4
National spot radio	1,015	1,096	-7.4	1	1.1
Local radio	1,751	1,846	-5.2	1.7	1.8
Outdoor	1,038	957	8.4	1	0.9
Direct mail	NA	NA	NA	NA	NA
Internet	4,185	3,139	33.3	4	3
Measured media	61,283	61,094	0.3	58.1	58.9
Unmeasured spending	44,205	42,650	3.6	41.9	41.1
Total U.S. spending	105,488	103,745	1.7	100	100