

## ***Peran Media Massa Dalam Menyerukan Budaya Keberagaman di Indonesia***

**Swandaru Pradika Wardana, Aris Saefulloh, Untung Famuji**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Email: [shogunsekar123@gmail.com](mailto:shogunsekar123@gmail.com)

### ***Abstract***

*Indonesia's cultural diversity serves as a defining characteristic of its national identity, yet this pluralism frequently generates intercultural conflicts manifesting through ethnic, religious, and racial tensions across multiple regions. This study investigates mass media's strategic role in promoting diversity culture within Indonesia's pluralistic society. Employing a qualitative descriptive methodology with literature review approach, this research analyzes how mass media functions as a critical bridge for cross-cultural communication through its extensive audience reach and cultural framing capabilities. Findings reveal that mass media possesses significant potential to foster mutual understanding and acceptance among diverse cultural groups by serving as an informational conduit that connects disparate cultures. However, commercial imperatives often compromise this function, leading to stereotype reinforcement rather than cultural appreciation. The study concludes that while mass media holds transformative power in cultivating diversity awareness, realizing this potential requires institutional commitment to journalistic independence, editorial neutrality, and prioritization of social responsibility over profit maximization. Recommendations include strengthening media literacy programs and developing alternative media platforms that genuinely serve public interest.*

**Keywords:** *Mass Media Role, Cultural Diversity Promotion, Multiculturalism, Cross-Cultural Communication, National Identity*

### **Abstrak**

Keberagaman budaya Indonesia merupakan karakteristik identitas nasional yang khas, namun pluralisme ini seringkali menghasilkan konflik antarbudaya yang terwujud melalui ketegangan etnis, agama, dan ras di berbagai wilayah. Penelitian ini menginvestigasi peran strategis media massa dalam menyerukan budaya keberagaman dalam masyarakat pluralistik Indonesia. Menggunakan metodologi kualitatif deskriptif dengan pendekatan kajian pustaka, penelitian ini menganalisis bagaimana media massa berfungsi sebagai jembatan kritis komunikasi lintas budaya melalui jangkauan audiens yang luas dan kemampuan pembedayaan kultural. Temuan mengungkapkan bahwa media massa memiliki potensi signifikan untuk memfasilitasi pemahaman dan penerimaan mutual antarkelompok budaya yang beragam dengan menjadi saluran informasional yang menghubungkan kultur-kultur yang terpisah. Namun, imperatif komersial sering mengkompromikan fungsi ini, menghasilkan penguatan stereotip alih-alih apresiasi kultural. Penelitian menyimpulkan bahwa meskipun media massa memegang kekuatan transformatif dalam mengkultivasi kesadaran keberagaman, merealisasikan potensi ini memerlukan komitmen institusional terhadap independensi jurnalistik, netralitas editorial, dan prioritas tanggung jawab sosial di atas maksimalisasi profit. Rekomendasi mencakup penguatan program literasi media dan pengembangan platform media alternatif yang benar-benar melayani kepentingan publik.

**Kata Kunci:** Peran Media Massa, Promosi Keberagaman Budaya, Multikulturalisme, Komunikasi Lintas Budaya, Identitas Nasional

## A. Pendahuluan

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri atas lebih dari 17.000 pulau dan dihuni oleh lebih dari 300 kelompok etnis, merepresentasikan salah satu mosaik kultural paling kompleks di tingkat global.<sup>1</sup> Keragaman tersebut mencakup perbedaan bahasa, adat istiadat, sistem kepercayaan, serta ekspresi budaya yang membentuk identitas nasional yang majemuk. Dalam kerangka kebangsaan, pluralisme ini seharusnya menjadi modal sosial strategis yang memperkuat persatuan nasional, mendorong kreativitas sosial, serta memperkaya dinamika demokrasi dan pembangunan nasional.

Namun, realitas empiris menunjukkan bahwa keberagaman sosial-budaya tidak selalu berimplikasi positif. Dalam berbagai konteks, pluralisme justru mengalami distorsi dan bermetamorfosis menjadi sumber konflik horizontal yang berpotensi mengancam kohesi sosial dan stabilitas nasional. Data Badan Pusat Statistik mencatat adanya kecenderungan peningkatan insiden konflik berbasis identitas dalam dua dekade terakhir, yang termanifestasi dalam bentuk ketegangan komunal, ujaran kebencian, polarisasi sosial, hingga kekerasan massal yang melibatkan dimensi etnis, agama, dan ras. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada rusaknya relasi antar kelompok masyarakat, tetapi juga menimbulkan implikasi sosial-ekonomi berupa menurunnya rasa aman, terganggunya aktivitas ekonomi lokal, serta melemahnya kepercayaan publik terhadap institusi sosial dan negara.

Dalam konteks tersebut, pengelolaan keberagaman menjadi agenda strategis yang tidak dapat dilepaskan dari peran aktor-aktor sosial, termasuk media massa. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai produsen makna sosial yang memiliki kemampuan membentuk opini publik, merepresentasikan realitas sosial, serta mengonstruksi narasi tentang identitas dan perbedaan. Oleh karena itu, cara media membingkai isu keberagaman memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat toleransi dan kohesi sosial atau, sebaliknya, memperdalam fragmentasi dan konflik sosial. Kondisi ini menempatkan media massa sebagai aktor kunci dalam upaya menumbuhkan budaya keberagaman yang inklusif di tengah masyarakat multikultural Indonesia.

Fenomena paradoks tersebut menegaskan urgensi transformasi mekanisme komunikasi dari potensi pemicu konflik menjadi instrumen penguat kohesi sosial. Literatur kontemporer dalam kajian komunikasi antarbudaya menunjukkan bahwa pemahaman mutual (*mutual understanding*) merupakan prasyarat fundamental bagi terciptanya koeksistensi yang harmonis dalam masyarakat plural. Rahman, dalam kajiannya mengenai peran media dalam komunikasi lintas budaya, menekankan pentingnya konsep *global understanding* sebagai pendekatan

---

<sup>1</sup> Nurul Akhmad, *Ensiklopedia Keragaman Budaya* (Alprin, 2020).

alternatif yang menolak logika uniformitas, karena pendekatan tersebut terbukti kurang adaptif dan kontraproduktif dalam konteks masyarakat heterogen. Pandangan ini diperkuat oleh temuan empiris Najwan yang mendokumentasikan kegagalan kebijakan asimilasi pada masa Orde Baru, yang lebih menekankan penyeragaman identitas dibandingkan pengakuan dan penghargaan terhadap perbedaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang berbasis pada inklusivitas dan pengakuan terhadap keragaman menjadi prasyarat penting dalam membangun relasi sosial yang stabil dan berkelanjutan di tengah masyarakat multikultural.<sup>2</sup>

Meskipun diskursus akademik mengenai multikulturalisme dan komunikasi antarbudaya telah mengalami perkembangan yang signifikan, masih terdapat keterbatasan dalam kajian yang secara spesifik menempatkan media massa sebagai agen sosialisasi nilai-nilai pluralisme. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung berfokus pada pengembangan kerangka teoritis multikulturalisme atau pada analisis kasus konflik sosial tertentu, sementara kajian yang menelaah secara sistematis peran media massa sebagai institusi sosial dalam membentuk kesadaran kolektif dan menumbuhkan apresiasi terhadap keberagaman relatif masih terbatas. Kesenjangan ini menjadi semakin relevan mengingat tingginya tingkat penetrasi media massa yang menjangkau hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia, sehingga menjadikannya instrumen strategis dalam mendorong transformasi sosial yang berorientasi pada penguatan nilai-nilai toleransi dan inklusivitas.

Bertolak dari kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan kajian dengan menganalisis secara komprehensif peran media massa dalam menyerukan budaya keberagaman sebagai bagian dari konstruksi identitas nasional Indonesia. Secara khusus, penelitian ini memfokuskan kajian pada empat aspek utama, yaitu: (1) konstruksi multikulturalisme dalam kerangka identitas nasional Indonesia kontemporer; (2) mekanisme dan potensi strategis media massa dalam memfasilitasi komunikasi lintas budaya; (3) relasi antara kepentingan komersial media dan tanggung jawab sosialnya; serta (4) prinsip netralitas dan independensi editorial yang diperlukan untuk mengoptimalkan fungsi media dalam mempromosikan nilai-nilai keberagaman.

Konteks penelitian ini adalah Indonesia kontemporer dengan fokus pada media massa mainstream (cetak dan elektronik) serta kemunculan media alternatif sebagai respons terhadap kapitalisasi media. Unit analisis mencakup fungsi, konten, dan dampak media massa terhadap persepsi publik tentang keberagaman budaya.<sup>3</sup> Signifikansi penelitian ini terletak pada

---

<sup>2</sup> Idi Subandy Ibrahim and Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014).

<sup>3</sup> Ido Prijana Hadi, *Penelitian Media Kualitatif-Rajawali Pers* (PT. RajaGrafindo Persada, 2021).

kontribusinya terhadap pengembangan framework teoretis tentang peran media dalam masyarakat plural dan implikasi praktisnya untuk kebijakan media yang mendukung kohesi sosial.<sup>4</sup>

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis untuk mengeksplorasi dan menginterpretasi fenomena sosial terkait peran media massa dalam promosi budaya keberagaman. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada karakteristik objek kajian yang bersifat kompleks, multidimensional, dan memerlukan pemahaman mendalam terhadap konteks sosio-kultural yang melatarbelakanginya. Sebagaimana dikemukakan Lincoln dan Guba, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan kompleksitas realitas sosial yang sulit diukur melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menerapkan metode kajian pustaka (*library research*) sebagai strategi pengumpulan data utama. Sumber data primer meliputi artikel jurnal ilmiah bereputasi, baik nasional maupun internasional, yang dipublikasikan dalam rentang sepuluh tahun terakhir (2014-2024) untuk memastikan relevansi dan aktualitas informasi.<sup>5</sup> Sumber data sekunder mencakup buku teks, monograf akademik, laporan penelitian, dan dokumen kebijakan yang berkaitan dengan komunikasi massa, multikulturalisme, dan studi media. Kriteria seleksi literatur meliputi relevansi tematik, kredibilitas sumber, dan kontribusi teoretis atau empiris terhadap diskursus yang dikaji.

Teknik analisis data menggunakan analisis konten tematik (*thematic content analysis*) yang melibatkan beberapa tahapan sistematis. Pertama, tahap familiarisasi di mana peneliti membaca dan mencatat literatur terkait untuk memperoleh pemahaman holistik tentang lanskap penelitian. Kedua, tahap kodifikasi di mana data direduksi menjadi unit-unit makna yang kemudian dikategorisasi berdasarkan tema-tema utama yang muncul.<sup>6</sup> Ketiga, tahap identifikasi pola di mana hubungan antar tema dianalisis untuk mengidentifikasi pattern, konsistensi, atau inkonsistensi dalam literatur. Keempat, tahap interpretasi di mana temuan disintesis dengan kerangka teoretis untuk menghasilkan pemahaman baru atau memperkuat argumen yang ada. Kelima, tahap presentasi di mana hasil analisis disajikan secara naratif dengan dukungan kutipan atau referensi yang relevan.

---

<sup>4</sup> Untung Famuji and Khusnul Khotimah, "Optimalisasi Feed Instagram Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Akun@ Quranreview Dalam Meningkatkan Pemahaman Al-Qur'an Melalui Platform Broadcasting Digital," *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam* 17, no. 2 (2025): 173–82.

<sup>5</sup> Hartono Bancong, *Strategi Reviu Riset Dan Konstruksi Teori: Metode, Analisis, Dan Studi Kasus* (Indonesia Emas Group, 2025).

<sup>6</sup> Namirah Adelliani, Citra Afny Sucirahayu, and Azmiya Rahma Zanjabila, *Analisis Tematik Pada Penelitian Kualitatif* (Penerbit Salemba, 2023).

Untuk menjamin kualitas dan rigor penelitian, penelitian ini menerapkan beberapa strategi validasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan menggunakan beragam jenis literatur dari perspektif disiplin yang berbeda (komunikasi, sosiologi, antropologi, studi media). Audit trail dijaga dengan mendokumentasikan secara sistematis proses pengumpulan dan analisis data. Refleksivitas peneliti dipertahankan melalui kesadaran kritis terhadap posisi dan bias potensial yang mungkin mempengaruhi interpretasi data.<sup>7</sup> Keterbatasan penelitian ini terletak pada dependensinya terhadap data sekunder yang membatasi kemampuan untuk mengeksplorasi pengalaman *lived-experience* partisipan atau melakukan observasi langsung terhadap praktik media. Namun, pendekatan ini tetap valid dan valuable untuk tujuan penelitian ini yang berfokus pada sintesis pengetahuan yang ada dan pengembangan framework konseptual tentang peran media dalam promosi keberagaman.<sup>8</sup>

### C. Hasil dan Pembahasan

#### 1. *Multikulturalisme sebagai Fondasi Identitas Nasional Indonesia*

Multikulturalisme, sebagai paradigma sosial-politik, merepresentasikan pengakuan dan valorisasi terhadap pluralitas kultural dalam konstruksi identitas kolektif. Azzra mendefinisikan multikulturalisme sebagai *worldview* yang kemudian ditranslasikan ke dalam *politics of recognition*, yakni kebijakan-kebijakan publik yang secara aktif mengafirmasi keberadaan dan legitimasi keberagaman kultural. Dalam konteks Indonesia, multikulturalisme bukan sekadar deskripsi realitas demografis tetapi merupakan pilihan ideologis dan strategi nation-building yang terenkapsulasi dalam semboyan *Bhinneka Tunggal Ika*.<sup>9</sup>

Blum memperluas konseptualisasi ini dengan menekankan dimensi epistemologis dan afektif multikulturalisme. Menurutnya, multikulturalisme mencakup tidak hanya pengetahuan (*knowledge*) tentang keberagaman budaya, tetapi juga apresiasi (*appreciation*), valorisasi (*valuing*), dan rasa ingin tahu (*curiosity*) terhadap tradisi kultural yang berbeda dari milik sendiri. Formulasi ini menggeser multikulturalisme dari toleransi pasif menuju engagement aktif dengan alteritas kultural, suatu transformasi yang esensial untuk kohesi sosial dalam masyarakat heterogen.<sup>10</sup>

Determinan geografis dan historis Indonesia menghasilkan diversitas kultural yang *extraordinary*. Kepulauan yang membentang dari Sabang hingga Merauke, dengan ekosistem geografis yang variatif, memfasilitasi evolusi sistem kultural yang distinktif di

---

<sup>7</sup> Hadi, *Penelitian Media Kualitatif-Rajawali Pers*.

<sup>8</sup> Melyana R Pugu, Sugeng Riyanto, and Rofiq Noorman Haryadi, *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, Dan Aplikasi* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

<sup>9</sup> Taat Wulandari, *Konsep Dan Praksis Pendidikan Multikultural* (UNY Press, 2020).

<sup>10</sup> AHMAD SHOFI MUHYIDDIN, "Nalar Multikulturalisme Dr (HC). KH. Ahmad Mustofa Bisri Dan Implikasinya Terhadap Dakwah Islam Nusantara," n.d.

setiap region. Proses historical ini menghasilkan lebih dari 700 bahasa daerah, ratusan sistem kepercayaan dan praktik ritual, serta multiplisitas struktur sosial dan sistem nilai yang koeksis dalam satu entitas politik. Realitas ini menjadikan Indonesia sebagai laboratory natural untuk studi tentang managing diversity dalam skala nasional.<sup>11</sup>

Namun, pencapaian ideal Bhineka Tunggal Ika menghadapi tantangan struktural yang signifikan. Najwan mendokumentasikan eskalasi konflik berbasis identitas dalam dua dekade reformasi, dengan insiden di Aceh, Papua, Maluku, Kalimantan Barat, dan Sulawesi Tengah sebagai manifestasi dari kegagalan integrasi sosial.<sup>12</sup> Analisis terhadap konflik-konflik ini mengungkap bahwa akar permasalahan seringkali terletak pada persepsi ketidakadilan distributif, kompetisi sumber daya, dan konstruksi identitas yang eksklusif yang mengategorikan kelompok lain sebagai ancaman.

Fenomena ini mengindikasikan gap antara idealisme multikulturalisme normatif dan praktik sosial quotidian. Syam mengidentifikasi beberapa faktor kontributif: pertama, lemahnya pendidikan multikultural yang sistematis; kedua, politisasi identitas untuk mobilisasi massa; ketiga, ketimpangan ekonomi yang terstruktur berdasarkan garis etnis atau agama; dan keempat, narasi media yang cenderung sensasionalis dan memperkuat stereotip.<sup>13</sup> Kompleksitas ini mendemonstrasikan bahwa promosi multikulturalisme memerlukan intervensi multi-level yang melibatkan tidak hanya kebijakan formal tetapi juga transformasi diskursus publik melalui institusi-institusi seperti media massa.

## 2. *Potensi Transformatif Media Massa dalam Komunikasi Lintas Budaya*

Media massa menempati posisi strategis dalam ekologi komunikasi masyarakat kontemporer. Sebagai institusi sosial yang memiliki kapasitas untuk diseminasi informasi massal dengan jangkauan geografis yang ekstensif dan penetrasi demografi yang mendalam, media massa berfungsi sebagai agen sosialisasi yang membentuk persepsi, sikap, dan *behavior audiens*. Dalam konteks masyarakat plural, potensi media sebagai fasilitator dialog antarbudaya menjadi *particularly salient*.<sup>14</sup> Sri mengidentifikasi beberapa fungsi fundamental media massa yang relevan untuk promosi multikulturalisme. Pertama, fungsi informasi di mana media menyediakan akses terhadap realitas kultural yang beragam, memungkinkan audiens untuk memahami *lifeways*, *worldviews*, dan *value systems* yang berbeda dari milik mereka. Kedua, fungsi edukasi di mana media tidak hanya menyajikan

<sup>11</sup> Mochtar Pabottingi, *Nasionalisme Dan Egalitarianisme Di Indonesia, 1908-1980: Menelaah Masalah-Masalah Diskontinuitas Dalam Diskursus Dan Praktik Politik* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2023).

<sup>12</sup> Syafuan Rozi et al., *Politik Identitas: Problematika Dan Paradigma Solusi Keetnisan Versus Keindonesiaan Di Aceh, Riau, Bali Dan Papua* (Bumi Aksara, 2021).

<sup>13</sup> Wulandari, *Konsep Dan Praksis Pendidikan Multikultural*.

<sup>14</sup> M Reza Saputra and Fajar Hidayat, "Dinamika Komunikasi Persuasif Dalam Media Massa: Teknik, Strategi, Dan Pengaruh Terhadap Perilaku Masyarakat," *Jurnal Al Nahyan* 2, no. 1 (2025): 62–73.

fakta tetapi juga mengkontekstualisasi dan menginterpretasi informasi untuk memfasilitasi pembelajaran sosial. Ketiga, fungsi integrasi sosial di mana media menciptakan *shared experiences* dan *common references* yang mengikat komunitas-komunitas yang terpisah secara geografis atau kultural.<sup>15</sup>

Hall mengartikulasikan hubungan dialektis antara budaya dan komunikasi dengan pernyataan seminal: “culture is communication and communication is culture” Proposisi ini mengimplikasikan bahwa media massa, sebagai medium komunikasi dominan dalam masyarakat modern, secara inheren adalah agen kultural yang tidak hanya merefleksikan tetapi juga mengkonstruksi realitas budaya. Melalui seleksi, framing, dan representasi konten, media massa membentuk bagaimana audiens memahami dan mengevaluasi kelompok kultural yang berbeda.<sup>16</sup> Penelitian Ramadhani tentang peran media dalam komunikasi lintas budaya mendemonstrasikan bahwa eksposur media terhadap diversitas kultural berkontribusi positif terhadap pengembangan *competence* komunikasi antarbudaya.<sup>17</sup> Audiens yang secara reguler terpapar representasi kultural yang beragam dan autentik dalam media cenderung mengembangkan empati yang lebih tinggi, reduksi prejudice, dan keterbukaan terhadap kontak intergroup. Mekanisme psikologis yang mendasari efek ini adalah vicarious contact hypothesis, di mana eksposur media terhadap *outgroup* dapat menghasilkan efek yang paralel dengan kontak interpersonal langsung dalam kondisi tertentu.

Namun, potensi transformatif ini tidak otomatis terealisasi. Efektivitas media dalam promosi multikulturalisme contingent pada kualitas representasi dan authenticity portrayal. Media yang menyajikan stereotip reduktif, eksotisasi superficial, atau framing yang bias justru dapat memperkuat *prejudice* dan *social distance*.<sup>18</sup> Dengan demikian, kualitas konten media dan prinsip-prinsip jurnalistik yang mendasarinya menjadi determinan krusial dari kontribusi media terhadap kohesi sosial dalam masyarakat plural.

### 3. *Ekonomi Politik Media: Antara Komersialisme dan Tanggung Jawab Sosial*

Analisis kritis terhadap peran media massa dalam promosi multikulturalisme tidak dapat mengabaikan struktur ekonomi-politik yang membingkai produksi media. Pendekatan ekonomi politik media, sebagaimana diartikulasikan Mosco dan Wasko, mengarahkan atensi pada bagaimana kekuatan ekonomi dan relasi kekuasaan membentuk konten, distribusi, dan

<sup>15</sup> Bertha Sri, Eko Hendar, and Putranto Veronika, *Mengembangkan Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Berbasis Kearifan Lokal Untuk Membangun Keharmonisan Relasi Antar Etnis Dan Agama* (BuatBuku. com, 2021).

<sup>16</sup> Vijai N Giri, “Culture and Communication Style,” *The Review of Communication* 6, no. 1–2 (2006): 124–30.

<sup>17</sup> Nazwah Ramadhani et al., “Menguraikan Tantangan Yang Disebabkan Oleh Stereotip Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya,” *Interaction Communication Studies Journal* 1, no. 3 (2024): 16.

<sup>18</sup> Famuji and Khotimah, “Optimalisasi Feed Instagram Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Akun@ Quranreview Dalam Meningkatkan Pemahaman Al-Qur’an Melalui Platform Broadcasting Digital.”

konsumsi media.<sup>19</sup> Dalam sistem media kapitalis, logika akumulasi modal seringkali bertensi dengan misi jurnalistik dan tanggung jawab sosial.

Sudibyo mengelaborasi bahwa media massa dalam konteks neoliberal kontemporer tidak hanya berfungsi sebagai medium komunikasi tetapi telah bertransformasi menjadi komoditas yang value-nya ditentukan oleh kapasitasnya untuk menghasilkan profit. Imperativ komersial ini mempengaruhi produksi konten dalam beberapa cara: pertama, preferensi untuk konten yang sensasional dan *conflict-oriented* karena menarik rating lebih tinggi; kedua, simplifikasi naratif untuk mengakomodasi attention span audiens yang terbatas; ketiga, representasi stereotipikal yang reinforcing existing prejudices karena resonan dengan worldview audiens mayoritas; dan keempat, marginalisasi voices dan perspektif minoritas yang tidak dipersepsikan sebagai *commercially viable*.<sup>20</sup>

Marcuse, dalam kritik terhadap masyarakat industrial modern, mengemukakan konsep “masyarakat satu dimensi” di mana teknologi dan media menjadi instrumen kontrol sosial yang efektif, menumpulkan *critical consciousness* dan mereduksi kemampuan masyarakat untuk membayangkan alternatif sosial.<sup>21</sup> Dalam konteks ini, media yang terdominasi logika komersial cenderung mereproduksi ideologi dominan dan melegitimasi status quo, alih-alih memfasilitasi dialog kritis tentang isu-isu sosial seperti keberagaman dan keadilan.

Sebagai respons terhadap komodifikasi dan kapitalisasi media mainstream, telah emerge gerakan media alternatif yang berupaya menciptakan ruang komunikasi yang lebih demokratis dan inklusif. Fuchs mendefinisikan media alternatif sebagai praktik komunikasi yang berorientasi pada *empowerment*, *participation*, dan *social justice* alih-alih profit maximization. Sandoval dan Fuchs menekankan bahwa media alternatif harus dilandaskan pada visi menciptakan masyarakat demokratis yang bebas dari represi dan opresi, dengan participasi grassroots sebagai kekuatan fundamental.

Maryani mengelaborasi bahwa media alternatif mengoperasionalisasi prinsip-prinsip yang distinktif: pertama, sukses diukur bukan dari *audience size* atau *revenue* tetapi dari kemampuan membuka dialog dalam ruang publik; kedua, ownership dan governance yang demokratis dengan *involvement* komunitas; ketiga, konten yang memprioritaskan voices dan concerns kelompok marginal; dan keempat, commitment terhadap social *change* alih-alih status quo maintenance. Dalam konteks promosi multikulturalisme, media alternatif

---

<sup>19</sup> Wahyuddin Bakri, “POLITIK, KEKUASAN DAN MEDIA,” n.d.

<sup>20</sup> Heru Nugroho et al., *Proliferasi Pemikiran Sosial Kritis* (PT Kanisius, 2023).

<sup>21</sup> Theguh Saumantri, “Konsumerisme Masyarakat Kontemporer Menurut Herbert Marcuse,” *Media: Jurnal Filsafat Dan Teologi* 3, no. 2 (2022): 162–77.

menawarkan model yang lebih aligned dengan tujuan emansipatoris komunikasi lintas budaya.<sup>22</sup>

#### 4. *Netralitas, Objektivitas, dan Independensi: Prinsip Ideal Jurnalisme*

Diskursus tentang peran media dalam promosi multikulturalisme inheren terkait dengan pertanyaan tentang standar profesional jurnalisme. Netralitas, objektivitas, dan independensi telah lama diartikulasikan sebagai prinsip-prinsip cardinal yang seharusnya mengatur praktik jurnalistik. Namun, konsep-konsep ini telah menjadi subjek kontroversi dalam teori media kontemporer, dengan sebagian scholar mengkritiknya sebagai ilusi atau bahkan sebagai ideologi yang melegitimasi perspektif dominan.<sup>23</sup>

Netralitas dalam jurnalisme tradisional diinterpretasikan sebagai stance yang non-partisan, di mana jurnalis menghindari alignment dengan posisi politik atau ideologis tertentu dan menyajikan “*both sides*” dari setiap isu.<sup>24</sup> Objektivitas dipahami sebagai *correspondence* dengan realitas faktual, dengan asumsi bahwa terdapat truth yang dapat diakses melalui metodologi jurnalistik yang rigorous. Independensi merujuk pada otonomi editorial dari tekanan eksternal, baik dari pemilik media, advertiser, sumber berita, maupun audiens.

Namun, paradigma konstruksionis dalam studi media telah mengproblematisasi asumsi-asumsi ini. Argumennya adalah bahwa berita (*news*) bukan simply reflection dari realitas tetapi adalah konstruksi yang dibentuk oleh proses seleksi, framing, dan narasi yang inheren value-laden. Netralitas absolut adalah impossibility karena keputusan-keputusan jurnalistik-mulai dari pemilihan topik, identifikasi sumber, hingga struktur naratif-selalu melibatkan judgment yang dipengaruhi oleh worldview, nilai, dan posisi sosial jurnalis dan institusi media.

Dalam konteks representasi keberagaman kultural, tensión antara ideal objektivitas dan realitas konstruksi sosial menjadi particularly acute. Media yang mengklaim netralitas dan objektivitas dapat justru, secara inadvertent, mereproduksi bias kultural mainstream dengan treating perspektif dominan sebagai “normal” atau “universal” dan perspectives minoritas sebagai “partisan” atau “special interest.” Wasco mengemukakan bahwa true neutrality in a structurally unequal society may actually mean supporting the status quo and existing power relations.

<sup>22</sup> Eni Maryani and Justito Adiprasetyo, “Literasi. Co Sebagai Media Alternatif Dan Kooperasi Akar Rumput,” *Jurnal Kajian Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 261–76.

<sup>23</sup> Mella Ismelina Farma Rahayu Amad Sudiro and Willy Arafah Markoni, “Metodologi Penelitian Hukum Panduan Komprehensif Untuk Penulisan Akademis Dan Praktis” (CV. Diva Pustaka, 2021).

<sup>24</sup> Iswahyu Pranawukir et al., “Cover Both Sides Dalam Podcast Deddy Corbuzier Tentang Playing Victim Sirkus Oriental,” *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2025): 182–98.

Alternatif framework yang lebih produktif adalah konsep “*journalism of attachment*” atau “*advocacy journalism*” yang mengakui bahwa jurnalisme inheren bersifat moral dan political, dan tugas jurnalis adalah untuk *explicitly advocate* untuk nilai-nilai fundamental seperti keadilan, kemanusiaan, dan *dignity*.<sup>25</sup> Dalam konteks multikulturalisme, ini berarti media harus secara conscious dan deliberate mempromosikan understanding, respect, dan appreciation untuk keberagaman, bukan dengan pretense netralitas tetapi dengan *explicit commitment* terhadap pluralisme sebagai nilai demokratis fundamental.

Independensi tetap crucial, tetapi harus dipahami bukan sebagai *isolation* dari *concern* sosial tetapi sebagai *autonomy* dari kepentingan partikular yang dapat mengkompromikan integritas jurnalistik-terutama kepentingan ekonomi pemilik media dan advertiser. Media yang truly independent adalah yang dapat membela kepentingan publik dan nilai-nilai demokratis even ketika itu berbenturan dengan logika komersial atau preferensi kekuatan ekonomi-politik dominan.

**Tabel 1.** Framework Peran Media Massa dalam Menyerukan Budaya Keberagaman

| Dimensi                    | Fungsi Media  | Mekanisme   | Tantangan  | Solusi   |
|----------------------------|---|---|--|--|
| <b>Informasi</b>           | Menyediakan akses terhadap realitas kultural yang beragam   | Liputan berita, dokumenter, program budaya              | Seleksi konten bias, stereotip, eksotisasi superfisial       | Diversifikasi sumber berita, inclusion kelompok minoritas dalam produksi |
| <b>Edukasi</b>             | Memfasilitasi pembelajaran sosial tentang multikulturalisme | Kontekstualisasi informasi, interpretasi kultural       | Simplifikasi naratif, reduksi kompleksitas budaya            | Kerjasama dengan ahli budaya, program edukasi sistematis                 |
| <b>Integrasi Sosial</b>    | Menciptakan shared experiences lintas budaya                | Program dialog, representasi inklusif, narasi persatuan | Dominasi perspektif mayoritas, marginalisasi suara minoritas | Media alternatif, regulasi diversity mainstreaming                       |
| <b>Agenda Setting</b>      | Membentuk persepsi publik tentang keberagaman               | Framing isu, penentuan prioritas topik                  | Komersialisme, sensasionalisme, conflict-framing             | Kode etik jurnalistik, independensi editorial                            |
| <b>Transformasi Sosial</b> | Mengkultivasi apresiasi dan empati antarbudaya              | Vicarious contact, modeling perilaku pluralistik        | Struktur ekonomi-politik kapitalis, pressure komersial       | Penguatan media alternatif, literasi media publik                        |

Berdasarkan kerangka yang disajikan dalam Tabel 1, dapat dipahami bahwa peran media massa dalam menyerukan budaya keberagaman bersifat multidimensional dan saling terintegrasi. Fungsi informatif, edukatif, integratif, agenda setting, dan transformasi sosial tidak berdiri secara terpisah, melainkan membentuk suatu ekosistem komunikasi yang menentukan arah konstruksi makna publik mengenai keberagaman. Ketika salah satu dimensi mengalami distorsi, misalnya akibat bias seleksi konten atau tekanan komersial,

<sup>25</sup> AARON MAILOPUW, “Analisis Perbandingan Antara Framework Codeigniter Dengan Framework Laravel” (Universitas Teknologi Digital Indonesia, 2024).

maka efektivitas keseluruhan fungsi media dalam mempromosikan pluralisme turut tereduksi.

Analisis tabel tersebut juga menunjukkan bahwa tantangan utama media dalam konteks multikulturalisme tidak hanya bersifat teknis, tetapi struktural dan ideologis. Bias representasi, dominasi perspektif mayoritas, serta kecenderungan sensasionalisme merupakan manifestasi dari relasi kuasa dalam industri media yang sering kali mengedepankan logika pasar dibandingkan kepentingan publik. Kondisi ini memperkuat argumen bahwa netralitas formal tanpa kesadaran kritis justru berpotensi mereproduksi ketimpangan simbolik dalam ruang publik.

Di sisi lain, solusi yang ditawarkan mengindikasikan perlunya pendekatan sistemik yang melibatkan reformasi internal institusi media, penguatan regulasi berbasis keberagaman, serta peningkatan literasi media masyarakat. Diversifikasi sumber informasi, inklusi kelompok minoritas dalam proses produksi konten, dan penguatan independensi editorial menjadi prasyarat penting untuk mewujudkan praktik jurnalisme yang lebih responsif terhadap realitas plural masyarakat Indonesia.

Dengan demikian, tabel ini menegaskan bahwa optimalisasi peran media massa dalam mempromosikan budaya keberagaman tidak dapat dicapai melalui pendekatan normatif semata, tetapi memerlukan transformasi struktural yang mengintegrasikan nilai-nilai etika jurnalistik, tanggung jawab sosial, dan komitmen terhadap prinsip demokrasi multikultural. Integrasi ketiga aspek tersebut menjadi fondasi strategis bagi media untuk berfungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang berorientasi pada penguatan kohesi nasional.

#### **D. Kesimpulan**

Penelitian ini menegaskan bahwa media massa memiliki posisi strategis dan potensi transformatif dalam mempromosikan budaya keberagaman sebagai identitas nasional Indonesia. Dalam masyarakat plural, media berfungsi sebagai fasilitator dialog antarbudaya dan agen sosialisasi nilai-nilai pluralistik, yang krusial untuk integrasi sosial dan penguatan *nation-building*. Hasil analisis menunjukkan bahwa multikulturalisme sebagai identitas nasional bukan sekadar realitas demografis, tetapi pilihan ideologis yang terenkapsulasi dalam semboyan *Bhineka Tunggal Ika*, meski realisasinya menghadapi tantangan struktural berupa eskalasi konflik berbasis identitas.

Media massa memiliki kapasitas unik untuk mempromosikan multikulturalisme melalui fungsi informatif, edukatif, dan integratif. Paparan terhadap diversitas kultural yang autentik dapat mengembangkan empati, mengurangi prasangka, dan meningkatkan kompetensi komunikasi antarbudaya. Namun, imperatif komersial dalam industri media kapitalis sering

menghambat potensi ini, mendorong konten sensasional, stereotipikal, dan memperkuat bias struktural. Media alternatif muncul sebagai model yang lebih selaras dengan tujuan emansipatoris, melalui partisipasi komunitas, representasi suara marginal, dan komitmen pada keadilan sosial. Prinsip netralitas dan objektivitas jurnalistik sebaiknya direframe menjadi *explicit commitment* terhadap pluralisme, dengan independensi dipahami sebagai otonomi dari kepentingan partikular yang dapat mengkompromikan integritas jurnalistik.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian merekomendasikan beberapa intervensi strategis: penguatan regulasi berbasis *diversity mainstreaming*, program literasi media, dukungan untuk media alternatif, pengembangan kode etik jurnalistik yang menekankan representasi kultural, serta diversifikasi struktur redaksional untuk memastikan keberagaman konten. Secara teoretis, penelitian ini menyatukan perspektif ekonomi-politik media, komunikasi antarbudaya, dan multikulturalisme. Secara praktis, menjadi panduan bagi pembuat kebijakan, praktisi media, dan organisasi masyarakat sipil. Keterbatasannya terletak pada ketergantungan pada data sekunder tanpa analisis konten atau audiens, sehingga penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi *content analysis*, studi etnografis produksi media, *reception studies*, maupun studi komparatif dengan konteks plural internasional.

### Referensi

- Adellian, N., Sucirahayu, C. A., & Zanjabila, A. R. (2023). *Analisis tematik pada penelitian kualitatif*. Penerbit Salemba.
- Akhmad, N. (2020). *Ensiklopedia keragaman budaya*. Alprin.
- Amad Sudiro, M., Farma Rahayu, M. I., & Markoni, W. A. (2021). *Metodologi penelitian hukum: Panduan komprehensif untuk penulisan akademis dan praktis*. CV. Diva Pustaka.
- Bakri, W. (n.d.). *Politik, kekuasaan dan media*.
- Bancong, H. (2025). *Strategi rewiu riset dan konstruksi teori: Metode, analisis, dan studi kasus*. Indonesia Emas Group.
- Famuji, U., & Khotimah, K. (2025). Optimalisasi feed Instagram sebagai media dakwah: Studi kasus akun @QuranReview dalam meningkatkan pemahaman Al-Qur'an melalui platform broadcasting digital. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 17(2), 173–182.
- Giri, V. N. (2006). Culture and communication style. *The Review of Communication*, 6(1–2), 124–130.
- Hadi, I. P. (2021). *Penelitian media kualitatif*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan komodifikasi: Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Mailopuw, A. (2024). *Analisis perbandingan antara framework CodeIgniter dengan framework Laravel*. Universitas Teknologi Digital Indonesia.
- Maryani, E., & Adiprasetyo, J. (2018). Literasi.co sebagai media alternatif dan kooperasi akar rumput. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 261–276.
- Muhyiddin, A. S. (n.d.). *Nalar multikulturalisme Dr (HC). KH. Ahmad Mustofa Bisri dan*

*implikasinya terhadap dakwah Islam Nusantara.*

- Nugroho, H., Widyanta, A. B., Wibawanto, G. R., & Fitramadhana, R. (2023). *Proliferasi pemikiran sosial kritis*. PT Kanisius.
- Pabottingi, M. (2023). *Nasionalisme dan egalitarianisme di Indonesia, 1908–1980: Menelaah masalah-masalah diskontinuitas dalam diskursus dan praktik politik*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Pranawukir, I., Darmawan, Z. S., Kusuma, E., Achir, A. B., Syarah, M. M., & Bachtiar, A. (2025). Cover both sides dalam podcast Deddy Corbuzier tentang Playing Victim Sirkus Oriental. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(1), 182–198.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi penelitian: Konsep, strategi, dan aplikasi*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ramadani, N., Widiyanarti, T., Fauziah, A., Salsabila, R. M., Firmansyah, I., Pratiwi, A., & Sagita, D. N. (2024). Menguraikan tantangan yang disebabkan oleh stereotip budaya dalam komunikasi antarbudaya. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(3), 16.
- Rozi, S., Noor, F., Gayatri, I. H., & Pabottingi, M. (2021). *Politik identitas: Problematika dan paradigma solusi keetnisan versus keindonesiaan di Aceh, Riau, Bali dan Papua*. Bumi Aksara.
- Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). Dinamika komunikasi persuasif dalam media massa: Teknik, strategi, dan pengaruh terhadap perilaku masyarakat. *Jurnal Al Nahyan*, 2(1), 62–73.
- Saumantri, T. (2022). Konsumerisme masyarakat kontemporer menurut Herbert Marcuse. *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi*, 3(2), 162–177.
- Sri, B., Hendar, E., & Veronika, P. (2021). *Mengembangkan kompetensi komunikasi antarbudaya berbasis kearifan lokal untuk membangun keharmonisan relasi antar etnis dan agama*. BuatBuku.com.
- Wulandari, T. (2020). *Konsep dan praksis pendidikan multikultural*. UNY Press.