



RUANG PUBLIK & RUANG PRIVAT DALAM MEDIA BARU

*Pertemuan 5-6 Komunikasi dan Media Baru
Universitas Pembangunan Jaya*

MATERI POKOK

1. Mobilisasi dan Transformasi Ruang Publik dan Privat dalam Media Baru
2. Penggunaan *Mobile Public* dan *Mobile Private*
3. Norma-norma Antarbudaya dan Ruang Personal
4. Regulasi dalam Penggunaan *Mobile Phone* yang Efektif
5. Hubungan antara Waktu dan Penggunaan ICT dalam *New Media*

RUANG PUBLIK (PUBLIC SPHERE)

- Istilah ini lahir dari Jurgen Habermas pada 1989 dalam buku *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*.
- Merupakan ruang yang tercipta dari kumpulan orang-orang tertentu (private people) dalam konteks sebagai kalangan borjuis, yang diciptakan seolah-olah sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publik.

SEJARAH TERCIPTANYA RUANG PUBLIK

- Habermas mengartikan publik sebagai kumpulan orang-orang tertentu dalam konteks masa itu, yaitu kalangan borjuis yang memiliki kepentingan dan hal ini muncul karena adanya perubahan kultur warga dalam menanggapi regulasi maupun realitas politik di abad ke-18.
- Seiring dengan semakin intelektualnya warga, melek media, akses terhadap karya-karya bermutu, buku sastra yang mudah didapatkan, dan konsumsi terhadap arah baru jurnalisme yang lebih kritis melalui berita yang dipublikasikan.
- Ruang publik merupakan upaya untuk menyediakan arena diskusi yang kritis berdasarkan argumen dalam menanggapi realitas atau pemberitaan media.
- Ruang publik ini terpisah dari domain otoritas kekuasaan yang ada saat itu di Eropa, dan bahkan dalam konteks ini ruang publik bisa diartikan sebagai kekuatan baru dalam menyeimbangkan dan mengkritisi kebijakan yang merupakan produk otoritas yang berkuasa.

KRITERIA INSTITUSIONAL RUANG PUBLIK

1. *Disregard of status* (pengabaian terhadap status), atau menjauhi diskusi kritis tentang status. Ruang publik tidak memperkarakan keinginan persamaan status dengan otoritas yang berkuasa, tetapi adanya kesempatan yang sama dalam mengungkapkan/mengkritisi suatu realitas.
2. *Domain of common concern*, bahwa realitas historis menempatkan adanya beberapa domain yang hanya dikuasai penafsirannya oleh otoritas yang berkuasa atau oleh kalangan gereja, padahal domain ini bisa dibincangkan dan melibatkan publik secara lebih luas.
3. *Inclusivity*, bahwa betapapun eksklusifnya publik dalam kasus tertentu, tetapi dalam ruang publik ia menjadi bagian dari kelompok kecil tersebut.

RUANG PRIVAT (PRIVATE SPHERE)

- Adalah ruang yang berada dalam hubungan ekonomi atau pasar dan lebih disebut sebagai ruang kepemilikan.
- Kaum borjuis adalah orang-orang yang dalam konteks ini disebut sebagai *private persons*.
- Sementara ruang keluarga yang disebut sebagai *intimate sphere* merupakan inti dari *private sphere* ini.

RUANG PUBLIK VIRTUAL

- Keberadaan internet sebagai ruang virtual tidak bisa menggantikan peran pengawasan (*watchdog*).
- Internet merupakan medium yang memungkinkan keterlibatan pengguna (*user*) dalam berinteraksi.
- Beberapa fasilitas komunikasi di internet bahkan menyiapkan perangkat berupa kolom komentar yang disediakan bagi pengguna untuk proses komunikasi, misalnya dalam diskusi publik.
- Dalam grup diskusi daring setiap pengguna tidak bisa dipastikan apakah keberadaannya memiliki makna sebagai anggota diskusi dan turut membentuk wacana.
- Habermas menyatakan bahwa di era masyarakat yang semakin jarang bertemu secara tatap muka, keterlibatan entitas dalam diskusi publik lebih terwakili melalui teks atau *image* di internet.