



Media Melampaui Fakta: Gagasan Media Ideal Berdasarkan Konsep Aletheia Heidegger

Fiona*, Fitzgerald Kennedy Sitorus

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ulang peran media dalam menyampaikan kebenaran dengan merujuk pada pemikiran Martin Heidegger tentang *aletheia* (penyingkapan). Dalam budaya media kontemporer, kebenaran sering kali direduksi menjadi sekadar ketepatan representasional, apa yang akurat secara teknis dianggap benar secara esensial. Melalui pendekatan studi literatur, penelitian ini menelusuri gagasan bahwa media ideal bukanlah media yang netral dan pasif, tetapi justru memiliki fungsi ontologis aktif: media membentuk cara manusia mengalami dan memahami dunia. Berdasarkan pemikiran Gunkel & Taylor, Barnard, Kittler, Tammenoksa, McKenzie, dan Hansen, ditemukan bahwa media memiliki potensi ganda: menyingkap sekaligus menyelubungi realitas. Oleh karena itu, media yang ideal adalah media yang sadar akan proses mediasi dan framing-nya sendiri—ia tidak hanya menyajikan informasi, tetapi mendorong kontemplasi, pemaknaan reflektif, dan keterbukaan eksistensial. Di tengah krisis kebenaran digital saat ini, pemikiran Heidegger menawarkan kerangka penting untuk membayangkan kembali media sebagai ruang penyingkapan makna, bukan sekadar saluran teknis atau penyampaian informasi belaka.

Kata Kunci: Media Ideal, Heidegger, Aletheia, Penyingkapan, Kebenaran Termediasi

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2455>

*Correspondence: Fiona

Email: 01689240036@student.uph.edu

Received: 22-04-2025

Accepted: 22-05-2025

Published: 22-06-2025



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study reexamines the role of media in conveying truth by referring to Martin Heidegger's concept of *Aletheia* (unconcealment). In contemporary media culture, truth is often reduced to representational accuracy, what is technically correct is assumed to be existentially true. Through a literature-based approach, this research explores the idea that ideal media are not neutral or passive channels, but rather active ontological agents that shape how humans experience and understand the world. Drawing on the works of Gunkel & Taylor, Barnard, Kittler, Tammenoksa, McKenzie, and Hansen, the study finds that media possess a dual function: they both reveal and obscure reality. Therefore, ideal media are those that are conscious of their own mediation and framing processes—they do not merely present information but invite contemplation, reflective understanding, and existential openness. Amid the current digital crisis of truth, Heidegger's philosophy offers a crucial framework to reimagine media as a space for unveiling meaning, rather than just a technical conduit.

Keywords: Ideal Media, Heidegger, Aletheia, Unconcealment, Mediated Truth

Pendahuluan

Dengan munculnya media teknis, pertanyaan tentang kebenaran tergantikan oleh pertanyaan tentang performa. Media tidak lagi berurusan dengan representasi yang benar atas realitas eksternal, melainkan dengan ketepatan operasional internal dari sirkuit mereka sendiri (Kittler, 2009). Heidegger dengan tepat menunjukkan bahwa manusia tidak berhubungan secara langsung dengan dunia, melainkan selalu melalui suatu bentuk mediasi. Dunia tidak begitu saja terbuka secara murni kepada manusia; melainkan keberadaan dunia dihadirkan melalui proses perantara (mediasi), yang mengungkap dan pada saat yang sama membingkai bagaimana realitas bisa dipahami (Hansen, 2016).

Hal ini memberikan pandangan bahwa hubungan manusia dengan realitas telah mengalami pergeseran mendasar, sekaligus mengingatkan bahwa mediasi bukanlah fenomena baru, melainkan kondisi fundamental eksistensi manusia. Melalui media modern yang terjadi saat ini bukanlah hilangnya hubungan manusia dengan kebenaran, melainkan transformasi radikal dalam bagaimana kebenaran itu dimediasi; dari keterbukaan eksistensial menuju akurasi teknis. Akibatnya, pemahaman kita tentang dunia semakin dibingkai oleh operasi internal media, bukan oleh pengalaman otentik terhadap keberadaan itu sendiri. Pergeseran ini sejalan dengan kritik Heidegger terhadap modernitas, yakni bahwa kebenaran eksistensial semakin tersingkir oleh obsesi terhadap akurasi teknis dan pengendalian.

Pandangan umum mengenai proses mediasi menyatakan bahwa media berfungsi untuk merepresentasikan kenyataan, dan kebenaran dari representasi tersebut diukur berdasarkan sejauh mana ia sesuai dengan fakta empiris (Gunkel & Taylor, 2014). Namun, dalam praktik media modern, kebenaran kerap direduksi menjadi sekadar “ketepatan teknis”. Sesuatu yang tampak akurat secara data belum tentu menggambarkan makna yang sejati, dan inilah yang menjadi inti dari krisis kebenaran dalam budaya media saat ini (Gunkel & Taylor, 2014). Dalam kerangka mediasi, representasi, dan teknologi sebagai alat pembingkai, Heidegger mengingatkan bahwa kebenaran tidak bisa dibatasi hanya pada aspek teknis. Dunia yang didominasi pendekatan teknosaintifik cenderung memperlakukan realitas sebagai sistem yang dapat dihitung dan dikuasai, menghasilkan berbagai bentuk ketepatan. Namun, ketepatan tersebut sering kali hanya menyentuh lapisan permukaan dan gagal mengungkap kebenaran yang lebih mendalam. Ketika kebenaran disamakan secara otomatis dengan ketepatan, kita berisiko kehilangan makna yang sesungguhnya. Dalam arus informasi dan representasi yang melimpah dan tampak presisi, kebenaran dapat sirna secara sistematis—bukan karena disembunyikan, melainkan karena telah digantikan oleh sesuatu yang hanya tampak benar di permukaan.

Dalam tradisi pra-Platonik, kebenaran (*truth*) dipahami sebagai *aletheia*, yang berarti “penyingkapan.” Martin Heidegger mengkritik pemahaman kebenaran dalam filsafat Barat yang setelah Plato mulai bergeser menjadi *orthotes*, yaitu kesesuaian antara representasi mental dan realitas (*correspondence theory of truth*). Ia menegaskan bahwa pemahaman ini menutup kemungkinan kebenaran sebagai sebuah proses pengungkapan eksistensial (Petruzzi, 1996). Heidegger menolak gagasan bahwa kebenaran hanya berarti kecocokan antara pikiran dan objek. Ia mengusulkan pemahaman yang lebih mendasar, yaitu bahwa kebenaran muncul ketika sesuatu tersingkap dan hadir dalam pengalaman manusia. Kebenaran (*aletheia*) bukan hasil dari verifikasi atau pengukuran teknis, melainkan berasal dari proses ontologis di mana dunia menjadi terbuka bagi manusia dalam keberadaannya sehari-hari (Watts, 2011). Konsep *Aletheia* yang dikemukakan Heidegger merupakan kritik mendalam terhadap cara tradisional Barat memahami kebenaran sejak Plato. Heidegger menghidupkan kembali makna *Aletheia* dari tradisi pra-Platonik (yakni *penyingkapan/unconcealment*) dan menentang dominasi *orthotes*, atau teori korespondensi, yang menyamakan kebenaran dengan kesesuaian antara pikiran dan objek. Secara keseluruhan, konsep *Aletheia* membuka cara pandang baru terhadap media, teknologi, dan komunikasi,

karena menunjukkan bahwa realitas bukan sekadar dikonstruksi oleh representasi, melainkan "*penyingkapan*" dalam hubungan historis dan eksistensial manusia dengan dunia.

Dari sudut pandang Heideggerian, Marshall McLuhan mengemukakan ungkapan terkenal "*The medium is the message*" yang menegaskan bahwa yang terpenting bukan hanya isi pesan, tetapi cara penyampaian pesan tersebut, karena medium itu sendiri turut membentuk cara manusia berpikir, memahami, dan mengalami dunia. Dalam konteks teknologi digital masa kini, hal ini tampak jelas dalam bagaimana media digital diagungkan; medium bukan lagi sekadar sarana penyampai pesan, melainkan telah menjadi pesan itu sendiri. Interaktivitas seperti klik, geser, bagikan, dan komentar dipandang sebagai nilai utama, bahkan melebihi pentingnya kualitas atau isi dari konten yang dikomunikasikan (Gunkel & Taylor, 2014). Tindakan-tindakan interaktif ini tidak lagi dipandang sebagai jalan menuju pemahaman yang lebih dalam, melainkan sebagai tujuan akhir. Akibatnya, kualitas pesan menjadi terpinggirkan ketika perhatian hanya tertuju pada seberapa cepat dan efisien suatu media memungkinkan interaksi terjadi (McKenzie, 2013). Fenomena ini tercermin dari kecenderungan pengguna yang lebih memilih media komunikasi instan seperti pesan singkat dibandingkan email, karena kecepatan dan kemudahan akses dianggap lebih penting dibandingkan kedalaman isi. Hal ini menandakan pergeseran nilai dalam komunikasi modern, dari kedalaman eksistensial menuju performativitas dan respons cepat. Kita hidup di era di mana "yang tepat secara teknis" menggantikan "yang benar secara eksistensial"; interaktivitas menjadi pusat, sementara kebenaran ditarik mundur, digantikan oleh kesan visual, reaksi instan, dan capaian teknis. Konsekuensinya, praktik komunikasi menjadi dangkal, berorientasi pada ekspresi diri yang cepat diterima, bukan pada refleksi atau pencarian makna yang mendalam. Ini memperjelas bahwa media bukanlah entitas netral, melainkan agen aktif yang membentuk realitas dan memproduksi makna.

Ketika media tidak dapat lagi dipahami hanya sebagai saluran netral yang merepresentasikan kenyataan secara akurat, dan kebenaran tidak berasal dari ketepatan representasi terhadap objek maka fungsi media harus dilihat secara berbeda. Heidegger menekankan bahwa kebenaran berasal dari proses *unconcealment* atau penyingkapan, yakni bagaimana sesuatu menjadi tampak atau hadir di hadapan kita. Maka, media bukan sekadar mencerminkan kenyataan, melainkan secara aktif "memamerkan" realitas. Media memisahkan suatu objek dari konteks aslinya dan menampilkannya dengan cara tertentu yang menentukan bagaimana objek itu dipahami. (Gunkel & Taylor, 2014). Dalam dunia yang penuh dengan mediasi digital, pengetahuan otentik tentang diri dan orang lain menjadi terancam. Ini terjadi karena teknologi informasi menciptakan ilusi bahwa semua pengetahuan bisa diakses secara instan, padahal hal ini justru menjauhkan kita dari proses pemahaman yang mendalam dan reflektif (Tammenoksa, 2016). Media seharusnya tidak digunakan secara pasif, sekadar sebagai alat yang mengaburkan realitas, tetapi justru dimanfaatkan dengan kesadaran agar dapat berfungsi sebagai sarana penyingkapan (Tammenoksa, 2016). Dengan demikian, krisis kebenaran bukan hanya soal apakah informasi "benar" atau "salah", tetapi lebih mendasar lagi: bagaimana media telah

membangkai realitas sedemikian rupa hingga proses pengungkapan keberadaan (*aletheia*) tergantikan oleh performa, impresi, dan kalkulasi teknis. Untuk keluar dari krisis ini, Heidegger mengajak kita untuk memikirkan kembali hubungan kita dengan media, agar dapat kembali pada cara mengungkapkan dunia yang lebih otentik, bukan sekadar tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ulang peran media dalam menyampaikan kebenaran dengan merujuk pada pemikiran Martin Heidegger tentang *aletheia* (penyingkapan).

Metode

Penelitian ini mengadopsi metode studi pustaka dengan pendekatan kualitatif-filosofis, yang bertujuan untuk mengkaji kembali konsep kebenaran dalam konteks media kontemporer berdasarkan pemikiran Martin Heidegger. Kajian ini berangkat dari asumsi bahwa media masa kini telah mengalami pergeseran fungsi—dari sarana pengungkap kebenaran menuju alat performatif yang mengutamakan ketepatan teknis semata. Oleh karena itu, penelitian ini menelusuri gagasan Heidegger tentang *aletheia* (unconcealment) serta kritiknya terhadap teknologi dan representasi, sebagai pijakan untuk memahami perubahan tersebut. Data dikumpulkan melalui telaah dan analisis kritis terhadap berbagai literatur sekunder, termasuk karya-karya utama Heidegger seperti *Being and Time*, *The Origin of the Work of Art*, dan *The Question Concerning Technology*. Selain itu, teori media dari Marshall McLuhan dan kritik terhadap performativitas dalam komunikasi digital turut dianalisis sebagai basis komparatif.

Proses analisis dilakukan secara interpretatif-hermeneutik, dengan membandingkan pemikiran para filsuf tersebut dalam kerangka pertanyaan utama penelitian: bagaimana media masa kini membentuk dan membongkar kebenaran, serta sejauh mana representasi media masih memungkinkan pengungkapan makna eksistensial. Fokus utama diarahkan pada pergeseran pemahaman tentang kebenaran—dari *truth as correspondence* menuju *truth as unconcealment* (*Aletheia*) dan implikasinya terhadap praktik komunikasi serta konstruksi pengetahuan di era digital.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menawarkan pemetaan konseptual, tetapi juga menyajikan sintesis pemikiran yang mengajak pada refleksi kritis mengenai peran aktif media dalam membentuk realitas sosial. Hasil kajian diharapkan dapat memperkaya wacana dalam studi media dan komunikasi, khususnya dengan memperkenalkan perspektif ontologis-filosofis yang lebih mendalam terhadap isu-isu representasi, performativitas, dan kebenaran.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil kajian literatur yang mengulas pemikiran Martin Heidegger, khususnya konsep *aletheia* (penyingkapan), sebagai landasan untuk merumuskan sebuah pandangan tentang media yang melampaui sekadar penyampai fakta. Melalui analisis terhadap berbagai literatur yang relevan, dijelaskan bahwa terdapat pergeseran paradigma dalam memahami media—dari yang semula dianggap sebagai cermin pasif atas kenyataan objektif, menjadi agen aktif yang turut membentuk dan

memengaruhi realitas itu sendiri. Dengan demikian, media tidak hanya merepresentasikan dunia, tetapi juga berperan dalam membuka atau justru menutup kemungkinan pemahaman yang lebih dalam terhadap kebenaran.

Temuan Kunci dari Studi Literatur

Dominasi Pandangan Representasional dalam Media

Dalam kajian ini ditemukan bahwa paradigma dominan dalam memahami media modern masih berpijak pada pandangan representasional—yakni bahwa kebenaran diukur dari sejauh mana representasi dalam media sesuai dengan kenyataan objektif di luar sana. Pandangan ini dikenal sebagai teori korespondensi langsung, di mana pernyataan dianggap benar jika cocok dengan fakta empiris. Namun, pendekatan ini semakin dipertanyakan karena dianggap menyederhanakan peran media sebagai sekadar saluran netral yang menyampaikan kenyataan tanpa intervensi.

Dalam kenyataannya, kebenaran yang disampaikan media tidak selalu merupakan hasil dari korespondensi langsung, tetapi sering kali dimediasi oleh skema konseptual dan norma semantik yang berlaku dalam konteks sosial dan budaya tertentu (Barnard & Horgan, 2006). Akibatnya, sesuatu dapat dianggap "benar" bukan karena merepresentasikan realitas objektif, melainkan karena sesuai dengan ekspektasi sosial atau kerangka wacana yang sedang dominan.

Gunkel dan Taylor (2014), dalam kerangka pemikiran Heideggerian, mengkritik teori korespondensi ini dengan tiga poin utama. Pertama, teori tersebut mengabaikan proses penyingkapan (*unconcealment*)—yakni bahwa kebenaran bukan hanya soal kesesuaian, melainkan bagaimana sesuatu dihadirkan atau disingkapkan dalam pengalaman eksistensial manusia. Kedua, teori ini terlalu sempit ketika diterapkan pada media modern, yang seringkali hanya menampilkan hal-hal yang akurat secara teknis (misalnya foto asli atau data statistik), namun tidak membuka pemahaman yang lebih mendalam tentang realitas. Ketiga, korespondensi itu sendiri membutuhkan sesuatu yang sudah terlebih dahulu "terbuka" atau hadir, dan proses keterbukaan inilah yang oleh Heidegger disebut sebagai *aletheia* (penyingkapan). Dengan demikian, studi ini menyoroti bahwa pemahaman terhadap kebenaran dalam media perlu melampaui akurasi teknis semata dan mempertimbangkan dimensi ontologis—yakni bagaimana media dapat membuka atau menutup kemungkinan hadirnya makna yang lebih eksistensial dalam kehidupan manusia.

Teori korespondensi dianggap terlalu sempit untuk menjelaskan cara kerja media kontemporer. Dalam kerangka pemikiran Martin Heidegger, kita diajak untuk melampaui pertanyaan klasik seperti "apakah ini sesuai dengan kenyataan?" menuju pertanyaan yang lebih mendasar: "apa yang disingkapkan dan disembunyikan oleh bentuk representasi media?". Pendekatan ini menggeser fokus dari sekadar akurasi faktual menuju pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana realitas hadir dalam pengalaman manusia.

Heidegger, sebagaimana dijelaskan oleh Gunkel dan Taylor (2014), memperkenalkan dikotomi antara *truth as correctness* (*orthotes*) dan *truth as unconcealment* (*aletheia*). Dalam teori korespondensi, kebenaran dilihat sebagai kesesuaian pernyataan dengan fakta objektif—suatu prinsip yang dominan sejak Plato hingga Kant. Sebaliknya, konsep *aletheia*

menekankan bahwa kebenaran adalah proses penyingkapan, di mana sesuatu yang tersembunyi menjadi hadir dan bisa dipahami dalam konteks pengalaman eksistensial. Berikut menyajikan perbandingan antara dua pendekatan ini:

Tabel 1. Perbandingan Antara Dua Pendekatan *Truth As Correctness* (Orthotes) Dan *Truth As Unconcealment* (Aletheia)

Aspek	Teori Korespondensi	Penyingkapan (Unconcealment / Aletheia)
Definisi Kebenaran	Kebenaran = pernyataan yang sesuai dengan fakta objektif di dunia	Kebenaran = penyingkapan realitas yang sebelumnya tersembunyi
Fokus Utama	Kecocokan antara representasi dan objek	Proses bagaimana sesuatu hadir atau tampak dalam pengalaman manusia
Asal-usul	Plato, Aristoteles, Descartes, Kant	Yunani kuno (<i>aletheia</i>), difokuskan ulang oleh Heidegger
Ukuran Kebenaran	Akurasi, verifikasi, bukti objektif	Keterbukaan terhadap makna, konteks, dan pemahaman eksistensial yang dalam
Risiko Ideologis	Tampak netral tapi berpotensi menyembunyikan perspektif dominan	Mengungkap struktur makna tersembunyi di balik representasi
Relasi dengan Media	Media = alat penyampai fakta secara objektif	Media = ruang penyingkapan atau justru penyembunyian makna

Dengan pendekatan ini, Heidegger tidak hanya menawarkan kritik filosofis atas pemahaman kebenaran dalam media, tetapi juga membuka cara berpikir yang lebih reflektif tentang bagaimana media membentuk pengalaman kita terhadap dunia. Ketika media lebih menekankan akurasi teknis, ia berisiko mereduksi kebenaran menjadi sekadar *data* atau *informasi*, dan mengabaikan dimensi eksistensial yang lebih mendalam.

Kritik Heidegger terhadap Kebenaran sebagai Ketepatan (Correctness)

Dalam kajiannya, Gunkel & Taylor (2014) menjelaskan bagaimana realisme dan idealisme mewakili dua posisi filosofis klasik yang membahas hubungan antara representasi (pikiran, bahasa, gambar) dengan realitas objektif (dunia). Keduanya, meskipun tampak bertolak belakang, sejatinya berangkat dari asumsi yang sama: bahwa kebenaran ditentukan oleh ketepatan representasi terhadap sesuatu—entah dunia nyata atau sistem tanda lainnya. Dalam perspektif realisme, suatu representasi dianggap benar jika sesuai dengan kenyataan objektif di luar diri, seperti laporan berita yang mencerminkan kejadian aktual. Sebaliknya, idealisme berpendapat bahwa representasi tidak harus merujuk langsung pada realitas eksternal, melainkan cukup dinilai benar bila konsisten dengan sistem representasi lainnya, seperti informasi di Wikipedia yang dianggap sah jika sesuai dengan sumber lain, bukan karena diverifikasi langsung di lapangan.

Gunkel dan Taylor menyebut keduanya sebagai “saudara yang bermusuhan”—karena meskipun berbeda arah, keduanya tetap terjebak dalam kerangka berpikir yang sama: kebenaran sebagai hasil kecocokan representasional. Heidegger, melalui kritiknya yang mendalam, menantang asumsi ini. Ia menyatakan bahwa sebelum sesuatu bisa dikatakan benar atau salah dalam representasi, realitas terlebih dahulu harus “disingkap” atau hadir dalam pengalaman manusia. Inilah yang disebut Heidegger sebagai

unconcealment atau *aletheia*, sebuah bentuk kebenaran yang lebih fundamental dibandingkan ketepatan formal representasi.

Dengan demikian, Heidegger memandang bahwa kebenaran tidak sekadar soal akurasi atau verifikasi, melainkan soal bagaimana sesuatu hadir ke dalam pemahaman kita—apakah melalui pengungkapan atau justru melalui penyembunyian. Kritik ini membuka jalan bagi pembacaan yang lebih kritis terhadap media, yang tidak hanya dilihat sebagai penyampai fakta, tetapi sebagai entitas yang juga membentuk, membingkai, bahkan mungkin menyamarkan realitas. Berikut memperjelas bagaimana pendekatan realisme, idealisme, dan kritik Heidegger beroperasi dalam konteks media:

Tabel 2. Pendekatan realisme, idealisme, dan kritik Heidegger

Media	Realisme	Idealisme	Kritik Heidegger
Artikel berita	Dianggap benar jika sesuai dengan fakta lapangan	Valid jika konsisten dengan narasi atau sumber lain	Apakah struktur medianya menyingkap atau menyembunyikan realitas?
Profil media sosial	Benar jika merepresentasikan individu sebagaimana adanya	Valid jika sesuai dengan ekspektasi identitas online	Apa yang dibentuk dan dibingkai oleh platform itu sendiri?
Film dokumenter	Benar jika menampilkan fakta atau kejadian aktual	Menyusun realitas melalui sudut pandang dan narasi tertentu	Bagaimana film tersebut menyingkap realitas sosial yang lebih dalam dan kompleks?

Dengan menggunakan pendekatan Heideggerian, Gunkel & Taylor menunjukkan bahwa kritik terhadap media tidak cukup hanya pada aspek akurasi informasi, tetapi perlu menggali lebih jauh: bagaimana media membuka (atau menutup) jalan bagi pemahaman manusia terhadap realitas yang lebih otentik dan mendalam.

Gagasan Media Ideal Menurut Heidegger

Melampaui Representasi – Media sebagai Pemicu Keterbukaan

Menurut Gunkel dan Taylor (2014), media tidak semata-mata berfungsi sebagai saluran informasi yang netral, tetapi memiliki peran ontologis yang aktif dalam membentuk bagaimana dunia ditampilkan dan dimaknai oleh manusia. Dalam pandangan ini, media bukan hanya menyampaikan representasi faktual, melainkan turut serta dalam proses penyingkapan (*unconcealment*) realitas. Barnard (2006) menambahkan bahwa jika media dipahami sebatas alat representasi, maka ia justru berpotensi menghalangi keterbukaan terhadap kebenaran. Oleh karena itu, media ideal adalah media yang mampu menciptakan ruang reflektif yang memungkinkan pemahaman mendalam terhadap kenyataan, bukan sekadar menyajikan impresi instan.

emikiran Kittler (2009) mempertegas hal ini dengan mengajak untuk melihat media sebagai struktur ontologis yang tidak pasif, melainkan aktif membingkai pengalaman manusia dalam berinteraksi dengan dunia. Sejalan dengan itu, Tammenoksa (2016) menekankan pentingnya penggunaan media secara aktif dan sadar, agar media dapat berfungsi sebagai sarana keterbukaan eksistensial yang memperdalam pemahaman, bukan sekadar alat penyaji informasi permukaan.

Dengan demikian, media yang ideal bukanlah media yang hanya merepresentasikan realitas, melainkan yang mampu memicu keterbukaan terhadap makna yang lebih dalam. Media harus dipahami sebagai kekuatan aktif yang membentuk pengalaman eksistensial manusia, bukan sekadar instrumen teknis yang netral. Ia perlu menjadi ruang penyingkapan yang memungkinkan hadirnya pemahaman reflektif, mempererat relasi eksistensial, dan mendorong pengalaman yang otentik. Dalam kerangka ini, media yang ideal adalah media yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengundang kontemplasi; media yang membongkai dunia tanpa menutup kemungkinan makna; media yang menjangkau kedalaman, bukan sekadar menyentuh permukaan.

Memamerkan Realitas – Antara Penyingkapan dan Penyelubungan

Menurut Gunkel dan Taylor (2014), media bukan sekadar alat netral yang menyampaikan informasi, melainkan berperan aktif dalam menentukan apa yang dapat tampak dan dimaknai. Dalam kapasitas ini, media dapat berfungsi untuk menyingkap sekaligus menutupi kebenaran. McKenzie (2013) menunjukkan bahwa dalam komunikasi digital saat ini, kecepatan respons sering kali lebih diutamakan daripada kedalaman makna, yang pada akhirnya menyebabkan media mengaburkan pemahaman reflektif. Tammenoksa (2016) memperingatkan bahwa dalam dunia yang sangat terdigitalisasi, media bisa menciptakan keterpaparan semu yang menghalangi akses terhadap kedalaman dan keaslian. Hansen menambahkan bahwa setiap mediasi secara aktif membongkai kenyataan, yaitu memilih apa yang akan ditampilkan dan apa yang akan disembunyikan. Hal ini menegaskan peran ganda media dalam proses penyingkapan dan penyelubungan, di mana setiap upaya penyingkapan juga memiliki potensi untuk menyembunyikan. Media memiliki kekuatan untuk memamerkan realitas secara selektif, mengontrol apa yang diperlihatkan kepada audiens.

Kesadaran akan fungsi ganda ini menjadi inti dari pemahaman media yang ideal. Media yang ideal adalah media yang tidak mengklaim netralitas, tetapi dengan jujur menampilkan bagaimana proses framing dilakukan, mengungkapkan mekanisme selektivitas dalam menampilkan kenyataan. Dengan demikian, media yang ideal harus mampu membuka ruang bagi pemahaman kritis dan reflektif, bukan hanya menyajikan realitas dalam bentuk yang telah dibongkai sedemikian rupa.

Mengenyampingkan Glorifikasi Interaktivitas – Media Memiliki Peran Ontologis

McKenzie (2013) mengkritik glorifikasi interaktivitas teknis yang dangkal, yang lebih mengutamakan keterlibatan cepat dan respons instan daripada penciptaan makna yang mendalam. Ia secara implisit mengajak kita untuk memikirkan kembali bentuk media yang lebih memfasilitasi pemaknaan eksistensial, bukan hanya keterlibatan superfisial. Dalam hal ini, media ideal adalah media yang mengundang kontemplasi, refleksi, dan kedalaman pemahaman, bukan sekadar media yang menawarkan interaksi instan tanpa substansi.

Pandangan ini sejalan dengan ungkapan terkenal dari Marshall McLuhan, "The medium is the message," yang menunjukkan bahwa yang terpenting bukan hanya isi (konten), tetapi juga cara isi tersebut disampaikan (media/medium). Medium itu sendiri

membentuk cara kita berpikir, memahami, dan mengalami dunia. Dalam konteks ini, media tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk eksistensi kita, cara kita melihat dan memahami kenyataan. Fenomena saat ini menggambarkan situasi di mana "yang tepat secara teknis" sering menggantikan "yang benar secara eksistensial." Dalam praktik media kontemporer, video yang sukses bukanlah yang mengandung makna mendalam, melainkan yang sinkron dengan algoritma dan efek visual yang menarik perhatian. Sebagai contoh, video edukatif berdurasi dua menit mengenai krisis iklim bisa kalah viral dibandingkan dengan video kreator yang hanya menari sambil menggunakan tagar populer. Di sini, nilai eksistensial komunikasi—nilai yang mendalam dan reflektif—tergeser oleh parameter teknis yang lebih mementingkan performa viral dan respons cepat. Dengan kondisi seperti ini, praktik media saat ini berada dalam dominasi performativitas teknis, di mana ketepatan efek visual, durasi algoritmik, dan potensi viral lebih dihargai daripada kedalaman makna yang terkandung dalam pesan. Oleh karena itu, penting bagi media untuk kembali diarahkan agar memiliki peran ontologis. Media harus berfungsi sebagai ruang untuk pemaknaan mendalam, yang mendorong proses refleksi dan keterbukaan terhadap makna yang lebih hakiki, bukan hanya sebagai alat penyampaian pesan yang dangkal.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam era digital yang semakin dipenuhi oleh performativitas teknis dan keterlibatan superfisial, konsep media ideal menurut pemikiran aletheia Heidegger mengajak kita untuk merefleksikan kembali hakikat media dan perannya dalam penyingkapan kebenaran. Media tidak hanya berfungsi sebagai saluran netral penyampai fakta, tetapi sebagai kekuatan ontologis yang membentuk cara manusia mengalami dan memahami dunia. Pertama, media ideal tidak sekadar merepresentasikan realitas, tetapi juga aktif dalam membukanya, menjadi pemicu keterbukaan terhadap makna yang lebih mendalam. Dalam pandangan ini, media berfungsi sebagai ruang penyingkapan (unconcealment), bukan sekadar pengulang fakta atau data visual yang tepat secara teknis. Media harus mampu mengaktifkan pemahaman reflektif dan hubungan eksistensial dengan dunia. Kedua, media memiliki fungsi ganda, di satu sisi ia bisa menyingkap, tetapi di sisi lain juga dapat menyelubungi. Penyingkapan melalui media selalu dibingkai, dan apa yang tampak adalah hasil dari seleksi, sudut pandang, dan intensi produksi. Oleh karena itu, media ideal bukan yang mengklaim netralitas, tetapi yang sadar akan proses pembingkaiannya itu sendiri, memberikan ruang bagi audiensnya untuk berpikir secara kritis dan mendalam. Ketiga, dominasi interaktivitas dalam bentuk klik, geser, dan bagikan telah menggeser fokus komunikasi dari kedalaman isi ke performa teknis. Glorifikasi terhadap keterlibatan yang cepat menciptakan ilusi partisipasi, namun melemahkan potensi media sebagai sarana pemaknaan. Oleh karena itu, media ideal adalah media yang tidak menjadikan interaktivitas sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai sarana menuju pemahaman, perenungan, dan hubungan yang lebih otentik. Dengan demikian, media yang melampaui fakta adalah media yang tidak berhenti pada ketepatan representasional, tetapi mengajak pada pembukaan makna. Dalam kerangka Heideggerian,

media ideal adalah media yang tidak hanya mengatakan sesuatu tentang dunia, tetapi juga membuka dunia itu sendiri, memungkinkan manusia untuk menghadapinya secara otentik.

Daftar Pustaka

- Amazeen, M. (2019). Reinforcing attitudes in a gatewatching news era: Individual-level antecedents to sharing fact-checks on social media. *Communication Monographs*, 86(1), 112-132, ISSN 0363-7751, <https://doi.org/10.1080/03637751.2018.1521984>
- Barnard, R., & Horgan, T. (2006). Truth as Mediated Correspondence. In *Source: The Monist* (Vol. 89, Issue 1).
- Çömlekçi, M.F. (2022). Why Do Fact-Checking Organizations Go Beyond Fact-Checking? A Leap Toward Media and Information Literacy Education. *International Journal of Communication*, 16, 4563-4583, ISSN 1932-8036, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b&scp=85151081606&origin=inward>
- Dobreva, D. (2020). Prophets and Loss: How “Soft Facts” on Social Media Influenced the Brexit Campaign and Social Reactions to the Murder of Jo Cox MP. *Policy and Internet*, 12(2), 144-164, ISSN 1944-2866, <https://doi.org/10.1002/poi3.203>
- García-Orosa, B., López-García, X., & Vázquez-Herrero, J. (2020). Journalism in Digital Native Media: Beyond Technological Determinism. *Media and Communication*, 8(2), 5-15. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2702>
- Guarino, S. (2020). Beyond Fact-Checking: Network Analysis Tools for Monitoring Disinformation in Social Media. *Studies in Computational Intelligence*, 881, 436-447, ISSN 1860-949X, https://doi.org/10.1007/978-3-030-36687-2_36
- Gunkel, D., & Taylor, P. (2014). *Heidegger and the Media*.
- Hansen, M. B. N. (2016). *MEDIUM-ORIENTED ONTOLOGY* (Vol. 83, Issue 2).
- Heidegger, M. (2018). Letter on Humanism (Capuzzi, Frank A., Trans.). In W. McNeill (Ed.), *Global Religious Vision*.
- Katz, J. (2018). Commentary on News and Participation through and beyond Proprietary Platforms in an Age of Social Media. *Media and Communication*, 6(4), 103-106. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1743>
- Kittler, F. (2009). Towards an ontology of media. *Theory, Culture and Society*, 26(2–3), 23–31. <https://doi.org/10.1177/0263276409103106>
- Lampou, E. (2023). Ranked by Truth Metrics: A New Communication Method Approach, on Crowd-Sourced Fact-Checking Platforms for Journalistic and Social Media Content. *Studies in Media and Communication*, 11(6), 231-243, ISSN 2325-8071, <https://doi.org/10.11114/smc.v11i6.6166>
- McKenzie, S. (2013). *McLuhan's Relevance in Today's Society: A Look at Social Media on Mobile Devices*. https://surface.syr.edu/prl_thesis/2
- Mesquita, L., Maneta, M., & Brites, M. (2024). Beyond Verification: The Evolving Role of Fact-Checking Organisations in Media Literacy Education for Youth. *Media and Communication*, 12, Article 8690. <https://doi.org/10.17645/mac.8690>

-
- Montaña-Niño, S., Vziatysheva, V., Dehghan, E., Badola, A., Zhu, G., Vinhas, O., Riedlinger, M., & Glazunova, S. (2024). Fact-Checkers on the Fringe: Investigating Methods and Practices Associated With Contested Areas of Fact-Checking. *Media and Communication*, 12, Article 8688. <https://doi.org/10.17645/mac.8688>
- Negredo, S., Martínez-Costa, M., Breiner, J., & Salaverría, R. (2020). Journalism Expands in Spite of the Crisis: Digital-Native News Media in Spain. *Media and Communication*, 8(2), 73-85. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2738>
- Petruzzi, A. P. (1996). Rereading Plato's Rhetoric. In *Rhetoric Review* (Vol. 15, Issue 1).
- Sehl, A. (2020). Public Service Media in a Digital Media Environment: Performance from an Audience Perspective. *Media and Communication*, 8(3), 359-372. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3141>
- Tammenoksa, A. (2016). *Heidegger, hypermedia, and moral identity — A literature review of post-human being in a mediated world*.
- Vázquez-Herrero, J. (2023). Misinformation on Trial: Media Coverage of a Murder, Public Conversation and Fact-Checking. *Journalism Practice*, 17(10), 2218-2240, ISSN 1751-2786, <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2164328>
- Watts, M. (2011). *The Philosophy of Heidegger*. Acumen Publishing Limited.