



Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial

Sosiologi Komunikasi

Dyna Herlina Suwarto

dynaherlina@uny.ac.id

Sosiologi

- Ilmu masyarakat atau ilmu kemasyarakatan yang mempelajari manusia sebagai anggota golongan atau masyarakat dengan ikatan-ikatan adat, kebiasaan, kepercayaan atau agamanya, tingkah laku serta keseniannya atau yang disebut kebudayaan yang meliputi segala segi kehidupan (Hassan Shadily, 1993)

Sosial

- Hal mengenai berbagai kejadian dalam masyarakat yaitu persekutuan manusia, dan selanjutnya dengan pengertian itu untuk dapat berusaha mendatangkan perbaikan dalam kehidupan bersama (Shadily, 1993)

Sosiologi dan Masyarakat

- Ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial, termasuk perubahan-perubahan sosial.
- Struktur sosial adalah keseluruhan jalinan antara unsur-unsur sosial yang pokok, yaitu kaidah-kaidah sosial (norma-norma sosial), lembaga-lembaga sosial, kelompok-kelompok, serta lapisan sosial

Proses sosial

- Pengaruh timbal balik antara pelbagai segi kehidupan bersama, umpamanya pengaruh timbal balik antara segi kehidupan hukum dan segi kehidupan agama, antara segi kehidupan hukum dengan segi kehidupan ekonomi, dan lain sebagainya. Salah satu proses sosial yang bersifat tersendiri ialah dalam hal terjadi perubahan-perubahan di dalam struktur sosial (Selo Soemardjan dan Soeleman Soemardi dalam Soekanto, 2003)

Interaksi Sosial

- Suatu hubungan di mana terjadi proses saling pengaruh mempengaruhi antara para individu, antara individu dengan kelompok, maupun antara kelompok (Soekanto, 2003)

Unsur-unsur interaksi sosial

- a. Struktur sosial: tata aturan relasi yang berpola tertentu sebagaimana yg diharapkan untuk membimbing interaksi sosial. Interaksi tersebut membentuk pola yang kemudian menjadi kebiasaan. Interaksi sosial juga akan berbeda dalam ruang, waktu dan lawan interaksi tertentu

Unsur-unsur interaksi sosial (2)

b. Tindakan Sosial: Suatu tindakan yang diwujudkan melalui perilaku. Yang harus terlihat, terdengar, dirasakan dan disikapi

c. Relasi sosial; Hubungan yang mengakibatkan timbal balik karena adanya interaksi sosial. Relasi sosial juga berkaitan dengan perubahan akibat berhubungan.

d. Manajemen Kesan: pengelolaan interaksi sosial sehingga terjadinya identitas yang positif atau mencegah kesalahpahaman

Proses Interaksi Sosial

- a. Pertukaran Sosial
- b. Kerjasama
- c. Persaingan
- d. Konflik

Interaksi Sosial, Status dan Peran

- Interaksi sosial berkaitan dengan status sosial seseorang. Status individu akan mempengaruhi dalam berinteraksi

Contoh: Jokowi dulu Gubernur dan sekarang Presiden memiliki aturan protokoler yang berbeda

- Status sosial juga akan menimbulkan peran-peran yang berbeda dalam masyarakat

Contoh: sistem kasta membuat tiap orang memiliki fungsi dan peran yang sangat berbeda. Misalnya kasta brahmana menjadi pemimpin agama, sedangkan Dalit berperan sebagai budak

Contoh: kelas menengah menduduki pekerjaan profesional sedangkan kelas bawah bekerja untuk pekerjaan berupah rendah

Komunikasi

- Dalam interaksi inilah manusia memerlukan komunikasi. Komunikasi memudahkan manusia memahami keinginan satu sama lain.

Relasi Sosial

- Lingkaran relasi antarpersonal, menerangkan ke arah mana perilaku seseorang diorientasikan
- Menyebabkan norma-norma yang teratur dalam bentuk organisasi sosial

- Toleransi Sosial
- Kesetaraan
- Tanggung jawab sosial
- Tanggung jawab personal

Aliran Sosiologi

Struktural Fungsional: society is made of interlocking system

- Auguste Comte
- Emile Durkheim
- Talcott Parson
- Robert K Merton

Konflik Sosial:
society is made of power struggles

- Karl Marx
- Jurgen Habermas
- John Dewey

Symbolic Interactionism: society is made of shared meanings

- George Herbert Mead
- Herbert Blumer

Ranah Sosiologi Komunikasi



Five Domain of Sociology of Mass Communication

- Studies of mass communicators, media organizations, and the processes by which mass communications are produced.
- Research on mass media audiences, especially research oriented toward interests in social
- Relate interpersonal communication and mass communication - opinion leadership, communication networks, and diffusion of news.
- Studies of mass media content that touch upon changing social norms and upon the public presentation of social roles
- Studies of mass communication effects on public beliefs, knowledge, and concepts of social reality, but also those considering the media's roles in socialization and social change.

KOMUNIKASI DALAM KONTEKS SOSIOLOGI

Komunikasi Definition

1. Dialectic Method:

- Socrates
- Discover the truth
- Discourse, logical argumentation, rational discussion

2. Rhetoric

- Aristoteles, Julius Caesar
- rheto: public speaker
- Target the ability to perceive all means of persuasion in any given scenario
- Persuade someone/ a group people

Pentingnya Komunikasi

- Struktur dalam masyarakat sangat kompleks karena berkaitan dengan lapisan dan ragam situasi sosial
- Dibentuk berdasar; nilai, jenis kelamin, pendidikan, hukum adat, kebudayaan, norma, agama, kepercayaan, ekonomi
- Proses dan struktur sosial melibatkan proses komunikasi agar masyarakat dapat bersosialisasi dan memahami satu sama lain dengan baik

Komunikasi interpersonal

- Tatap muka baik antara individu dengan individu, atau individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok, kelompok dengan masyarakat

Ciri-ciri Kom interpersonal

- Individu dengan Individu
- Melibatkan perasaan dan emosi
- Berdasarkan pada nilai kualitas
- Melibatkan intensitas
- Melibatkan atensi
- Menyebabkan dan disebabkan oleh relasi sosial

Komunikasi massa

- Proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi secara luas
- Pesan satu disampaikan media ke banyak orang
- Pesan disampaikan melalui perantara

Proses komunikasi massa

- Penyampaian informasi dalam skala yang besar. Pemberitaan dalam jumlah yang luas dan diterima oleh massa yang besar
- Komunikasi massa dilakukan satu arah. Interaktif dapat terjadi tapi komunikator tetap mendominasi
- Komunikasi datar bersifat sementara/tidak permanen
- Proses komunikasi bersifat impersonal (non pribadi)
- Tayangan media massa ditentukan oleh rating sehingga sangat berdasar pada “permintaan” pasar

Massa

- Anonim
- Tidak struktur
- Sangat banyak cenderung tidak terukur
- Tersebar dalam wilayah-wilayah pedesaan dan perkotaan
- Feedback kepada media tidak dapat langsung

a. Komunikator

b. Media massa

c. Informasi/pesan

d. Komunikan/Massa

e. Umpan balik/respon

Unsur-unsur penting dalam komunikasi massa

Definisi Media Massa

- Media: Medium atau alat perantara berkomunikasi, bersosialisasi, pertukaran makna antar manusia
- Massa: dari kata massif/banyak/jamak
- Media Massa: Medium yang menyampaikan pesan kepada khalayak banyak
- Contoh: TV, Radio, Koran, Majalah

Ciri-ciri Media Massa

- Terlembaga, jelas pemilik saham, redaktur, wartawan
- Memiliki struktur organisasi
- Pesan bersifat satu >>>> semua
- Memiliki pesan yang heterogen; informatif, hiburan, edukasi
- Posisi kuat secara modal dan menjangkau ruang dan waktu

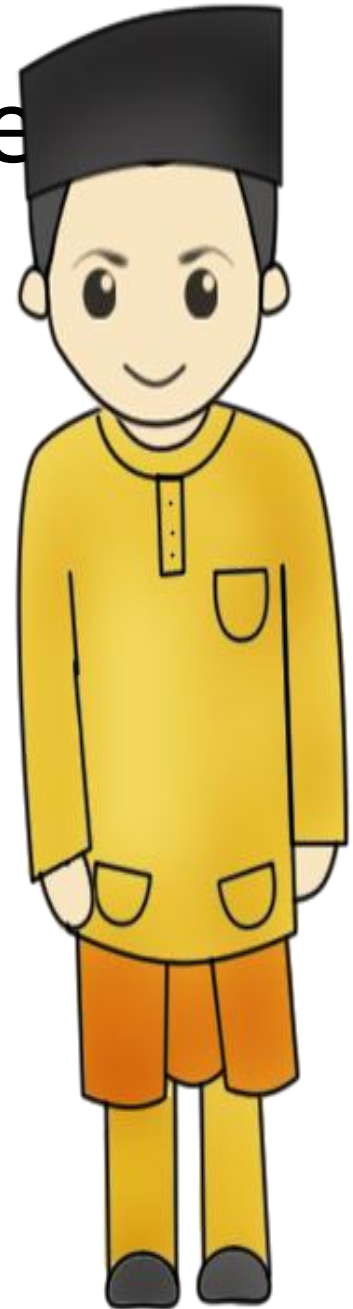
◆ PESAN MEDIA

- Berita Politik, Ekonomi, Budaya dan Sosial
- Sinetron, Film, Talk Show, Variety Show, Infotainment, Mimbar Agama
- Iklan TVC, Iklan Radio, Iklan Cetak
- Isi Blog, Berita di Media Online, Interaksi dan Berita di Sosial Media



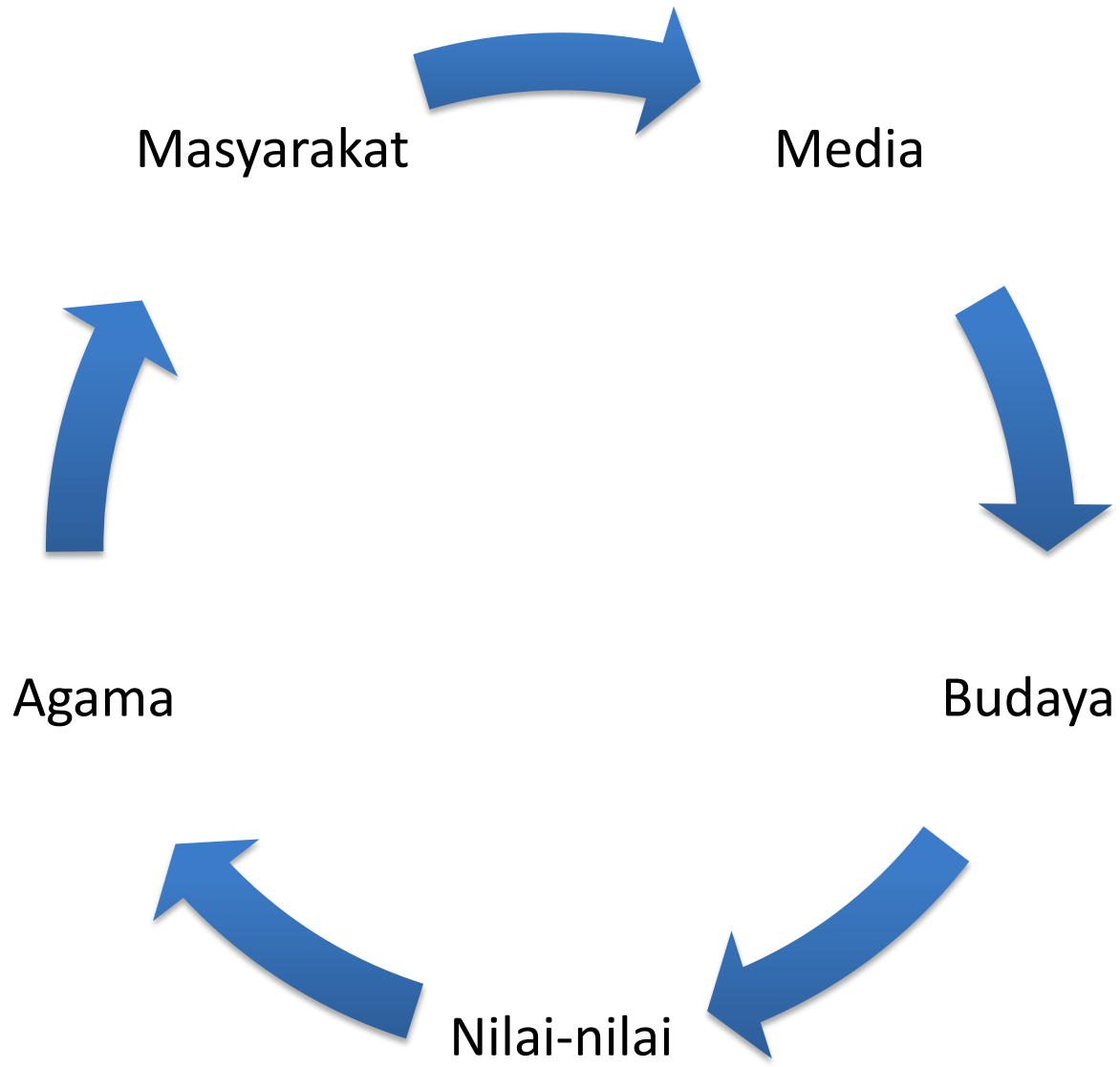
Khalayak atau konsumen me

- Perempuan, Laki-laki
- Dewasa, Remaja, Anak-anak
- Pendidikan SD, SMP, SMA, S1, S2, S3



Mass Communication a Sociological Perspective

- Keterkaitan antara media dan sosiologi terjalin dikarenakan, media mengambil informasi (nilai-nilai, kebiasaan, norma, perilaku, agama) dalam masyarakat kemudian melakukan seleksi untuk ditayangkan (TV, Film, Radio, Koran, Majalah) kepada masyarakat kembali.
- Masyarakat kemudian juga dapat memahami kebudayaan dan nilai-nilai yang juga ditayangkan oleh media



PERAN MEDIA DAN MASYARAKAT

Media Massa dan Masyarakat

- Media Massa adalah pilar keempat negara setelah Eksekutif, Legislatif dan Yudikatif.
- Masyarakat memerlukan media sebagai alat kontrol melihat kinerja negara
- Media ideal tidak saja mengabarkan aktivitas pejabat negara tetapi juga menyediakan 'ruang' bagi rakyat untuk bicara
- Opini, ide dan tanggapan masyarakat harus dapat terartikulasikan di media.

Fungsi Utama Media Massa (Dr. Harold D. Laswell)

1. The Surveillance of the environment:

Pengamat lingkungan, pemberi informasi tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan kepada masyarakat luas

Contoh: Bencana tsunami Aceh, kita belum pernah kesana, tapi kita tahu apa yang terjadi. Keparahan bencana, situasi sosial maupun jumlah korban tsunami

2. The Correlation of the parts of society in responding to the environment

Berfungsi melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi dari informasi. Media melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, reporter, redaktur yang mengelola media massa. Kepentingan media akan berlaku disini disebut juga REPRESENTASI

Contoh: TV One >>> Prabowo pemenang

3. The transmission of the social heritage from one generation to the next

- Sebagai sarana menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain

Contoh: Konsep gender berkaitan kebudayaan sosial tertentu. Cantik versi “Barat” akan berbeda dengan cantik versi “Timur”. Kondisi sosial politik ekonomi juga turut mempengaruhinya





Citra

Nutrisi & Redness UV

Baru!

Dapatkan kelembaban seketika
dan kulit tampak lebih putih!

Citra dengan Royal Jelly Korea
dan Yoghurt.

 [Citra](#)  [Citra](#)

www.citra.com.my



Citra
Nourished Radiance UV

yuk ikut jalan-jalan seru ke Korea!

Citra Seoul Mate

Ayo beli Citra Nourished Radiance UV sekarang!

Periode promo: 1 Maret-19 Mei 2013

© 2013 Citra | E: marketing@citra.co.id | T: [+62212511111](tel:+62212511111) | www.citra.co.id

4. Entertain Function

Charles R. Wright

- Communicative acts primarily intended for amusement irrespective of any instrumentals effects they might have
- Fungsi hiburan yang membuat orang membaca surat kabar, mendengarkan radio dan televisi

5. To sell goods for us

Wilbur Schramm

- Media sebagai sarana promosi/iklan. Fungsi ini yang paling menonjol seiring tumbuhnya kapitalisme dan industri media di dunia. Hal ini disebabkan media mendapatkan keuntungan demi kelangsungan hidupnya.

Contoh: Tayangan sinetron durasi 30 menit, 30 menit sisanya untuk iklan

Komunikasi massa sbg sistem sosial

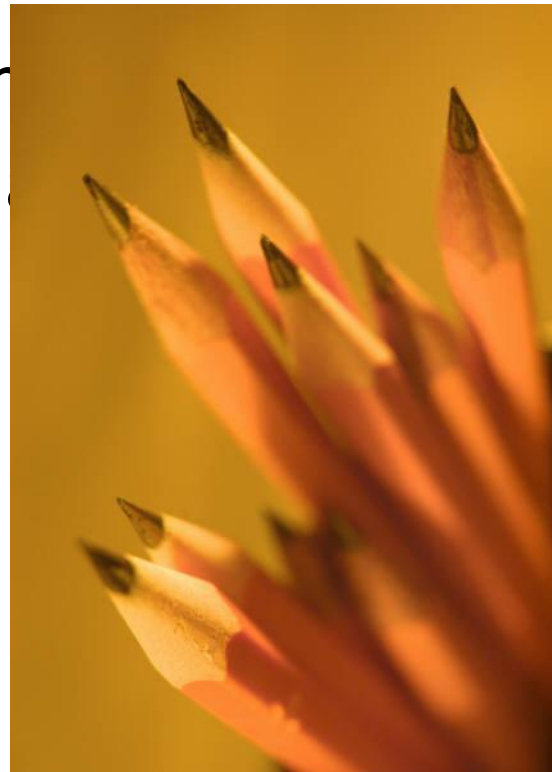
- Sebuah kesatuan, kelompok sebuah himpunan dari beberapa unit atau komponen yang terpisah-pisah memiliki relasi khusus sehingga membentuk sebuah kesatuan utuh



Komunikasi Massa Sebagai Sistem Sosial

- a. Nara sumber/aktor-aktor dalam proses komunikasi (artis, politisi, pembaca berita)
- b. Penonton/Pendengar/Pembaca
- c. Media massa sbg institusi, SDM, infrastruktur, proses distribusi, kebijakan yang dilaksanakan, ideologi
- d. Aturan perundangan, norma dan nilai, serta kode etik
- e. Institusi/kegiatan pendukung; percetakan, periklanan, KPI
- f. Pihak-pihak yang mempengaruhi proses komunikasi massa; pemodal, penguasa, pemerintah, kekuatan politik, kelompok kepentingan yang lain
- g. Unsur-unsur yang lain; kondisi sosial, ekonomi, politik negara, kondisi global internasional

- Komunikasi massa menjelaskan masalah-masalah proses komunikasi, aspek sosiokultural, jaringan informasi dan komunikasi
- Media massa menjelaskan dan aspek-aspek yang diteliti teknologi itu sendiri



Media dan Perubahan sosial

Mengapa mempelajari isi media ?

- Karena media berisi berbagai pesan
- Jenis-jenis media massa mengakibatkan pesan juga beragam
- Akibat nya pesan beragam mengakibatkan makna juga beragam

Critical Perspectives on Content

Marxist Approaches:

Dalam dunia kapitalis, kelas dominan yang sedang berkuasa akan menguasai pesan di dalam media, akibatnya makna dapat juga dibuat seakan 'hadir' taken for granted.

Penghadiran pesan oleh kelas yang berkuasadapat juga mengakibatkan 'false consciousness'

- Kesadaran palsu mengakibatkan dominasi kelas sosial yang sedang berkuasa (dominance of a ruling-class ideology)
- Dominasi inilah yang mengakibatkan hegemoni (penindasan melalui ketidaksadaran)

mobilitas kelas sosial

1. Ekonomi (Marx)
2. Politik (Althusser)
3. Ideologi
4. Ilmu pengetahuan (Bourdieu)

- Media memiliki peranan yang besar untuk ikut membentuk karakter bangsa
- Sayangnya tayangan media di Indonesia masih berkulat pada realitas 'pasar'
- Karena berbagai produk tayangan sesungguhnya berupaya menyesuaikan dengan khalayaknya

- Massa yang heterogen ingin di diraih pemilik media sbg ceruk pasar
- Akibatnya media tidak memberikan perubahan dan transfer nilai yang positif namun justru negatif
- Produk media dibuat sedemikian rupa agar mampu diterima setiap kalangan

Media Sebagai Mesin Kebudayaan

- Dalam dunia kapitalis, hiburan dan bahkan budaya telah menjadi industri
- Budaya berkaitan dengan perilaku, kegiatan sehari-hari dan