

KOMUNIKASI SOSIAL

DALAM KAJIAN KOMUNIKASI MASSA

Dalam era informasi sekarang ini sudah selayaknya negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia terus berupaya meningkatkan kemampuannya terutama di sektor sumber daya manusia sehingga kelak diharapkan dapat menguasai teknik-teknik industri, khususnya industri komunikasi dan informasi. Semuanya itu diperuntukkan bagi kesejahteraan rakyat dan bangsa yang kelak dapat hidup mandiri tanpa bergantung pada diri pada bangsa lain.

Proses peningkatan sumber daya manusia tidak dapat dilepaskan dari fungsi dan peranan perguruan/pendidikan tinggi di Indonesia, baik yang berstatus swasta maupun negeri. Perguruan tinggi, khususnya pendidikan komunikasi secara lebih spesifik, tidak saja bermanfaat dalam mencerdaskan bangsa, tetapi juga sangat berpengaruh terhadap hubungan antar manusia, bangsa dan negara yang memiliki aneka ragam budaya.

Di Indonesia, dengan jumlah penduduk 270,6 Juta jiwa pada tahun 2019 diperkirakan akan terdapat 46.074 juta remaja yang berada pada tingkat pendidikan usia 19-24 tahun 2020. Saat ini di Indonesia terdapat 3136 perguruan tinggi strata satu yang berstatus swasta dengan jumlah mahasiswa sebanyak 7 juta mahasiswa. Jumlah populasi mahasiswa ini, diperkirakan akan meningkat

Salah satu program studi yang juga harus menjawab tantangan perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, serta kebutuhan praktis di kalangan masyarakat pengguna (user) adalah Ilmu Komunikasi. Namun ternyata pada penerapannya user pengguna mengalami kebingungan. Di satu sisi, mereka memandang komunikasi hanya sebagai instrumen dari suatu kepentingan yang lebih besar, namun di sisi lain komunikasi dipandang sebagai sebuah fenomena keilmuan yang mampu secara konseptual dan praktis menjawab permasalahan akan Sumber Daya yang menjadi dilematik di masyarakat.

Berdasarkan pengantar di atas inilah maka penulis mencoba memberikan pandangan secara sosial tentang komunikasi beserta varian fenomena yang terjadi sehingga sedikitnya memberikan gambaran bagi pembaca akan komunikasi di masyarakat.

Dr. Bayquni, S.Sos., M.Pd., M.Ikom. | KOMUNIKASI SOSIAL DALAM KAJIAN KOMUNIKASI MASSA



Dr. Bayquni, S.Sos., M.Pd., M.Ikom.

KOMUNIKASI SOSIAL

DALAM KAJIAN KOMUNIKASI MASSA

PT. MANDALA NASIONAL
Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55
Cempaka Putih - Jakarta Pusat 10530

ISBN 978-623-6839-16-4



9 78 623 6839 16 4

KOMUNIKASI SOSIAL DALAM KAJIAN KOMUNIKASI MASSA

Dr. Bayquni, S.Sos., M.Pd., M.Ikom.



KOMUNIKASI SOSIAL

DALAM KAJIAN KOMUNIKASI MASSA

Dr. Bayquni, S.Sos., M.Pd., M.Ikom.

@ 2021

Desain Sampul: Andre

Tata Letak: Abi Alif

Penerbit: PT. Mandala Nasional

Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih

Jakarta Pusat 10530

Cetakan Pertama: Maret 2021

ISBN: 978-623-6839-16-4

Isi diluar tanggung jawab percetakan

KATA PENGANTAR

Dalam era informasi sekarang ini sudah selayaknya negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia terus berupaya meningkatkan kemampuannya terutama di sektor sumber daya manusia sehingga kelak diharapkan dapat menguasai teknik-teknik industri, khususnya industri komunikasi dan informasi. Semuanya itu diperuntukkan bagi kesejahteraan rakyat dan bangsa yang kelak dapat hidup mandiri tanpa bergantung pada diri pada bangsa lain.

Proses peningkatan sumber daya manusia tidak dapat dilepaskan dari fungsi dan peranan perguruan/pendidikan tinggi di Indonesia, baik yang berstatus swasta maupun negeri. Perguruan tinggi, khususnya pendidikan komunikasi secara lebih spesifik, tidak saja bermanfaat dalam mencerdaskan bangsa, tetapi juga sangat berpengaruh terhadap hubungan antar manusia, bangsa dan negara yang memiliki aneka ragam budaya.

Di Indonesia, dengan jumlah penduduk 270,6 Juta jiwa pada tahun 2019 diperkirakan akan terdapat 46.074 juta remaja yang berada pada tingkat pendidikan usia 19-24 tahun 2020. Saat ini di Indonesia terdapat 3136 perguruan tinggi strata satu yang berstatus swasta dengan jumlah mahasiswa

sebanyak 7 juta mahasiswa. Jumlah populasi mahasiswa ini, diperkirakan akan meningkat

Salah satu program studi yang juga harus menjawab tantangan perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, serta kebutuhan praktis di kalangan masyarakat pengguna (user) adalah Ilmu Komunikasi. Namun ternyata pada penerapannya user pengguna mengalami kebingungan. Di satu sisi, mereka memandang komunikasi hanya sebagai instrumen dari suatu kepentingan yang lebih besar, namun di sisi lain komunikasi dipandang sebagai sebuah fenomena keilmuan yang mampu secara konseptual dan praktis menjawab permasalahan akan Sumber Daya yang menjadi dilematik di masyarakat.

Berdasarkan pengantar di atas inilah maka penulis mencoba memberikan pandangan secara sosial tentang komunikasi beserta varian fenomena yang terjadi sehingga sedikitnya memberikan gambaran bagi pembaca akan komunikasi di masyarakat.

Jakarta, Maret 2021

Bayquni

DAFTAR ISI

PENGANTAR ... i

DAFTAR ISI ... iii

Bab 1

Komunikasi sebagai Sebuah Konstruksi ... 1

Definisi Komunikasi ... 1

Teori Komunikasi Identitas ... 12

Teori Identitas Sosial ... 16

Teori Kategorisasi Diri ... 23

Bab 2

Konsep Komunikasi Sosial di Media Kedua ... 23

Komunikasi sebagai Proses Sosial ... 23

Komunikasi pada Era Media Kedua ... 36

Partisipasi Budaya ... 40

Bab 3

**Implementasi Komunikasi Sosial
pada Media Sosial ... 55**

Pandangan Jaringan Sosial Manuel Castell ... 55

Media Sosial Pandangan Dennis McQuail ... 62

Media Sosial Pandangan Mark Poster ... 66

Media Sosial sebagai Komunikasi Ritual ... 70

Bab 4

Tanda dalam Komunikasi Sosial ... 81

Semiotika Sosial ... 81

Semiotika Umberto Eco ... 88

Semiotika Cinematografi Christian Metz ... 94

Semiotika Julia Kristeva ... 101

Semiotika Algirdas Greimas ... 108

Bab 5

Global Komunikasi Sosial ... 113

Teori Kolonialisme Elektronik ... 115

Teori Sistem Dunia ... 120

DAFTAR PUSTAKA ... v

TENTANG PENULIS ... xiii

Bab 1

Komunikasi sebagai Sebuah Konstruksi

Saya percaya bahwa studi sosial harus dimulai dengan pengamatan yang cermat tentang apa dapat digambarkan sebagai komunikasi; yaitu individu untuk mengkomunikasikan perasaan dan idenya kepada orang lain, kelompok untuk berkomunikasi secara efektif dan akrab satu sama lain. Masalah ini adalah, tanpa semua keraguan yang masuk akal, cacat yang luar biasa dari peradaban itu menghadapi hari ini.

(Elton Mayo, 1945)

Definisi Komunikasi

Aktivitas Telematika (Arti: Telekomunikasi dan Informatika) sepenuhnya bergantung pada komunikasi yang efektif antara individu, tim dan organisasi. Namun, dalam berbasis aktivitas kerja, interaksi cenderung dicirikan oleh kelompok orang yang tidak dikenal berkumpul untuk waktu yang singkat sebelum bubar untuk mengerjakan pekerjaan lain. Dimensi temporal ini

memperumit masalah yang sudah bermasalah lingkungan komunikasi di mana bahasa teknis, permusuhan budaya dan kebisingan/gangguan semua bergabung untuk mencegah langsung informasi mengalir dari satu pihak ke pihak lain. Memang, banyaknya pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses yang dilakukan selama konstruksi aktivitas membuat jaringan komunikasi menjadi sangat kompleks dan dapat berubah sewaktu-waktu. Selanjutnya dengan keharusan saat ini untuk memperbaiki diri kinerja kerja dengan merancang dan membangun lebih cepat, banyak proses yang bergantung pada komunikasi yang efektif terjadi secara bersamaan. Ini meningkatkan kemungkinan masalah yang terjadi dalam transmisi dan penerimaan informasi penting untuk upaya konstruksi suatu aktivitas.

Banyak teks tentang bagaimana berkomunikasi dengan lebih efektif. Ini menawarkan a berbagai pendekatan dan teknik untuk memastikan bahwa informasi mengalir dikelola dengan baik, pesan tersampaikan dengan baik dan pesan penerima menafsirkan dan bertindak atas informasi dengan cara yang kongruen dengan tujuan yang diinginkan.

Komunikasi dapat dilihat sebagai 'saluran pipa' metaforis informasi ditransfer dari satu orang ke orang lain (Axley, 1984). Telah menjadi darah kehidupan dari setiap sistem interaksi manusia seperti tanpanya, tidak berarti atau aktivitas yang koheren dapat terjadi (Thomason, 1988: 400). Meskipun begitu, mendefinisikan 'komunikasi' itu sulit karena multidimensi dan konsep samar. Ini dapat memiliki berbagai

arti, konteks, bentuk dan dampaknya dan dengan demikian akan berarti hal yang berbeda dan bagi orang yang berbeda situasi. Hal ini tentunya terjadi dalam aktivitas kerja yang konstruksi, di mana sejumlah besar komunikasi yang berbeda terjadi secara bersamaan. Terlepas dari kesulitan yang melekat dalam menjelaskan apa yang dimaksud dengan komunikasi, penting bahwa definisi kerja dari konsep dikembangkan untuk mendukung analisis praktik komunikasi yang terkandung dalam buku ini. Untuk mencapai ini, adalah tepat untuk memecah istilah tersebut untuk menentukan dimensinya.

Karakteristik penting dari konsep komunikasi dapat diringkas sebagai berikut:

1. Komunikasi biasanya melibatkan transfer informasi, yang bersifat generik istilah yang mengandung arti seperti pengetahuan, data yang diolah, keterampilan dan teknologi (Cheng et al., 2001). Dalam konstruksi, informasi sangat beragam mengingat banyaknya pihak yang terlibat operasi konstruksi.
2. Untuk berkomunikasi adalah untuk menjembatani jarak dari beberapa deskripsi, bisa berkisar dari yang pendek dan sederhana (misalnya antara dua orang) hingga panjang dan kompleks (misalnya di seluruh dunia) (lihat Skyttner, 1998). Sekali lagi, masuk membangun lokasi yang berbeda dari banyak pihak yang terlibat aktivitas secara teratur membutuhkan komunikasi jarak yang lebih jauh pada lingkungan sosial.

3. Komunikasi yang berhasil (pada tingkat interpersonal dalam hal apapun) adalah keterampilan sosial yang melibatkan interaksi efektif antara orang-orang (Hargie,1986). Meskipun ada perkembangan dalam teknik produksi di luar lokasi,
4. Konstruksi komunikasi tetap merupakan kegiatan multi aktivitas dan karenanya, aktivitas sosial menuntut komunikasi antara berbagai macam peserta.
5. Komunikasi interpersonal antar orang biasanya melibatkan penyampaian fakta, perasaan, nilai dan opini (Kakabadase et al., 1988).
6. Kontruksi Komunikasi dapat dianggap subjektif dan syarat penting dalam banyak hal, konstruksi komunikasi bukanlah ilmu pasti dan semacamnya namun tetap menuntut tingkat interpretasi subjektif dari mereka yang berpartisipasi.
7. Komunikasi tidak hanya terjadi antar individu, tetapi dapat terjadi antar kelompok atau organisasi (Baguley, 1994). Konstruksi secara inheren aktivitas tim yang melibatkan keterlibatan secara bersamaan banyak spesialis agar berhasil mencapai tujuan proyek.
8. Komunikasi dapat dilihat sebagai proses transaksional di mana beberapa-hal dipertukarkan antara pihak-pihak yang terlibat (lihat Eisenberg dan Goodall, 1993: 22). Konstruksi dapat dilihat sebagai serangkaian transaksi antara pihak-pihak yang terlibat. Memfasilitasi transaksi ini telah diakui secara luas sebagai masalah utama bagi industri untuk diatasi jika

menginginkannyameningkatkan kinerjanya di masa mendatang.

Perspektif yang luas tentang kontruksi komunikasi ini semuanya menunjukkan hal itu komunikatif pada dasarnya adalah tentang transfer informasi antar orang-orang. Jadi, titik komunikasi dalam banyak kasus adalah satu orang itu (atau tim atau organisasi dll.) ingin orang lain menerima informasi dari lain. Dalam konteks organisasi, ini bisa untuk menyampaikan sebuah instruksi untuk mempengaruhi tindakan/perilaku orang lain, atau mungkin melibatkan pertukaran atau permintaan informasi. Sampai batas tertentu, interaksi ini akan terjadi ditentukan oleh aturan dan norma perilaku sosial, seperti halnya manusia yang menerjemahkan makna dan memanfaatkan informasi (Gayeski, 1993).

Istilah konstruksi realitas sosial pertama kali dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* yang memiliki akar dari fenomenologi dan interaksi simbolik dalam proses Konstruksi Sosial atas Realitas (Social Construction of Reality) didefinisikan sebagai tahapan sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan

manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Menurut Berger & Luckman, terdapat 3 (tiga) bentuk realitas sosial, antara lain:

1. Realitas Sosial Eksternalisasi

Merupakan suatu kompleks definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

2. Realitas Sosial Objektifikasi

Merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media.

3. Realitas Sosial Internalisasi

Realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Atau bisa disebut dengan bagaimana orang menyerap apa yang mereka lihat.

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri setiap pelaku komunikasi dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Peristiwa komunikasi mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui saluran dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas komunikasi inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima khalayak sebagai realitas sosial objektif karena aktivitas komunikasi dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya. Kehidupan manusia itu adalah proses dari satu tahap hidup tahap lainnya, karena itu perubahan sebagai proses dapat menunjukkan perubahan sosial dan perubahan budaya, atau berlaku kedua-duanya pada satu runtutan proses itu. Adapun perubahan sebagai proses, tanpa membicarakan dahulu macam dan arah proses itu dengan singkat perubahan dapat menyatukan berbagai asas dalam kehidupan manusia. Proses dalam makna sosial pada hakekatnya ialah perjalanan kehidupan suatu masyarakat yang ditunjukkan oleh dinamikanya, baik mengikuti evolusi biologik dalam daur hidup maupun perubahan tingkah laku dalam menghadapi Teori Identitas Sosialisasi mengenai sosial mereka.

Konstruksi identitas ini mengarah akan suatu apa yang dikatakan oleh Berger dan Luckmann Identitas, dengan

sendirinya. merupakan satu unsur kunci dari kenyataan subjektif dan, sebagaimana semua kenyataan subjektif, berhubungan secara dialektis dengan masyarakat. Identitas dibentuk oleh proses-proses sosial. Begitu memperoleh suatu bentuk, hal tersebut akan dipelihara, dimodifikasi, atau malahan dirubah ulang oleh hubungan-hubungan sosial. Tahap-tahap sosial yang terlibat dalam membentuk dan mempertahankan identitas ditentukan sosial. Sebaliknya, identitas-identitas yang dihasilkan oleh interaksi antara organisme, kesadaran individu, dan struktur sosial bereaksi terhadap struktur sosial yang sudah diberikan, memeliharanya, memodifikasinya, atau malahan membentuknya kembali. Titik tekan teori konstruksi realitas sosial adalah membahas proses bagaimana orang membangun pemahaman bersama mengenai makna. Makna dibentuk dan dikembangkan, dengan bekerjasama dengan orang lain bukan oleh setiap individu secara terpisah.

Upaya untuk menghubungkan individu dengan masyarakat telah mengalihkan perhatian para sarjana pada hubungan antara identitas dan komunikasi (Jung & Hecht, 2004). Pencarian manusia atau kebutuhan inheren untuk komunikasi mungkin berdampak pada pembentukan identitas. Disebutkan dalam salah satu bacaan kami sebelumnya, Sherry Turkle menggambarkan proses pembentukan identitas sebagai interaksi dari banyak diri kita & orang lain. Jadi, di satu sisi, komunikasi dengan orang lain, ditambah dengan bagaimana individu menyadari bagaimana mereka menggambarkan diri

mereka sendiri, dapat menjadi katalisator pembentukan identitas. *The Communication Theory of Identity (CTI)*, yang dikembangkan oleh Hecht & kolega (1980-an), mengkonseptualisasikan bahwa manusia secara inheren bersifat sosial, dan kehidupan mereka "berputar di sekitar komunikasi, hubungan, dan komunitas," dan mereka "beroperasi dari berbagai identitas yang bergeser." Manusia mempertimbangkan pandangan mereka untuk diri sendiri dan orang lain saat mereka terlibat dalam sosialisasi. CTI juga mengkonseptualisasikan bahwa individu menginternalisasikan hubungan & peran sosial mereka sebagai identitas melalui komunikasi, sehingga menjadikan identitas itu sendiri sebagai proses sosial.

Collier (1988, 1997, 1998; Collier & Thomas, 1988) menjelaskan bahwa identitas muncul dari komunikasi dan tercipta bersama dalam hubungan sosial. Manusia, pada kenyataannya, menjadi sasaran kegiatan komunikatif timbal balik secara teratur, di mana mereka dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana mereka melakukan diri mereka sendiri melalui evaluasi diri atau mendengarnya dari rekan komunikatif mereka. Identifikasi adalah proses kunci di mana orang menyesuaikan diri dengan dunia dan satu sama lain (Hecht, 2004). Proses identifikasi individu juga mencakup orientasi dirinya kepada individu lain. Individu kemudian akhirnya menginternalisasi identitas yang dianggap berasal ini. Dengan interaksi dan komunikasi yang berulang-ulang dengan orang lain, muncullah identitas yang lebih baru untuk

diinternalisasi, dan dinegosiasikan dengan yang sudah ada. Siklus ini membantu menggambarkan betapa pentingnya peran komunikasi pada identitas dan konstruksinya.

Empat kerangka identitas dalam CTI dikaitkan dengan keberadaan identitas baik dalam hubungan individu maupun sosial. Hecht menetapkan 4 kerangka identitas, masing-masing mencakup kualitas unik yang dapat saling melengkapi. Pertama adalah identitas pribadi. Identitas pribadi adalah konsep diri atau citra diri individu. Ini terbatas pada tingkat analisis diri individu. Kedua, identitas yang diberlakukan, dikatakan identitas yang diekspresikan individu. Pertukaran orang tentang identitas yang berlaku difasilitasi oleh interaksi komunikatif. Dalam CTI, beberapa aspek komunikasi merupakan identitas itu sendiri. Sedangkan kerangka identitas relasional mengacu pada identitas individu yang ada dalam hubungannya dengan orang lain dan identitas yang dianggap berasal dari diri kita oleh individu lain.

Ketenaran identitas ketiga ini memiliki 4 tingkatan:

- 1) individu mengembangkan identitas mereka dengan menginternalisasi bagaimana orang lain memandang mereka (disebut sebagai identitas relasional yang dianggap berasal);
- 2) individu mengidentifikasi diri mereka sendiri melalui hubungan mereka dengan orang lain;
- 3) berbagai identitas individu dan keberadaan mereka dalam hubungannya satu sama lain; dan terakhir,

- 4) hubungan individu itu sendiri merupakan satu kesatuan identitas.

Kerangka identitas keempat dan terakhir adalah identitas komunal, dan ini berkaitan dengan bagaimana komunitas mendefinisikan identitas mereka, yang berfungsi sebagai karakteristik. Keempat frame ini dideskripsikan secara independen, tetapi dalam fungsinya, mereka sebenarnya saling melengkapi. Identitas pribadi seseorang dapat menembus dengan identitas yang berlaku dan relasional, dan bahkan identitas komunal. Contoh dari interpenetrasi frame yang disebutkan Hecht adalah gender/identitas pribadi. Ia memaparkan bahwa seseorang tidak dapat mengevaluasi identitasnya seperti itu tanpa mempelajari bagaimana masyarakat mendefinisikan peran gender (komunal) atau bagaimana pembeli memandang laki-laki/perempuan (identitas relasional).

Contoh yang dapat saya pikirkan adalah analisis tentang interpenetrasi bingkai dalam identitas virtual (pribadi) individu sebagai anggota komunitas online tertentu. Identitas virtual pribadi seseorang tidak dapat dipelajari secara independen dari kerangka lain, karena sebagai individu yang bergabung dengan komunitas itu, anggota yang ada dapat mengharapkan perilaku tertentu (identitas relasional), sementara masyarakat (komunitas luar) sudah memiliki prasangka terhadap orang-orang seperti itu individu dari komunitas tersebut.

Jung dan Hecht (2004) kemudian menulis tentang ketegangan dialektis dalam interpenetrasi bingkai. Interpenetrasi dialektis merupakan salah satu kemunculan interpenetrasi dimana meskipun terdapat kontradiksi dan eksklusivitas dari 4 frame satu sama lain, namun tetap bekerja sama sebagai bagian dari sebuah identitas. Perbedaan di antara bingkai identitas ini adalah apa yang disebut Jung dan Hecht sebagai "celah identitas". Misalnya, mungkin ada kontradiksi antara identitas pribadi dan yang berlaku, tetapi meskipun demikian, keduanya tetap hidup berdampingan. Ketegangan dialektis antar bingkai identitas ini dapat menjadi sumber sifat identitas yang dinamis dan cair (Jung & Hecht, 2004). Dari apa yang saya pahami, contoh ketegangan dialektika adalah ketika seseorang percaya bahwa mereka tidak peka terhadap keraguan orang lain (identitas pribadi), namun tidak bertindak seperti itu (identitas yang berlaku). Contoh kontradiksi antara identitas pribadi dan relasional seseorang adalah ketika mereka berpikir bahwa orang lain memandang mereka (identitas pribadi), padahal sebenarnya orang lain yang memiliki hubungan sosial dengan mereka ini tidak menghormati mereka sama sekali.

Teori Komunikasi Identitas

Teori komunikasi identitas (CTI) mengambil pendekatan dialektik untuk memahami bagaimana dua atau lebih area identitas kita mungkin bertentangan pada waktu tertentu (Hecht, 1993). Secara teori, identitas tidak dilihat sebagai satu

kesatuan tetapi sebagai komponen berlapis yang dapat melengkapi atau bertentangan satu sama lain, pergeseran itu dengan konteks dan seiring waktu. Identitas, kemudian, dipandang sebagai a gabungan dari hubungan dan peran sosial dan perilaku sosial yang dihasilkan dan konsep diri (Jung & Hecht, 2004). Hubungan sosial, peran, perilaku, dan konsep diri ini dikerjakan melalui komunikasi, karena komunikasi dan identitas saling mempengaruhi; yaitu, mereka ciptakan dan diciptakan kembali oleh satu sama lain. Dengan melihat identitas melalui dan dengan komunikasi, CTI bisa digunakan untuk memahami bagaimana kekuatan eksternal, internal, mikro, dan makro membentuk identitas (Jung & Hecht, 2004). Dalam konteks studi ini, sampel gabungan identitas dipertimbangkan memahami identitas gabungan yang lebih besar.

CTI memindahkan identitas melampaui persepsi masyarakat dan individu ke dalam ranah relasional proses (Hecht, 1993). Identitas, seperti ras, adalah sesuatu yang dilakukan orang sebanyak mereka, dan mereka melakukan identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain. Untuk mendeskripsikannya banyak cara orang melakukan, dengan menganggap identitas mereka, CTI menggunakan empat kerangka: pribadi, komunal, berlaku, dan relasional.

1. Kerangka pribadi adalah konsep diri individu. Ini dapat mencakup identifikasi diri seseorang, mungkin dari ras atau kepribadian mereka. Bingkai yang ditetapkan

adalah ekspresi atau penampilan seseorang diri sendiri. Bingkai ini mencakup, antara lain, kebiasaan, pekerjaan, pilihan pakaian, dan gaya rambut.

2. Kerangka komunal adalah pemahaman kolektif yang lebih besar tentang identitas dan kepemilikan, seperti milik wilayah tertentu dari negara atau kelompok agama.
3. Kerangka relasional melibatkan identitas relasional yang dianggap berasal, atau internalisasi pandangan orang lain tentang diri, dan identitas terbentuk melalui hubungan dengan orang lain (Jung & Hecht, 2004). Pernyataan tentang mengidentifikasi sebagai bibi atau kakek nenek akan termasuk dalam bingkai ini.
4. Kerangka komunal mengacu pada identitas berbasis kelompok sosial seseorang (Hecht, 1993)

Dengan cara ini, CTI memungkinkan untuk pemahaman tentang identitas sebagai fenomena relasional dan multidimensi. Argumen utama Teori Komunikasi Identitas (CTI) adalah identitas itu bukan kesatuan, melainkan multifaset (Hecht, 1993). Ini dipandu oleh dua hal yang menyeluruh praduga. Pertama, kehidupan sosial bersifat dialektis atau paradoks; ada kontradiksi di semua kehidupan sosial, yang tercermin dalam ketegangan antara individualitas, tekanan hubungan, dan kolektivisme (Hecht, 1993). Dengan adanya ketegangan ini, identitas dipandang sebagaiberubah / stabil dan subjektif / dianggap (Hecht, 1993). Kedua, identitas berlapis. Ini

dikonseptualisasikan sebagai terdiri dari empat bingkai, atau lapisan, yang ditempatkan secara berbeda identitas.

Dalam mengkonseptualisasikan berbagai lapisan identitas, CTI mengambil dari identitas sosial teori (SIT) dan teori kategorisasi diri (SCT) berbagi premis bahwa individu memahami dan bereaksi terhadap pasang surut hubungan antar kelompok sosial, dan, sebagai Akibatnya, banyak kehidupan sosial muncul dari proses psikologis individu yang berinteraksi dalam realitas kontekstual sosial (Reid & Robinson, 2016). Ini menggabungkan SIT argumen bahwa individu memiliki kebutuhan untuk harga diri yang dapat mereka penuhi membandingkan pencapaian mereka dengan identitas pribadi yang dihargai atau dengan membandingkan secara menguntungkan kelompok mereka untuk menyaingi kelompok luar; ketika taktik terakhir digunakan dan individu puas dengan keanggotaan mereka dalam kelompok, itu menuntun mereka untuk mengembangkan sikap, keyakinan, dan perilaku yang memfasilitasi favoritisme ke dalam kelompok dan merendahkan kelompok luar (Tajfel & Turner, 1979). Ini juga memasukkan argumen SCT bahwa individu memiliki hierarki konsep diri, dengan aspek-aspeknya menjadi menonjol sebagai fungsi komparatif sosial konteks (Hogg & Reid, 2006). Dengan demikian, ide SIT dan SCT paling terlihat dalam lapisan identitas pribadi dan komunal.

CTI juga mengambil dari fokus teori identitas pada aspek individu dari hubungan masyarakat-individu dalam mengkonseptualisasikan berbagai lapisan identitas (Hecht, Warren, Jung, & Krieger, 2005). Meskipun banyak konseptualisasi teori identitas yang ada (untuk tinjauan lihat Stets, 2006), salah satu yang tampaknya paling sesuai untuk CTI adalah Stryker's(1968; Stryker & Statham, 1985) formulasi, yang berfokus pada bagaimana identitas peran, arti-penting identitas, dan komitmen identitas mencerminkan hubungan timbal balik antara diri sendiri dan masyarakat. Secara khusus, Stryker berpendapat bahwa masyarakat menentukan serangkaian posisi yang stabil, atau "peran", yang dapat digunakan individu untuk menavigasi sesuatu yang kompleks, terorganisir, dan masyarakat yang dibedakan; bergantung pada apakah peran-peran ini menjadi bagian dari identitas seseorang sejauh mana individu menginternalisasi budaya- dan sosial mereka berbasis struktural ekspektasi dan digunakan untuk memandu perilaku mereka. Saat ekspektasi ini diinternalisasi, mereka menjadi konsepsi diri yang ideal, atau "identitas peran" (Stryker & Statham, 1985).

Teori Identitas Sosial

Teori Identitas Sosial menghitung perilaku antarkelompok tertentu pada akar status yang dianut, kredibilitas, legitimasi, dan permeabilitas (arti : Kemampuan menguasai ruang). Istilah identitas sosial yang digunakan untuk menjelaskan diri sosial manusia berbeda dengan teori ini. Perilaku interpersonal akan

sangat dipengaruhi oleh perilaku antarkelompok. Asumsi utama teori ini adalah bahwa individu akan memiliki kecenderungan untuk mencapai dan mempertahankan kekhasan diri yang positif, yang akan sangat termotivasi oleh keanggotaan dalam suatu kelompok. Individu dengan berbagai perilaku interpersonal akan ditentukan oleh identitas sosialnya. Sehingga individu dalam suatu kelompok akan memiliki kecenderungan untuk mencapai dan mempertahankan suatu identitas sosial. Kecenderungan untuk mencapai dan mempertahankan keistimewaan diri yang positif menjadi bahan perdebatan.

Teori Identitas Sosial merinci strategi tertentu yang menarik untuk mencapai dan mempertahankan kekhasan diri positif yang dijelaskan. Hierarki status kelompok dan permeabilitas batas memainkan peran utama dalam pemilihan strategi. Adapun strategi-strategi tersebut di bawah ini, strategi-strategi tersebut harus dilihat dari sudut seorang anggota kelompok yang berstatus rendah yang ingin memperoleh status tinggi dalam kelompok tersebut.

Teori Identitas Sosial ini akan muncul dari beberapa kejadian komunikasi seperti:

1. Mobilitas Individu

Dalam kelompok di mana peluang perubahan status individu tinggi, individu dapat menggunakan strategi mobilitas

individu daripada kelompok mereka untuk mencapai kekhasan diri. Ini akan mengakibatkan penurunan motivasi untuk mencapai tujuan kelompok. Anggota kelompok akan bekerja untuk mencapai tujuan interpersonal mereka.

2. Kreativitas Sosial

Dalam sebuah kelompok, di mana hubungan status lebih stabil dan batas-batas ditetapkan, individu diprediksi akan terlibat dalam pencapaian perilaku kreativitas sosial. Dan anggota grup berstatus rendah masih bisa mendapatkan keistimewaan diri yang positif. Hal tersebut dapat dicapai dengan membandingkan perilaku individu dengan pola perilaku kelompok.

3. Persaingan Sosial

Individu mencari keunikan diri yang positif melalui persaingan langsung dengan kelompok. Strategi ini dapat diterapkan ketika batas-batasnya dapat ditembus dan status anggota kelompok relatif tidak stabil. Strategi ini menitikberatkan pada proses pengelolaan identitas anggota kelompok.

Teori identitas sosial dipelopori oleh Henri Tajfel pada tahun 1957 dalam upaya menjelaskan prasangka, diskriminasi, perubahan sosial dan konflik antar kelompok. Menurut Tajfel (1982), social identity adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan

dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. Identitas sosial berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu. Hogg dan Abram (1990) menjelaskan identitas sosial sebagai rasa keterkaitan, peduli, bangga dapat berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dengan anggota yang lain, bahkan tanpa perlu memiliki hubungan personal yang dekat, mengetahui atau memiliki berbagai minat. Menurut William James (dalam Walgito, 2002),

Social identity lebih diartikan sebagai diri pribadi dalam interaksi sosial, dimana diri adalah segala sesuatu yang dapat dikatakan orang tentang dirinya sendiri, bukan hanya tentang tubuh dan keadaan fisiknya sendiri saja, melainkan juga tentang anak-istrinya, rumahnya, pekerjaannya, nenek moyangnya, teman-temannya, miliknya, uangnya dan lain-lain. Identitas sosial berbeda dengan identitas diri seorang individu tersebut. Namun identitas sosial dimiliki seorang individu dan juga dimiliki oleh orang-orang lain dan mereka membentuk suatu kelompok. Baik identitas diri maupun identitas sosial berasal dari kesadaran diri individu dalam membentuk identitasnya. Identitas sosial lebih ditekankan pada identitas kelompok dan hubungan individu dengan individu lain dalam satu kelompok.

Identitas sosial dalam satu kelompok bergantung pada image yang dibentuk dan melekat pada anggota kelompoknya.

Image tersebut bisa saja image positif maupun image negatif. Dan image ini yang akan membedakan kelompok sosial satu dengan kelompok sosial lainnya dan hal tersebut yang akan mempengaruhi identitas suatu kelompok dimata khalayak masyarakat. Sementara Fiske dan Taylor (1991) menekankan nilai positif atau negatif dari keanggotaan seseorang dalam kelompok tertentu. Untuk menjelaskan identitas sosial, terdapat konsep penting yang berkaitan, yaitu kategori sosial. Turner (dalam Tajfel, 1982) dan Ellemers dkk., (2002) mengungkapkan kategori sosial sebagai pembagian individu berdasarkan ras, kelas, pekerjaan, jenis kelamin, agama, dan lain-lain. Kategori sosial berkaitan dengan kelompok sosial yang diartikan sebagai dua orang atau lebih yang mempersepsikan diri atau menganggap diri mereka sebagai bagian satu kategori sosial yang sama. Seorang individu pada saat yang sama merupakan anggota dari berbagai kategori dan kelompok sosial (Hogg dan Abrams, 1990).

Kategorisasi adalah suatu proses kognitif untuk mengklasifikasikan objek-objek dan peristiwa ke dalam kategori-kategori tertentu yang bermakna (Turner dan Giles, 1985; Branscombe dkk., 1993). Pada umumnya, individu-individu membagi dunia sosial ke dalam dua kategori yang berbeda yakni kita dan mereka. Kita adalah ingroup, sedangkan mereka adalah outgroup. Berdasarkan uraian beberapa tokoh mengenai pengertian identitas sosial, maka dapat disimpulkan bahwa identitas sosial adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan

ataskeanggotaannya dalam suatu kelompok sosial tertentu, yang di dalamnya disertai dengan nilai-nilai, emosi, tingkat keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga terhadap keanggotaannya dalam kelompok tersebut.

Dimensi dalam mengkonseptualisasikan identitas sosial Menurut Jackson and Smith (dalam Barron and Donn, 1991) ada empat dimensi dalam mengkonseptualisasikan identitas sosial, yaitu:

a. Persepsi dalam konteks antar kelompok

Dengan mengidentifikasi diri pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki oleh kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi setiap individu didalamnya. Persepsi tersebut kemudian menuntut individu untuk memberikan penilaian, baik terhadap kelompoknya maupun kelompok yang lain.

b. Daya tarik in-group

Secara umum, in group dapat diartikan sebagai suatu kelompok dimana seseorang mempunyai perasaan memiliki dan “common identity” (identitas umum). Sedangkan out group adalah suatu kelompok yang dipersepsikan jelas berbeda dengan “in group”. Adanya perasaan “in group” sering menimbulkan “in group bias”, yaitu kecenderungan untuk menganggap baik kelompoknya sendiri. Menurut Henry Tajfel (1974) dan Michael Billig (1982) in group bias merupakan refleksi perasaan tidak suka pada out group dan perasaan suka

pada in group. Hal tersebut terjadi kemungkinan karena loyalitas terhadap kelompok yang dimilikinya yang pada umumnya disertai devaluasi kelompok lain.

Berdasarkan Teori Identitas Sosial, Henry Tajfel dan John Turner (1982) mengemukakan bahwa prasangka biasanya terjadi disebabkan oleh "in group favoritism", yaitu kecenderungan untuk mendiskriminasikan dalam perlakuan yang lebih baik atau menguntungkan in group di atas out group. Berdasarkan teori tersebut, masing-masing dari kita akan berusaha meningkatkan harga diri kita, yaitu: identitas pribadi (personal identity) dan identitas sosial (social identity) yang berasal dari kelompok yang kita miliki. Jadi, kita dapat memperteguh harga diri kita dengan prestasi yang kita miliki secara pribadi dan bagaimana kita membandingkan dengan individu lain.

c. Keyakinan saling terkait

Identitas Sosial merupakan keseluruhan aspek konsep diri seseorang yang berasal dari kelompok sosial mereka atau kategori keanggotaan bersama secara emosional dan hasil evaluasi yang bermakna. Artinya, seseorang memiliki kelekatan emosional terhadap kelompok sosialnya. Kelekatan itu sendiri muncul setelah menyadari keberadaannya sebagai anggota suatu kelompok tertentu. Orang memakai identitas sosialnya sebagai sumber dari kebanggaan diri dan harga diri. Semakin positif kelompok dinilai maka semakin kuat identitas kelompok yang dimiliki dan akan

memperkuat harga diri. Sebaliknya jika kelompok yang dimiliki dinilai memiliki prestise yang rendah maka hal itu juga akan menimbulkan identifikasi yang rendah terhadap kelompok. Dan apabila terjadi sesuatu yang mengancam harga diri maka kelekatan terhadap kelompok akan meningkat dan perasaan tidak suka terhadap kelompok lain juga meningkat.

d. Depersonalisasi

Ketika individu dalam kelompok merasa menjadi bagian dalam sebuah kelompok, maka individu tersebut akan cenderung mengurangi nilai-nilai yang ada dalam dirinya, sesuai dengan nilai yang ada dalam kelompoknya tersebut. Namun, hal ini juga dapat disebabkan oleh perasaan takut tidak 'dianggap' dalam kelompoknya karena telah mengabaikan nilai ataupun kekhasan yang ada dalam kelompok tersebut. Keempat dimensi tersebut cenderung muncul ketika individu berada ditengah-tengah kelompok dan ketika berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya

Teori Kategorisasi Diri

Teori kategorisasi diri adalah teori dalam psikologi sosial yang menggambarkan keadaan di mana seseorang akan memandang kumpulan orang (termasuk diri mereka sendiri) sebagai sebuah kelompok, serta konsekuensi dari mempersepsikan orang dalam istilah kelompok. [1] Meskipun teori ini sering

diperkenalkan sebagai penjelasan tentang pembentukan kelompok psikologis (yang merupakan salah satu tujuan awalnya), teori ini lebih tepat dianggap sebagai analisis umum tentang fungsi proses kategorisasi dalam persepsi dan interaksi sosial yang membahas masalah identitas individu. sebanyak fenomena kelompok. [2] Ini dikembangkan oleh John Turner dan rekan-rekannya, dan bersama dengan teori identitas sosial itu adalah bagian penting dari pendekatan identitas sosial. Itu sebagian dikembangkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul sebagai tanggapan terhadap teori identitas sosial tentang dasar-dasar mekanistik dari identifikasi sosial.

Teori kategorisasi diri mengasumsikan bahwa diri dapat dikategorikan pada berbagai tingkat abstraksi. Dengan kata lain, manusia dapat mengkategorikan diri sebagai "aku" tunggal (identitas pribadi), atau sebagai "kita" (identitas sosial) yang lebih inklusif. Dalam kasus terakhir, diri secara kognitif dikelompokkan sebagai identik dan dapat dipertukarkan dengan rangsangan lain dalam kategori itu. Dikatakan bahwa variasi dalam kategorisasi diri inilah yang mendasari banyak fenomena antarkelompok, termasuk yang dijelaskan dalam teori identitas sosial.

Untuk menunjukkan gagasan tentang berbagai tingkat abstraksi dan inklusivitas, tiga jenis kategori diri sering diberikan sebagai contoh. Abstraksi tingkat terendah diberikan sebagai diri pribadi, di mana diri yang mempersepsikan

dikategorikan sebagai "Aku". Tingkat abstraksi yang lebih tinggi sesuai dengan diri sosial, di mana diri yang mempersepsikan mengkategorikan sebagai "kita" dibandingkan dengan kelompok luar yang menonjol (mereka). Tingkat abstraksi tertinggi diwakili oleh kita manusia, di mana kelompok luar yang menonjol adalah hewan atau non-manusia lainnya. Kesalahpahaman yang umum terjadi adalah bahwa ketiga kategori contoh ini mewakili kategori diri yang digunakan manusia, dengan kekuatan konsentrasinya sebagai berikut:

Penekanan

Dalam teori kategorisasi diri, mengkategorikan orang tidak hanya melibatkan deskripsi ulang karakteristik dan kategori yang ada dalam rangsangan sosial. Sebaliknya, kategori sosial yang menonjol membentuk dasar dunia sosial yang diperkaya dengan makna. Hal ini dicapai melalui proses aksentuasi yang tidak disadari, di mana perbedaan antara kategori sosial ditekankan bersama dengan kesamaan dalam kategori sosial. Penambahan konten sosial yang dihasilkan memungkinkan penerima untuk berinteraksi dengan orang lain dengan lebih percaya diri dan mudah.

Depersonalisasi dan stereotip diri

Menurut teori kategorisasi diri, depersonalisasi menggambarkan proses stereotip diri. Di sinilah, di bawah kondisi arti-penting kategori sosial dan aksentuasi akibatnya, "orang-orang melihat diri mereka lebih sebagai contoh kategori

sosial yang dapat dipertukarkan daripada sebagai kepribadian unik yang ditentukan oleh perbedaan mereka dari orang lain". Dalam kondisi ini penginderaan secara langsung mendasarkan perilaku dan keyakinan mereka pada norma, tujuan dan kebutuhan ingroup yang menonjol. Misalnya, jika kategori diri seseorang yang menonjol menjadi 'perwira militer' maka orang tersebut lebih cenderung bertindak sesuai dengan norma yang terkait dengan kategori itu (misalnya mengenakan seragam, mengikuti perintah, dan tidak mempercayai musuh) dan kecil kemungkinannya untuk bertindak dalam kaitannya dengan kategori diri potensial lainnya. Di sini, orang tersebut dapat dikatakan sedang menonjolkan kemiripan antara dirinya dan anggota lain dari kategori 'perwira militer'.

Penentu kategorisasi

Dalam teori kategorisasi diri, pembentukan dan penggunaan kategori sosial dalam konteks tertentu diprediksi oleh interaksi antara kesiapan penginderaan dan kesesuaian stimulus kategori. Hal yang perlu dipecah menjadi kecocokan komparatif dan kecocokan normatif. Interaksi prediktif ini sangat dipengaruhi oleh aksesibilitas dan formula kecocokan Bruner. Kategori sosial yang saat ini digunakan disebut kategori sosial yang menonjol, dan dalam kasus kategori diri disebut identitas sosial yang menonjol yaitu :

Kesiapan penerima

Kesiapan penerima, yang pertama kali digambarkan oleh Turner sebagai aksesibilitas relatif, mencerminkan pengalaman

masa lalu seseorang, harapan saat ini, dan motif, nilai, tujuan, dan kebutuhan saat ini". Hal Ini lah yang menjadi aspek kognisi yang relevan yang dibawa oleh penginderaan ke lingkungan. Misalnya, seorang penerima yang sering mengkategorikan berdasarkan kebangsaan (misalnya, "kami orang Indonesia"), karena pengalaman masa lalu yang terkenal dengan perilaku yang ramah, menjadikan penerima lebih cenderung merumuskan kategori diri yang serupa dalam kondisi baru. Dengan demikian, identifikasi sosial, atau sejauh mana kelompok dihargai dan melibatkan diri, dapat dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi kesiapan seseorang untuk menggunakan kategori sosial tertentu.

Kecocokan komparatif

Kesesuaian komparatif ditentukan oleh prinsip meta-kontras — yang menyatakan bahwa orang lebih mungkin percaya bahwa kumpulan rangsangan mewakili suatu entitas sejauh perbedaan antara rangsangan tersebut lebih kecil daripada perbedaan antara kumpulan rangsangan dan rangsangan lainnya. . Untuk memprediksi apakah suatu grup akan mengkategorikan individu sebagai anggota ingroup atau outgroup, prinsip meta-contrast dapat didefinisikan sebagai rasio kesamaan rata-rata individu dengan anggota luar grup atas kesamaan rata-rata individu dengan anggota ingroup. Rasio meta-kontras bergantung pada konteks, atau kerangka acuan, di mana proses kategorisasi terjadi. Artinya, rasio adalah perbandingan berdasarkan rangsangan mana pun yang secara kognitif hadir. Misalnya, jika kerangka acuan dikurangi sedemikian rupa

sehingga anggota kelompok luar yang potensial tidak lagi hadir secara kognitif, anggota dalam kelompok menganggap individu tersebut kurang mirip dengan kelompok dan kecil kemungkinannya untuk mengkategorikan individu tersebut sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Kecocokan normatif

Kecocokan normatif adalah sejauh mana perilaku yang dirasakan atau atribut individu atau kumpulan individu sesuai dengan harapan berbasis pengetahuan penginderaan. Jadi, kesesuaian normatif dievaluasi dengan mengacu pada komponen kesiapan penerima dari proses kategorisasi. Sebagai contoh peran normatif fit dalam kategorisasi, meskipun kumpulan individu dapat dikategorikan sebagai entitas atas dasar kecocokan komparatif, mereka hanya diberi label menggunakan kategori sosial tertentu jika dianggap pekerja keras. Artinya, mereka sesuai dengan konten normatif kategori itu.

Teori kategorisasi diri mengandaikan "kategorisasi diri adalah komparatif, variabel inheren, berubah-ubah dan tergantung konteks." Para pakar menolak gagasan bahwa konsep diri disimpan dalam struktur yang tidak berubah yang siap untuk aplikasi. Di mana stabilitas diamati dalam persepsi diri, ini tidak dikaitkan dengan kategori stabil yang disimpan, tetapi lebih pada stabilitas baik dalam penginderaan dan konteks sosial di mana penginderaan berada Dalam teori

kategorisasi diri, perubahan kontekstual ke kategori sosial yang menonjol kadang-kadang disebut sebagai pergeseran prototipe.

Meskipun teori menerima bahwa perilaku kategorisasi sebelumnya berdampak pada persepsi saat ini (yaitu, sebagai bagian dari kesiapan penerima), teori kategorisasi diri memiliki keunggulan utama di mana kategorinya kaku dan struktur kognitif invarian yang disimpan selalu dalam isolasi komparatif sebelum penerapan.

Dengan demikian semakin jelaslah bahwa Komunikasi itu adalah suatu kontruksi baik secara individu, kelompok maupun sosial. Sehingga hasil kontruksi tersebut tidak lepas dari kepentingan para penerima atau sumber dari penyampai informasi.

Bab 2

Konsep Komunikasi Sosial di Media Kedua

Komunikasi sebagai Proses Sosial

Komunikasi sosial merupakan istilah yang mengacu pada aktivitas sosial yang merupakan salah satu bentuk interaksi sosial. Komunikasi sosial adalah cara penyampaian informasi, pengetahuan, pertanyaan, petunjuk, perintah, serta rumor, gosip, misinformasi, hoax, bisikan, dan lain-lain di antara orang-orang.

Dalam hubungannya dengan proses sosial, komunikasi menjadi sebuah cara dalam melakukan perubahan sosial (Social Change). Komunikasi berperan menjembatani perbedaan dalam masyarakat karena mampu erekatkan kembali sistem sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun begitu, Komunikasi juga tak akan lepas dari konteks sosialnya. Artinya ia akan diwarnai oleh sikap perilaku, pola, norma pranata masyarakatnya. Jadi keduanya saling mempengaruhi dan saling melengkapi, seperti halnya hubungan antara manusia dengan masyarakat.

Komunikasi (Interaksi) merupakan sarana kita belajar berperilaku. Komunikasi merupakan perekat masyarakat dan masyarakat tidak akan ada tanpa komunikasi. Bahkan struktur sosial diciptakan dan ditopang melalui interaksi, sebagaimana yang dinyatakan oleh Goran Hedebro (dalam Nurudin, 2004) sebagai berikut:

1. Teori Komunikasi mengandung makna pertukaran pesan. Tidak ada perubahan dalam masyarakat tanpa peran komunikasi. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa komunikasi hadir pada semua upaya bertujuan membawa kearah perubahan.
2. Meskipun dikatakan bahwa komunikasi hadir dengan tujuan membawa perubahan, namun ia bukan satu-satunya alat dalam membawa perubahan sosial. Dengan kata lain, komunikasi hanya salah satu dari banyak faktor yang menimbulkan perubahan masyarakat.
3. Media yang digunakan dalam komunikasi berperan melegitimasi bangunan sosial yang ada. Ia adalah pembentuk kesadaran yang pada akhirnya menentukan persepsi orang terhadap dunia dan masyarakat tempat mereka hidup.
4. Komunikasi adalah proses yang luar biasa guna mengawasi salah satu kekuatan penting masyarakat; konsepsi mental yang membentuk wawasan orang mengenai kehidupan. Dengan kata lain, mereka yang berada dalam posisi mengawasi media, dapat

menggerakkan pengaruh yang menentukan menuju arah perubahan sosial.

Sebagaimana yang telah jelaskan, bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dimasyarakat atau lingkungan sosial, sehingga komunikasi akan mempengaruhi ruang yang tumbuh di masyarakat tersebut, terlebih lagi bila pelaku komunikasi itu memiliki peran yang ada dimasyarakat. Semakin kuatlah efek komunikasi yang ditimbulkannya, sebagaimana Habermas menyatakan bahwa komunikasi tidak berada diruang hampa, komunikasi itu penuh dengan tarik menarik dari tujuan komunikasi itu dilakukan.

Pemahaman komunikasi sebagai 'ritual' adalah perubahan paradigma radikal dari status pandanganhegemoni 'transmisi' komunikasi, yang jenuh menjadi pandangan yang dinamis. Pandangan ritual komunikasi menyatakan bahwa individu bertukar pemahaman bukan karena kepentingan diri sendiri atau untuk akumulasi informasi tetapi dari kebutuhan akan persekutuan, kesamaan dan persaudaraan (lihat Carey, 1989). Mengikuti pendekatan ini, model transmisi komunikasi, memandang komunikasi sebagai tindakan instrumental - pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang sebagian besar dikendalikan oleh aktor individu.

Bahkan model komunikasi terakhir, yang mendominasi utama teori komunikasi, telah dikritik, baik secara implisit maupun eksplisit, oleh filsuf bahasa yang telah menyerang dasar-dasar identitas, esensialis, 'logosentris' dan 'fonosentris'

dari model seperti itu (lihat Wittgenstein, Lyotard, Kristeva, Lacan). Proyek Jacques Derrida, misalnya, telah mengkritik gagasan bahwa bahasa memberikan persediaan makna yang stabil yang merupakan tugas komunikasi tertentu untuk disampaikan. Untuk mengkarakterisasi komunikasi dengan cara ini, sebagai 'transmisi yang bertugas melakukan perpindahan, dari satu subjek ke subjek lain, identitas objek yang ditandai' (Derrida, 1981: 23), adalah melakukan semua jenis investasi metafisik dalam derivasi makna. Pengistimewaan agen komunikasi sebagai diri yang rasional dan otonom. Asumsi-asumsi ini secara radikal dikritik oleh Derrida dan kami akan kembali kepada mereka untuk mencoba memahami cara dia mengklaim bahwa asumsi-asumsi itu terkait dengan variasi dalam konteks komunikasi. Pada saat yang sama akan mungkin untuk melihat bagaimana karya Derrida juga merayakan era media kedua, karena akhir terbuka yang jelas dari yang terakhir membuka kedok 'metafisika kehadiran' yang mampu beroperasi dalam kontekstual yang lebih terbatas (tetapi tidak pernah sepenuhnya). pengaturan bentuk komunikasi sosial yang lain.

Bila agak melompat sedikit, dalam ilmu komunikasi ternyata media itu dibagi menjadi media dunia pertama dan media dunia kedua, hal tersebut dilihat dari karakteristik media tersebut, berikut adalah penjelasannya. Istilah media pertama kali dicetuskan oleh Marshall McLuhan dalam *Electronic Revolution Effects of New Media*. McLuhan berpendapat bahwa revolusi elektronik yang terjadi pada dekade 1950an di Amerika Serikat telah memberikan dampak

yang sangat besar. Revolusi elektronik yang diakibatkan oleh berbagai media telekomunikasi dan media massa televisi telah membawa struktur informasi simultan kepada masyarakat elektronik (Holmes, 2009: 684). Hal ini disebabkan pada rentang tahun 1960an, era media dengan teknologi cetak mulai bergeser ke era media yang berteknologi elektronik. Selanjutnya, McLuhan berusaha untuk menjelaskan pemikirannya tentang implikasi penggunaan media elektronik secara luas. Ia menyatakan bahwa *medium is the message (and the message)*. Dengan kata lain, bentuk media baru mentransformasi pengalaman dan masyarakat. Pengaruh yang terjadi sangatlah penting dibandingkan dengan isi pesan yang dikirimkan dalam bentuk pesan tertentu.

The First Media Age atau era media pertama atau disebut juga dengan era media penyiaran memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Produksi yang terpusat atau dari satu orang ke banyak orang.
2. Komunikasi satu arah.
3. Sebagian besar media cenderung dikontrol oleh Negara.
4. Reproduksi stratafikasi sosial dan ketidaksetaraan melalui media.
5. Partisipan terfragmentasi dan terbentuk sebagai massa.
6. Mempengaruhi kesadaran.

Dalam teori era media pertama dikenal adanya pendekatan integrasi sosial. Pendekatan intergasi sosial adalah sebuah

pendekatan dalam teori era media pertama yang menekankan transmisi informasi yang mengurangi kemungkinan terjadinya interaksi. Beberapa media dianggap berperan sebagai media informasi dan karenanya memiliki fungsi memediasi antara kenyataan dan konsumen.

Bagaimanakan bentuk komunikasi sosial di era media kedua dan dimanakah batasannya sehingga memberikan gambaran yang jelas pada pergeseran era tersebut, berikut bentuk komunikasi media kedua atau disebut pula dengan Era media Kedua.

Komunikasi pada Era Media Kedua

Meskipun pengamatan yang telah dilakukan oleh McLuhan tentang globalisasi media dan konvergensi media telah membentuk beberapa dasar bagi penelitian new media, revolusi yang menginspirasi perhatian teori new media kontemporer dapat ditemukan dalam penelitian era media elektronik kedua yang didasarkan pada interaktifitas. Kelahiran dan perkembangan internet sebagai media komunikasi yang dimulai pada pertengahan tahun 1990an telah memunculkan berbagai pemikiran baru dari para ahli salah satunya adalah Mark Poster.

Komitmen terhadap gagasan 'abad media kedua' adalah salah satu yang mulai berkembang pada pertengahan 1990-an dengan serangkaian teks teks utopis, tentang kebangkitan

budaya Internet dan matinya penyiaran atau 'media secara bersamaan. Pandangan semacam itu, yang dinyatakan oleh penerbitan buku Mark Poster *The Second Media Age* pada tahun 1995, dengan kemungkinan-kemungkinan sosial yang membebaskan dari teknologi baru, atau, sebaliknya, bahkan telah mendorong pelaku komunikasi untuk memikirkan kembali apa arti teknologi yang lebih tua bagi sosial. Namun demikian gagasan tentang era media kedua telah mendapatkan dasar selama tahun 1980-an dalam bentuk embrio masyarakat informasi yang entah bagaimana berbeda dari sekadar 'masyarakat media'. Karena objek media saat ini jauh lebih tidak pasti oleh transformasi yang sedang berlangsung. Istilah 'media' itu sendiri, secara tradisional berpusat pada gagasan 'media massa', dialamatkan di Amerika Serikat dengan disiplin 'komunikasi massa', yang mana saat ini tidak dapat lagi membatasi dirinya pada dinamika penyiaran.

Keyakinan bahwa kita akan hidup dalam masyarakat pasca-penyiaran, digambarkan dalam klaim bahwa Internet akan melampaui media penyiaran, adalah salah satu yang telah dibuat oleh jurnalis dan ahli teori dunia maya. Gagasan bahwa seluruh zaman komunikasi dapat dikaitkan dengan teknologi utama, teknologi cetak, teknologi penyiaran, atau interaksi terkomputerisasi adalah penting untuk membuat perbedaan antara era media pertama dan kedua. Perbedaan tersebut bersifat relatif daripada absolut, seperti yang akan kita lihat, karena fakta bahwa signifikansi interaksi yang dijanjikan oleh era media kedua didefinisikan hampir secara eksklusif terhadap kekakuan dan unilinearitas siaran tersebut. Pada

tingkat empiris, perbedaan antara kedua zaman tersebut adalah didukung oleh statistik mengenai penggunaan CIT (Computer Interation Techology) interaktif yang cepat pada kegiatan penyiaran.

Sepanjang Oktober 1999, telah dilakukan konser amal yang diadakan di London, New York dan Jenewa, mereka meluncurkan apa yang disebut dengan 'NetAid', atau disebut juga Internet yang setara dengan 'Live Aid' sebagai sebuah gerakan di pertengahan 1980-an. Gerakan 'Live Aid' terdiri dari serangkaian konser bergulir yang disiarkan secara global yang disponsori oleh perusahaan-perusahaan yang beriklan pada kegiatan tersebut, seolah apa yang khalayak butuhkan tersedia dalam acara tersebut. Bahkan tayangan televisi yang dapat memberikan empati masyarakatnya dengan mudah akan 'menghasut' negara kaya yang secara ekonomi dan informasi dapat melakukan 'sesuatu untuk membantu'. Sekretaris Jenderal Perserikatan Bangsa-Bangsa turut serta dalam konser tersebut: Konser yang menjelaskan tentang kondisi ekonomi diaman saat ini 'Kebanyakan orang di negara-negara yang membutuhkan harus bertahan hidup dengan kurang dari dua dolar AS per hari; sekarang, maka dengan kemampuan teknologi negara negara kaya tersebut hanya cukup dengan mengklik mouse pada jaringan internetnya, semua orang dapat tertolong dan semua orang dapat membantu orang yang lain. tidak alasan sulit di era media kedua ini.

Sementara itu, era media kedua atau disebut juga dengan era media interaktif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Desentralisasi.
2. Komunikasi dua arah.
3. Menghindari adanya kontrol yang dilakukan oleh Negara.
4. Demokratisasi, memfasilitasi warga Negara.
5. Partisipan terlihat mempertahankan individualitas mereka.
6. Mempengaruhi pengalaman individu tentang ruang dan waktu.

Di akhir tahun 1990an, era media kedua telah menjadi semacam ortodoks yang mendukung teori media baru dan pengembangan studi internet dan kajian cyber. Teori media baru mengalihkan sebagian besar perhatiannya pada ontologi media digital sebagai ciri khas yang akan menggantikan masa emas era media kedua.

Dalam teori era media kedua juga dikenal adanya pendekatan interaksi sosial dimana media baru digambarkan memiliki karakteristik yang lebih interaktif dan menciptakan sensasi baru dalam komunikasi personal. Salah satu ahli yang dikenal memiliki sudut pandang seperti ini adalah Pierre Levy. Ia memandang World Wide Web adalah sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. World Wide Web memungkinkan manusia untuk mengembangkan sebuah orientasi baru untuk memperoleh pengetahuan dan karenanya World Wide Web bersifat lebih interaktif dan berbasis pada komunitas. Internet menyediakan tempat pertemuan virtual yang memperluas dunia sosial, menciptakan kemungkinan

baru bagi pengetahuan, dan menyediakan ruang untuk berbagi perspektif tentang dunia web (LittleJohn, 2011: 292).

Partisipasi Budaya

Budaya partisipatif, yang merupakan konsep yang berlawanan dengan budaya konsumen, adalah budaya dimana individu swasta (publik) tidak hanya berperan sebagai konsumen saja, tetapi juga sebagai kontributor atau produsen (prosumers). Istilah ini paling sering digunakan untuk produksi atau pembuatan beberapa jenis media yang diterbitkan.

Kemajuan teknologi baru-baru ini (kebanyakan komputer pribadi dan Internet) telah memungkinkan orang-orang pribadi untuk membuat dan menerbitkan media semacam itu, biasanya melalui Internet. Karena teknologi sekarang memungkinkan bentuk baru ekspresi dan keterlibatan dalam wacana publik, budaya partisipatif tidak hanya mendukung kreasi individu tetapi juga hubungan informal yang memasangkan siswa dengan para ahli. Budaya baru yang berkaitan dengan Internet ini disebut sebagai Web 2.0. Dalam budaya partisipatif, "orang muda secara kreatif menanggapi sejumlah besar sinyal elektronik dan komoditas budaya dengan cara yang mengejutkan pembuatnya, menemukan makna dan identitas tidak pernah dimaksudkan untuk berada di sana dan menentang lubang hidung sederhana yang meratapi manipulasi atau kepasifan" konsumen. "

Meningkatnya akses ke Internet telah memainkan peran integral dalam perluasan partisipasi budaya karena semakin memungkinkan orang untuk bekerja secara kolaboratif; menghasilkan dan menyebarkan berita, ide, dan karya kreatif; dan terhubung dengan orang-orang yang memiliki tujuan dan minat yang sama (lihat kelompok afinitas). Potensi budaya partisipatif untuk keterlibatan sipil dan ekspresi kreatif telah diteliti oleh pakar media Henry Jenkins. Menjadi Point Penting bagi Henry Jenkins dalam Konsep Partisipasi Budaya ini adalah

1. Dengan hambatan yang relatif rendah untuk ekspresi artistik dan keterlibatan sipil
2. Dengan dukungan kuat untuk membuat dan berbagi kreasi seseorang dengan orang lain
3. Dengan beberapa jenis bimbingan informal dimana apa yang diketahui oleh yang paling berpengalaman diteruskan ke pemula
4. Di mana anggota percaya bahwa kontribusi mereka penting
5. Di mana anggota merasakan beberapa tingkat hubungan sosial satu sama lain (setidaknya mereka peduli apa yang orang lain pikirkan tentang apa yang mereka buat).

Budaya partisipatif sudah ada lebih lama dari Internet. Kemunculan Asosiasi Pers Amatir di pertengahan abad ke-19 adalah contoh sejarah partisipasi budaya; pada saat itu, anak muda sedang mengetik dan mencetak publikasi mereka sendiri. Publikasi ini dikirim melalui jaringan orang dan menyerupai

apa yang sekarang disebut jaringan sosial. Evolusi dari zine, acara radio, proyek grup, dan gosip menjadi blog, podcast, wiki, dan jejaring sosial telah sangat memengaruhi masyarakat. Dengan layanan web seperti *eBay*, *Blogger*, *Wikipedia*, *Photobucket*, *Facebook*, dan *YouTube*, tidak heran jika budaya menjadi lebih partisipatif. Implikasi dari pergeseran bertahap dari produksi ke produksi sangat besar, dan akan mempengaruhi inti dari budaya, ekonomi, masyarakat, dan demokrasi.

Bentuk budaya partisipatif dapat diwujudkan dalam afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif, dan sirkulasi. Afiliasi mencakup keanggotaan formal dan informal dalam komunitas online seperti papan diskusi atau media sosial. Ekspresi mengacu pada jenis media yang dapat dibuat. Ini mungkin terwujud sebagai meme, fanfiksi, atau bentuk campuran lainnya. Ketika individu dan kelompok bekerja sama dalam bentuk media atau produk media tertentu, seperti wiki, mereka terlibat dalam pemecahan masalah secara kolaboratif. Akhirnya, sirkulasi mengacu pada sarana yang digunakan untuk menyebarkan komunikasi. Ini dapat mencakup blog, vlog, podcast, dan bahkan beberapa bentuk media sosial. Beberapa aplikasi terpopuler yang melibatkan partisipasi antara lain: Facebook, Snapchat, Instagram, Tinder, LinkedIn, dan Twitter.

Pembuat fanfiksi adalah salah satu komunitas pertama yang menunjukkan bahwa publik dapat berpartisipasi dalam budaya pop, dengan mengubah, mengembangkan, dan

mengubah alur cerita acara TV selama waktu tayang mereka, serta memperkuat popularitas serial tersebut setelah episode terakhir ditayangkan. Beberapa pembuat fanfiction mengembangkan teori dan spekulasi, sementara yang lain membuat materi 'baru' di luar batasan konten aslinya. Penggemar memperluas cerita aslinya, menempatkan karakter yang jatuh cinta dalam seri melalui petualangan dan seksualitas yang berbeda. Komunitas ini terdiri dari penonton dan pembaca dari seluruh dunia, pada usia yang berbeda, dengan latar belakang yang berbeda, berkumpul untuk mengembangkan teori dan kemungkinan tentang acara TV, buku, dan film terkini, atau memperluas dan melanjutkan cerita acara TV, buku, dan film yang akan segera berakhir.

Bentuk budaya partisipatif dapat diwujudkan dalam afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif, dan sirkulasi. Afiliasi mencakup keanggotaan formal dan informal dalam komunitas online seperti papan diskusi atau media sosial. Ekspresi mengacu pada jenis media yang dapat dibuat. Ini mungkin terwujud sebagai meme, fanfiksi, atau bentuk campuran lainnya. Ketika individu dan kelompok bekerja sama dalam bentuk media atau produk media tertentu, seperti wiki, mereka terlibat dalam pemecahan masalah secara kolaboratif. Akhirnya, sirkulasi mengacu pada sarana yang digunakan untuk menyebarkan komunikasi. Ini dapat mencakup blog, vlog, podcast, dan bahkan beberapa bentuk media sosial. Beberapa aplikasi terpopuler yang melibatkan partisipasi antara lain: Facebook, Snapchat, Instagram, Tinder, LinkedIn, dan Twitter.

Pembuat fanfiksi adalah salah satu komunitas pertama yang menunjukkan bahwa publik dapat berpartisipasi dalam budaya pop, dengan mengubah, mengembangkan, dan mengubah alur cerita acara TV selama waktu tayang mereka, serta memperkuat popularitas serial tersebut setelah episode terakhir ditayangkan. Beberapa pembuat fanfiction mengembangkan teori dan spekulasi, sementara yang lain membuat materi 'baru' di luar batasan konten aslinya. Penggemar memperluas cerita aslinya, menempatkan karakter yang jatuh cinta dalam seri melalui petualangan dan seksualitas yang berbeda. Komunitas ini terdiri dari penonton dan pembaca dari seluruh dunia, pada usia yang berbeda, dengan latar belakang yang berbeda, berkumpul untuk mengembangkan teori dan kemungkinan tentang acara TV, buku, dan film terkini, atau memperluas dan melanjutkan cerita acara TV, buku, dan film yang akan segera berakhir.

Karena teknologi terus membuka jalan baru untuk komunikasi, kolaborasi, dan sirkulasi ide, hal itu juga telah memunculkan peluang baru bagi konsumen untuk membuat konten mereka sendiri. Hambatan seperti waktu dan uang mulai menjadi kurang signifikan bagi kelompok konsumen besar. Misalnya, pembuatan film dulu membutuhkan peralatan mahal dalam jumlah besar, tetapi sekarang klip film dapat dibuat dengan peralatan yang terjangkau oleh semakin banyak orang. Kemudahan konsumen dalam membuat material baru juga telah berkembang. Pengetahuan yang luas tentang pemrograman komputer tidak lagi diperlukan untuk membuat konten di internet. Berbagi media melalui Internet bertindak

sebagai platform untuk mengundang pengguna untuk berpartisipasi dan membuat komunitas yang memiliki minat yang sama melalui sumber duplikat, konten asli, dan materi yang bertujuan ulang.

Orang tidak lagi secara membabi buta menyerap dan mengonsumsi apa yang didistribusikan perusahaan media besar. Saat ini ada banyak sekali orang yang menjadi konsumen yang juga memproduksi konten mereka sendiri (mengacu pada "prosumers". Alasan budaya partisipatif menjadi topik yang sangat diminati adalah karena banyaknya media sosial yang berbeda. platform untuk berpartisipasi dan berkontribusi. Ini adalah beberapa pemimpin dalam industri media sosial, dan merupakan alasan orang dapat memperoleh keuntungan seperti itu untuk berpartisipasi dalam pembuatan media. Saat ini, jutaan orang di seluruh dunia memiliki kemampuan untuk memposting, mengutip, memfilmkan, atau membuat apa pun yang mereka inginkan. Dengan bantuan platform ini, kemampuan untuk menjangkau penonton global tidak pernah semudah ini.

Media sosial telah menjadi faktor besar dalam politik dan kewarganegaraan tidak hanya dalam pemilu, tetapi juga dalam memperoleh dana, menyebarkan informasi, mendapatkan dukungan undang-undang dan petisi, dan aktivitas politik lainnya. Media sosial memudahkan publik untuk memberi pengaruh dan berpartisipasi dalam politik. Sebuah studi yang menunjukkan hubungan antara pesan Facebook di antara teman-teman dan bagaimana pesan-pesan

ini memengaruhi ekspresi politik, pemungutan suara, dan pencarian informasi dalam pemilihan presiden Amerika Serikat 2012. Media sosial memobilisasi orang dengan mudah dan efektif, dan melakukan hal yang sama untuk sirkulasi informasi. Ini dapat mencapai tujuan politik seperti mendapatkan dukungan untuk undang-undang, tetapi media sosial juga dapat sangat memengaruhi pemilihan. Dampak media sosial terhadap pemilu ditunjukkan pada pemilihan presiden Amerika Serikat 2016, di mana 115 berita palsu pro-Trump dibagikan di Facebook 30 juta kali dibandingkan dengan 41 berita palsu pro-Clinton yang dibagikan 7,6 juta kali. Diperkirakan 62 persen orang dewasa penduduk Amerika Serikat mendapatkan berita dari media sosial, tetapi seringkali tidak mengenali berita palsu, sehingga banyak orang mendasarkan suara mereka pada informasi palsu.

Perangkat keras tidak hanya meningkatkan kemampuan individu untuk mengirimkan konten ke internet sehingga dapat dijangkau oleh khalayak yang luas, tetapi juga banyak situs internet telah meningkatkan akses. Situs web seperti Flickr, Wikipedia, dan Facebook mendorong pengiriman konten ke Internet. Mereka meningkatkan kemudahan pengguna untuk memposting konten dengan memungkinkan mereka mengirimkan informasi meskipun mereka hanya memiliki browser Internet. Kebutuhan perangkat lunak tambahan dihilangkan. Situs web ini juga berfungsi untuk membuat komunitas online untuk produksi konten. Komunitas ini dan layanan web mereka telah diberi label sebagai bagian dari Web 2.0.

Namun, hubungan antara alat Web 2.0 dan budaya partisipatif lebih dari sekadar materi. Karena pola pikir dan keterampilan praktik partisipatif semakin banyak digunakan, orang semakin cenderung untuk mengeksploitasi alat dan teknologi baru dengan 2.0 cara. Salah satu contohnya adalah penggunaan teknologi ponsel untuk melibatkan "massa pintar" untuk perubahan politik di seluruh dunia. Di negara-negara di mana penggunaan ponsel melebihi penggunaan bentuk teknologi digital lainnya, menyampaikan informasi melalui ponsel telah membantu membawa perubahan politik dan sosial yang signifikan. Contoh penting termasuk apa yang disebut "Revolusi Oranye" di Ukraina, penggulingan Presiden Filipina Joseph Estrada, dan protes politik reguler di seluruh dunia

Ada beberapa cara media partisipatif memungkinkan orang untuk membuat, terhubung, dan berbagi konten atau membangun persahabatan melalui media. YouTube mendorong orang untuk membuat dan mengupload konten mereka untuk dibagikan di seluruh dunia, menciptakan lingkungan bagi pembuat konten baru atau lama. Discord memungkinkan orang, terutama para gamer, untuk terhubung satu sama lain di seluruh dunia dan bertindak sebagai ruang obrolan langsung. *Twitch* adalah situs media streaming tempat pembuat konten dapat "ditayangkan" untuk pemirsa di seluruh dunia. Sering kali, situs partisipatif ini memiliki acara komunitas seperti acara amal atau aliran peringatan untuk seseorang yang penting bagi orang-orang di komunitas *Twitch*.

Dalam buku yang berjudul *Understanding Digital Culture* Vincent Miller, dia menyatakan bahwa garis antara produsen dan konsumen menjadi kabur. Produsen adalah mereka yang membuat konten dan objek budaya, dan konsumen adalah penonton atau pembeli dari objek tersebut. Dengan mengacu pada ide Axel Bruns tentang "prosumer," Miller berpendapat "Dengan munculnya media baru yang konvergen dan banyaknya pilihan dalam sumber informasi, serta peningkatan kapasitas individu untuk memproduksi konten sendiri, pergeseran dari produsen hegemoni kepada audiens atau kekuatan konsumen tampaknya telah dipercepat, sehingga mengikis perbedaan produsen-konsumen" (hlm. 87). "Prosumer" adalah hasil akhir dari strategi yang semakin sering digunakan yang mendorong umpan balik antara produsen dan konsumen (prosumer), "yang memungkinkan lebih banyak pengaruh konsumen atas produksi barang."

Bruns (2008) mengacu pada produsen, oleh karena itu, sebagai kolaborasi komunitas yang dapat diakses oleh peserta untuk berbagi "konten, kontribusi, dan tugas di seluruh komunitas jaringan" (hal. 14). Ini mirip dengan bagaimana Wikipedia memungkinkan pengguna untuk menulis, mengedit, dan pada akhirnya menggunakan konten. Produser adalah peserta aktif yang diberdayakan oleh partisipasinya sebagai pembangun jaringan. Bruns (2008) menggambarkan pemberdayaan bagi pengguna sebagai sesuatu yang berbeda dari "ruang mediasi top-down yang khas dari mediaspheres tradisional" (hal. 14). Produksi terjadi ketika pengguna adalah produsen dan sebaliknya, pada dasarnya menghilangkan

kebutuhan akan intervensi "dari atas ke bawah" ini. Kolaborasi setiap peserta didasarkan pada prinsip inklusivitas; setiap anggota menyumbangkan informasi berharga untuk digunakan, ditambahkan, atau diubah oleh pengguna lain. Dalam komunitas pembelajar, kolaborasi melalui produsage dapat memberikan akses ke konten untuk setiap peserta, tidak hanya mereka yang memiliki otoritas. Setiap peserta memiliki otoritas.

Hal ini mengarah pada gagasan Bruns (2008) tentang "*ekipotensialitas*: asumsi bahwa sementara keterampilan dan kemampuan semua peserta dalam proyek produksi tidak sama, mereka memiliki kemampuan yang sama untuk memberikan kontribusi yang layak untuk proyek" (hal. 25). Karena tidak ada lagi perbedaan antara produsen dan konsumen, setiap peserta memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi secara bermakna dalam produksi.

Budaya partisipatif telah dipuji oleh beberapa orang sebagai cara untuk mereformasi komunikasi dan meningkatkan kualitas media. Menurut pakar media Henry Jenkins, salah satu hasil dari munculnya budaya partisipatif adalah peningkatan jumlah sumber daya media yang tersedia, sehingga meningkatkan persaingan antar media. Produsen media dipaksa untuk lebih memperhatikan kebutuhan konsumen yang dapat beralih ke sumber informasi lain.

Howard Rheingold dan yang lainnya berpendapat bahwa kemunculan budaya partisipatif akan memungkinkan

perubahan sosial yang mendalam. Hingga akhir abad ke-20, menurut Rheingold, segelintir orang yang pada umumnya memiliki hak istimewa dan umumnya kaya mengendalikan hampir semua bentuk komunikasi massa — surat kabar, televisi, majalah, buku, dan ensiklopedia. Saat ini, bagaimanapun, alat untuk produksi dan penyebaran media sudah tersedia dan memungkinkan untuk apa yang disebut Rheingold sebagai "media partisipatif."

Ketika partisipasi menjadi lebih mudah, keragaman suara yang dapat didengar juga meningkat. Pada suatu waktu hanya beberapa raksasa media massa yang menguasai sebagian besar informasi yang mengalir ke rumah-rumah publik, tetapi dengan kemajuan teknologi bahkan satu orang pun memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi ke seluruh dunia. Diversifikasi media memiliki manfaat karena dalam kasus di mana kontrol media terkonsentrasi, hal itu memberi mereka yang memiliki kontrol kemampuan untuk mempengaruhi opini dan informasi yang mengalir ke domain publik. Konsentrasi media memberikan peluang bagi korupsi, tetapi karena informasi terus diakses dari semakin banyak tempat, semakin sulit untuk mengontrol arus informasi sesuai keinginan suatu agenda. Budaya partisipatoris juga dipandang sebagai bentuk komunikasi yang lebih demokratis karena merangsang penonton untuk berperan aktif karena mereka dapat membantu membentuk aliran ide lintas format media. Kecenderungan demokrasi yang dipinjamkan kepada komunikasi melalui budaya partisipatif memungkinkan model-model produksi baru yang tidak didasarkan pada standar hierarki. Dalam

menghadapi peningkatan partisipasi, hierarki tradisional tidak akan hilang, tetapi "Komunitas, kolaborasi, dan pengorganisasian diri" dapat menjadi fondasi perusahaan sebagai alternatif yang kuat. Meskipun mungkin tidak ada hierarki nyata yang terlihat di banyak situs web kolaboratif, kemampuan mereka untuk membentuk kumpulan besar kecerdasan kolektif tidak terganggu.

Pada prinsipnya Henry Jenkin menyatakan bahwa *Participatory culture* atau budaya partisipasi merupakan konsep mengambil peran dan berpartisipasi secara aktif dalam produksi, diseminasi dan interpretasi budaya yang dilakukan individu atau anggota dari suatu komunitas. Bentuk budaya partisipasi menurut Jenkins et.al (2009: 8) terdiri dari empat jenis, yaitu

1. Afiliasi,
2. Ekspresi,
3. Kolaborasi
4. Pemecahan masalah,
5. Sirkulasi.

Afiliasi (*affiliations*) merupakan bentuk budaya partisipasi berupa penggabungan diri secara formal maupun informal dalam sebuah komunitas online maupun offline seperti facebook, kaskus, twitter, forum dan lain sebagainya. Bentuk budaya partisipasi kedua yaitu ekspresi (*expressions*) yaitu bentuk budaya partisipasi yang bukan hanya sekedar komunikasi melainkan menungkan sebuah ekspresi dalam

bentuk-bentuk kreativitas baru. Bentuk ini juga disebut sebagai bentuk budaya partisipasi yang berupa produksi bentuk kreatif baru melalui media online yang tersedia seperti Fan Fiction, Fan Video, dan Mash-up. Bentuk budaya partisipasi lainnya yaitu kolaborasi pemecahan masalah (*Collaborative problem solving*). Kolaborasi pemecahan masalah merupakan bentuk budaya partisipasi yang ditandai dengan adanya bentuk kerjasama dalam suatu kelompok baik secara formal maupun informal untuk mengembangkan pengetahuan baru. Sedangkan bentuk budaya partisipasi yang terakhir yaitu sirkulasi (*circulations*). Sirkulasi ini merupakan bentuk budaya partisipasi yang mana merupakan aktivitas membentuk aliran informasi di dalam media untuk mempertajam informasi di dalamnya.

Rogers dalam bukunya *Communication Technology, The New Media in Society* (1986: 4-6) menyebut tiga karakteristik yang menandai kehadiran media baru, yaitu: *interactivity*, *de-massification* dan *asynchronity*. Karakteristik pertama, *interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru dalam memberi *talk back* bagi penggunaannya. Williams et al. (1988) juga menyatakan sifat *interactivity* “*the degree to which participants in the communication process have control over, and exchange roles in their mutual discourse*”. Dengan kata lain, media baru mempunyai sifat interaktif yang tingkatannya hampir sama atau mendekati tingkat interaktif pada komunikasi interpersonal. Sifat interaktif ini merupakan kualitas yang diharapkan dari sistem komunikasi karena

perilaku komunikasi diharapkan dapat lebih akurat, efektif dan lebih memuaskan. Karakteristik kedua dari media baru adalah *de-massification*, suatu pesan dapat dirubah setiap individu dalam audience yang besar. *De-massification* ini juga berarti sebagai kontrol sistem komunikasi yang bergeser dari produsen pesan ke konsumen media. Hal ini yang membedakan dengan media massa, dimana kontrol atas isi pesan dikuasai oleh produsen pesan. Sifat demasifikasi ini memiliki kemampuan memberikan informasi yang spesifik, sesuai dengan keinginan penggunaanya (*customized*). Pengindividualisasian ini menyamakan media baru dengan komunikasi interpersonal.

Karakteristik ketiga dari media baru adalah *asynchronity*, yang mempunyai pengertian bahwa media baru mempunyai kemampuan mengirim dan menerima pesan dalam waktu yang dikehendaki individu. Sifat ini juga memperlihatkan partisipan komunikasi tidak memerlukan waktu yang bersamaan dalam mengirim dan menerima pesan. Sebagaimana juga dinyatakan Chamberlain (1994): “the ability of an individual to send, receive, save, or retrieve messages at her or his convenience”. Penggeseran waktu (*time shifting*) ini merupakan salah satu kemampuan teknologi komunikasi baru. Berbagai fitur yang dimiliki media baru seperti *voice mailbox*, sms atau email memungkinkan pesan untuk disimpan jika penerima sedang tidak dalam kondisi siap menerima pesan. Hal ini berarti individu memiliki kemampuan untuk mengatur waktu dan suasana

yang tepat ketika mengirim, menerima, menyimpan atau mendapatkan kembali pesan tersebut (Ruggiero, 2007)

Bab 3

Implementasi Komunikasi Sosial pada Media Sosial

Pandangan Jaringan Sosial Manuel Castells

Manuel Castells telah menjadi salah satu intelektual pertama yang memahami internet dan perkembangan terkaitnya dalam teori sosial yang lebih luas. Dalam karya besarnya *The Information Age* (1996, 1997, 2000) Castells menyajikan konsepnya tentang masyarakat jaringan: masyarakat baru yang muncul yang terhubung dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di mana-mana. Didorong oleh TIK ini, Castells mengamati pembentukan jenis baru kapitalisme yang ia sebut "kapitalisme informasi global", atau singkatnya "informasiasionalisme". Sistem baru ini ditandai dengan pengolahan pengetahuan dan informasi melalui teknologi. Jaringan merupakan elemen penting dari tatanan sosial ekonomi baru ini dan mewakili logika organisasi masyarakat. Jaringan didefinisikan sebagai "sekumpulan node yang saling berhubungan" yang mengikuti struktur yang sangat mudah beradaptasi, terbuka dan terdesentralisasi (Castells, 1996, p. 470).

Menurut Castells, jaringan merupakan morfologi sosial baru dari masyarakat kita. Ketika diwawancarai oleh Harry Kreisler dari University of California Berkeley, Castells berkata "... definisi, jika Anda mau, dalam istilah konkret dari masyarakat jaringan adalah masyarakat di mana struktur dan aktivitas sosial utama diatur di sekitar jaringan informasi yang diproses secara elektronik. Jadi ini bukan hanya tentang jaringan atau jaringan sosial, karena jaringan sosial telah menjadi bentuk organisasi sosial yang sangat tua. Ini tentang jaringan sosial yang memproses dan mengelola informasi dan menggunakan teknologi berbasis mikro-elektronik. "Penyebaran logika jaringan secara substansial memodifikasi operasi dan hasil dalam proses produksi, pengalaman, kekuasaan, dan budaya. Bagi Castells, jaringan telah menjadi unit dasar masyarakat modern. Van Dijk tidak melangkah sejauh itu; baginya unit-unit ini tetaplah individu, kelompok, organisasi dan komunitas, meskipun mereka mungkin semakin terhubung dengan jaringan.

Masyarakat jaringan melangkah lebih jauh dari masyarakat informasi yang sering diberitakan. Castells berpendapat bahwa bukan hanya teknologi yang mendefinisikan masyarakat modern, tetapi juga faktor budaya, ekonomi dan politik yang membentuk masyarakat jaringan. Pengaruh seperti agama, pendidikan budaya, organisasi politik, dan status sosial semuanya membentuk jaringan masyarakat. Masyarakat dibentuk oleh faktor-faktor ini dengan banyak cara. Pengaruh ini dapat membangkitkan atau menghalangi masyarakat ini. Bagi van Dijk, informasi membentuk substansi

masyarakat kontemporer, sedangkan jaringan membentuk bentuk organisasi dan (infra) struktur masyarakat ini.

Ruang arus memainkan peran sentral dalam visi Castells tentang masyarakat jaringan. Ini adalah jaringan komunikasi, yang ditentukan oleh hubungan tempat jaringan ini saling silang. Elit di kota tidak terikat pada lokalitas tertentu tetapi pada ruang arus.

Jika di masa lalu, individu seperti pengusaha, atau kolektif seperti kelas sosial, telah menjadi pelaku ekonomi yang efektif, kini jaringan itulah yang membentuk masyarakat paling utama. Pasar keuangan, perusahaan, media, politik, budaya atau institusi lain terikat pada "logika jaringan".

Simbol simbol budaya, nilai, dan kekuasaan diproduksi dan diputuskan dalam "jaringan-meta" yang "semakin tampak bagi kebanyakan orang sebagai gangguan meta-sosial". Ini dialami sebagai "urutan peristiwa acak" mengikuti "logika tak terkendali", yang mengubah pengalaman manusia secara fundamental (ibid., Hal. 477).

Sebagai elemen fundamental kedua dari "masyarakat jaringan", ia mengidentifikasi perubahan signifikan dalam pembentukan identitas. Bertentangan dengan jaringan yang pada dasarnya abstrak dan instrumental, identitas berfungsi sebagai sumber makna utama bagi individu dalam tatanan yang berlaku. Castells mencatat bahwa "masyarakat semakin terstruktur di sekitar oposisi bipolar dari Net dan Self" (ibid.,

Hal. 3). Identitas dihasilkan dari ketegangan antara dua kutub ini.

Gerakan sosial, yang dibentuk di sekitar identitas nasional, agama atau seksual, adalah formasi kunci yang berusaha untuk memastikan otonomi di saat ketidakstabilan dan perubahan struktural, yang disebabkan oleh jaringan yang cair. Gerakan-gerakan ini bervariasi antara elit budaya yang aktif, yang terbuka terhadap teknologi baru dan berfokus pada politik identitas libertarian, dan kelompok-kelompok dengan kekurangan sumber daya yang tidak mendukung norma dan nilai tradisional. Di satu sisi, gerakan-gerakan tersebut bisa menjadi gejala perpecahan sosial dan menimbulkan konflik sosial. Di sisi lain, mereka bisa membawa potensi emansipasi (Castells, 1997).

Mengenai kekuasaan, Castells menekankan bahwa jaringan adalah entitas utama yang mengerahkan kekuasaan. Di mana di masa lalu kepentingan sosial tertentu didominasi, kini ia menjadi jaringan dengan logika arus informasi mereka sendiri. "Kekuatan arus lebih diutamakan daripada arus kekuasaan" (Castells, 1996, hal. 469). Castells berpendapat bahwa apa yang disebut pengalih, yang sebenarnya menghubungkan jaringan "adalah instrumen kekuasaan yang diistimewakan" dan menjadi "sumber fundamental dalam membentuk, membimbing, dan menyesatkan masyarakat". Pengalih memiliki kekuatan nyata dalam sistem jaringan antar-operasi (ibid., Hal. 471). Kemampuan untuk membentuk, memprogram dan memprogram ulang jaringan adalah cara

lain untuk menjalankan kekuasaan atas orang lain. Switcher dan programmer tidak dibentuk oleh individu atau kelompok tunggal, tetapi dari jaringan aktor sosial yang terdesentralisasi dan saling berhubungan. Oleh karena itu, kekuasaan dilaksanakan dalam "serangkaian tindakan bersama yang kompleks" (Castells, 2009, hal. 45). Pada tataran pemerintahan, hal ini berarti negara-bangsa telah kehilangan kemampuannya untuk mengontrol proses perubahan budaya, ekonomi, dan sosial. Negara jaringan muncul, yang harus mengatur dirinya sendiri dengan institusi supranasional, perusahaan multinasional, pasar keuangan dan aktor lainnya.

Munculnya masyarakat jaringan telah dimungkinkan oleh implementasi TIK yang meluas. Teknologi baru mengambil bagian penting dalam restrukturisasi kapitalisme menuju ekonomi global pada 1980-an (Castells, 1996). Krisis pertumbuhan ekonomi pada tahun 1970-an diatasi dengan membuka pasar produksi dan konsumsi baru dalam skala global. Kemampuan komunikasi yang ditingkatkan memainkan faktor penting. Tetapi prasyarat lain untuk ekonomi global adalah peningkatan mobilitas modal yang diwujudkan melalui deregulasi keuangan. Oleh karena itu, kebangkitan kapitalisme informasi global dimungkinkan tetapi tidak disebabkan oleh TIK baru. Akibatnya, munculnya informasionalisme juga menyebabkan perubahan organisasi dalam perusahaan dan restrukturisasi tenaga kerja. "Perusahaan jaringan" dapat beradaptasi dengan lebih baik terhadap meningkatnya ketidakamanan yang disebabkan oleh pasar global yang tidak jelas. Penyebaran teknik manajemen

Jepang, produksi yang ramping dan tepat waktu dengan peningkatan fleksibilitas tenaga kerja karena outsourcing dan subkontrak adalah bagian dari proses restrukturisasi ini. Apa yang sebelumnya diatur secara vertikal dan hierarkis, sekarang digantikan oleh logika jaringan yang fleksibel dan kurang standar.

Dalam "paradigma teknologi informasi", Castells menekankan inovasi teknologi sebagai faktor fundamental untuk perubahan sosial, tetapi pada saat yang sama, ia menganggap perubahan pada struktur dan kebijakan organisasi sebagai faktor kritis yang menyebabkan status quo. "Keputusan manajemen, sistem hubungan industrial, lingkungan budaya dan kelembagaan, dan kebijakan pemerintah adalah sumber fundamental seperti itu" (ibid., Hal. 240). TIK baru membuka kemungkinan yang dapat direalisasikan dengan berbagai cara. Keberhasilan ekonomi "informasionalisme" dan potensinya untuk berinovasi merupakan hasil dari penerapan informasi dan pengetahuan, yang difasilitasi oleh teknologi baru. Meski teknologi tidak menentukan perubahan sosial, mereka selalu mendahuluinya. Perubahan struktur organisasi, misalnya, juga dipicu dan dimungkinkan oleh inovasi teknologi. Castells mengamati aktor politik, ekonomi, atau sosial lainnya dalam cara mereka beradaptasi dengan inovasi dan cara mereka membentuk teknologi dan inovasi kurang dipertimbangkan.

Mengenai struktur sosial yang berubah, Castells memperhatikan bahwa implementasi TIK membutuhkan

pekerja terampil dan mandiri, “para penggiat jejaring”. Bertentangan dengan bentuk-bentuk kapitalisme sebelumnya - yang dicirikan melalui metode otoriter dan eksploitatif -, Network Society memberikan kebebasan yang lebih besar di tempat kerja, karena “para penggiat jejaring” membutuhkan otonomi yang lebih besar saat melakukan tugas yang kurang standar (ibid., Hal. 246). Namun, pada saat yang sama, otomatisasi dan outsourcing manufaktur sedang berlangsung, yang mengarah pada kesenjangan antara pekerjaan informasi yang "ditingkatkan" dan pekerjaan berbahaya "yang diturunkan" (ibid., Hal. 251).

Pekerjaan informasi membutuhkan pendidikan tinggi agar kualifikasi pendidikan semakin memilih angkatan kerja. Polarisasi sosial berikut tidak diperlukan setelah inovasi TIK, ini lebih disebabkan oleh cara penerapannya. Misalnya, cara manajemen telah merestrukturisasi dan secara politik diizinkan untuk merestrukturisasi pekerjaan menuju peningkatan fleksibilitas dan pembagian kerja internasional dalam rantai pasokan global, memberikan tekanan pada negara kesejahteraan dan pekerjaan yang pernah relatif aman (ibid., Hal. 239). Serikat pekerja juga belum mampu mengatur tenaga kerja seperti sebelumnya, sebagian karena mereka secara politik diserang (seperti yang terjadi di bawah Reagan dan Thatcher), tetapi juga karena mereka tidak mampu mengatur angkatan kerja baru yang “diturunkan”, yang seringkali terdiri dari perempuan dan migran dalam ekonomi jasa.

Kapitalisme informasi global, oleh karena itu, "dicirikan oleh kecenderungan peningkatan ketidaksetaraan dan polarisasi sosial" (Castells, 2000, hal. 380). Pembagian kerja global menghasilkan pemenang yang merupakan pekerja informasi yang sangat terampil, dan pecundang yang merupakan layanan yang diturunkan peringkatnya dan pekerja informal, atau bahkan pengangguran dan dengan demikian, populasi yang secara struktural tersingkir. Orang-orang yang terpinggirkan ini ditemukan di wilayah yang dikecualikan, seperti sebagian besar Afrika, tetapi juga di negara-negara maju, mis. di ghetto.

Media Sosial Pandangan Dennis McQuail

Media sosial mengacu pada sarana interaksi di antara orang-orang tempat mereka membuat, berbagi, dan / atau bertukar informasi dan ide dalam komunitas dan jaringan virtual. Kantor Komunikasi dan Pemasaran mengelola akun utama Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, dan Vimeo.

Atau, Media sosial adalah istilah yang sering digunakan untuk merujuk pada bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif. Seringkali perkembangan media terbagi menjadi dua usia yang berbeda, yaitu usia siaran dan usia interaktif. Di era penyiaran, media hampir secara eksklusif terpusat di mana satu entitas —seperti stasiun radio atau televisi, perusahaan surat kabar, atau studio produksi film—mendistribusikan pesan ke banyak orang. Umpan balik ke

media sering kali tidak langsung, tertunda, dan impersonal. Komunikasi yang dimediasi antara individu biasanya terjadi pada tingkat yang jauh lebih kecil, biasanya melalui surat pribadi, panggilan telepon, atau terkadang dalam skala yang sedikit lebih besar melalui sarana seperti buletin keluarga yang difotokopi.

Dengan munculnya teknologi digital dan seluler, interaksi dalam skala besar menjadi lebih mudah bagi individu daripada sebelumnya; dan dengan demikian, era media baru lahir di mana interaktivitas ditempatkan di pusat fungsi media baru. Satu individu sekarang dapat berbicara dengan banyak orang, dan umpan balik instan sangat memungkinkan. Di mana warga dan konsumen dulu memiliki suara yang terbatas dan agak tidak bersuara, sekarang mereka dapat berbagi pendapat dengan banyak orang. Biaya rendah dan aksesibilitas teknologi baru juga memungkinkan lebih banyak pilihan untuk konsumsi media daripada sebelumnya - dan bukannya hanya beberapa outlet berita, individu sekarang memiliki kemampuan untuk mencari informasi dari beberapa sumber dan berdialog dengan orang lain melalui forum pesan tentang informasi diposting. Inti dari revolusi yang sedang berlangsung ini adalah media sosial. Karakteristik, bentuk umum, dan fungsi umum media sosial dieksplorasi di sini.

Semua media sosial melibatkan semacam platform digital, baik itu mobile atau stasioner. Tidak semua yang digital, bagaimanapun, adalah media sosial. Dua karakteristik umum membantu mendefinisikan media sosial. *Pertama*, media

sosial memungkinkan beberapa bentuk partisipasi. Media sosial tidak pernah sepenuhnya pasif, bahkan jika terkadang situs jejaring sosial seperti Facebook mengizinkan tampilan pasif dari apa yang orang lain posting.. *Kedua*, dan sejalan dengan sifat partisipatifnya, media sosial melibatkan interaksi. Interaksi ini dapat dilakukan dengan teman, keluarga, atau kenalan yang sudah mapan atau dengan orang baru yang memiliki minat yang sama atau bahkan lingkaran kenalan yang sama.

Bila merujuk pada teori Denis McQuail tentang media Sosial , maka dirumuskannya sebuah pandangan bahwa media sosial memiliki konsep sebagai berikut McQuail (McQuail, 2010):

1. Digitalisasi dan konvergensi terhadap keseluruhan aspek media;
2. Meningkatnya interaktivitas dan konektivitas jaringan;
3. Mobilitas dan delokasi pada pengiriman dan penerimaan;
4. Adaptasi pada publikasi dan peranan audiensi;
5. Munculnya keberagaman bentuk baru dari media “ Gate away”
6. Fragmentasi dan mengaburkan institusi media.

Dimana bila dikaitkan dengan tema-tema utama dalam teori media (lama) seperti kekuasaan maka akan sulit membedakan antara kepemilikan pribadi atau akses sudah

dimonopoli sedemikian rupa sehingga memiliki pandangan *Pertama* isi dan arus dari informasi dengan mudahnya dikontrol. *Kedua*, identitas dan integrasi sosial, media baru membuat pengguna lebih individualistik, mengusung keberagaman diversity dalam penggunaannya dan juga menggalang partisipasi yang lebih luas. *Ketiga*, kaitannya dengan perubahan sosial dan pembangunan, media baru muncul sebagai agen baru dalam perubahan sosial sekaligus perubahan ekonomi terencana, dimana tidak adanya kontrol pesan dari pengirim maupun penerima pesan. *Keempat*, kendala bahasa menjadi problem terbesar dalam komunikasi di media baru. Komunikasi lebih terkonsentrasi terjadi dan berasal dari Amerika Serikat dan Eropa, yang cenderung menggunakan bahasa Inggris.

Qourtrup (dalam McQuail, 2010) menyimpulkan bahwa teori media--medium tidak bisa sesuai dengan kasus media digital baru karena tidak terbatasnya jumlah fitur. Media baru dibentuk oleh kompleksitas dan fungsi dasarnya adalah untuk mengatur kopleksitas sosial. Istilah "teori kompleksitas" yang diletakkan antara pemerintah--order (teori sistem) dan teori kekacauan--- chaos dirasa tepat untuk. McQuail membuat perumusan yang lebih jelas mengenai dimensi-dimensi atau variabel-variabel yang dapat membedakan media "lama" dan "baru", dilihat dari prespektif pengguna sebagai individu.

1. Tingkat interaktif. Ini diindikasikan dengan rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan;

2. Sosialisasi: Media baru bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung;
3. Kekayaan media. Perluasan dari media yang dapat menjembatani perbedaan kerangka acuan, mengurangi ambiguitas, menyediakan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak panca indra, dan lebih personal;
4. Autonomi. Tingkat dimana pengguna merasa memiliki control terhadap konten dan tidak tergantung dari sumber;
5. Sarana permainan. Media baru digunakan sebagai media hiburan, disamping utilitas dan instrumentalitasnya;
6. Privasi. Media baru diasosiasikan dengan penggunaan dari suatu media dan atau pemilihan konten;
7. Personalisasi. Tingkat dimana konten dan pengguna dipersonalisasi dan unik.

Media Sosial Pandangan Mark Poster

Mark Poster menyatakan bahwa Internet akan menjadi media untuk memberikan alternatif dari kendala teknis yang parah dan dari model siaran yang konvensional, memungkinkan sistem dari banyak produsen, distributor, dan konsumen konvensional akan mati. Bahkan kedepan Era pasca-siaran konvensional pun juga berarti akhir dari audiens tradisional dan munculnya audiens yang memiliki kemampuan melakukan personalisasi kontennya, baik dengan televisi

interaktif atau bookmark halaman Web, sehingga akan menggantikan budaya penyiaran massal.

Media baru sudah barang tentu tidak sama dengan interaksi tatap muka, namun media baru memberikan bentuk-bentuk baru dalam interaksi yang membawa orang kembali kedalam kontak pribadi dalam cara-cara yang tidak dapat dilakukan oleh media konvensional. Ada persoalan dalam mencoba membuat komparasi antara media baru dan media konvensional. Sebagian pihak meyakini bahwa media baru lebih “mediated”. Media baru juga berisi kekuatan sekaligus keterbatasan, kerugian dan manfaat, dan dilemma. Misalnya, media baru memberikan keterbukaan dan fleksibilitas, namun juga dapat mengarah pada kekacauan. Media baru merupakan pilihan yang luas, namun pilihan tidak selalu memiliki mutu yang baik ketika orang membutuhkan struktur dan paduan. Keragaman merupakan salah satu nilai yang besar dari media baru, tetapi juga dapat mengarah pada pembagian dan pemisahan. Media baru memungkinkan orang luwes dalam menggunakan waktu, tetapi juga menciptakan permintaan waktu yang baru.

Cara kedua dimana media dibedakan ada dalam konteks integrasi social. Pendekatan ini mencirikan media bukan dalam kinformasi, interaksi, atau diseminasi tetapi dalam konteks ritual bagaimana, orang menggunakan media sebagai sebuah cara untuk menciptakan

komunitas. Media bukan sebuah instrument informasi bukan pula sarana untuk pencapaian kepentingan diri, tetapi memungkinkan kita untuk bersama-sama berada dalam beberapa bentuk komunitas dan menawarkan rasa ikut memiliki. Ini terjadi melalui penggunaan media sebagai ritual yang dipertukarkan yang melibatkan atau tidak melibatkan interaksi yang sebenarnya. Kita menggunakan media baru sebagai jenis dari ritual yang di pertukarkan yang membuat kita merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri.

Media diritualkan karena media menjadi sesuatu kebiasaan, diformalkan, dan menempatkan nilai-nilai yang lebih besar daripada penggunaan media itu sendiri. Kritik terhadap digitalisasi dan konvergensi yang menjadi pusat bahasan dalam New Media Theory diwujudkan dalam pendekatan ritual tentang komunikasi yang dikenal dengan Ritual Theory (LittleJohn & Foss (ed.), 2009: 686). Pendekatan ritual menawarkan sebuah penjelasan mengapa televisi bahkan surat kabar dan buku tidak mengalami penurunan dalam menghadapi hadirnyamedia baru.

Dengan mengkaji bagaimana dan mengapa orang berinteraksi dengan medium-medium komunikasi, pendekatan ini menegaskan bahwa keterikatan terhadap medium tidak secara sederhana diarahkan oleh efisiensi dan control terhadap media yang didesakkan oleh para teoritisi dari the second media age. Namun, keterikatan

terhadap media, baik media lama maupun media baru, memberikan ketergantungan bahwa individu-individu akan sulit untuk mencapai relasi tatap muka dan kawasan-kawasan lain dari kehidupan sehari-hari. Jika mengikuti “perjalanan teoritik” dalam kajian media baru, dari Classical Medium Theory hingga New Media Theory, maka bisa diajukan pertanyaan tentang masihkah relevan dan memadai penjelasan teoritik dari Medium Theory dan New Media Theory dalam memahami kehadiran media baru? Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, gagasan utama Medium Theory adalah bahwa media, terlepas dari apapun isi (pesan) yang disampaikan akan berdampak atau mempengaruhi individu-individu dan masyarakat.

Media komunikasi merupakan esensi peradaban dan sejarah akan diarahkan oleh media utama atau media yang menonjol pada masanya. Gagasan McLuhan dan Innis diperkuat oleh Ellis bahwa media yang menonjol pada suatu masa akan membentuk perilaku dan pikiran orang, termasuk didalamnya perilaku komunikasi. Sedangkan Media Ecology Theory menegaskan bahwa masyarakat tidak akan bisa melarikan diri dari pengaruh teknologi dan teknologi akan tetap menjadi sentral bagi semua bidang profesi dan kehidupan. New Media Theory sebagai pengembangan dari pemikiran teoritik tentang “teori medium” sebelumnya menekankan pada gagasan bahwa teknologi interaktif dan

komunikasi jaringan, khususnya Internet, akan merubah masyarakat.

Media Sosial sebagai Komunikasi Ritual

Pandangan ritual komunikasi, sementara biasanya dianggap sebagai "kuno," adalah cara mengkomunikasikan dan menganalisis berbagai aspek komunikasi melalui cara religius yang sakral. Hal tersebut pada dasarnya bersumber dari pandangan agama yang menggabungkan dakwah dan menyoroti peran shalat dalam konstruksi media tertentu (Carey, 2009: 15). Pandangan ritual mengacu pada bentuk asli komunikasi dalam arti membawa kebersamaan di antara orang-orang. Ketika kita membayangkan cara-cara kuno dalam bercakap-cakap, kita membayangkan nenek moyang kita bertukar berita melalui mulut ke mulut daripada bentuk produksi media massal yang lazim di era saat ini. Ini adalah cara asli mengkomunikasikan yang menjadi fokus pandangan ritual.

Untuk memajukan pandangan kuno ini, Emile Durkheim percaya bahwa pandangan ritual menelusuri warisan komunikasi. Dikatakan bahwa pandangan ritualistik adalah "proyeksi cita-cita yang diciptakan oleh masyarakat" (Durkheim, 2012: 95), artinya cara kita berkomunikasi dulu adalah melalui proyeksi gagasan kita dalam sebuah formasi sosial. Ini dapat diterjemahkan dalam arti yang nyata melalui simbolisme, melalui tarian, drama, arsitektur - apa pun yang

mewujudkan rasa komunikasi. Jenis komunikasi ini tidak boleh disalahartikan sebagai informasi baru, ini hanyalah konfirmasi dari apa yang sudah diketahui dunia, dan lebih jauh lagi, apa yang sudah dikenal oleh individu tersebut. Pandangan ritual tidak dibuat untuk mengubah sikap atau pengetahuan seseorang tentang masalah tersebut, itu hanya untuk menyiratkan tatanan sosial.

James W. Carey, seorang anggota penting dunia komunikasi, adalah orang pertama yang memperkenalkan sudut pandang ini sebagai teori yang sebenarnya. Dia mengambil istilah komunikasi kuno yang dibawa oleh nenek moyang kita dan juga dirumuskan oleh Durkheim, dengan berani Durkheim pun menggabungkannya menjadi ide yang bisa dibayangkan. Definisinya, yang banyak digunakan oleh para ahli saat ini, mendefinisikan pandangan ritual komunikasi sebagai "komunikasi yang terkait dengan istilah-istilah seperti 'berbagi', 'partisipasi', 'asosiasi', 'persekutuan', dan 'kepemilikan dari kepercayaan yang sama'" (Carey 2009: 15). Carey menjelaskan gagasan komunikasi dalam arti ritual sebagai upacara keagamaan, sakral yang dimaksudkan untuk menyatukan orang-orang pada perluasan informasi (Carey, 2009: 15). Media dalam pandangan ritualistik akan didramatisasi; ini lebih merupakan pengalaman daripada pertukaran peristiwa aktual. Ini ditampilkan sebagai bentuk seni dan dimaksudkan untuk mempromosikan kebersamaan di antara komunitas dalam fokus dramatis dunia.

Meskipun pandangan ritual komunikasi bersifat kuno, masih sangat mudah untuk melihat cara-cara di mana komunikasi modern dapat dilacak kembali ke cara pertukaran informasi yang lebih tradisional. Dengan media sosial, berita hiburan, televisi, atau bahkan bentuk hiburan klasik, seperti drama panggung, dikemas dalam versi komunikasi yang didramatisasi secara terus sehingga memberikan pedoman sosial bagi khalayaknya dan bukan pengetahuan baru yang menciptakan kesakralan.

Masalah lain yang dikemukakan Durkheim, dimana dia menjelaskan tentang ritual interaksi pada komunikasi serta memberikan kontribusi dengan membantu kita memahami bagaimana kohesi sosial sebenarnya berkembang dalam kelompok-kelompok kecil. Durkheim mengembangkan gagasan bahwa interaksi ritual merupakan elemen kunci dalam pengembangan kohesi sosial (Lasén, 2011). Dalam hal ini idenya dikembangkan oleh Goffman (1967) dan juga Collins (2004), kombinasi dari ketiga pemikir ini memungkinkan seseorang untuk melihat bagaimana , Individu membangun kohesi sosial melalui penggunaan ritual. Untuk menghargai hubungan antara para pemikir yang penting dan untuk memahami sifat sosial dari interaksi ritual. Menurut Durkheim , ritual adalah kegiatan yang saling berfokus yang menimbulkan suasana hati yang sama dalam kelompok yang terikat. Ada reflektivitas timbal balik yang terkait dengan tindakan kolektif: Kami melihat orang lain terlibat dalam tindakan tersebut dan kami juga tahu bahwa mereka melihat

kami. Kegiatan yang saling terfokus mungkin memberikan dorongan bagi suatu kelompok. Seperti ketika seseorang menceritakan lelucon sambil minum bir, berpartisipasi dalam upacara keagamaan, atau situasi sosial lainnya di mana individu mempertahankan fokus bersama dan bekerja untuk mempertahankan suasana hati yang sama. Durkheim menulis: "Itu adalah dengan meneriakkan seruan yang sama, mengucapkan kata-kata yang sama, dan melakukan tindakan yang sama sehubungan dengan objek yang sama yang mereka dapatkan dan mengalami kesepakatan" (1995: 231-232). mengarah pada kohesi sosial adalah bahwa hal itu menimbulkan perasaan atau pengalaman yang sama bahwa kita semua berada dalam hal ini bersama-sama. Dengan kata lain, Durkheim berfokus pada praktik bersama. Rawls secara ringkas menegaskan posisinya pada poin ini: "Durkheim berpendapat bahwa konsep dasar yang diperlukan untuk kejelasan bersama diciptakan dengan menghasilkan praktik yang dapat dikenali dan dapat didengar dengan menghasilkan perasaan yang identik pada semua peserta secara bersamaan" (2001: 36).

Saat individu terlibat dalam situasi ini dan saat individu menggunakan perilaku yang benar, menegaskan suasana hati yang benar dan terlibat dalam fokus yang benar, maka individu itu membantu memperkuat kohesi kelompok. Hal ini pada gilirannya dibawa bersama kita sebagai sejenis *reservoir kohesi sosial* yang akan dipulihkan saat kita

bertemu lagi. Dan Ini bukan untuk mengatakan bahwa tidak mungkin ada ritual yang gagal (Collins, 2004).

Kebaktian gereja yang dilaksanakan dengan buruk, lelucon yang tidak berasa lucu atau gosip yang terlalu cabul dapat merusak suasana hati dan dengan demikian mengurangi kohesi. Sementara Durkheim melihat ritual sebagai interaksi tingkat meso dari kelompok yang berulang dan dipertahankan dari waktu ke waktu dalam ritual suku Aborigin di Australia, Goffman melihat tingkat mikro dalam pertemuan individu yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Setiap kali kita menyapa satu sama lain, makan, bercanda, bergosip, atau dalam hal ini masuk ke dalam lift dengan orang lain, kita menggunakan unsur-unsur interaksi ritual.

Ada kemungkinan untuk menyarankan bahwa Durkheim memperhatikan generasi kohesi sosial sementara Goffman peduli dengan pemeliharannya. Daripada hanya melihat situasi skala besar, Goffman memfokuskan kembali perhatian kita pada peristiwa yang sedang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari, rutinitas yang juga dilihat Weber sebagai konstitutif dari kandang sosial kita. Dapat disebutkan secara sepintas bahwa Goffman menyebutkan telepon pada beberapa poin dalam karyanya: di antara tempat-tempat lain ia membahasnya sebagai elemen dalam aktivitas “panggung belakang” khususnya (1959: 112), dan ia juga membahas telepon yang “tidak terpasang” dalam Bentuk Pembicaraan (1981: 86; lihat juga 1983: 6). Meyrowitz (1985) adalah pemikir utama

yang telah membawa gagasan Goffman lebih jauh untuk memperluasnya ke media (meskipun kami menghilangkan diskusi tentang perluasan ini karena alasan ruang).

Durkheim, Goffman dan Collins semuanya memahami ritual sebagai interaksi tatap muka. Memang, dalam beberapa hal mereka secara tajam mengecualikan interaksi yang dimediasi karena fokus umum dan suasana hati paling jelas dikenali dalam kesegeraan situasi tatap muka. Namun, munculnya berbagai instrumen untuk interaksi sosial yang dimediasi dan semakin meluasnya instrumen tersebut mempertanyakan gagasan bahwa kehadiran bersama adalah prasyarat untuk melibatkan ritual. Hal ini, pada gilirannya, mengarah pada kemungkinan bahwa interaksi yang dimediasi juga dapat menjadi sebuah ruang - betapapun virtualnya - di mana ritual kohesif secara sosial dapat berlangsung (Carey, 1988). Kami berpendapat bahwa teknologi mediasi memungkinkan kita untuk mempertahankan dan memang menguraikan kohesi sosial di dalamnya. grup. Para remaja mengembangkan lingkaran pertemanan mereka melalui penggunaan SMS dan semakin meningkat melalui penggunaan jaringan sosial berbasis seluler dan PC. Kami bergosip, menggoda dan bercanda dengan teman-teman terdekat kami melalui Facebook, email atau ponsel memungkinkan kami situasi terfokus di mana ada akal sehat bersuara, menggunakan terminologi Durkheim. Dalam banyak hal, kami selalu memiliki kontak sosial terdekat kami tersedia, meskipun dalam bentuk mediasi. Memang, kami berpendapat bahwa saat ini,

ada keterkaitan yang terus meningkat melalui berbagai modalitas (Schroeder, 2007); atau yang disebut Baron (2008) sebagai "selalu aktif". Mereka selalu hanya berupa pesan teks, entri Facebook, obrolanWhatsapp, login Second Life, atau tweet. Setelah berada dalam ranah mediasi tertentu, kita dapat melakukan pekerjaan mengembangkan fokus yang sama dan menimbulkan suasana yang sama. Diambil ke kesimpulan yang mungkin tidak terlalu jauh, adalah mungkin untuk melihat interaksi yang dimediasi dan perangkat yang kita gunakan dalam konteks ini diterima begitu saja. Pernyataan ini tidak hanya dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa bentuk interaksi ini adalah sesuatu yang diharapkan individu dari dirinya sendiri. Sebaliknya, itu adalah sesuatu yang secara rutin kita harapkan satu sama lain. Kepemilikan, penguasaan dan penggunaan bentuk-bentuk interaksi yang dimediasi sampai sekarang.

Namun, ada perasaan yang semakin meningkat bahwa kita berhutang kepada satu sama lain, misalnya, memiliki ponsel. Sejauh sikap ini diperoleh dalam kelompok, kita melihat munculnya pembentukan apa yang disebut Durkheim sebagai "fakta sosial." Seiring waktu, akan ada harapan bahwa kita tersedia satu sama lain melalui bentuk komunikasi yang dimediasi. Untuk mengelak ini akan menghasilkan tekanan dari orang lain untuk mengubah cara kita. [Fakta sosial] datang kepada kita masing-masing dari luar dan dapat menyapu kita terlepas dari diri kita sendiri. Jika mungkin saya menyerahkan diri saya kepada mereka, saya mungkin tidak menyadari

tekanan yang mereka berikan kepada saya, tetapi tekanan itu membuat kehadirannya langsung terasa (ketika) saya mencoba untuk berjuang melawan mereka (Durkheim, 1938: 53). Sementara Durkheim mungkin melihat dorongan kolektif untuk menjadi tersedia sebagai jenis fakta sosial, gagasan ini cocok dengan gagasan Weber tentang sangkar besi yang disebutkan di atas: rutinitas tertentu dalam mengelola komunikasi antarpribadi dan kebutuhan informasi secara sistematis telah menjadi tak terhindarkan, bahkan jika itu bukan urusan pribadi.

Durkheim dan Weber menawarkan alternatif yang menarik pada pemikiran komunikasi ritual ini, mereka menyatakan bahwa sejauh solidaritas dan rutinitas sehari-hari direproduksi di tingkat makro (dan sebaliknya) dalam ritual dan sistem rutin yang beroperasi di seluruh masyarakat, terutama dalam budaya konsumennya maka sejauh itu pula komunikasi ritual dapat terjadi. Bahkan Weber dan Durkheim membahas persimpangan ini (tautan mikro-makro). Misalnya, dimensi ritual penyiaran atau media skala besar lainnya dan TIK sangat berbeda dari apa yang akan dilihat Weber sebagai efek mengecewakan mereka, tetapi mendekati budaya konsumen yang terpesona dan apa yang Durkheim anggap sebagai keadaan darurat. -ing nasional (mungkin hari ini, sekali lagi, transnasional) maka budaya umum - sebuah "kesadaran kolektif." adalah bahwa teori ritual dan kesadaran diri hanya memberikan penjelasan peristiwa tunggal dan pemahaman yang memusatkan perhatian rakyat pada pusat sakral. Namun

peristiwa dan fokus bersama ini bukan hanya peristiwa tunggal, dan fungsi rutin media yang lebih sehari-hari, dan hal ini juga dibahas oleh Luhmann (2000). Apa yang dapat ditambahkan oleh akun Weberian di sini dalam aliran Durkheimian dan Luhmannian adalah bahwa yang sakral telah menjadi sebuah sistem. Dengan berkembangnya perangkat dan konten, ada banyak sekte kepribadian (termasuk politisi) dan kepercayaan suci (sekali lagi, termasuk politik). Dalam masyarakat maju, ini adalah lingkungan yang dimediasi majemuk dan pada saat yang sama koheren - koheren dalam arti bahwa itu adalah bagian dari rutinitas sehari-hari dan menyatukan ikatan interpersonal dan kepercayaan masyarakat yang didukung oleh sistem mediasi teknologi yang besar.

Namun, terlepas dari perannya dalam memelihara jaringan hubungan antarpribadi (mikro), sistem ini terdiri dari rasa kohesi sosial sistematis yang terus-menerus, sehari-hari dan menyebar dan permintaan yang konstan atau rutin dan meluas untuk konsumsi yang dimediasi, sehingga Durkheim dan Weber menyediakan pandangan yang lebih "jauh" sejauh mereka menunjuk pada ritual dan sifat TIK yang lebih dimediasi dalam masyarakat, meskipun dengan valensi yang berbeda. Keduanya dapat digabungkan, bagaimanapun, melalui Luhmann (2000), yang berpendapat bahwa peran TIK terutama untuk memberikan masukan yang melegitimasi ke dalam politik -dan dengan perluasan ke dalam budaya dan ekonomi konsumen. Dengan kata lain: Habermas dan Castells

membuat analisis utama mereka sebagai aspek emansipatoris atau berpotensi emansipatoris dari TIK.

Apa yang ditunjuk oleh Durkheim dan Weber (setidaknya dalam versi gagasan mereka yang telah kami uraikan) adalah bagaimana TIK tampaknya memainkan peran yang luar biasa kuat dalam masyarakat, tidak hanya dalam menengahi kehidupan antarpribadi kita tetapi juga menyediakan ritual media yang dibutuhkan oleh hiburan massa dan politik . Pada saat yang sama, efek ini lemah karena hanya bersifat rutin. Pemikir seperti Castells dan Habermas berpendapat -atau berharap- bahwa peran TIK adalah untuk mengubah masyarakat. Sebaliknya, Durkheim dan Weber menunjukkan bagaimana lingkungan pribadi, yang diselimuti oleh akses ke informasi dan oleh beberapa hubungan yang dimediasi, duduk dengan nyaman dalam lingkungan yang lebih besar yang dipenuhi oleh TIK dan jaringan hubungan yang kompleks dan padat. Jika peran TIK kurang emansipatoris atau kritis terhadap perubahan sosial emansipatoris daripada harapan Habermas dan Castells, maka ini karena Durkheim dan Weber (dan memang Luhmann) akan setuju bahwa TIK dapat beradaptasi dalam sistem yang kompleks dan homogen untuk diritualkan dan dirutinkan, seperti kepompong dan sangkar, pada satu konsep dan yang sama.

Bab 4

Tanda dalam Komunikasi Sosial

Semiotika Sosial

Konsep makna tidak terpisahkan dengan konsep isyarat dan bahasanya, menurut De Saussure, tanda linguistik adalah keseluruhan psikis dengan dua aspek: citra suara dan gagasan. Jadi, tanda adalah kombinasi spesifik dari dua elemen ini. Berdasarkan analisis de Saussure, bahwa hubungan dua sisi antara suara dan pengertian adalah makna. Inilah sebabnya mengapa de Saussure menyarankan bahwa istilah "gambar suara" harus diganti dengan istilah "signifikansi" (yang berarti), dan istilah "gagasan" dengan istilah "signifikansi" (yang merupakan objek makna). Tanda memenuhi fungsinya hanya berdasarkan hubungan makna itu, yang anggota-anggotanya terhubung tak terpisahkan. Putusnya persatuan itu akan mengakibatkan hancurnya tanda itu.. (Adam Schaff (1962). *Introduction to semantics*, p. 11)

Demikian tulis ahli bahasa Swiss Ferdinand de Saussure (1857-1913), seorang pemikir tidak hanya melihat kasus itu dari sisi linguistik tetapi juga dari apa yang sekarang lebih sering

disebut sebagai semiotika (dalam *Course in General Linguistics*, 1915).

Tokoh kunci lainnya dalam perkembangan awal semiotika adalah filsuf Amerika Charles Sanders Peirce (1839-1914) dan kemudian Charles William Morris (1901-1979). Ahli teori semiotik modern terkemuka termasuk Roland Barthes, Umberto Eco, Christian Metz, Julia Kristeva dan Algirdas Greimas. Sejumlah ahli bahasa bekerja dalam kerangka semiotik, seperti Roman Jakobson dan Michael A. K. Halliday. Semiotika sulit dipisahkan dari strukturalisme, yang eksponen utamanya termasuk Claude Lévi-Strauss dalam antropologi dan Jacques Lacan dalam psikoanalisis. Teori semiotik modern juga terkadang bersekutu dengan pendekatan Marxis yang cenderung menekankan peran ideologi (lihat Woollacott 1982: 103 dst).

Semiotika mulai menjadi pendekatan utama teori media pada akhir 1960-an, dan meskipun sekarang kurang sentral (setidaknya dalam bentuk sebelumnya yang lebih 'strukturalis'), tetap penting bagi siapa pun di lapangan untuk memahaminya. Apa yang harus Anda nilai tergantung dari apakah hal itu berguna bagi Anda untuk menjelaskan tentang aspek media massa.

Definisi semiotika yang paling umum adalah 'ilmu tentang tanda'. Ini melibatkan studi tentang medium (atau genre) apa pun sebagai 'sistem tanda' semiotik. Seperti yang ditunjukkan James Monaco, semiotika 'pasti bukan sains dalam

arti fisika atau biologi ' (Monaco 1981: 140). tetapi semiotika merupakan sebuah studi tentang tanda.

Semiotika bukanlah ilmu yang sepenuhnya empiris, meskipun Bob Hodge dan David Tripp menerapkan metode empiris dalam studi klasik mereka tentang Children and Television (1986). John Fiske mencatat bahwa: *“Semiotika pada dasarnya adalah pendekatan teoritis untuk komunikasi yang tujuannya adalah untuk menetapkan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan secara luas ... Dengan demikian rentan terhadap kritik bahwa itu terlalu teoritis, terlalu spekulatif dan bahwa ahli semiotika tidak berusaha untuk membuktikan atau menyangkal teori mereka dalam sebuah teori obyektif, cara ilmiah.”* (Fiske 1982: 118)

Semiotika adalah studi tentang tanda dan maknanya dalam masyarakat. Tanda adalah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain - dengan kata lain, tanda adalah segala sesuatu yang dapat menyampaikan makna. Jadi kata bisa jadi rambu, gambar bisa jadi rambu, foto bisa jadi rambu, bahkan rambu jalan bisa jadi rambu. Mode pakaian dan gaya, jenis tas yang Anda miliki, atau bahkan tempat tinggal Anda juga dapat dianggap sebagai tanda, karena menyampaikan makna..¹

Pada titik ini, perlu dipikirkan tentang dua pandangan dasar komunikasi, transmisi dan pandangan ritual, serta pertimbangkan pula bagaimana ide-ide tanda bermain di masing-masing.

¹<https://opentextbc.ca/mediastudies101/chapter/semiotics/>

Pandangan transmisi, yaitu tentang pertukaran informasi secara fungsional dari pengirim ke penerima melintasi ruang angkasa, dapat memanfaatkan rambu-rambu sebagai wadah pertukaran informasi tersebut. Kumpulan tanda-tanda yang mengelilingi kita semuanya adalah penanda, dan dengan demikian dapat dilihat setidaknya mencoba untuk berkomunikasi atau menyampaikan informasi.

Dalam pandangan ritual komunikasi, semiotika yaitu tentang gagasan, tentang budaya yang berkembang dari waktu ke waktu, gagasan dipandang sebagai budaya yang beredar, dan sekali lagi melalui penggunaan tanda-tanda untuk memfasilitasi pertukaran makna. Apa yang 'berarti' suatu tanda sering kali ditentukan dan disempurnakan oleh budaya, tak terkecuali tanda indeksikal. Makna apa yang dominan, simbol apa yang berkorelasi dengan ide apa, yang dikonstruksi oleh budaya.

Dalam semua komunikasi yang telah Anda ikuti dan hadapi, kami harus 'membaca' dan mendekonstruksi tanda-tanda yang disajikan dalam konteks. Kita semua mengambil tindakan untuk membuat pemahaman kita tentang konteks itu, dan pengalaman sebelumnya dengan tanda-tanda itu untuk membantu memahami pesan yang disampaikan. Untuk melanjutkan contoh iklan lotere Kiwi Instan ini, kita membaca iklan yang mengacu kembali pada pengalaman pribadi kita tentang situasi ujian, serta teks media lain yang menyajikan narasi yang serupa atau paralel.

Tanda tidak ditampilkan secara terpisah, satu per satu. Kami dapat mencoba dan mengisolasi mereka untuk mempelajarinya, tetapi kami tidak dapat sepenuhnya memahami mereka tanpa mempertimbangkan konteksnya. Tanda, bagaimana mereka beroperasi dan bagaimana mereka menghubungkan penanda dengan yang ditandai, terjadi dalam sistem yang kita sebut kode.

Kita dapat melihat tanda dan sistem tanda dalam tiga cara:

- Semantik -ini adalah 'bagaimana' dari semiotika, dan berkaitan dengan hubungan antara yang ditandakan dan penanda- tanda dan untuk apa ia berdiri.
- Sintaksis -ini mengacu pada hubungan struktural. Salah satu hubungan struktural dalam bahasa adalah tata bahasa, tetapi sintaksis dalam semiotika mengacu pada hubungan formal antara tanda yang memungkinkan mereka membangun ke dalam sistem tanda.
- Pragmatik-pragmatik, menurut Morris (Morris, 1938), adalah hubungan tanda dengan orang yang membaca atau memahami tanda itu.

Jika semantik adalah 'bagaimana' dari semiotika, berkaitan dengan hubungan antara penanda dan yang ditandakan, bagaimana mungkin kita membaca secara semantik lampu lalu lintas? Kita mungkin membaca merah sebagai perhentian, dan hijau sebagai perjalanan.

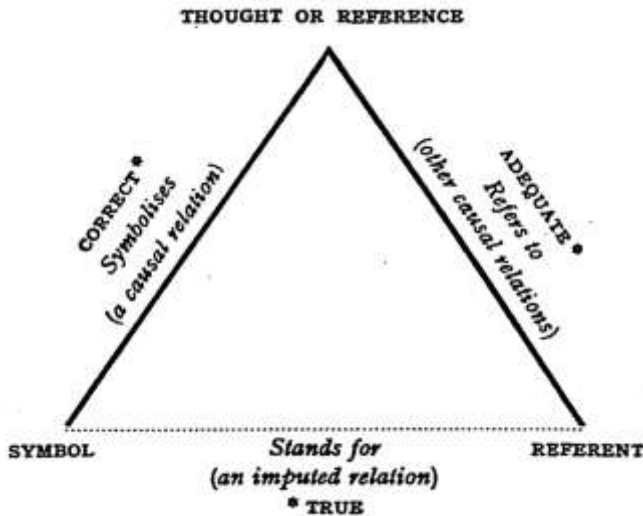
Jika sintaksis adalah hubungan formal antara rambu dalam sistem rambu, lalu bagaimana kita bisa membaca sintaks dari lampu lalu lintas? Kita mungkin melihat hubungan antara merah, kuning, dan hijau sebagai tiga bagian dari sistem tanda yang juga mengacu pada sistem tanda lainnya (seperti garis putih di jalan, atau bentuk tanda berhenti). Hubungan rambu ini kemudian menjadikan struktur lampu lalu lintas sebagai sistem rambu.

Dan akhirnya, jika pragmatis adalah hubungan antara tanda dan pembaca, bagaimana kita bisa membaca lampu lalu lintas secara pragmatis? Jika lampunya merah, misalnya, kita tahu harus berhenti.

Konsep terakhir yang berguna dari semiotika dasar yang layak disebut adalah gagasan ketidakpastian sintaksis (Messaris, 1994). Sintaksis adalah hubungan formal antara tanda dan sistem tanda. Namun seperti yang telah kami catat, sistem tanda terus berubah dan berkembang, dengan kesewenang-wenangan hubungan antara penanda dan penanda menciptakan semacam 'ruang gerak' untuk makna untuk berubah dan berkembang dalam konteks. Fleksibilitas makna ini menciptakan ruang di mana tanda yang berarti satu hal bagi individu mungkin memiliki arti yang sedikit atau sangat berbeda bagi individu yang lain.

Kita masing-masing mengembangkan interpretasi yang berbeda dari proses komunikasi, atau serangkaian tanda,

berdasarkan pengalaman, interpretasi, dan kerangka acuan kita sendiri. Salah satu cara untuk memikirkan interaksi faktor-faktor ini ketika melihat tanda adalah dengan menggunakan segitiga semiotik (Ogden dan Richards, 1923).



Ada beberapa versi yang berbeda dari segitiga ini, dan terkadang setiap individu akan melihat label yang berbeda digunakan pada setiap titik segitiga (meskipun mungkin merupakan titik yang berbeda, namun hubungannya sama satu sama lain). Tapi secara umum, ada tiga poin utama segitiga. Poin pertama adalah referensi, poin kedua adalah tanda (atau terkadang ekspresi), dan poin ketiga adalah konsep. Beberapa versi juga menempatkan aktor atau agen di tengah segitiga yang membuat hubungan ini melalui pengalaman.

Semiotika Umberto Eco

Umberto Eco, (lahir 5 Januari 1932, Alessandria, Italia — meninggal 19 Februari 2016, Milan), kritikus sastra Italia, novelis, dan ahli semiotik terkenal karena novelnya *Il nome della rosa* (1980; Nama Mawar).

Titik awal teori Eco adalah kenyataan bahwa, baik dalam peradaban industri maupun berbasis alam, manusia berkembang dalam "sistem sistem tanda". Menarik banyak inspirasinya dari karya Peirce, ia mengembangkan teorinya tentang tanda pada tahun 1973, dan kemudian merevisinya pada tahun 1988. Ciri yang membedakan teori Eco adalah bahwa selain kata-kata dan bahasa, ia juga membahas non-linguistik dan bahkan tanda-tanda alam, yang menandakan, berdasarkan kode, atau pembelajaran sebelumnya

Dari sekian banyak arti yang tercantum dalam kamus untuk "tanda", definisi yang komprehensif telah dirumuskan: "Tanda digunakan untuk menyampaikan informasi; untuk mengatakan atau untuk menunjukkan sesuatu yang seseorang tahu dan ingin orang lain tahu juga" (Eco 1988 , 27). Tanda itu cocok dengan model komunikasi kanonik yang disederhanakan ini:

sumber - pengirim - saluran - pesan - penerima -

Model ini dapat diterapkan pada sebagian besar proses komunikasi. Namun, sebuah pesan dapat melewati saluran dari

pengirim ke penerima tanpa pernah menandai, jika pengirim dan penerima tidak berbagi kode yang sama. Selain sebagai salah satu elemen dalam proses komunikasi, tanda juga merupakan aktor dalam proses pemaknaan.

Dalam proses penandaan, kode itu primordial. Misalnya, jika seseorang mengatakan: "Viens ici" kepada seorang teman, teman tersebut hanya akan mengerti jika dia berbicara bahasa Prancis. Pengirim dan penerima harus berbagi kode yang sama, yaitu, "serangkaian aturan yang akan memungkinkan seseorang untuk mengatribusikan suatu makna pada tanda" (terjemahan Eco, 1988, 28).

Kode diperlukan untuk setiap aktivitas komunikatif. Ada banyak kode (linguistik dan non-linguistik) sebanyak aktivitas dan konteksnya. Sebagai contoh, kode semiotika medis (studi tentang gejala) yang memungkinkan dokter untuk menyimpulkan bahwa "sakit perut" pasien sebenarnya adalah masalah hati.

Umberto Eco, mengatakan bahwa semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (lie). Kemudian, lebih lanjut ia menyatakan "bila sesuatu tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan dusta, maka sebaliknya ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kebenaran (truth). Ia pada kenyataannya tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan apa-apa. Definisi semiotika sebagai teori kedustaan sudah sepantasnya diterima sebagai sebuah

program komperhensif untuk semiotika umum (general semiotics).⁸ Bila memang demikian, lantas apa makna kata *dusta* yang digunakan Eco, dalam kaitannya dengan relasi semiotika antara tanda, makna, dan realitas (referensi)? Di dalam Oxford Advanced Learner's kata "*dusta*" (*lie*) didefinisikan sebagai "mengatakan atau menulis sesuatu yang anda tahu itu tidak benar". Artinya antara yang dikatakan atau yang ditulis tidak sesuai dengan realitas yang sesungguhnya. Terdapat hubungan yang tidak simetris antara tanda dan realitas. Dalam terminologi semiotika, terdapat jurang yang dalam antar sebuah tanda (*sign*) dan referensinya pada realitas (*referent*). Konsep (*concept*), isi (*content*), atau makna (*meaning*) dari apa yang dibicarakan atau ditulis tidak sesuai dengan realitas yang dilukiskan. Seseorang mengatakan "A" sesungguhnya realita adalah "B". Sebaliknya, seorang dikatakan tengah mengungkapkan kebenaran (*truth*) ketika tanda yang digunakannya mempunyai hubungan yang relatif simetris dengan referensi realitasnya. Dalam pengertian, tanda "A" menceritakan realitas "A". (Hanafi, 2019)

Terminologi semiotika sebagai teori *dusta* merupakan padanan dengan istilah "*hipersemiotika*". Awalan "*hiper*" pada istilah semiotika bermakna "*melampaui*" memberi arti bahwa semiotika bukan hanya sekedar teori kedustaan, akan tetapi teori yang berhubungan dengan relasi tanda (*ground*), realitas (*object*), dan makna (*interpretant*). *Hipsemiotika* dapat diartikan sebagai "*semiotika yang berlebihan atau semiotika yang melampaui batas*". *Hipsemiotika* digunakan untuk menjelaskan kecenderungan-kecenderungan yang berkembang

pada para pemikir khususnya pemikir semiotika mutakhir yang berupaya jauh untuk melompati batas oposisi biner dalam diskursus bahasa dan kehidupan sosial, maksudnya sebuah benteng oposisi biner yang secara konvensional dibangun atas struktur/perkembangan, konvensi/perubahan, fisika/metafisika, sinkronik/diakronik, penanda/petanda, langue/parole, tanda/realitas. Prinsip oposisi biner ini tampaknya sangat sentral dalam pemikiran struktural mengenai semiotika.

Hipersemiotika dalam hal ini mencoba membongkar tembok oposisi biner dengan mengembangkan beberapa prinsip, yaitu; Pertama, prinsip perubahan dan transformasi. Kedua, prinsip imanensi (immanency). Ketiga, permainan bahasa (language game). Dan keempat, prinsip simulasi (simulation). Tampaknya, generalisasi demikian menunjukkan secara jelas disfungsi semiotika sebagaipendekatan dalam memahami fenomena sosial dan teks. Problem yang sangat fundamental dalam bahasan tersebut adalah karena tidak adanya relevansi dan tidak simetrisnya peran dan fungsi tanda dalam oposisi biner. Ketika semiotika direduksi menjadi teori dusta, maka tidak menutup kemungkinan memiliki kesamaan dengan hiperealitas.

Makna “hiperealitas” adalah melebih-lebihkan saat menjelaskan realitas. Sama halnya dengan penjelasan di atas, ketika tanda ground menunjukkan “A”, sedangkan “object” menunjukkan “B”, maka posisi “interpretant” bisa menjadi “B, atau C”. Dialektika dan mekanisme kerja tanda demikian akan

membawa dampak pada hiperealitas. Manifestasi demikian juga berlaku pada sistem analisis tanda kedua (teks).

Hipersemiotika dalam kontekstualisasi sebuah teks bisa jadi memiliki sifat interpretasi yang berlebihan. Sistem konvensi bahasa dalam teks merupakan sign yang harus difungsikan berdialektika dengan realitas yang benar. Kelemahannya adalah, ketika para pemikir strukturalis lebih cenderung ke dalam hal-hal yang bersifat ahistoris dan lebih bertendensi pada realitas, maka tidak akan menemukan kebenaran (truth) secara holistik. Akibatnya adalah, interpretasi teks akan membawa pada hal-hal yang kurang valid untuk diyakini kebenarannya.

Sebagai penghubung dialektika antara teks (ground) dan realita (object), petanda dan penanda, semiotika tidak dapat menjadi jembatan penghubung dua tataran tersebut jika masih berputar-putar dalam permainan tanda. Kedua, hipersemiotika lebih menekankan pada prinsip imanensi (immanency). Hipersemiotika menekankan pada sifat imanensi sebuah tanda daripada sifat transendensinya, permainan permukaan material (fisik) daripada kedalaman (metafisik), permainan penanda (signifier) daripada petanda (signified), pengolahan bentuk daripada ketetapan makna, permainan kulit (surface) daripada kepastian isi (content).

Menyikapi demikian, jika semiotika dipandang dengan metode yang memerankan simulasi bahasa dan menghasilkan oposisi binner dalam merekonstruksi bahasa sehingga

menghasilkan wacana yang jauh melampaui dari realitas yang ada (hiperrealitas), maka metode ini tidak dapat menjadi metode yang premium guna merepresentasikan bahasa. Berkaca pada hermeneutika Gadamer (1960), yang memproyeksikan bahasa teks sebagai naluri alamiah yang memiliki keluasan makna realitas dengan sendirinya. Menurutnya, esensi makna bahasa adalah retorika dan filsafat praktis (etika). Hakikat realitas dapat dilihat melalui proses akal budi (cognitive process) dan pemahaman (understanding).

Konsepsi yang dituangkan Gadamer sendiri turut memberi batas terhadap interpretasi fenomena realitas, bukan melebihi daya kognisi memahami realitas. Semiotika sebagai pendekatan dalam kontekstualisasi tanda sebenarnya belum bisa diterima seluruhnya oleh beberapa kalangan. Tekstualitas makna pada sejumlah tanda seharusnya mempunyai beberapa prasyarat, unsur, dan mekanisme kerja pada tanda sebagai pendekatan yang relevan. Karena dalam pendekatan semiotika, representasi tanda (ground) terhadap realitas (object) hanyalah sebatas kedustaan yang tertutupi. Seorang interpreter dengan mudah akan melakukan interpretasi (interpretent) hanya dengan menyesuaikan realitas yang ada. Realitas yang dijadikan referensi belum tentu memberikan gambaran pada makna yang sebenarnya. Interpreter akan merasa mudah dalam kontekstualisasi makna tanda secara ahistoris. Ketika interpreter ingin melahirkan makna tanda secara holistik, maka harus memahami fenomena kesejarahan makna (sinkronik), konteks sosiologis, dan lain sebagainya. Dengan demikian, asumsi Eco dalam melihat semiotika sebagai teori dusta adalah

hal yang cukup rasional.

Semiotika Cinematografi Christian Metz

Christian Metz (1931–93) dianggap sebagai ahli teori film terkemuka Prancis pada tahun 1970-an. Karyanya tentang struktur naratif, semiotika terapan dan psikoanalisis untuk analisis film berdampak besar pada teori film di Prancis, Inggris, dan Amerika Serikat. Metz terutama melibatkan teori semiotika Ferdinand de Saussure ke film, mengusulkan analisis sintagmatik sebagai sistem untuk mengkategorikan adegan dalam film (yang ia sebut *Grande Syntagmatique*). Metz juga membawa aspek teori psikoanalitik Sigmund Freud dan Jacques Lacan ke teori film untuk mengeksplorasi sifat daya tarik massa dari bioskop. Buku-bukunya meliputi *Bahasa dan Sinema* (1971; terjemahan Inggris 1974), *Bahasa Film* (1971; terjemahan Inggris 1974) dan *The Imaginary Signifier* (1977; terjemahan Inggris 1982).

Figur utama dalam pemikiran semiotika sinematografi hinggasekarang adalah Christian Metz dari *Ecole des Hautes Etudes et Sciences Sociales (EHESS)* Paris. Menurutnya, penanda (signifiant) sinematografis memiliki hubungan motivasi atau beralasan dengan penanda yang tampak jelas melalui hubungan penanda dengan alam yang dirujuk. Penanda sinematografis selalu kurang lebih beralasandan tidak pernah semena.

Semiotika film Metz berusaha memahami cara bagaimana media film dapat memaparkan peristiwa-peristiwa yang terjadi pada tokoh melalui penekanan psikoanalisis dan struktur film. Semiotika film adalah sebuah transfer visual menjadi wacana di mana sebuah eksperimen untuk aplikasi konsep-konsep linguistik berstruktur dari Saussure dengan signifikasinya (Metz, 1974: 74).

Metz merintis upaya menetapkan teori tentang film sebagai suatu disiplin intelektual tersendiri pada tahun 1960-an. Artikel-artikel yang ditulis dalam karya Metz: *Essaieur la signification au cinema* (1968), membuka jalan didirikannya jurusan sinematografi di Universitas Vincennes (Paris VIII) (Lechte, 2001: 130). Sejalan dengan kegiatan akademik yang diikutinya, Metz terlibat dengan kegiatan para penggemar film dan animator klub sine (cine-club). Sebagian besar pengetahuan tentang sejarah film serta film tertentu yang dijadikan contoh dalam karya teoritisnya berasal dari kegiatan ini (Metz, 1974: 10).

Titik tolak Metz adalah film narasi (narrative film), jenis film yang memiliki alur cerita realis, memiliki awal dan akhir “yang jelas”, dan merupakan jenis film yang banyak dikenal masyarakat. Dalam menjelaskan kategori paradigmatik dan sintagmatik dalam sinema, ia menolak anggapan bahwa hubungan paradigmatic dalam bahasa sinematografi itu tidak ada. (Tamami, 2014:3).

Tujuan semiotika Metz adalah untuk menemukan

ideologi dominan yang ditampilkan sutradara dalam film yang dibuatnya. Dengan demikian, semiotika berfungsi sebagai metode dalam mengungkap rahasia teks. Metz dalam teori yangdisebutnya sebagai “GrandeSyntagmatique” melakukan kajian film dengan menggunakan metode “Cinematic Language ystem”, dan dalam hal tersebut menegaskan cara pandangnya yang melihat film pada tataran teks/system teks (sintagmatik). Ada sintagmatik milik Christian Metz: Autonomous shot, Nonchronogological, Syntagma atau sintagma sejajar, Chronological Syntagma atau sintagma penghargaan, Descriptive Syntagma atau sintagma deskriptif, Narrative Syntagma atau sintagma yang muncul bergantian, The Scene atau adegan, Continuous Syntagma, Discontinuous syntagma atau urutan biasa (Lechte, 2001:133-134)

Mise-En-Scene adalah unsursinematik yang paling mudah kita kenali karena hampir seluruh gambar yang kita lihat dalam film adalah bagian dari unsur ini. Jika kita ibaratkan layar bioskop adalah sebuah panggung pertunjukan maka semua elemen yang ada di atas panggung tersebut adalah unsur-unsur dari mise-en-scene (Pratista, 2008: 61). Mise-en-scene terdiri dari empataspek utama, yakni: Pencahayaan: tanpa cahaya sebuah film tidak akan terwujud. Seluruh gambar yang ada dalam film bisa dikatakan merupakan hasil manipulasi cahaya. Para pemain danpergerakannya (akting): seorang sineas juga harusmengontrol pemain dan pergerakannya. Seperti telahkita ketahui, karakter merupakan pelaku cerita yang memotivasi naratif dan selalu bergerak dalam melakukan

sebuah aksi. Kostum dan tata rias wajah (make-up) adalah segala hal yang dikenakan pemain bersama seluruh aksesorisnya. Aksesoris kostum termasuk di antaranya, topi, perhiasan, jam tangan, kacamata, sepatu, tongkat, dan sebagainya. Setting: (latar) adalah seluruh latar bersama segala propertinya. Properti dalam hal ini adalah semua benda tidak bergerak seperti, perabot, pintu, jendela, kursi, lampu, pohon, dan sebagainya (Pratista, 2008:61-80). Sinematografi mampu berperan aktif mendukung naratif secara estetik sebuah film. Unsur sinematografi secara umum dapat dibagi menjadi tiga aspek, yakni: kamera dan film, framing, serta durasi gambar (Pratista, 2008: 89). Dalam tahap editing, shot-shot yang telah diambil dipilih, diolah, dan dirangkai hingga menjadi satu rangkaian kesatuan yang utuh. Aspek editing bersama pergerakan kameramerupakan satu-satunya unsur sinematik yang murni dimiliki oleh seni film (Pratista, 2008:123)

Christian Metz banyak menjelaskan mengenai shot, atau yang lebih dikenal di Indonesia dengan istilah "takegambar" untuk film. Shot bersifat tidak terbatas jumlahnya. Shot merupakan hasil karya si pembuat film. Lewat sebuah shot, dapat ditemukan banyak informasi. Shot merupakan sebuah unit yang bersifat actualised(menghasilkan sebuah makna). Berikut ini adalah jenis-jenis pengambilan gambar (Metz, 1974: 32):

1. The autonomous shot (pemilahan gambar) bukanlah sebuah sintagma, tapi merupakan sebuah bagian

dari sintagmatis, yang sama halnya dengan episode intrik yang berdiri secara tersendiri dan di dalamnya terdapat sisipan, yang disebut “sisipan non-diagetis” (imaji yang berada di luar kisah), yang dapat disebut juga dengan “rancangan otonom”

2. The parallel syntagm (penyejajaran sintagma) disebut juga dengan “montase yang sejajar”. Terdapat ketidakjelasan hubungan antara yang satu dengan yang lain di dalam sintagma ini, dan merupakan jenis sintagma yang di dalamnya tidak terdapat kronologis.

3. The bracketing syntagm (pembatasan sintagma; pengambilan gambar secara singkat), sintagma pendukung yang merupakan sintagma yang ditujukan oleh Christian Metz dalam memperjelas makna dari sebuah objek dalam sebuah adegan. Sintagma ini merupakan jenis sintagma yang di dalamnya tidak terdapat kronologis.

4. The descriptive syntagm (penggambaran sintagma; urutan keadaan) merupakan sintagma yang berfungsi dalam menggambarkan keadaan. Seluruh unsur yang ada muncul secara berurutan, dan memiliki hubungan keserempakan.

5. The alternating syntagm (pergantian sintagma; pergantian adegan), sintagma yang muncul sesuai montase yang muncul bergantian pula, dan di dalamnya terdapat pula montase sejajar, dan peristiwa yang berurutan yang berlangsung secara serentak.

6. The scene (adegan yang berkelanjutan), s sebuah unsur sinematis yang muncul secara kontinu, tanpa ada jeda-diagetis. Adegan merupakan salah satu bentukan sinematis yang tertua.

7. The episodic sequence (pembabakan pada setiap adegan), sebuah unsur yang di dalamnya terdapat sebuah sintagma linear, di mana pada prinsip pembentukannya, ditemukan sebuah ketidaksinambungan fakta.

8. The ordinary sequence (urutan setiap babak), unsur yang di dalamnya terdapat perwatakan elipsis, yang tersebar dan ditunjukkan secara acak (tidak berurutan), serta tidak memiliki keterkaitan apa-apa.

Metz (dalam Masak, 2002: 282) memandang film sebagai bahasa atau setidaknya medium menyerupai bahasa yang memungkinkan manusia untuk menggali partikel-partikel di dalamnya. Metz juga menjelaskan bahwa sebuah shotbukan lebih dekat dengan kata, melainkan dengan kalimat yang di dalamnya memiliki banyak partikel lain yang setara dengan kata-kata.

Semiotika Metz membaca tanda-tanda dalam film bukan sebagai teks yang utuh, melainkan melakukan pembacaan tanda-tanda pada partikel filmis yang disajikan. Berbeda dengan “tanda” dalam bahasa yang arbitrer, penanda dalam sinematografis memiliki hubungan “motivasi” atau “beralasan” dengan alam yang dirujuk (Masak

2002: 283), atau yang disebutkan bahwa motivasi dalam hal ini adalah segala macam partikel yang tampak dan disajikan baik itu audio maupun visual, yang dalam rangkaianannya berfungsi untuk menggulirkan aksi-aksi lain menuju squence yang muncul karena berkaitan kronologis dengan squence “motivasi” tersebut.

Hubungan penanda dan pertanda tersebut selaras dengan pernyataan Metz yang ditulis oleh Braudy dan Cohen (1997: 71), menurutnya konsep diegesis pada film sama pentingnya dengan ide pada seni. Diegesis mengacu pada denotasi di mana narasi itu sendiri tidak hanya cerita, melainkan juga dimensi ruang dan waktu, karakter, lanskap, kejadian/peristiwa, dan elemen lain dalam penceritaan. Tataran denotatif film fiksi merupakan basis material-material sistematis yang tidak perlu diinterpretasikan seperti pada tataran konotatif, didukung dengan sudut pandang Metz (dalam Stam dkk, 1992: 339), denotatif berada pada ranah universal yang elemen-elemen di dalamnya memiliki level yang sama dengan realitas.

Metz (1974: 145) juga menuliskan bahwa film dipahami melalui representasi gambar yang dapat diuraikan, dan analogi ikonik saja tidak dapat menjelaskan substansi-substansi kejadian dalam wacana filmis. Menurut Metz (dalam Masak, 2002: 283), hubungan motivasi yang ada di dalam film memiliki dua tingkatan yang keduanya selalu diegesis, hubungan denotatif lazim disebut dengan analogi karena memiliki persamaan perspektif/auditif yang

referen antara penanda atau petanda. Sedangkan hubungan konotatif bersifat simbolis yang biasanya petanda ditampilkan menggunakan visual dan audio (dalam suatu sequence) yang melampaui penanda, namun masih tetap diegesis.

Semiotika Julia Kristeva

Julia Kristeva merupakan seorang psikoanalisis dan novelis yang lahir di Bulgaria pada tahun 1941, beliau adalah seorang teoretikus, ahli linguistik, kritikus sastra, dan juga seorang filsuf yang berdarah Bulgaria. Walaupun seorang Kristevalahir di Bulgaria, namun beliau hidup dan berkarya di Paris sejak pertengahan tahun 1960-an.¹⁷ Julia Kristeva selain sebagai tokoh semiotika juga sebagai tokoh teoretisi feminis. Orientasi psikoanalisis dalam karyanya selalu meletakkan perhatiannya pada bahasa dan segala manifestasinya.

Julia Kristeva mencapai reputasi yang istimewa sebagai seorang linguis dan ahli semiotik ketika ia bergabung dengan kelompok Tel Quel di Paris pada akhir 1960-an dan tahun 1965 ia berangkat ke Paris untuk menuntut ilmu. Ia masuk ke dalam kehidupan intelektual Paris, aktif mengikuti seminar Roland Barthes dan terlibat dalam dunia pemikiran kesastraan (Sosial et al., 2019).

Julia Kristeva sebagai penggagas semiotika

revolusioner, ia mengembangkan kemungkinan bentuk-bentuk pelanggaran, subversi dan kreativitas antisosial dalam bahasa. Sebagaimana halnya Derrida, Kristeva menjadikan semiotik struktural Saussure sebagai objek subversi dan pembongkaran. Kristeva melihat semiotika Saussurean sebagai satu wacana yang hanya menawarkan makna tunggal, disebabkan di dalam menjelajahi ruang epistemologisnya, menolak hadirnya subjek sebagai agen perubahan dan subversi bahasa (Sosial et al., 2019).

Julia Kristeva juga sebagai pencetus munculnya semiotika ekspansif. Ciri aliran ini, ialah adanya sasaran akhir untuk kelak mengambil alih kedudukan filsafat, karena begitu terarahnya pada sasaran, semiotika jenis ini terkadang disebut ilmu total baru. Dalam semiotika jenis ini, pengertian tanda kehilangan tempat sentralnya. Tempat itu diduduki oleh pengertian produksi arti. Penelitian yang menilai tanda terlalu statis, terlalu non historis, dan terlalu reduksionistis, diganti oleh penelitian yang disebut praktik arti. (Smith, 1992). Model umum dari prinsip-prinsip praktik penandaan Kristeva, berasal dari pemikiran psikoanalisis struktural Jaques Lacan, yang mengintegrasikan analisis Freudian dan semiologi struktural.

Dalam konsepsi Kristeva mengenai fungsi-fungsi semiotik dan simbolik tersebut beroperasi dalam dimensi psikologis, tekstual, dan kehidupan sosial berdasarkan distingsi Sigmund Freud yang menyeruak di antara penggerak-penggerak pra-Oedipal dan seksual Oedipal.

Dengan begitu, semiotika Kristeva bisa dikorelasikan dengan yang anarkis, penggerak-penggerak komponen pra-Oedipal dan zona polymorphous erotogenic, organ-organ tubuh dan lubang-lubang, yang bersumber dari proses-proses primer yang berorientasi material sebagai sumber pertama ritme dan gerak hidup manusia sejak kita semua berumah tinggal dalam Tubuh Ibu.

Dengan kata lain semiotika Kristeva adalah material kulit telanjang (rawmaterial) dari signifikasi yang bersifat badaniah dan hal libidinal yang mesti memanfaatkan, sekaligus menyediakan, saluran ke arah regulasi dan kohesi sosial. Sedangkan simbolik Kristeva, adalah sebuah sistem yang teroedipalisasikan dan diregulasi oleh proses-proses sekunder di bawah hukum sang ayah (Sosial et al., 2019). Dalam hal ini, simbolik merupakan keteraturan lapisan atas dari semiotika. Ia mengontrol beragam proses-proses semiosis yang bagaimana pun, bersifat rapuh dan bisa rusak atau pudar padamomen-momen penting historis, linguistik, dan psikologis tertentu. Hasilnya adalah teks yang bisa dipahami (understandable text) yang lahir dari pergolakan norma-norma halus. Yang semiotik jadinya meluapi batas-batas teks-teks tersebut dalam momen-momen istimewa yang khas Kristeva, yakni tiga serangkai kekuatan subversif yaitu kegilaan, kekudusan, dan puisi.

Karya-karya Kristeva yang secara khusus dilandasi psikoanalisis Lacanian ini, telah menjadi pusat perdebatan di kalangan feminis kontemporer. Kristeva sebagai profesor di

bidang linguistik pada Universitas Paris VIII juga sekaligus seorang psikoanalisis ini mulai merenungkan sifat feminitas yang dilihatnya sebagai sumber yang tak bernama dan tak terungkap, yang kemudian membawa beliau untuk menaruh minat pada sifat bahasa dan segala manifestasi dari bahasa itu. Kristeva bahkan menunjukkan hal tersebut pada tahun 1990 dengan menerbitkan sebuah karya roman a cleyang berjudul *Les Samourais*. Karya ini merupakan suatu karya pembongkaran pada kehidupan dan cinta kaum avant-gardeintelektual di Paris, dan menjadikan generasi dari Kristeva sendiri sebagai pusat perhatian (Sosial et al., 2019).

Hubungan antara bahasa dan pentingnya bahasa bagi pembentukan subjek mendorong Kristeva untuk mulai mengembangkan teori tentang semiotika (*lesemiotique*) pada tahun 1974, dalam sebuah tesis doktornya yakni, *La revolution dulangage poetique* (Revolusi dalam Bahasa Puisi). Di sini ia membedakan *la semiotique* semiotika konvensional maupun yang “simbolis” lingkungan representasi, imaji, dan semua bentuk bahasa yang sepenuhnya terartikulasi. Pada tataran yang sepenuhnya bersifat tekstual, yang semiotis dan simbolis, masing-masing berkorespondensi dengan apa yang disebut dengan istilah “genoteks” dan “fenoteks” (Smith, 1992), yang kemudian merupakan bagian dari sebuah pendekatan yang disebut dengan *semanalisis*.

Julia Kristeva yang mulai dikenal pada akhir 1960-an sebagai seorang yang juga menonjolkan teori Bakhtin tentang novel “dialogis” seperti juga pengertiannya tentang

karnaval, Segera setelah itu, Kristeva menjadi seorang teoritis bahasa dan sastra dengan konsepnya yang khas Kristeva, yaitu "semanalisis". Semanalisis adalah sebuah "pendekatan terhadap bahasa sebagai suatu proses penandaan (signifying process) yang heterogen dan terletak pada subjek-subjek yang berbicara "(speaking subjects)". Semanalisis berbeda dengan "semiotik" sistem-sistem yang melakukan deskripsi sistematis terhadap kendala-kendala sosial dan simbolik di setiap praktik penandaan. Titik berangkat semanalisis adalah suatu teori makna yang niscaya menyesuaikan dirinya dengan teori tentang subjek yang berbicara.

Semanalisis mengkaji strateg strategi bahasa yang khas di dalam situasi-situasi yang khas, ia merupakan pengkajian terhadap bahasa sebagai wacana yang spesifik bukan sebagai sistem (langue) yang berlaku umum. Sebagai suatu teori tekstual yang tidak berorientasi pada sistem, semanalisis mendekati dan memahami makna secara kontekstual, menganggap bahwa pengkajian teks beserta dengan konteksnya masing-masing adalah sama pentingnya. Semanalisis memahami makna bukan lagi sebagai sistem tanda, melainkan sebagai proses penandaan yang memperlihatkan pelepasan dan artikulasi lebih lanjut dari "drives" yang dikendali oleh kode sosial dan belum tereduksi ke dalam sistem bahasa, yakni yang dinamakan sebagai "genotek" oleh Kristeva.

Dalam bukunya *Structuralist Poetics: Strucruralism, Linguistics and the Sruudy of Literature*, genoteks ini sebagai

teks yang memiliki kemungkinan tanpa batas dan menjadi landasan bagi teks-teks aktual. Kemunculan genotekksenantiasia diindikasikan oleh disposisi semiotika. Menurut Kristeva, dalam upaya mengenali disposisi semiotikaini perlu diidentifikasi perubahan pada subjek yang berbicara tadi yaitu subjek yang kini memilih kapasitas untuk merombak orde yang telah merangkapnya dengan begitu saja (Sosial et al., 2019). Genoteksa adalah teks yang mempunyai kemungkinan tak terbatas yang menjadi substratum bagi teks-teks aktual. Genoteks seperti yang telah disinggung di atas bahwa genoteks mencakup seluruh kemungkinan yang dimiliki oleh bahasa dimasa lampau, sekarang dan masa yang akan datang sebelum tertimbun dan tenggelam di dalam fenoteks.

Fenoteks adalah teks aktual yang bersumber dari genoteks. Fenoteks meliputi seluruh fenomena dan ciri-ciri yang dimiliki oleh struktur bahasa, kaidah-kaidah genre, bentuk melismatik yang terkode, dialek pengarang dan gaya interpretasi. Jadi, segala sesuatu di dalam performansi bahasa yang berfungsi untuk komunikasi, representasi, dan ekspresi; dan segala sesuatu yang dapat diperbincangkan, yang membentuk jalinan nilai-nilai budaya, yang secara langsung berhubungan dengan alibi-alibi ideologis disuatu zaman.

Kristeva menyebut bahasa puitik sebagai produk dari *signifiance*, yang merupakan satu-satunya bahasa yang menghasilkan revolusi. Bahasa puitik melalui kekhususan

operasi pertandaannya, dan tidak boleh dikatakan penghancuran identitas makna-makna dan transendensi. Yang dicari dalam proses pertandaan bahasa puitik bukanlah kepaduan dan kemantapan identitas dan makna, melainkan penciptaan krisis-krisis dan proses pengguncangan segala sesuatu yang telah melembaga secara sosial. Bahasa puitik menghasilkan tidak saja penjelajahan estetik yang baru, namun juga efek-efek kehampaan makna melalui penghancuran, tidak saja kepercayaan dan penandaan yang sudah melembaga, tetapi dalam bentuk yang radikal tata bahasa sendiri. Perbedaan antara dua praktik pembentukan makna dalam wacana, yaitu

1. Signifikasi, yaitu makna yang melembagakan dan dikontrol secara sosial (tanda berfungsi sebagai refleksi dari konvensi dan kode-kode sosial yang ada), dan
2. *Signifiance*, yaitu makna yang subversif dan kreatif. *Signifiance* adalah proses penciptaan yang tanpa batas dan tak terbatas, pelepasan rangsangan-rangsangan dalam diri manusia melalui ungkapan bahasa. *Signifiance* berada pada batas terjauh dari subjek, konvensi moral, tabu, dan kesepakatan sosial dalam suatu masyarakat

Menurut Kristeva, prinsip yang paling mendasar dari intertekstualitas adalah bahwa seperti halnya tanda-tanda mengacu kepada tanda-tanda yang lain setiap teks mengacu

kepada teks-teks yang lain. Dengan kata lain, intertekstualitas dapat dirumuskan secara sederhana sebagai hubungan antara sebuah teks tertentu dengan teks-teks lain. Gerakan intertekstualitas ini tanpa batas, sejajar dengan proses semiosis yang juga tak berujung pangkal. Dalam pandangan Kristeva, setiap teks memperoleh bentuknya sebagai mozaik yakni kutipan-kutipan, setiap teks yang merupakan rembesan dan transformasi dari teks-teks lain yang kemudian membentuk sebuah bangunan atau makna yang baru dan utuh. Bagi dia, sebuah karya hanya dapat dibaca dalam kaitannya dengan atau dalam pertentangannya terhadap teks-teks lain yang menjadi resapannya. Melalui hal terakhir inilah seseorang, beserta harapan-harapannya, dapat membaca dan menstrukturkan teks, menemukan ciri-ciri yang menonjol di dalam sebuah teks dan memberikannya sebuah struktur yang baik dan sesuai.

Semiotika Algirdas Greimas

Igirdas Julian Greimas adalah seorang pemikir hebat yang menganut teori struktural. Dilahirkan di Rusia, tepatnya di wilayah Tula pada tanggal 9 Maret 1917. Ia lulus dengan jurusan hukum di Universitas Grenoble pada tahun 1939. Setelah itu, ia kembali ke kampung halamannya, Lithuania, untuk mengajar dan bekerja sebagai editor dan menulis berbagai artikel tentang sastra dan kritik budaya sekitar tahun 1940. Empat tahun kemudian (1944), ia kembali ke Prancis untuk melanjutkan studi doktoralnya dan menulis tesis tentang

"Le Mode en 1830: Essay de Description du vocabulaire de l'epoque" tahun 1949. Beberapa karyanya yang terkenal adalah *Structural Semantique* (Inggris: *Semantic Structural*, 1983), *Mythology (On Gods and Men in 1979)*, dan *In Search of National Memory*, dan lain-lain. Greimas meninggal pada tahun 1992. Greimas mengembangkan teori struktural menjadi narasi struktural, bahkan dalam karyanya ia merumuskan konsep unit naratif yang disebut aktan, pada saat yang sama, Greimas terus mengembangkan teori Propp. Aktant secara harfiah berarti tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup sehingga mengungkapkan unit sintaksis. Teori naratif Greimas dikembangkan dari asumsi dasar bahwa teks naratif tersusun dari analogi struktural dalam linguistik dari Saussure di satu sisi, dan di sisi lain bersumber dari

Selanjutnya Greimas merangkum konsep Propp dari 31 fungsi aksi menjadi 20 fungsi, yang kemudian dikelompokkan menjadi tiga syntagms, yaitu: *Syntagmes Contractuels* (berdasarkan kesepakatan), *Syntagmes Performanciel* (organizing), dan *Syntagmes Disjontionnels* (terminating). Selanjutnya, Greimas menunjukkan dua unsur semiotika yang selalu ada. Unsur pertama adalah unsur struktural ekstrinsik: yang tergambar jelas dalam susunan kata atau kalimat. Struktur bagian dalam elemen kedua yang dipahami dari balik susunan kata atau kalimat. Untuk mengetahui struktur ekstrinsik suatu teks, aktan akan dipetakan sebagai berikut (Muhammad Alwi HS, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam / UIN Sunan Kalijaga, 2020)

| Jenis unit Naratif | Makna | Keterangan |
|---------------------|-----------------|---|
| Adressant/Sender | Booster/Stories | Referensi yang mengungkapkan aturan dan nilai serta ideologi teks |
| Adressant/Receiver | Recipient | Orang yang membawa nilai baik/ objek di mana dia meletakkan nilai itu |
| Subject | Subyek | Tokoh utama narasi |
| Object | Obyek | Apa yang ingin dicapai oleh subjek (tujuan) |
| Adjuvant/Pendukung | Supporter | Mendorong subjek untuk mencapai tujuan (objek) mereka. |
| Opponent/Penghalang | Barrier | Menghalangi Subjek mencapai tujuannya |

Alur dari aktivitas naratif sebagai berikut:

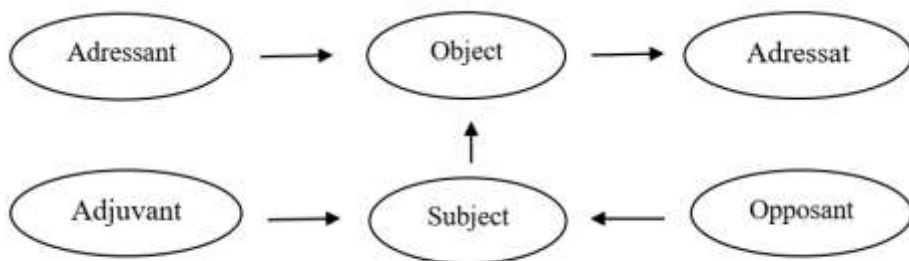


Diagram 1. Actants Illustration

Langkah langkah yang dilakukan dalam Semiotika naratif Greimas sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran umum tentang cerita yang dipecah dalam segmen tertentu.
2. Menentukan reaktan di setiap segmen;
3. Membuat struktur teks fungsional;
4. Menentukan hubungan antara babak sehingga babak utama ditemukan di seluruh segmen;
5. Menentukan struktur ekstrinsik teks;
6. Menganalisis struktur bagian dalam setiap segmen dengan melihat rumusnya;
7. Menentukan struktur bagian dalam secara keseluruhan; dan
8. Menarik kesimpulan.

Bab 5

Global Komunikasi Sosial

Kemajuan teknologi tampaknya akan selalu diikuti dengan berbagai ekses negatif, salah satunya adalah teknologi komputer berbasis internet yang dilengkapi dengan berbagai situs jejaring sosial, seperti friendster, myspace, facebook dan twitter. Banyak sudah kasus yang terjadi sejak facebook dan twitter menjadi trend di kalangan masyarakat, mulai dari kasus pencemaran nama baik, penculikan, penipuan, penyebaran paham terlarang, hingga jejaring sosial ini dijadikan sebagai media prostitusi. Ironisnya, situs jejaring sosial yang tersedia di masyarakat tersebut ternyata tidak hanya diminati oleh kalangan dewasa saja tetapi juga diminati kalangan anak-anak yang dilihat dari persyaratan usia, belum memenuhi kriteria untuk memiliki akun (account) di jejaring sosial tersebut, yaitu anak-anak di bawah usia 13 tahun.

Anak-anak tersebut sebenarnya belum memiliki hak untuk mengakses dan bergabung dalam situs jejaring sosial, karena pada dasarnya mereka adalah anak-anak yang belum mengetahui bagaimana etika berkomunikasi di dunia maya. Mereka belum mampu memilih pesan-pesan atau tindakan-tindakan yang tepat untuk dilakukan pada jejaring sosial.

Melalui jejaring sosial tersebut, mereka terkadang saling memaki, menghina, membuka rahasia pribadi atau orang lain, mengunci password teman dan sebagainya.

Teori-teori di kajian ilmu komunikasi, seperti social presence theory dan media richness theory menganggap komunikasi bermedia komputer, termasuk surat elektronik (e-mail), tidak mampu menjadi media bersosialisasi yang akrab karena terkesan kaku dan minim bahkan hampa simbol-simbol nonverbal yang mampu memberi nuansa keakraban pada komunikasi interpersonal (Griffin: 2006: 142-143).

Namun, sejak memasuki era 2000an, terutama ketika lahir berbagai situs pribadi, seperti blogspot dan jejaring sosial yang diawali oleh friendster, gaya berkomunikasi di dunia maya telah mengalami pergeseran. Dunia maya telah mampu menggantikan keakraban yang dahulu hanya bisa kita peroleh melalui komunikasi tatap muka. Berbagai blog dan situs jejaring sosial berkembang sangat pesat. Dunia maya telah mampu memfungsikan diri sebagai media relasi sosial antarpribadi.

Teknologi dikembangkan untuk mempermudah hidup manusia. Banyak sesungguhnya manfaat yang bisa diperoleh dari perkembangan teknologi informasi sejenis jejaring sosial seperti facebook dan twitter, misalnya untuk menjaga tali silaturahmi sanak keluarga, sahabat, dan teman, mengembangkan bisnis, mengembangkan organisasi, atau mengembangkan komunitas dengan preferensi yang sama. Demikian juga dengan manfaat internet bagi anak-anak dan

remaja. Melalui internet, anak-anak dapat menjelajah dunia mencari pengetahuan yang mereka butuhkan. Santrock merangkum beberapa penelitian yang pernah dilakukan sejumlah peneliti mengenai pemanfaatan internet sebagai media pembelajaran, antara lain melalui videoconferencing untuk pembelajaran bahasa asing (2009: 526). Namun, seperti yang telah diungkapkan di awal, kemajuan teknologi selalu diiringi dengan berbagai eksek negatif.

Berbagai negara menerapkan peraturan yang berbeda mengenai aktivitas yang dilarang di dunia maya, antara lain Jerman yang melarang dengan ketat propaganda yang berhubungan dengan Nazi, China yang sangat ketat dengan sensornya, atau Amerika Serikat yang justru tetap menjunjung tinggi kebebasan berbicara (*freedom of speech*) bagi warganya (Halbert dan Inguilli, 2005: 122). Secara universal, etika dalam berkomunikasi di dunia maya yang disepakati adalah etika dalam internet yang mengatur secara garis besar hal-hal yang sebaiknya dilakukan dan tidak dilakukan (Wood dan Smith, 2001: 118-119).

Teori Kolonialisme Elektronik

Electronic Colonialism Theory (ECT) menjelaskan bagaimana media mulai melakukan kolonialisme di era posmodernisme dalam hal ini media yang digunakan adalah media elektronik. Dimana ECT ini mengkaji suatu produk budaya dari negara lain yang memiliki nilai atau

kemampuan untuk mempengaruhi bahkan menggantikan produk budaya dari negara asli melalui saluran media. Kajian yang ada di ECT ini diawali dari transaksi ekonomi yang dilakukan media multinasional di bidang komunikasi dan media ke suatu negara dengan membawa budaya-budaya yang dimilikinya. Media multinasional ini melihat bagaimana melalui media dapat meningkatkan *marketshare* bagi perusahaan serta *stakeholder*-nya sehingga dapat memenuhi kebutuhan *wealthy nation*. ECT juga melihat dampak sosiokultur yang dihasilkan media sebagai bentuk kolonialisme baru dengan munculnya perubahan perilaku masyarakat yang lebih menyukai produk budaya luar negeri dibandingkan dalam negeri. Dimana membuat munculnya pengaruh yang panjang dari budaya negara yang disebarluaskan di negara semi phery-phery dan phery-phery. Sehingga dalam hal ini membuat kondisi yang tidak seimbang antar negara-negara berkembang karena tergantung kepada negara maju melalui sektor hardware maupun software dalam bidang komunikasi, media, teknik, nilai-nilai dan norma-norma yang secara tidak langsung mulai membuat bergesernya budaya lokal.

Dengan kata lain ECT disini berusaha untuk mempengaruhi pola pemikiran masyarakat baik dari sikap, gaya hidup, keinginan serta perilaku. McPhail juga mengatakan bahwa fokus dari ECT adalah bagaimana media global dapat berpengaruh pada cara berpikir maupun bertindak masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa ini merupakan revolusi informasi dimana lebih fokus pada peran

dari pikiran dan perilaku masyarakat global. Perluasan peran media massa saat ini menjadi budaya yang tersebar dimana berusaha untuk mempengaruhi persepsi, nilai-nilai maupun pola pikir masyarakat. Kemudian memunculkan komunitas-komunitas baru yang berkaitan dengan gaya hidup maupun tindakan masyarakat setelah masuknya budaya baru, sehingga terlihat bahwa masyarakat mulai berpindah menjadi bagian dari apapun yang ditonton, didengar maupun dilakukan seperti masyarakat mulai bertindak ataupun berbicara seperti budaya luar.

Dengan demikian media saat ini mulai mengendalikan, memproduksi serta menyebarkan budaya secara global untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat. Media yang dipasarkan ini juga digunakan untuk menyebarkan budaya maupun prinsip-prinsip dari *stakeholder*.

Teori kolonialisme elektronik (ECT) menyatakan bahwa produk budaya yang dirancang, dibuat, atau diproduksi oleh asing memiliki kemampuan untuk mempengaruhi, atau mungkin menggantikan, produksi budaya asli, artefak, dan media yang merugikan dari negara penerima. Pada satu tingkat, ECT memeriksa berbagai transaksi ekonomi di sejumlah perusahaan multinasional besar terlibat dalam penjualan barang dan jasa yang terkait dengan budaya di luar negeri.

ECT juga melihat dampak sosial dan budaya dari kegiatan ekonomi yang sama akan menimbulkan Efek

termasuk pembentukan sikap, terutama di antara konsumen muda yang mencari produk budaya asing, mulai dari buku komik, musik, hingga video, yang mewakili budaya dan impian yang jauh - produk yang diproduksi dan diproduksi terutama secara total. Berbeda lingkungan, budaya, dan seringkali dalam bahasa yang berbeda.

ECT memberikan latar belakang teoretis untuk memeriksa konsekuensi global jangka panjang dari penawaran multimedia negara inti dari negara-negara periferal dan periferal. Ini memberikan cara untuk memeriksa dan memahami beberapa masalah yang lebih luas, terutama yang berkaitan dengan negara-negara periferal dan periferal, mengenai kebanyakan produk budaya, pesan, dan industri dari perspektif global. Seiring waktu, gambar dan suara ini akan mengarah pada penciptaan jenis kerajaan global baru. Ini akan menjadi

Penguasaan atas pikiran pada Industri komunikasi utama cenderung berlokasi di beberapa negara inti yang kaya, sedangkan pelanggan mereka tersebar di seluruh dunia dan berasal dari lingkungan linguistik, sosial, ekonomi, agama, dan politik yang berbeda. Namun seiring berjalannya waktu ECT berspekulasi bahwa perbedaan ini akan menyusut untuk kepentingan negara produsen, yang sering menggunakan bahasa Inggris.

Sama seperti kolonialisme dagang yang berfokus pada penguasaan dengan mencari Sumberdaya dan tanah bagi

suatu koloni, maka sekarang ECT melihat bagaimana cara menangkap pikiran dan, sampai batas tertentu, kebiasaan konsumen orang lain. ECT berfokus pada bagaimana sistem media global, termasuk periklanan, memengaruhi cara orang melihat, berpikir, dan bertindak. Tujuan ECT adalah untuk menjelaskan bagaimana media massa mempengaruhi pikiran. Sama seperti era revolusi industri yang berfokus pada tenaga kerja manual, bahan mentah, dan kemudian produk jadi, begitu pula revolusi informasi berbasis digital sekarang berupaya untuk berfokus pada peran dan konsekuensi yang menyangkut pikiran, perilaku konsumen global, dan perubahan struktural di seluruh dunia. banyak aspek kehidupan.

Perhatikan bagaimana budaya disampaikan dalam dunia multimedia.. Budaya pada dasarnya adalah sikap; itu juga dipelajari. Ini adalah pembelajaran bahasa dan persepsi bersama yang dimasukkan ke dalam pikiran melalui pendidikan, pengulangan, ritual, keluarga, sejarah, media, atau peniruan. Dalam kaitannya dengan perluasan peran media. Secara kolektif mereka memiliki potensi nyata untuk menggantikan atau mengubah nilai budaya, bahasa, gaya hidup atau kebiasaan, aktivitas, dan ritual keluarga. Hal ini terutama berlaku untuk pengguna berat satu atau dua media eksternal. Seiring waktu, ECT menyatakan bahwa perubahan ini dapat dan biasanya berdampak pada pertemanan, keluarga, dan ikatan komunitas. Komunitas virtual teman baru yang berbagi dua hal menggantikan: *Pertama*, keasyikan dengan media yang identik dan, *Kedua*, budaya media tertanam yang melibatkan pesan, persepsi, pembelajaran, dan kebiasaan baru

atau berbeda. Contohnya adalah subkultur baru bahasa gaul. Ini adalah inti dari budaya yang diinduksi oleh media baru. Musik rap, film, konser, pakaian, dan taman bermain mengulangi dan memperkuat tren bahasa dan pakaian. Bagi negara asing, ini sering kali merupakan gelombang pasang media yang membanjiri budaya asli.

Teori Sistem Dunia

Teori sistem dunia merupakan perspektif makrososiologis yang berupaya menjelaskan dinamika “ekonomi dunia kapitalis” sebagai “sistem sosial total”. Artikulasi besar pertamanya, dan contoh klasik dari pendekatan ini, dikaitkan dengan Immanuel Wallerstein, yang pada tahun 1974 menerbitkan apa yang dianggap sebagai makalah seminar, *The Rise and Future Demise of the World Capitalist System: Concepts for Comparative Analysis*. Pada tahun 1976 Wallerstein menerbitkan *The Modern World System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. Ini adalah sumbangan penting Wallerstein pada pemikiran sosiologis dan historis dan ini memicu banyak reaksi, dan menginspirasi banyak orang lain untuk membangun ide-idenya. Karena konsep utama dan blok bangunan intelektual dari teori sistem dunia –yang akan dijelaskan kemudian–, teori ini memiliki dampak yang besar dan mungkin penerimaannya yang lebih hangat di negara berkembang. Di manakah posisi teori sistem dunia dalam

dunia intelektual? Itu jatuh pada saat yang sama, ke dalam bidang sosiologi sejarah dan sejarah ekonomi.

Selain itu, karena penekanannya pada pembangunan dan peluang yang tidak setara di berbagai negara, ia telah dianut oleh para ahli teori dan praktisi pembangunan. Kombinasi ini menjadikan proyek sistem dunia sebagai upaya politik dan intelektual. Pendekatan Wallerstein adalah salah satu praksis, di mana teori dan praktik saling terkait erat, dan tujuan aktivitas intelektual adalah untuk menciptakan pengetahuan yang mengungkap struktur tersembunyi dan memungkinkan diri sendiri untuk bertindak atas dunia dan mengubahnya. "Kemampuan manusia untuk berpartisipasi secara cerdas dalam evolusi sistemnya sendiri bergantung pada kemampuannya untuk memahami keseluruhan" (hal. 10)

Bagi Wallerstein, "sistem dunia adalah sistem sosial, yang memiliki batas-batas, struktur, kelompok anggota, aturan legitimasi, dan koherensi. Kehidupannya terdiri dari kekuatan-kekuatan yang saling bertentangan yang menyatukannya oleh ketegangan dan mencabik-cabiknya sebagai setiap kelompok berusaha mencetak kembali sistem tersebut itu untuk keuntungannya. Ia memiliki ciri-ciri suatu organisme, yaitu memiliki umur di mana sifat-sifatnya berubah dalam beberapa hal dan tetap stabil pada hal lain. Kehidupan di dalamnya sebagian besar mandiri, dan dinamika perkembangannya sebagian besar bersifat internal "(Wallerstein, p. 347). Sistem dunia adalah apa yang oleh Wallerstein disebut sebagai "ekonomi dunia ", terintegrasi melalui pasar daripada pusat

politik, di mana dua atau lebih wilayah saling bergantung dalam hal kebutuhan seperti makanan, bahan bakar, dan perlindungan, dan dua atau lebih politik bersaing untuk mendapatkan dominasi tanpa munculnya satu pun pusat selamanya (Goldfrank, 2000).

Dalam definisi pertamanya sendiri, Wallerstein (1974) mengatakan bahwa sistem dunia adalah "pembagian kerja teritorial multikultural di mana produksi dan pertukaran barang-barang dasar dan bahan mentah diperlukan untuk kehidupan sehari-hari penghuninya." Pembagian kerja ini mengacu pada kekuatan dan hubungan produksi ekonomi dunia secara keseluruhan dan mengarah pada keberadaan dua wilayah yang saling bergantung: inti dan pinggiran. Ini berbeda secara geografis dan budaya, yang satu berfokus pada padat karya, dan yang lainnya pada produksi padat modal. (Goldfrank, 2000). Hubungan inti-pinggiran bersifat struktural. Negara semi-periferal bertindak sebagai zona penyangga antara inti dan periferal, dan memiliki campuran jenis aktivitas dan institusi yang ada di dalamnya (Skocpol, 1977).

Di antara struktur terpenting dari sistem dunia saat ini adalah hierarki kekuasaan antara inti dan pinggiran, di mana masyarakat "inti" yang kuat dan kaya mendominasi dan mengeksploitasi masyarakat periferal yang lemah dan miskin. Teknologi merupakan faktor sentral dalam penentuan posisi suatu wilayah di inti atau pinggiran. Negara maju atau maju adalah inti, dan yang kurang berkembang berada di pinggiran. Negara periferal secara struktural dibatasi untuk mengalami

semacam perkembangan yang mereproduksi status bawahan mereka (Chase-Dunn dan Grimes, (1995).

Kekuatan diferensial dari beberapa negara bagian dalam sistem sangat penting untuk mempertahankan sistem secara keseluruhan, karena negara yang kuat memperkuat dan meningkatkan aliran diferensial surplus ke zona inti (Skocpol, 1977). Inilah yang disebut Wallerstein pertukaran yang tidak setara, transfer sistematis dari sektor semiproletarian di pinggiran ke inti industri yang berteknologi tinggi (Goldfrank, 2000) Ini mengarah pada proses akumulasi modal pada skala global, dan perlu melibatkan apropriasi dan transformasi surplus perifer.

Di sisi politik dari sistem dunia beberapa konsep dianggap menyoroti. Bagi Wallerstein, negara-bangsa adalah variabel, elemen di dalam sistem. Negara digunakan oleh kekuatan kelas untuk mengejar kepentingan mereka, dalam kasus negara inti. Imperialisme mengacu pada dominasi daerah perifer yang lemah oleh negara inti yang kuat. Hegemoni mengacu pada keberadaan satu negara inti yang melampaui yang lainnya. Kekuatan hegemoni menjaga keseimbangan kekuatan yang stabil dan menegakkan perdagangan bebas selama itu menguntungkan mereka. Namun, hegemoni bersifat sementara karena perjuangan kelas dan penyebaran keuntungan teknis. Terakhir, ada perjuangan kelas global. Perekonomian dunia saat ini dicirikan oleh ritme siklus yang teratur, yang menjadi dasar periodisasi sejarah modern Wallerstein (Goldfrank, 2000). Setelah tahap kita saat ini,

Wallerstein membayangkan munculnya pemerintahan-dunia sosialis, yang merupakan satu-satunya sistem dunia alternatif yang dapat mempertahankan tingkat produktivitas yang tinggi dan mengubah distribusi, dengan mengintegrasikan tingkat pengambilan keputusan politik dan ekonomi.

Sulit untuk merumuskan kesimpulan ketika berhadapan dengan internasional komunikasi. Lapangan berada dalam kondisi kekacauan dan perubahan global mempengaruhinya setiap hari. Tiga mesin utama yang mendorong perubahan adalah inovasi dalam teknologi komunikasi, perang global melawan terorisme, dan ekonomi global. Dunia menjadi tempat yang berbeda namun lebih baik karena komunikasi internasional. Banyak warga negara mendapat informasi lebih baik dan perusahaan besar dapat mengalami kesuksesan, termasuk memperluas peluang kerja, karena kemungkinan dan potensi yang diberikan oleh inovasi dalam komunikasi internasional. Namun di luar generalisasi yang luas, masih ada beberapa kesimpulan yang lebih spesifik yang dapat ditarik dari pemahaman berbagai pemangku kepentingan, negara, serta perusahaan komunikasi global. Empat kesimpulan berikut berfokus pada perluasan media, kedaulatan, globalisasi yang berkelanjutan, dan internet. Jelas, kesimpulan lain dapat ditarik, tetapi mengingat laju perubahan yang cepat di sektor ini, berikut ini adalah prediksi yang paling mungkin. Pertama, sejarah audio dan video komunikasi internasional telah didominasi dan akan terus didominasi oleh musik, televisi, film feature, dan portal internet AS. Dimulai dengan film kartun dan animasi seperti Disney, acara televisi

Amerika telah mendominasi televisi. set di seluruh dunia. Hal yang sama juga berlaku untuk layar film dan aplikasi film berbayar .

Fakta penting tentang semua ini adalah tidak ada yang dipaksa untuk menonton pertunjukan ini atau mendengarkan musik. Tidak ada senjata bagi siapa pun untuk menonton televisi atau produksi film AS. Mereka melakukannya karena naskah, nilai dan set produksi, bakat akting atau menyanyi, dan anggaran menciptakan materi kelas dunia. Selain itu, pembeli asing dari jaringan televisi komersial dan nonkomersial dari seluruh dunia terbang ke pameran dagang New York, Hollywood, dan Las Vegas untuk mengajukan tawaran hak sindikasi ke jaringan televisi AS atau acara dan serial kabel. Permintaan dari pembeli luar negeri ini telah meningkat dengan menjamurnya stasiun televisi baru dan multipleks film, sistem kabel, saluran satelit, dan pemutar DVD atau iPod.

Meningkatnya waktu senggang, fakta bahwa lebih banyak individu di negara-negara inti dan semi-pinggiran memiliki pendapatan yang dapat dibuang, dan semakin mampu memahami bahasa Inggris, terutama remaja, semua faktor ini berkontribusi pada meningkatnya permintaan global. Kapan Anda menambahkan fakta bahwa internet adalah Amerika-sentris, terutama dalam bahasa Inggris, dan membawa lebih banyak konten audiovisual, ini cenderung memastikan pengaruh yang berkelanjutan dari konglomerat multimedia Amerika. Pengaruh juga bersifat budaya. Karena

negara inti sangat kompetitif dan menunjukkan pasar yang matang di dalam negeri, dampak terbesar dari fenomena terakhir ini kemungkinan besar paling umum terjadi di negara-negara periferal. Terakhir, anggaran pemasaran dan periklanan konglomerat media global sangat besar. Pendekatan canggih mereka kepada pelanggan mereka di seluruh dunia menyisakan sedikit kesempatan.

Sebagai hasil kolektif dari hal-hal di atas, penjajahan elektronik sejumlah besar orang tidak hanya berlanjut tetapi, seperti halnya Inggris menguasai dunia dengan mengendalikan laut, demikian juga sekarang AS dan beberapa lainnya menguasai gelombang udara, televisi, dan film. layar, dan alam semesta digital yang muncul. Pikiran banyak orang, tanpa memperhatikan waktu atau ruang, jelas dipengaruhi oleh aliran dan konten dari berbagai produk dan pilihan media negara inti. Kemampuan Google untuk bertindak sebagai editor global dengan digitalisasi sebagian besar pengetahuan Anglo-Saxon adalah contoh yang jelas dan kuat dari tren ini. Akibatnya, ECT menjadi lebih kuat sebagai teori untuk memahami dan mengatur dampak komunikasi global pada budaya dari waktu ke waktu. Kedua, banyaknya aktivitas lintas batas antara perusahaan media utama, periklanan, telekomunikasi, dan internet membuat batas nasional historis, dan dalam beberapa kasus kebijakan, menjadi usang. Kemampuan perusahaan komunikasi AS untuk mengirimkan informasi atau produk secara global, serta bagi perusahaan asing untuk menjual produk budaya mereka di pasar AS yang menguntungkan, membuat kebijakan komunikasi nasional dan batas-batas

politik menjadi masalah masa lalu daripada masa depan. Misalnya, CNN, FOX News, MSNBC, BBC, AP, Reuters, Euronews, dan lainnya pergi ke mana pun ada berita. Time Warner, Disney, Sony, Bertelsmann, Viacom, NBC Universal, dan bahkan BBC mencari pasar atau penonton luar negeri di mana terdapat basis konsumen yang layak dan potensi keuntungan. Internet berjalan ke mana pun ada modem, komputer, dan beberapa jenis akses internet, yang mungkin terpasang atau nirkabel.

Jadi, karena perusahaan komunikasi global, bersama dengan biro iklan mereka, memperluas pasar dan bergabung dengan lebih banyak lagi perusahaan asing, konsep satu kepala kantor dari satu negara yang mengendalikan, mengenakan pajak, atau mengatur perusahaan komunikasi global menjadi semakin bermasalah. Perubahan kedaulatan ini menerima dorongan tak terduga dengan runtuhnya Tembok Berlin dan pada akhirnya mengurangi ketegangan internasional yang lazim selama Perang Dingin. Tidak ada lagi dua negara adidaya yang dominan, masing-masing dengan gudang propaganda dan senjata yang sangat besar untuk melindungi negara-bangsa mereka. Selama tahun 1990-an kekosongan muncul, karena hanya satu kekuatan global yang tersisa - Amerika Serikat. Ke dalam kekosongan ini menggerakkan para pemangku kepentingan utama dalam ekonomi global. Perusahaan multinasional hanya merebut kekuatan ekonomi dan beberapa kekuatan politik untuk mempromosikan kepentingan mereka melintasi batas negara.

Misalnya, saat ini beberapa perusahaan multinasional lebih kuat dan memiliki jangkauan yang lebih besar serta pengaruh yang lebih besar daripada negara mana pun di pinggiran. Kita sekarang hidup di dunia di mana seorang individu, Bill Gates dari Microsoft, lebih kaya daripada seluruh kelompok negara-bangsa di pinggiran. Tampaknya meskipun konsep negara-bangsa telah berlangsung sekitar 600 tahun, para pembuat kebijakan dan perusahaan sekarang mempertanyakannya. Fenomena ini akan mendorong organisasi multinasional dan kesepakatan regional transnasional menjadi semakin penting perannya, karena kontrol domestik, nasional kini jelas merupakan fenomena pra-internet. Lembaga-lembaga seperti PBB, UNESCO, ITU, WTO, dan OECD, serta Uni Eropa bersedia mengadopsi peraturan, mata uang, dan cara yang sama sekali baru dalam melakukan sesuatu di era pasca-kedaulatan. Ini adalah realitas pasca-kedaulatan. Namun pada saat yang sama, banyak dari perusahaan dan fenomena yang sama ini, seperti internet, memicu kebangkitan nasionalisme dan lokalisme, dan beberapa berharap bahwa itu adalah sarana untuk melindungi dan memperkuat budaya, kelompok, dan bahasa asli.

Ketiga, aspek fundamental ekonomi global akan mendominasi lanskap global komunikasi internasional saat ini dan masa depan. Secara khusus, skala ekonomi mendorong merger dan akuisisi perusahaan yang substansial.¹⁰ Hal ini berlaku dalam setiap aspek fenomena industri budaya, dimulai dengan biro iklan dan berlanjut ke media global, layanan kabel, dan perusahaan internet. Media lama khususnya, untuk produk

cetak mana yang merupakan penghasil pendapatan utama, harus memperoleh media baru sendiri atau dibeli oleh pengusaha media baru yang agresif. Tidak akan ada kemacetan di sektor komunikasi global. Para pemangku kepentingan akan bergerak secara agresif untuk memperluas pangsa pasar melalui inovasi, merger, dan akuisisi, atau mereka sendiri akan menjadi target untuk pengambilalihan yang bersahabat atau bermusuhan. Ekonomi global tidak ramah pengguna atau hemat biaya bagi pemain kecil di sektor komunikasi.

Transfer konsep, filosofi, dan praktik liberalisasi, deregulasi, dan privatisasi di semua negara inti dan perifer berarti bahwa sektor komunikasi, yang cenderung terfokus terutama di dalam negara-bangsa, kini telah mengambil dimensi yang benar-benar global. Hal ini berlaku di semua elemen industri - periklanan, media, audio dan video, serta teknologi, khususnya internet. Negara globalisasi terkemuka adalah Amerika Serikat, tetapi Uni Eropa juga sangat aktif dalam proses globalisasi. Ini terutama benar dalam dua cara: (1) aktivitas dan rencana strategis Sony Jepang, Bertelsmann Jerman, iklan Publicis Prancis, dan Reuters dan WPP Inggris menginformasikan dan memengaruhi orang lain tentang cara bersaing dalam ekonomi global; (2) semua perusahaan komunikasi utama Eropa mengakui bahwa mereka harus memiliki semacam kehadiran di Amerika Serikat untuk menjadi pemangku kepentingan global yang efektif.

Semua industri komunikasi utama, terlepas dari asal negaranya, telah mengidentifikasi pasar Amerika Utara sebagai

pasar penting untuk status pemangku kepentingan utama dalam proses globalisasi. Terakhir, aspek globalisasi lainnya adalah kombinasi media lama dan media baru. Penggabungan AOL dan Time Warner, meskipun salah langkah, mendefinisikan fenomena tersebut, tetapi juga memperkuat dan memperluas peran global yang perlu diidentifikasi, ditangani, dan ditangani oleh semua industri komunikasi, dan globalisasi industri komunikasi memiliki beberapa konsekuensi. Pertama, dorongan asli imperialisme budaya adalah dengan keras mengkritik industri film fitur Hollywood. Ini sekarang perspektif yang kurang informasi, karena Hollywood tidak lagi sepenuhnya dimiliki oleh kepentingan AS. Sebaliknya, konglomerat komunikasi asing seperti Sony dari Jepang dan Bertelsmann dari Jerman memiliki kepemilikan media global yang substansial. Industri komunikasi global bukanlah kerajaan monolitik, melainkan sebuah fenomena yang ada sekarang tersebar luas di antara negara-negara inti, dengan beberapa negara setengah periferal berusaha keras untuk mendapatkan status seperti inti melalui ekspansi mereka sendiri melalui merger dan akuisisi tertentu, terutama di industri film.

Dalam bidang komunikasi, perencanaan strategis adalah tentang perencanaan global, bukan perencanaan domestik atau nasional. Keempat, peran internet masih terus berkembang. Hanya satu dekade yang lalu internet adalah fenomena teknis yang relatif terisolasi bagi para ilmuwan dan para ahli lainnya masih mengembangkan komponen dan aplikasi utama untuk aplikasi ilmiah atau terutama industri.

Hanya 10 tahun kemudian, internet telah menjadi fenomena utama yang mempengaruhi komunikasi dan perdagangan global dengan cara yang tidak pernah terdengar. Volume penggunaan, kedalaman dan luasnya pengguna di seluruh dunia, dan dampak dramatis pada e-niaga, pembelajaran elektronik, dan kebijakan e-publik sangat mencengangkan. Namun, terlepas dari perannya yang signifikan khususnya di negara-negara inti, internet masih dalam tahap awal. Internet saat ini dianalogikan dengan penemuan mesin cetak, hari-hari awal jalur perakitan, atau aplikasi awal chip komputer. Kami berada di fase awal dari apa yang akan menjadi industri yang matang, yang kemungkinan besar akan digantikan pada akhirnya oleh beberapa penemuan teknologi lain, atau oleh campuran teknologi dan faktor lainnya. Satu aspek penting lainnya dari internet adalah bahwa ia telah memberdayakan individu untuk membuat pilihan yang berbeda dengan cara yang berbeda.

Atau mereka dapat membuat blog atau v-blog mereka sendiri dan mencari audiens untuk renungan mereka. Blogging telah menjalani kehidupannya sendiri dan akan terus tumbuh dalam prevalensi dan dampaknya. Ketika layanan kawat dan banyak outlet berita menjadi lebih konservatif dalam pendirian, kekosongan berita ini sekarang akan diisi oleh para blogger yang cemas yang sedang mencari apa pun mulai dari kesalahan kecil hingga skandal besar. Orang-orang di mana pun di planet ini juga dapat membeli produk budaya atau melihatnya melalui terminal tanpa meninggalkan rumah, sekolah, atau tempat bisnis mereka. Fenomena ini tidak hanya tersedia bagi

individu di satu atau beberapa negara-bangsa; Ini adalah fenomena yang tersebar secara global di mana geografi menjadi tidak relevan, terutama karena koneksi internet nirkabel bermunculan di seluruh dunia. Prevalensi internet terkait dengan masalah kedaulatan karena informasi di internet sama portabelnya dengan teknologi itu sendiri.

Konsep era industri seperti ruang, lokasi, kontrol, batu bata dan mortir, dan monopoli terpinggirkan di era internet. Akhirnya, sebagaimana dibuktikan dengan merger AOL dan Time Warner serta lainnya, industri komunikasi menyadari bahwa konglomerat multinasional akan menjadi model dan tolok ukur baru bagi pemangku kepentingan komunikasi global. Ini akan melibatkan pengaburan batas-batas tradisional semua sektor komunikasi, karena ekonomi global memaksa penerapan internet ke setiap segmen pasar komunikasi internasional. Dunia digital negara inti akan mempercepat internet ke rumah dan desa di seluruh dunia dalam waktu singkat. Seiring waktu, lebih banyak negara periferal akan matang menjadi negara inti, dan kemudian masalahnya akan menjadi bagaimana dan negara periferal mana yang akan berkembang menjadi zona periferal. Namun, inovasi mutakhir yang memengaruhi internet akan terus muncul pertama dan tercepat di seluruh negara inti.

DAFTAR PUSTAKA

- Biagi, Shirley, *Media Impact An Introduction to Mass Media*, Thomson Wadsworth 2005
- Bishop, A. (2016, September 14). Transmission and Ritual Communication. Retrieved December 01, 2017, from <https://blogs.baruch.cuny.edu/digitalcombishop/?p=244>
- Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: essays on media and society*. Rev. ed.: Routledge (15-16).
- Castells, Manuel (1996). *The Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. 1*. Maiden/Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (1997). *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. 2*. Maiden/Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (2000). *End of Millenium. The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. 3*. Maiden/Oxford: Blackwell. 2nd Ed.
- Castells, Manuel (2000). *The Rise of The Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. John Wiley & Sons. p. 469 and Preface. ISBN 978-0-631-22140-1.
- Castells, Manuel (2009). *Communication Power*. Oxford/New York: Oxford University Press.

- Chase-Dunn, Christopher and Peter Grimes. 1995. "World-Systems Analysis." *Annual Review of Sociology*. Vol. 21 p. 387-417.
- Chirot, Daniel and Thomas D. Hall. 1982. "World-System Theory." *Annual Review of*
- Dainty, Andrew, Moore, David and Murray Michael *Communication in Construction, Theory and Practice*, Taylor and Francis Group 2006 ISBN 0-203-35864-3 Master e-book ISBN
- Durkheim & Swain, J. W. (2012). *The Elementary Forms of Religious Life* (95). Mansfield Centre, CT: Martino Publishing
- Fiske, John, *Introduction To Communication Studies*, Taylor & Francis Group Routledge 2002.
- Flew, Terry, *NEW Fourth Edition Media* Oxford University Press Australia & New Zealand 2014.
- Griffin, EM, *A First Look AT Communication Theory* Eighth Edition, Mc Graw Hills New York 2012.
- Haslam, A. S. (2001). *Psychology in Organizations*. London, SAGE Publications.
- Haslam, Alex; Oakes, Penny; Turner, John; McGarty, Craig (1996). Sorrentino, Richard; Higgins, Edward (eds.). "Social identity, self-categorization, and the perceived homogeneity of ingroups and outgroups: The interaction between social motivation and cognition". *Handbook of Motivation and Cognition: The Interpersonal Context*, *Handbook of Motivation and Cognition*. 3: 182–222.

- Haslam, Alex; Turner, John (1992). "Context-dependent variation in social stereotyping 2: The relationship between frame of reference, self-categorization and accentuation". *European Journal of Social Psychology*. 22 (3): 251–277. doi:10.1002/ejsp.2420220305.
- Haslam, S. A. (1997). Spears, R.; Oakes, P.J.; Ellemers, N.; et al. (eds.). "Stereotyping and social influence: Foundations of stereotype consensus". *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*: 119–143.
- Haslam, S. A.; Oakes, P. J.; Turner, J. C.; McGarty, C. (1995). "Social categorization and group homogeneity: Changes in the perceived applicability of stereotype content as a function of comparative context and trait favourableness". *British Journal of Social Psychology*. 34 (2): 139–160. doi:10.1111/j.2044-8309.1995.tb01054.x. PMID 7620843.
- Hecht, ML. (2009). Communication theory of identity. In SW Littlejohn & KA Foss (eds), *Encyclopaedia of Communication Theory*, pp. 139-141. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Holmes, David, *Communication Theory Media, Technology and Society*, SAGE Publications Ltd 1 Oliver's Yard 55 City Road London EC1Y 1SP.
- Holmes, David, *Communication Theory, Media, Technology and Society*, SAGE Publications, London Thousand Oaks New Delhi 2005.
- Hull, G.E., & Jones. L. Howard, *Competency Based Education*, New Jersey

Ibrahim, Subandy, Idi & Akhmad, Ali, Bachruddin, Komunikasi dan Komodifikasi, Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi, Yayasan Obor Indonesia 2014. ISBN 978-979-461-901-8

Image Attribution: The images used in this post are in the Public Domain. Written by April Jones, 2017

Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, 2006
Jenkins, Henry, Puroshotma, Ravi, Clinton, Katherine, Weigel, Margaret & Robinson, *Confronting the Challenges of Participatory Culture : Media Education for the 21st Century*,

Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, 2006

Journal of World Systems Research.
<http://csf.colorado.edu/jwsr/> Fernand Braudel Center for the Study of Economies, Historical Systems and Civilizations. <http://fbc.binghamton.edu/Goldfrank>,
Walter L. 2000. "Paradigm Regained? The Rules of Wallerstein's World System Method. *Journal of World-Systems Research*. Vol. 6. N. 2 pp. 150-195

Jung, E & Hecht, ML. (2004). Elaborating the communication theory of identity: Identity gaps and communication outcomes. *Communication Quarterly*, 52, 265-283.

McGarty, C. (1999). *Categorization in social psychology*. Sage Publications: London, Thousand Oaks, New Delhi.

- McPhail, L, Thomas , *Global Communication, Theories, Stakeholder and Trends*, Second Edition, Blackwell Publishing.
- Miller, khaterine *Organizational Communication Approaches and Proceses* Wadsworth 2006.
- Nayyar,Deepak,*Modern Mass Communication (Concepts and Processes)*Oxford Book Company 2018
- Oakes, P. J.; Turner, J. C. (1990). "Is limited information processing capacity the cause of social stereotyping".*European Review of Social Psychology*. 1 (1): 111–135. doi:10.1080/14792779108401859.
- Oakes, Penny; Haslam, Alex; Turner, John (1994).*Stereotyping and social reality*. Blackwell: Oxford.
- Onorato; Turner (2004). "Fluidity in the self-concept: The shift from personal to social identity". *European Journal of Social Psychology*. 34 (3): 257–278. doi:10.1002/ejsp.195.
- Postmes, T. & Branscombe, N. (2010).Sources of social identity.In T. Postmes & N. Branscombe (Eds).*Rediscovering Social Identity: Core Sources*.Psychology Press.
- Reynolds, K. J.; Turner, J. C. (2006)."Individuality and the prejudiced personality".*European Review of Social Psychology*. 17 (1): 233–270. doi: 10.1080/10463280601050880.
- Schiller, Dan, *Theorizing Communication A. History*, New York Oxford University Press 1996
- Skocpol, Theda. 1977. "Wallerstein's World Capitalist System: A Theoretical and Historical Critique." *American Journal of Sociology*, Vol. 82. N. 5. 1075-1090.

Sociology. Vol. 8 pp. 81-106.

- Tajfel, H.; Wilkes, A. L. (1963). "Classification and quantitative judgement". *British Journal of Psychology*. 54 (2): 101–114. doi:10.1111/j.2044-8295.1963.tb00865.x. PMID 13980241.
- Turner, J. C. & Reynolds, K. J. (2010). The story of social identity. In T. Postmes & N. Branscombe (Eds). *Rediscovering Social Identity: Core Sources*. Psychology Press.
- Turner, J. C. (1999). Ellemers, N.; Spears, R.; Doosje, B. (eds.). "Some current issues in research on social identity and self-categorization theories". *Social Identity*: 6–34.
- Turner, J. C. (2005). "Explaining the nature of power: A three-process theory". *European Journal of Social Psychology*. 35 (1): 1–22. doi:10.1002/ejsp.244.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell
- Turner, J. C.; Oakes, P. J.; Haslam, S. A.; McGarty, C. (1994). "Self and collective: Cognition and social context". *Personality and Social Psychology Bulletin*. 20 (5): 454–463. doi:10.1177/0146167294205002.
- Turner, J. C.; Onorato, R. S. (1998). Tyler, T. R.; Kramer, R. M.; John, O. P. (eds.). "Social identity, personality, and the self-concept: A self-categorization perspective". *The Psychology of the Social Self*. 26 (4): 11–46. doi:10.1080/03060497.1998.11085868.

- Turner, J.C. (1982). Tajfel, H. (ed.). "Toward a cognitive redefinition of the social group". *Social Identity and Intergroup Relations*: 15–40.
- Turner, J.C. (1985). Lawler, E. J. (ed.). "Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior". *Advances in Group Processes: Theory and Research*. 2: 77–122.
- Turner, John; Oakes, Penny (1986). "The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence". *British Journal of Social Psychology*. 25 (3): 237–252. doi:10.1111/j.2044-8309.1986.tb00732.x.
- Van Rooy, D.; Van Overwalle, F.; Vanhooymissen, T.; Labiouse, C.; French, R. (2003). "A recurrent connectionist model of group biases". *Psychological Review*. 110 (3): 536–563. CiteSeerX 10.1.1.72.3496. doi:10.1037/0033-295x.110.3.536. PMID 12885114.
- Voci, Alberto (1 January 2006). "Relevance of social categories, depersonalization and group processes: two field tests of self-categorization theory". *European Journal of Social Psychology*. 36 (1): 73–90. doi:10.1002/ejsp.259.
- Wallerstein, Immanuel. 1974. *The modern World System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. New York: Academic Press.
- Wallerstein, Immanuel. 2000. *The Essential Wallerstein*. The New York Press. New York

West, Richard & Turner, H, Lynn *Introducing Communication Theory, Analysis and Application*, Mc Graw Hill 2007.

Sumber Lain :

http://www.knowledgebank.irri.org/cglrc/icraf/toolkit/The_CIP_P_evaluation_model.htm

<http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>.

<http://www.scis.nova.edu/terrell//doctoral/1998/dete747/cipp.html>

TENTANG PENULIS



Bayquni, S.Sos., M.Pd., M.Ikom menempuh pendidikan sarjana S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. DR. Moestopo (Beragama) Jakarta (2000), pascasarjana S2 Program Studi Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Jakarta (2007), S2 Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Kajian Media

Universitas Budi Luhur Jakarta (2016), serta S3 Program Studi Ilmu Pemerintahan Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) Jakarta.

Pengalaman kerja antara lain menjadi Wartawan pada Majalah Sosial dan Budaya “Parnusa” (1998-1999), Tabloid Simpony Demokrasi (2000-2001), Majalah Football + PT Nusa Perdana Media Graha (2000-2001), Majalah Mobil PT Nusa Perdana Media Graha (2001-2002). Pernah bekerja sebagai Staff Research and Development pada PT Nusa Perdana Media Graha (2002-2004) dan PT Solid Hot Media (2004-2007). Selain itu, pernah bekerja menjadi Editor Jurnal Komunikasi di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) ITKP (2007-2012) dan Jurnal

Komunikasi Wacana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) (2012-2014).

Dalam dunia pendidikan, Penulis mengajar di Political Education People of UNDP, STIKOM ITKP, Fikom Universitas Al-Azhar, Akademi Televisi (ATVI) Indosiar, STIKOM Indonesia Maju, serta Universitas Budi Luhur Jakarta.

Aktivitas lain antara lain anggota Dewan Perguruan Periklanan (2009) serta anggota Aliansi Relawan Perguruan Tinggi Anti Penyalahgunaan Narkotika (ARTIPENA).