JAWABAN TUGAS 1

Rhiza S. Sadjad
NIM 045276176

Fakultas : FHISIP/Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kode/Nama MK : **SOSI4402.11/Sosiologi Komunikasi 11**
Tugas : 1

Pertanyaan:

Dalam teori komunikasi massa, terdapat kategori teori yang lebih menitikberatkan pada kekuatan media dan ada pula teori yang lebih menitikberatkan pada kekuatan khalayak. Pilihlah salah satu teori komunikasi yang lebih menitikberatkan pada kekuatan media dan pilih pula satu teori yang lebih menitikberatkan pada kekuatan khalayak, kemudian jelaskan bagaimana asumsi-asumsi yang dibangun oleh kedua teori tersebut serta berikan contohnya!

Jawaban:

Kedua kategori teori, yaitu baik yang lebih menitik-beratkan pada kekuatan media, mau pun yang lebih menitik-beratkan pada kekuatan khalayak, sama-sama menunjukkan adanya pengaruh keduanya, yaitu media dan khalayak, dalam teori-teori sosiologi komunikasi, khususnya yang mengkaji komunikasi massa. Teori-teori yang menekankan kekuatan media mengkaji dengan seksama bagaimana media membentuk persepsi dan perilaku, sedangkan teori-teori yang berfokus pada kekuatan khalayak, menekankan bagaimana individu-individu dalam khalayak berperan aktif menafsirkan dan membangun keterikatan (*engagement*) dengan media. Memahami kedua pendekatan akan membangun perspektif yang komprehensif tentang relasi yang kompleks antara media dan masyarakat.

Teori-teori yang menitik-beratkan peranan kekuatan media dalam komunikasi massa, misalnya antara lain: Teori Peluru Ajaib (*Magic Bullet Theory*), Teori Budidaya (*Cultivation Theory*) dan Teori *Agenda Setting*. Dari ketiga contoh tersebut akan dipilih salah satunya, yaitu Teori *Agenda Setting*. Sedangkan teori-teori yang memberi perhatian pada kekuatan khalayak, antara lain misalnya: Teori Gratifikasi (*Gratifications Theory*), Teori Penerimaan (*Reception Theory*), dan Teori dengan Pendekatan Budaya (*Cultural Studies Approach*). Dari ketiga contoh tersebut akan dipilih salah satunya, yaitu Teori dengan Pendekatan Budaya.

1. Kekuatan Media: **Teori *Agenda Setting***. Diajukan oleh **Maxwell McCombs** [**1938 – 2024**] dan **Donald Lewis Shaw** [**1936 – 2021**], keduanya ilmuwan sosial dari Amerika Serikat yang melakukan penelitian empirik tentang bagaimana media dapat membentuk wacana publik dengan "mengatur" atau bahkan me-rekayasa pemberitaan sedemikian rupa sesuai agenda yang ditetapkan sebelumnya. Pada dasarnya, menurut teori ini, media tidak mengajak khalayak untuk berfikir, tapi lebih cenderung mengajak khalayak untuk berfikir tentang sesuatu (*not to think, but to think about*). Sebagai contoh misalnya, ada agenda untuk mengaitkan Islam dengan terorisme, sehingga ketika khalayak berfikir tentang Islam,

maka sekaligus mereka juga akan berfikir tentang terorisme, dan sebaliknya, jika ada suatu aksi terorisme, maka khalayak akan berfikir tentang Islam. Media tidak mengajak khalayak untuk mengkaji lebih mendalam baik tentang Islam mau pun tentang terorisme, kecuali bahwa ada "kaitan" antara keduanya. Dengan *agenda setting* seperti ini, maka dalam pemberitaan di media massa diaturlah sedemikian rupa sehingga ketika ada suatu aksi terorisme, walau pun pelakunya bukan orang yang beragama Islam sekali pun, berita tersebut "didekatkan" dengan pemberitaan tentang Islam, atau tentang orang Islam, atau tentang orang Arab misalnya dengan mengatur tata-letak berita di halaman surat-kabar, atau dengan mengatur urutan pembacaan berita di radio dan televisi. Dalam hal ini khalayak di-**asumsi**-kan secara **pasif** meng-konsumsi sajian-sajian media massa sehingga *agenda setting* yang direncanakan, yaitu wacana publik bahwa terorisme berkaitan erat dengan Islam, berhasil dibangun di kalangan masyarakat luas, terutama yang awam tentang Islam.

2. Kekuatan Khalayak: **Teori dengan Pendekatan Budaya**. Dirintis oleh **Stuart Hall** [**1932 – 2014**], ilmuwan sosial kelahiran Jamaika yang bekerja di Pusat Studi Budaya Kontemporer (*Centre for Contemporary Cultural Studies*), *University of Birmingham*, Inggris sejak tahun 1951. Pada tahun 1960-an–1970-an, **Hall** dan kawan-kawannya menunjukkan bahwa khalayak tidak secara pasif mengkonsumsi sajian-sajian dari media massa. Khalayak dengan latar belakang sosial-budaya, status sosial dan pengalaman hidup masing-masing, di-**asumsi**-kan secara **aktif** menafsirkan, bahkan "ber-negosiasi" dengan sajian-sajian media massa. asumsi ini berlawanan dengan asumsi yang diambil oleh Teori *Agenda Setting* yang menitik-beratkan kekuatan media. Pada tahun 1973, **Hall** mengajukan model *Encoding/Decoding* dalam meng-analisis hubungan antara media dan khalayak. Menurut **Hall**, produser media meng-*encode* suatu berita untuk mempengaruhi khalayak agar mendapatkan kesan tertentu, tapi ketika khalayak men-*decode* berita tersebut, mereka menafsirkan secara berbeda. Contohnya ketika media massa di Eropa dan Amerika Serikat dibanjiri oleh pemberitaan tentang **Salman Rushdie** [**1947 -** .....] yang dihukum mati *in absentia* oleh pemerintah Iran karena menulis novel "*Satanic Verses*" yang isinya dianggap menghina keluarga Nabi Muhammad SAW, ada *agenda-setting* untuk membangun wacana kebencian kepada Islam, khususnya pemerintah Iran. Tapi karena kekuatan khalayak yang kritis, pemberitaan tersebut malah membangkitkan ke-ingin-tahu-an khalayak tentang Islam, sehingga masjid-masjid di Eropa dan Amerika Serikat dibanjiri oleh pengunjung. Ada yang hanya ingin tahu tentang "*Qur'anic Verses*" sebagai lawan dari "*Satanic Verses*", sampai ke mereka yang kemudian menjadi *mu'allaf,* memeluk Islam. "*Satanic Verses*" karya **Salman Rushdie** memang menjadi *best-seller*, tapi masjid-masjid di Eropa dan Amerika Serikat pun

kehabisan terjemahan al-Qur'an sehingga harus dicetak berulang-ulang atas permintaan masyarakat.

Kedua teori yang dicontohkan di atas, yaitu Teori *Agenda Setting* yang menitik-beratkan pada kekuatan media, dan Teori dengan Pendekatan Budaya yang menitik-beratkan perhatian pada kekuatan khalayak, masing-masing memiliki asumsi yang berlawanan. Teori *Agenda Setting* meng-asumsi-kan bahwa khalayak bersikap pasif dalam meng-konsumsi sajian-sajian media, sehingga memuluskan rencana produser yang menyusun agenda-nya, sedangkan Teori dengan Pendekatan Budaya meng-asumsi-kan bahwa khalayak bersikap pro-aktif menafsirkan sajian-sajian media tersebut sesuai dengan latar-belakang sosial-budaya mereka masing-masing.

REFERENSI

[**1**] **Mustain Mashud**, "*Sosiologi Komunikasii*" , **Modul 1 – 9**, **SOSI4402**, Edisi 4, [Mei **2024**], Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta

[**2**] **ChatGPT**, Aplikasi Chatting berbasis AI, dalam Sistem Operasi Android, https://OpenAI.com , https://ChatGPT.com