

## ***Teori Komunikasi Massa: Social Construction of Mass Media***

*Oleh: Yusmami*

*Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa*

### **Abstrak**

Tulisan ini merupakan sebuah *literature review* mengenai salah satu dari teori komunikasi massa. Teori konstruksi sosial pada dasarnya mempercayai bahwa realitas merupakan hasil dari konstruksi sosial. Teori ini pada dasarnya adalah sebagai upaya mengkritik serta merevisi teori konstruksi sosial atas realitas yang dibangun oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam *The Social Construction of Reality. A Treatise in The Sociology of Knowledge* atau Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan. Dimana konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dibentuk dari interaksi individu atau kelompok dalam realitas sosial. Mereka cenderung melihat bahwa sosial itu hanya merupakan pola hubungan antar manusia dalam masyarakat melalui proses interaksi personal langsung, sehingga mereka nampak melupakan adanya pembentukan sosial itu selain dari interaksi personal maupun kelompok secara langsung. Namun perlu diperhatikan juga dalam fenomena hari ini bahwa interaksi sosial itu tidak hanya dibentuk oleh individu dalam masyarakat secara berhadapan langsung saja, akan tetapi juga dapat dibentuk serta terbentuk melalui media massa, inilah yang menjadi faktor sehingga munculnya teori *Social Construction of Mass Media*.

**Kata Kunci:** *Teori Komuniiasi Massa & Social Contruction of Mass Media*

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dan kemajuan komunikasi sehingga menjadi suatu ilmu pengetahuan yang dapat berdiri sendiri tentu tidak terlepas dari keinginan para ilmuan yang berminat serta menarik perhatiannya melakukan penelitian dalam berbagai sudut pandang komunikasi yang dimulai dari penelitian para ahli dengan berbagai disiplin ilmu yang pada hakikatnya bukan dari latar belakang keahlian ilmu komunikasi, antara lain seperti: Harold D. Lasswell (ilmu politik), Everet M. Rogers (sosiologi), Carl I. Hovland (psikologi), Wilburn Schramm (bahasa), Shannon dan Weaver (matematika dan teknik). Dari penelitian tersebutlah sehingga menemukan berbagai konsep yang berkaitan dengan komunikasi dan berbagai teoripun dapat terlahirkan. Teori komunikasi merupakan inti dari ilmu komunikasi, karenanya dengan mempelajari, memahami serta menguasai teori komunikasi membantu kita untuk melihat hal-hal yang tidak terlihat sebelumnya, terutama yang berkaitan dengan studi komunikasi, baik itu komunikasi antar pribadi, kelompok, organisasi maupun komunikasi massa. Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang

yang tidak tampak oleh si penyampai pesan.<sup>1</sup> Komunikasi Massa merupakan proses organisasi media menciptakan dan menyebarkan pesan-pesan pada masyarakat luas dan proses pesan tersebut dicari, digunakan, dipahami, dan dipengaruhi oleh audien.<sup>2</sup> Media Massa seperti pers, televisi, radio dan lain-lain serta proses komunikasi massa (peran yang dimainkannya) semakin banyak dijadikan sebagai objek studi. Gejala ini seiring dengan kian meningkatnya peran media massa itu sendiri sebagai suatu institusi penting dalam masyarakat.<sup>3</sup>

Komunikasi yang semula hanya merupakan gejala saja, telah menjadi ilmu yang dinamakan ilmu komunikasi (*communication science*) atau komunikasi (*communicology*) suatu ilmu yang sifatnya interdisipliner. Ilmu komunikasi di Eropa berkembang dari *zeitungswissenschaft* dan di Amerika Serikat berkembang dari *journalism*, makin lama makin memperkaya diri dengan hasil penelitian yang mempunyai arti penting. Dalam beberapa dekade terakhir ini banyak diketengahkan berbagai teori komunikasi sebagai hasil penelitian yang banyak dilakukan, terutama di Amerika Serikat. Yang dipelajari dan diteliti ilmu komunikasi bukan lagi *commonness* atau kesamaan arti antara komunikator dan komunikan; kegiatannya bukan lagi agar orang mengerti akan tetapi tetapi lebih dari pada itu, yakni agar orang berubah sikap dan perilakunya. Dan ini bukan menyangkut seorang, dua orang saja, melainkan jutaan, puluhan juta, bahkan ratusan juta manusia. Disini media massa memegang peranan yang sangat penting.<sup>4</sup> Komunikasi yang dimediasi atau komunikasi melalui media, telah memperluas kapasitas dasar komunikasi manusia. Umumnya kita menanggapi perluasan ini dengan sangat positif, menunjuk kepada kemampuan media untuk melintasi waktu dan ruang dengan cara dan kecepatan yang tidak mungkin ditempuh tanpa media. Walau demikian, komunikasi yang dimediasi memiliki keuntungan dan kerugian. Disatu sisi ia meningkatkan dan memperbesar potensi pengiriman dan penerimaan pesan. Sementara disisi yang lain, ia membatasi dan memberi kendala bagi komunikasi dan pengalaman manusia.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* cet. Kedua ed. Revisi, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1992), h. 50.

<sup>2</sup>Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi* (terj. dari buku asli *Theories of Human Communication* oleh Muhammad Yusuf Hamdan), (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h. 405.

<sup>3</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (terj. dari buku asli *Mass Communication Theory* oleh Agus Dharma dan Amiruddin Ram), cet. 4, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 3.

<sup>4</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* cet. Kedua ed. revisi, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1992), h. 49.

<sup>5</sup>Brent D. Ruben, dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, ed.5 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), h. 226-227.

Dalam kaitannya dengan teori komunikasi massa, telah diklasifikasikan menjadi teori-teori awal komunikasi massa yang antara lain seperti: *Formula Lasswell*, *S-O-R*, *S-M-C-R* dan *Bullet Theory*. Pengaruh komunikasi massa terhadap individu seperti: *One Step Flow Two Steps Flow*, *Diffusion of Innovation* dan *Cultivation Theory*. Pengaruh komunikasi massa terhadap masyarakat dan budaya seperti: *Agenda Setting*, *Gate Keeping*, *Dependency Theory*, *Tecnological Determinism*, *Social Norms*, *Spiral of Silence*, *Information Gaps*, *Social Construction of Mass Media*, *Social Excnage Theory*, *Cultural Studies* dan *Paradigma Naratif*. Serta teori-teori yang berkaitan dengan *audience* dan pengaruhnya terhadap komunikasi massa seperti: *Use and Gratifications*, *Use and Effects* dan *Information Seeking*.<sup>6</sup>

Dari berbagai teori komunikasi massa sebagaimana tersebut, yang menjadi fokus dan perhatian dalam penulisan ini adalah “*Social Construction of Mass Media*”. Teori ini pada dasarnya adalah sebagai upaya mengkritik serta merevisi teori konstruksi sosial atas realitas yang dibangun oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam *The Social Construction of Reality. A Treatise in The Sociology of Knowledge* atau Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan. Dimana konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dibentuk dari interaksi individu atau kelompok dalam realitas sosial. Mereka cenderung melihat bahwa sosial itu hanya merupakan pola hubungan antar manusia dalam masyarakat melalui proses interaksi personal langsung, sehingga mereka nampak melupakan adanya pembentukan sosial itu selain dari interaksi personal maupun kelompok secara langsung. Namun perlu diperhatikan juga dalam fenomena hari ini bahwa interaksi sosial itu tidak hanya dibentuk oleh individu dalam masyarakat secara berhadapan langsung saja, akan tetapi juga dapat dibentuk serta terbentuk melalui media massa, inilah yang menjadi faktor sehingga munculnya teori *Social Construction of Mass Media*.

## **B. Sejarah Social Construction of Mass Media**

Berbicara tentang *Social Construction of Mass Media* tentu tidak terlepas dari tulisan dua orang sosiolog Amerika Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui teori mereka konstruksi sosial atas realitas, karena melalui merekalah sehingga teori konstruksi sosial dapat terkenal. Teori kontruksi sosial pada dasarnya mempercayai bahwa realitas

---

<sup>6</sup>Syukur Kholil, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2011), h. vi.

merupakan hasil dari konstruksi sosial. Teori konstruksi sosial realitas merupakan ide atau prinsip utama dalam tradisi sosiokultural. Ide ini menyatakan bahwa dunia sosial kita tercipta karena adanya interaksi antara manusia. Cara bagaimana kita berkomunikasi sepanjang waktu mewujudkan pengertian kita mengenai pengalaman, termasuk ide kita mengenai diri kita sebagai manusia dan sebagai komunikator.<sup>7</sup>

Oleh Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa kenyataan dibangun secara sosial dan sosiologi pengetahuan harus menganalisa proses terjadinya hal itu. Dimana “kenyataan” dan “pengetahuan” merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan didefinisikan sebagai suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak manusia secara seorang diri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik.<sup>8</sup> Selanjutnya konstruksi sosial memiliki beberapa kekuatan. *Pertama*, peran sentral bahasa memberikan mekanisme konkret, dimana budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu. *Kedua*, konstruksi sosial dapat mewakili kompleksitas dalam satu budaya tunggal, hal ini tidak mengasumsikan keseragaman. *Ketiga*, hal ini bersifat konsisten dengan masyarakat dan waktu. Berger dan Luckmann menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, untuk menjelaskan bahwa proses kehidupan manusia terjadi melalui tiga momen simultan, yaitu: eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi. *Eksternalisasi* ialah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia; *Obyektivasi* merupakan interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi; sedangkan *Internalisasi* merupakan individu mengidentifikasi dirinya ditengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*sosial construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.<sup>9</sup> Asal usul konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan *constructiv cognitiv*. Menurut Von Glasersfeld dalam bukunya Suparno menjelaskan bahwa konstruksi

---

<sup>7</sup>Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, cet. 2, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 113-114.

<sup>8</sup>Peter L. Berger & Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* (terj. *The Social Construction of Reality* oleh Hasan Basari), (Jakarta: LP3ES, 1990), h.1.

<sup>9</sup>Margareth Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: Raja Grafindopersada, 2004), h. 301.

kognitif muncul dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarakan oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemologi dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme.<sup>10</sup> Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan ide.<sup>11</sup> Gagasan tersebut semakin lebih konkrit lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah fakta.<sup>12</sup> Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya “*cogito ergo sum*” yang berarti “saya berfikir karena itu saya ada”. Dari pernyataan Aristoteles tersebut sehingga menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini. Pada tahun 1710, Vico dalam “*de antiquissima italorum sapientia*” melalui bukunya Suparno menyatakan dalam filsafatnya bahwa “Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan”. Disamping itu juga menjelaskan tentang “mengetahui” berarti “mengetahui bagaimana membuat sesuatu” hal ini berarti bahwa seseorang itu baru mengetahui sesuatu apabila ia menjelaskan unsur-unsur apa yang membangun sesuatu itu. Vico menyebutkan bahwa hanya Tuhan sajalah yang dapat mengerti alam raya ini karena hanya Dia yang tahu bagaimana membuatnya dan dari apa ia membuatnya, sementara itu manusia hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya.<sup>13</sup>

Apabila teori-teori sosial tidak menganggap penting atau tidak memperhatikan hubungan timbal balik (*interplay*) atau dialektika antara ketiga momen tersebut menyebabkan adanya kemandegan teoritis. Dialektika berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (*eksternalisasi*) sehingga seakan-akan hal itu berada diluar (*objektif*) dan kemudian ada proses penarikan kembali kedalam (*internalisasi*) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan *subyektif*. Konstruksi sosialnya mengandung dimensi objektif dan subjektif. Ada dua hal yang menonjol melihat realitas peran media dalam dimensi objektif yakni pelembagaan dan legitimasi.

Pelembagaan dalam perspektif Berger terjadi mulanya ketika semua kegiatan manusia mengalami proses pembiasaan (*habitualisasi*). Artinya tiap tindakan yang sering

<sup>10</sup>Suparno, *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), h. 24.

<sup>11</sup>K. Bertens, *Sejarah filsafat Yunani*, (Yogyakarta: Kanisius, 1999), h. 89.

<sup>12</sup>Ibid, 137.

<sup>13</sup>Suparno, *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), h. 24.

diulangi pada akhirnya akan menjadi suatu pola yang kemudian bisa direproduksi, dan dipahami oleh pelakunya sebagai pola yang dimaksudkan itu. Pelembagaan terjadi apabila suatu tipikasi yang timbal-balik dari tindakan-tindakan yang sudah terbiasa bagi berbagai tipe pelaku. Dengan kata lain, tiap tipikasi seperti itu merupakan suatu lembaga. Sementara legitimasi menghasilkan makna-makna baru yang berfungsi untuk mengintegrasikan makna-makna yang sudah diberikan kepada proses-proses kelembagaan yang berlainan. Fungsi legitimasi adalah untuk membuat obyektivasi yang sudah dilembagakan menjadi tersedia secara obyektif dan masuk akal secara subyektif. Hal ini mengacu kepada dua tingkat, *Pertama*, keseluruhan tatanan kelembagaan harus bisa dimengerti secara bersamaan oleh para pesertanya dalam proses-proses kelembagaan yang berbeda. *Kedua*, keseluruhan individu (termasuk di dalam media), yang secara berturut-turut melalui berbagai tatanan dalam tatanan kelembagaan harus diberi makna subyektif. Masalah legitimasi tidak perlu dalam tahap pelembagaan yang pertama, dimana lembaga itu sekedar fakta yang tidak memerlukan dukungan lebih lanjut. Tapi menjadi tak terelakan apabila berbagai obyektivasi tatanan kelembagaan akan dialihkan kepada generasi baru. Disini legitimasi tidak hanya sekedar soal “nilai-nilai” ia juga selalu mengimplikasikan “pengetahuan”.

Kalau pelembagaan dan legitimasi merupakan dimensi obyektif dari realitas, maka internalisasi merupakan dimensi subyektifnya. Analisis Berger menyatakan, bahwa individu dilahirkan dengan suatu predisposisi ke arah sosialitas dan ia menjadi anggota masyarakat. Titik awal dari proses ini adalah internalisasi, yaitu suatu pemahaman atau penafsiran yang langsung dari peristiwa obyektif sebagai suatu pengungkapan makna. Kesadaran diri individu selama internalisasi menandai berlangsungnya proses sosialisasi. Gagasan konstruksi sosial telah dikoreksi oleh gagasan dekonstruksi yang melakukan interpretasi terhadap teks, wacana yang terkenal dengan gagasan-gagasan *deconstruction*. Gagasan ini kemudian melahirkan tesis-tesis keterkaitan antara kepentingan (*interest*) dan metode penafsiran (*interpretation*) atas realitas sosial. Dalam dekonstruksi, kepentingan tertentu selalu mengarahkan kepada pemilihan metode penafsiran. Menurut Berger dan Luckmann pengetahuan yang dimaksud adalah realitas sosial masyarakat seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial, realitas sosial dikonstruksi melalui proses *eksternalisasi*, *objektivasi* dan *internalisasi*. Dan mereka

berkeyakinan bahwa konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Pada dasarnya kepentingan itu tidak selamanya negatif/buruk, kepentingan itu sendiri sangat tergantung pada maksud dan tujuan dari pada komunikator. Karena rasul sendiri mempunyai kepentingan untuk menyampaikan wahyu dari Allah SWT kepada umatnya, artinya mengkonstruksi wahyu-wahyu yang diterimanya untuk disampaikan kepada umat manusia, hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al Hujuraat ayat 6.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصَبِّحُوا عَلَىٰ مَا  
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ٦

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (Q.S. al-Hujuraat/ 49:6)

Dalam kehidupan sehari-hari pengetahuan seseorang menuntun tindakan yang spesifik menjadi tipikasi dari beberapa anggota masyarakat. Tipikasi itu kemudian menjadi dasar membedakan orang di dalam masyarakatnya. Agar bentuk-bentuk tindakan dapat ditipikasi, maka bentuk-bentuk tindakan itu harus memiliki arti objektif yang pada gilirannya memerlukan suatu objektivasi linguistik. Objektivasi linguistik yang dimaksud harus ada kosa kata yang mengacu kepada bentuk-bentuk tindakan itu. Objektivasi linguistik terjadi dalam dua hal, yaitu dimulai dari pemberian tanda verbal yang sederhana sampai pada pemasukannya ke dalam simbol-simbol yang kompleks. Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian Berger dan Luckmann tidak memasukan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Substansi dari konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, sehingga teori dan

pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses *eksternalisasi*, *obyektivasi* dan *internalisasi*, inilah yang kemudian dikenal sebagai “*Social Construction of Mass Media* (konstruksi sosial media massa)”.

### C. Tahapan Social Construction of Mass Media

*Social konstruktion of mass media* (konstruksi sosial media massa) tidak serta merta terjadi dengan sendirinya, namun melalui tahapan-tahapan berikut:

#### 1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada *desk editor* yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki *desk* yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan tiga hal yaitu: kedudukan (tahta), harta dan perempuan. Fokus pada kedudukan termasuk juga adalah persoalan jabatan, pejabat dan kinerja birokrasi dan layanan publik. Berhubungan dengan harta menyangkut persoalan kekayaan, kemewahan materi, termasuk juga adalah persoalan korupsi dan sebagainya. Sedangkan masalah perempuan menyangkut aurat, wanita cantik dan segala macam aktivitas mereka, terutama yang berhubungan dengan kekuasaan dan harta.<sup>14</sup>

Selain itu pula ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial. *Pertama*; Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal. *Kedua*; Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk menjual berita demi kepentingan kapitalis. *Ketiga*; Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-

<sup>14</sup>Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, cet. 3, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 205. Lihat juga dalam *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckman*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 195



slogan tentang visi ini tetap terdengar. Oleh karena itu dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut di atas, namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

## 2. Tahap Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media elektronik memiliki konsep *real time* yang berbeda dengan media cetak. Karena sifat-sifatnya yang langsung (*live*), maka yang dimaksud dengan *real time* oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa atau pendengar. Sementara bagi varian-varian media cetak, yang dimaksud dengan *real time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.<sup>15</sup>

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Model satu arah ini terutama terjadi pada media cetak. Sedangkan media elektronik khususnya radio, bisa dilakukan dua arah, walaupun agenda setting konstruksi masih didominasi oleh media.<sup>16</sup> Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.<sup>17</sup>

## 3. Tahap Pembentukan Konstruksi

---

<sup>15</sup>Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, cet. 3, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 207.

<sup>16</sup>*Ibid.*

<sup>17</sup>*Ibid.*, h. 208.

#### a. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. *Pertama*, konstruksi realitas membenaran; *kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *ketiga*, sebagai pilihan konsumtif. *Tahap pertama* adalah konstruksi membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian. *Tahap kedua* adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa. *Tahap ketiga* adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara *habit* tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan sehingga tanpa hari tanpa membaca koran atau menonton televisi dan sebagainya. Pada tingkat tertentu, bisa jadi seseorang merasa tidak mampu untuk beraktivitas apabila ia belum membaca koran atau menonton televisi pada hari itu.<sup>18</sup>

#### b. Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model yaitu *good news* dan *bad news*. *Pertama*; Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. *Kedua*; Model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri. Setiap pemberitaan (disadari atau tidak oleh media massa) memiliki tujuan-tujuan tertentu dalam model pencitraan tersebut. Jadi umpamanya pada kasus pemberitaan kriminal, maka model *bad*

---

<sup>18</sup>*Ibid.*

*news* menjadi tujuan akhir, dimana terbentuknya citra buruk sebagai penjahat, koruptor, terdakwa, maupun buronan. Namun pada kasus penyiaran dan pemberitaan iklan, cenderung model *good news* menjadi pilihan baik media maupun subjek-subjek iklan itu sendiri.<sup>19</sup>

#### 4. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.<sup>20</sup>

Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini yaitu: *Pertama*; Kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa. Pribadi yang jauh dari media massa akan menjadi pribadi yang selalu kehilangan informasi, karena itu ia terlambat untuk merebut kesempatan dan terlambat berubah. *Kedua*; Kedekatan dengan media massa adalah *life style* orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas, terutama sebagai subjek media massa itu sendiri. *Ketiga*; Media massa walaupun memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas media berdasarkan subyektivitas media, namun kehadiran media massa dalam kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.<sup>21</sup>

Pada kenyataannya, realitas sosial itu berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknai secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

#### D. Aplikasi Teori Social Construction of Mass Media

---

<sup>19</sup>*Ibid*, h. 209.

<sup>20</sup>*Ibid*, h. 212.

<sup>21</sup>*Ibid*.

Pelbagai penelitian dengan berbagai perspektif telah dilakukan dan dihasilkan baik oleh para praktisi maupun akademisi dalam penerapan *social construction of mass media*. Burhan Bungin (2008) telah membuktikan lewat penelitiannya tentang konstruksi realitas yang dibangun oleh media massa seperti menganalogikan suatu kejadian jatuhnya pesawat terbang Adam Air KI 574 yang melakukan penerbangan pada tanggal 1 Januari 2007 dengan rute Surabaya-Menado. Ketika peristiwa itu terjadi dan masyarakat menunggu-nunggu berita tentang nasib penumpang dan pesawat tersebut, maka media massa memberitakan bahwa pesawat Adam Air telah ditemukan di daerah pegunungan di Desa Rangoan, Kecamatan Matangnga, Kabupaten Polewali Mandar (Polman) Sulawesi Barat. Menurut berita yang disiarkan oleh media televisi bahwa bangkai pesawat yang hancur ditemukan warga sekitar dan aparat gabungan pada pukul 09.00 WIT. Pemberitaan ini juga diperkuat dengan siaran wawancara televisi dengan salah satu Direksi Adam Air, bahwa pesawat Adam Air KI 574 yang berpenumpang 96 orang dan 6 orang awak pesawat telah ditemukan jatuh di daerah tersebut di atas. Bahwa temuan lokasi jatuhnya pesawat nahas itu berdasarkan sinyal satelit Singapura dan laporan warga masyarakat yang mengetahui peristiwa jatuhnya pesawat. Dari data yang dilaporkan bahwa 93 orang meninggal dunia dan 9 orang belum diketahui nasibnya. Media massapun menyampaikan ucapan belasungkawa kepada keluarga yang ditinggalkan dan penumpang yang meninggal, lengkap dengan menayangkan nama-nama penumpang dan awak pesawat yang meninggal. Masyarakat dan keluarga menjadi terharu dan sedih. Maskapai Adam Air kemudian memfasilitasi anggota keluarga yang ingin menjemput korban di Makassar, bersamaan dengan itu tim SAR Nasionalpun mengerahkan semua kekuatan menuju ke daerah jatuhnya pesawat yang diberitakan tersebut.<sup>22</sup>

Berita tersebut tersebar luas dan terkonstruksi sebagai sebuah realitas diketemukannya pesawat Adam Air yang beberapa hari lalu jatuh. Terkonstruksi pula pengetahuan tentang sebuah peristiwa kecelakaan pesawat terbang yang sangat mengerikan dan sedang terjadi. Konstruksi sosial media massa ini bertahan hampir satu hari, sampai beberapa saat kemudian berita itu dibantah setelah tim SAR tiba di lokasi yang dikatakan sebagai tempat jatuhnya pesawat Adam Air, karena tidak terbukti ada pesawat yang jatuh di daerah yang diberitakan itu.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>*Ibid*, h. 213.

<sup>23</sup>*Ibid*.

Armawati Arbi (2010). Pada dasarnya penelitian ini mengkritik pandangan Burhan Bungin tentang proses konstruksi media massa atas realitas sosial secara simultan, dimana Burhan Bungin berfokus pada iklan televisi sebagai produksi *tapping* (rekaman), bukan produksi siaran langsung (program *live*), sementara Armawati melihat bahwa memproduksi program dakwah dan program konsultasi keluarga siaran langsung melalui radio. Sementara itu Burhan Bungin sendiri melakukan kritikan terhadap proses dialektika konstruksi sosial atas realitas sosialnya Berger dan Luckmann berlangsung lambat, sedangkan proses dialektika konstruksi media massa atas realitas iklan berlangsung cepat. Burhan Bungin menjembatani dua pradigma, yaitu pradigma definisi sosial, paradigma konstruktivisme dan teori konstruksi sosial: yakni pradigma teori-teori sosiologi dan paradigma teori-teori komunikasi. Jembatan itu disusun oleh Burhan Bungin untuk membangun konsep tentang konstruksi sosial atas realitas media massa. Teori konstruksi sosial atas realitas sosial dikembangkan menjadi konstruksi iklan televisi atas realitas sosial. Berbeda dengan disertasi Burhan Bungin, dalam disertasinya Armawati berfokus pada konstruksi sosial media radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga.<sup>24</sup>

Melalui penelitiannya Armawati menemukan proses konstruksi radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga berlangsung dalam tiga tahap proses dialektika; *Pertama*, tahap eksternalisasi pendengar dan tim radio membentuk realitas subjektif. *Kedua*, tahap objektivasi tim produksi dan pendengar mengemas realitas simbolik. *Ketiga*, tahap internalisasi tim radio dan pendengar menetapkan realitas objektif. Institusionalisasi, legitimasi dan sosialisasi dilakukan melalui enam tahap proses konstruksi; (a) Tahap penerapan unsur-unsur komunikasi dakwah; (b) Tahap pementakan prolog/monolog skrip kasus; (c) Tahap pengungkapan diri; (d) Tahap pembentukan realitas subjektif problem keluarga; (e) Tahap pengemasan realitas simbolik; dan (f) Tahap penetapan realitas objektif.<sup>25</sup>

Sedangkan keragaman format program siaran dakwah dan program konsultasi keluarga dikategorikan dalam lima format yang dikelompokkan kedalam dua tipe, yakni: *Pertama*, tipe dialog pada program konsultasi keluarga yang terdiri dari (a) Format dialog antara narasumber dan pendengar; (b) Format dialog antara penyiar dan pendengar, skrip kasus dan Fragmen; dan (c) Format dialog antara pendengar dengan pendengar. *Kedua*,

---

<sup>24</sup>Armawati Arbi, “*Dakwah Melalui Radio: Konstruksi Radio Dangdut Jakarta Atas Realitas Problem Keluarga*”, (Disertasi: Program Pasca Sarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010).

<sup>25</sup>*Ibid.*

Format pendengar bertanya dan pendakwah menjawab terdiri dari (a)Format pendengar bertanya pendakwah menjawab, tanpa umpan balik, dan (b)Format pendengar bertanya pendakwah menjawab, dengan umpan balik pendengar yang tertunda.<sup>26</sup>

Gigih Mardana (2010), memberikan kontribusi cara media memaparkan komunikasi politik pada saat pemilihan Gubernur Jawa Timur Tahap I antara lain: (a)Event dan wacana komunikasi politik calon Gubernur Jawa Timur selama masa kampanye dianggap penting oleh media massa, baik Jawa Pos, Surya, Duta Masyarakat, maupun Bhirawa, sehingga keempat harian tersebut memberikan halaman khusus untuk berita-berita komunikasi politik Calon Gubernur selama masa kampanye. Hal itu tersebut juga dibuktikannya melalui wawancara terhadap praktisi media Jawa Pos, Surya, Duta Masyarakat, maupun Bhirawa. Bahwa event kampanye pemilihan Gubernur Jawa Timur memiliki *news value* yang tinggi; (b)Dianggap penting dan memiliki *news value* yang tinggi, Jawa Pos, Surya, Duta Masyarakat, maupun Bhirawa memiliki kebijakan redaksional khusus terhadap isu-isu kampanye pemilihan Gubernur Jawa Timur selama masa kampanye putaran I. Kebijakan redaksional khusus itu mempunyai pengaruh kuat terhadap frame pemberitaan di masing-masing media; (c)berita-berita yang menjadi objek penelitian seringkali kurang memenuhi aspek seimbang (*balance*) dan *cover all sides* sehingga justru mirip dengan berita-berita *advertorial*. Ada indikasi bahwa berita yang dipasang adalah bonus berita ketika kandidat memasang iklan di media tersebut.<sup>27</sup>

Noneng Sumiaty dan Neti Sumiati (2015), memberikan kontribusi sebagai lembaga penyiaran yang bergerak di penyiaran televisi lokal ATV Sukabumi dalam melaksanakan siaran berita yang disiarkan sore hari setiap harinya, merupakan hasil kerja sama antara personil kru televisi ATV Sukabumi yang berbagi tugas dalam menyelesaikan liputannya. Sehingga tersaji sebuah naskah berita yang narasinya dibacakan oleh presenter warta. Setelah peliputan selesai, dilakukan pengeditan naskah, pengeditan narasi, setelah diedit, suara dalam bentuk *file* untuk dikirimkan ke bagian edit berita. Proses penggabungan gambar dan audio disesuaikan dengan naskah. Selanjutnya penyusunan *raundown*, dan format presenter warta (*teleponter*). Persiapan pengambilan gambar, proses *capture*, kemudian diedit, dikirim *file* berita dan *file* presenter ke *master control room*. Setelah naskah sampai di *master control room*, naskah siap untuk ditayangkan. Naskah berita yang diliput oleh wartawan merupakan hasil dari karya wartawan itu sendiri, sehingga unsur subjektif dari wartawan tidak akan hilang. Begitu juga sewaktu naskah

<sup>26</sup>*Ibid.*

<sup>27</sup>Gigih Mardana, "Komunikasi Politik di Media Massa (Analisis Framing Berita Kampanye Pasangan Calon Gubernur Jawa Timur Selama Masa Kampanye Putaran I di Harian Jawa Pos, Surya, Bhirawa, dan Duta Masyarakat)", dalam Jurnal Komunikasi Massa, vol. 3, no. 2, h. 1-12.

diedit oleh koordinator liputan, pasti ada unsur subjektif yang dimasukkan terhadap naskah berita itu. Siaran berita tidak bisa terhindarkan dari unsur subjektif yang merupakan bagian dari konstruksi.<sup>28</sup>

Berdasarkan beberapa penelitian sebagaimana tersebut diatas, dapat diketahui bahwa konstruksi realitas yang dibangun berdasarkan konstruksi sosial media massa telah diaplikasikan oleh mereka yang berminat terhadap penelitian efek media massa terhadap masyarakat dan budaya. Dimana realitas terkonstruksi itu begitu dasyat karena pemberitaan itu lebih cepat diterima masyarakat luas, lebih luas jangkauan pemberitaannya, sebaran merata, karena media massa dapat ditangkap oleh masyarakat luas secara merata dan dimana-mana, membentuk opini massa, karena merangsang masyarakat untuk beropini atas kejadian tersebut, massa cenderung terkonstruksi karena masyarakat mudah terkonstruksi dengan pemberitaan-pemberitan yang sensitif, bahkan opini massa cenderung apriori sehingga mudah menyalahkan berbagai pihak yang bertanggung jawab atas musibah tersebut, serta opini massa cenderung sinis, karena peristiwa bencana ini amat tragis dan sering kali terjadi dalam dunia penerbangan di Indonesia.

#### **E. Kritikan Terhadap Social Construction of Mass Media**

*Social construction of mass media* (konstruksi sosial media massa) memiliki kekuatan dimana konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya pun merata. Namun demikian kelemahannya karena media massa memposisikan pada lima hal yaitu:

*Pertama*; adalah keberpihakan media massa kepada kapitalisme, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis, dalam arti media massa digunakan oleh kapitalis sebagai mesin pencipta uang dan pengganda modal.

*Kedua*; keberpihakan semu kepada masyarakat bentuk dari keberpihakan dalam arti empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat namun ujung-ujungnya adalah juga untuk menjual berita dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis.

*Ketiga* keberpihakan pada kepentingan umum, dalam arti sesungguhnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tidak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

---

<sup>28</sup>Noneng Sumiaty dan Neti Sumiati, "Konstruksi Realitas Siaran Berita pada Televisi Lokal", dalam Jurnal Penelitian Komunikasi, vol. 18, no. 1 (Juli 2015), h. 69-78.

*Keempat*; pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu pemberitaan dapat membeli halaman-halaman tertentu atau jam-jam siaran tertentu dengan imbalan pertukaran, bukan saja uang dan materi lain akan tetapi sebuah *blowup* terhadap pencitraan dari pihak-pihak yang membeli pemberitaan tersebut.

*Kelima*; nilai perubahan sosial memiliki kaitan dengan kapitalisme terutama menekankan gaya hidup modern serta menempatkan nilai materi sebagai puncak nilai tertinggi, nilai-nilai perubahan sosial juga memiliki kesamaan dengan nilai yang dijunjung tinggi oleh kapitalisme, terutama karena keduanya mengagungkan materi dan secara beriringan mengkonstruksi jalan pikiran serta nilai-nilai yang membimbing redaktur dan pada *deks* media massa dalam mengemas pemberitaan-pemberitaan mereka.

## **F. Penutup**

Teori *Social Construction of Mass Media* (Konstruksi Sosial Media Massa) asal usulnya dari konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, berasal dari konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan *constructiv cognitiv*, dimana konstruktif kognitif sendiri muncul dari tulisan Mark Baldwin yang disebarakan oleh Jean Piaget dimana cikal bakal gagasan konstruktivisme telah dimulai oleh Giambattista Vico epistemolog dari Italia dan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia dan Plato menemukan akal budi dan ide. Dan gagasan konstruktivisme semakin konkrit setelah Aristoteles mengenalkan istilah informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi, dengan mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, maka setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kata kunci pengetahuan adalah fakta.

*Social Construction of Mass Media* pada dasarnya adalah sebagai upaya mengkritik serta merevisi teori konstruksi sosial atas realitas yang dibangun oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam *The Social Construction of Reality. A Treatise in The Sociology of Knowledge* atau Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan. Dimana menempatkan seluruh kelebihan media massa dan pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannyapun merata. *Social construction of mass media* banyak diaplikasikan dalam penelitian dan pengembangan dari efek media massa terutama terhadap efek iklan di dalam ruang lingkup masyarakat sosial. *Social construction of mass media* tidak serta merta



terbentuk dengan sendirinya, namun terbentuk melalui tahapan-tahapan dari tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi realitas dan tahap konfirmasi.

### Daftar Bacaan

- Berger R. Charles. dkk, *Handbook Ilmu Komunikasi*, (diterjemahkan dari buku asli: *The Handbook of Communication Science* oleh Derta Sri Widowatie), Bandung: Nusa Media, 2014.
- Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* (terj. *The Social Contruction of Reality* oleh Hasan Basari), Jakarta: LP3ES, 1990.
- Bertens, K. *Sejarah filsafat Yunani*, Yogyakarta: Kanisius, 1999.
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Lucmann*, Jakarta: Kencana, 2008.
- ., *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, cet. 3, Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, eds.7, Jakarta: RajaGrafindo, 2006.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, eds.7, cet.2, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, cet. 3, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- ., *Dinamika Komunikasi* cet. 2, ed. revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1992.
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (terj. *Introduktion to Communication Studies*, oleh Hapsari Dwiningtyas), Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Hikmat, Mahi M. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*, cet. 2, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Kholil, Syukur. *Komunikasi Islami*, Bandung: Citapustaka Media, 2007.
- ., *Teori Komunikasi Massa*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2011.
- Kirkhan, Richard L. *Teori-Teori Kebenaran: Pengantar Kritis dan Komprehensif*, (terj. *Theories of Truth: a Critical Introduction*, oleh M. Khozim), Bandung: Nusa Media, 2013.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. *Teori Komunikasi* (terj. *Theories of Human Communication* oleh Muhammad Yusuf Hamdan), Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa* (terj. *Mass Communication Theory* oleh Agus Dharma dan Amiruddin Ram), cet. 4, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, cet. 2, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Politik Komunikasi Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Pace, R. Wayne dan Daules, Don F., *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, diterjemahkan oleh Deddy Mulyana, dkk, cet. 7, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

- Poloma, Margaret M. *Sosiologi Kontemporer* (terj. *Contemporary Sociological Theory*), cet. 8, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Rivers, William L. et.al., *Media Massa & Masyarakat Modern*, ed.2 cet.3, (terj. *Mass Media and Modern Society*, oleh Haris Munandar & Dudy Priatna), Jakarta: Kencana, 2008.
- Ruben, Brent D. dan Stewart Lea P. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, ed.5 Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.
- Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E. *Intercultural Communication A. Reader*, ed. 9, Belmont: Wadsworth, 2000.
- Scott, John. *Teori Sosial Masalah-Masalah Pokok dalam Sosiologi* (terj. *Social Theory: Central Issues in Sociology*, oleh Ahmad Lintang Luzuardi), Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Severin, Werner J. dan Tankard, James W. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, ed.5, cet.3, (terj. *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media*), Jakarta: Kencana, 2008.
- Sobur, Alex. *Ensiklopedia Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.
- Suparno. *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Kanisius, 1997.
- Sztompka, Piotr. *Sosiologi Perubahan Sosial* cet. 5, (terj. *The Sociology of Social Change*, oleh Alimadani), Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*, cet. 2, (Diterjemahkan dari buku aslinya *The Media of Mass Communication* oleh: Tri Wibowo BS), Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Wirawan, I.B. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi sosial, dan perilaku Sosial)*, cet. 2, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.

*Disertasi:*

- Arbi, Armawati. “*Dakwah Melalui Radio: Konstruksi Radio Dangdut Jakarta Atas Realitas Problem Keluarga*”, Disertasi: Program Pasca Sarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010.

*Artikel:*

- Sumiaty, Noneng. dan Sumiati, Neti. “*Konstruksi Realitas Siaran Berita pada Televisi Lokal*, dalam Jurnal Penelitian Komunikasi, vol. 18, no. 1, 2015.
- Mardana, Gigih. “*Komunikasi Politik di Media Massa (Analisis Framing Berita Kampanye Pasangan Calon Gubernur Jawa Timur Selama Masa Kampanye Putaran I di Harian Jawa Pos, Surya, Bhirawa, dan Duta Masyarakat)*”, dalam Jurnal Komunikasi Massa, vol.3, no.2 2010.