



SOSIOLOGI KOMUNIKASI MASSA



DAFTAR ISI

- 1. PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP KOMUNIKASI MASSA – 1**
 - PENDAHULUAN – 1
 - PENGERTIAN KOMUNIKASI – 2
 - DEFINISI KOMUNIKASI – 5
 - PROSES KOMUNIKASI – 8
 - Proses Komunikasi Primer – 9
 - Proses Komunikasi Sekunder – 10
 - Proses Komunikasi Linear – 11
 - Proses Komunikasi Sirkular – 13
 - PENGERTIAN KOMUNIKASI MASSA – 18
 - DEFINISI KOMUNIKASI MASSA – 19
 - KARAKTERISTIK KOMUNIKASI MASSA – 20
 - Komunikator Melembaga – 21
 - Komunikasi Satu Arah – 22
 - Pesan Umum Diterima Serempak – 23
 - Khayalak Tersebar, Anonim, Heterogen Selintas – 24
 - RANGKUMAN – 25
- 2. PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP SOSIOLOGI KOMUNIKASI MASSA – 27**
 - PENDAHULUAN – 27
 - PENGERTIAN SOSIOLOGI – 29
 - PENGERTIAN SOSIOLOGI KOMUNIKASI MASSA – 32
 - RANGKUMAN – 34
- 3. ANALISIS FUNGSIONAL DAN DISFUNGSIONAL SERTA MODEL-MODEL KOMUNIKASI MASSA – 35**
 - PENDAHULUAN – 35
 - ANALISIS FUNGSIONAL DAN DISFUNGSIONAL KOMUNIKASI MASSA – 37
 - Pengawasan Oleh Media Massa – 38
 - Korelasi – 39

Transmisi Budaya — 40	
Hiburan — 41	
Penganugerahan Status — 43	
Pengakhlakan — 44	
MODEL-MODEL KOMUNIKASI MASSA:	
PERSPEKTIF SOSIOLOGIS — 45	
Model Jarum Hipodermik — 46	
Model Komunikasi Satu Tahap — 47	
Model Komunikasi Dua Tahap — 48	
Model Komunikasi Banyak Tahap — 50	
KOMUNIKASI MASSA, MASYARAKAT, DAN BUDAYA — 51	
Teori Perbedaan Individu — 51	
Teori Penggolongan Sosial — 53	
Teori Hubungan Sosial — 54	
Teori Norma-Norma Budaya — 55	
KOMUNIKASI MASSA DAN PERUBAHAN SOSIAL — 57	
Memperluas Cakrawala Pemikiran — 59	
Memusatkan Perhatian — 60	
Menumbuhkan Aspirasi — 61	
Menciptakan Suasana Membangun — 62	
Mengembangkan Dialog tentang Hal-Hal	
yang Berhubungan dengan Masalah-Masalah Politik — 62	
Mengenalkan Norma-Norma sosial — 62	
Menumbuhkan Selera — 63	
Mengubah Sikap yang Lemah Menjadi	
Sikap yang Lebih Kuat — 64	
Berperan sebagai Pendidik — 64	
RANGKUMAN — 65	
4. TEORI SISTEM PERS DAN KEBUTUHAN MASYARAKAT — 67	
PENDAHULUAN — 67	
TEORI PERS OTORITARIAN (AUTHORITARIAN PRESS THEORY) — 69	
TEORI PERS LIBERTARIAN (LIBERTARIAN PRESS THEORY) — 71	
TEORI PERS KOMUNIS SOVIET	
(SOVIET COMMUNISM PRESS THEORY) — 73	

TEORI PERS TANGGUNG JAWAB SOSIAL (<i>SOCIAL RESPONSIBILITY PRESS THEORY</i>)	— 75
TEORI MEDIA PEMBANGUNAN (<i>DEVELOPMENT MEDIA THEORY</i>)	— 77
TEORI MEDIA DEMOKRATIK-PARTISIPAN (<i>PARTICIPANT-DEMOCRATIC MEDIA THEORY</i>)	— 80
KOMUNIKASI MASSA DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN MASYARAKAT	— 82
Teori Belajar Sosial	— 83
Teori Model Difusi Inovasi	— 86
Teori Model Agenda setting	— 90
Teori Model Kegunaan dan Kepuasan	— 93
RANGKUMAN	— 98
5. SOSIOLOGI KOMUNIKATOR	
DAN PESAN DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 101
PENDAHULUAN	— 101
SIAPA KOMUNIKATOR DALAM KOMUNIKASI MASSA?	— 102
KOMUNIKATOR KOMUNIKASI MASSA VERSI ARISTOTELES	— 109
Ethos	— 109
Pathos	— 111
Logos	— 112
DAYA TARIK KOMUNIKATOR DAN KEPERCAYAAN KEPADA KOMUNIKATOR	— 114
Daya Tarik Komunikator	— 114
Kepercayaan kepada Komunikator	— 115
SOSIOLOGI PESAN DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 117
Pesan Dirancang Menarik	— 118
Pesan Menggunakan Simbol yang Sama	— 119
Pesan Membangkitkan Kebutuhan Khalayak	— 119
Pesan Memberikan Jalan Keluar atau Alternatif Tindakan	— 121
PENGATURAN PESAN DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 122
Teori Hollingsworth	— 122
Teori Raymond S. Ross	— 123
Teori Alan H. Monroe	— 125

PENELITIAN ISI PESAN DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 127
Tokoh Orang Ternama dalam Biografi	— 128
Realitas Dalam Drama Televisi	— 128
Realitas Dalam Siaran Iklan Televisi	— 130
RANGKUMAN	— 132
6. SOSIOLOGI KHALAYAK DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 135
PENDAHULUAN	— 135
SIAPA KHALAYAK DALAM KOMUNIKASI MASSA?	— 136
Komunikasi Massa Perspektif Sosiologi	— 137
Komunikasi Massa Perspektif Komunikologi	— 138
Khalayak Media Komunikasi Massa	— 140
PRINSIP UMUM PERILAKU KHALAYAK KOMUNIKASI MASSA	— 141
Prinsip Semua atau Tidak Sama Sekali	— 142
Prinsip Pendidikan	— 143
Prinsip Ekonomi	— 143
Prinsip Usia	— 144
PENELITIAN SOSIOLOGI KHALAYAK DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 146
Penelitian Mengenai Peran Para Pemuka Pendapat	— 146
Penelitian Perilaku Komunikasi Tokoh Lokal dan Kosmopolitan	— 148
Penelitian Pengaruh Personal Para Pemuka Pendapat	— 151
Penelitian Pencarian dan Kepemimpinan Pendapat	— 154
ALASAN DI BALIK PEMILIHAN MEDIA MASSA	— 157
Prinsip Kemudahan	— 157
Prinsip Harapan Imbalan	— 158
ALASAN DI BALIK PENGGUNAAN MEDIA	— 159
Penggunaan Surat Kabar	— 159
Penggunaan Majalah	— 160
Penggunaan Media Siaran	— 161
Penggunaan Film-Film Koboi	— 162
KONSEP KHALAYAK DALAM KOMUNIKASI MASSA	— 162
Khalayak sebagai Penentu Sikap	— 163
Khalayak sebagai Pengelola Informasi	— 163
Khalayak sebagai Perisai Ego	— 164

Khalayak sebagai Penyenang Orang Lain – 164	
Khalayak sebagai Anggota Kelompok – 164	
RANGKUMAN – 165	
7. EFEK SOSIOLOGIS DALAM KOMUNIKASI MASSA – 167	
PENDAHULUAN – 167	
EFEK KEHADIRAN MEDIA KOMUNIKASI MASSA – 168	
Efek Ekonomis – 169	
Efek Sosial – 170	
Efek Penjadwalan Kembali – 171	
Efek Penghilangan Perasaan Tertentu – 172	
Efek Penumbuhan Perasaan Tertentu terhadap Media – 173	
KOMUNIKASI MASSA SEBAGAI MASALAH SOSIAL – 174	
Ubiquity – 174	
Status Quo – 175	
Kemerosotan Cita-Rasa Estetis – 176	
Penghilangan Sukses Sosial – 176	
EFEK PROSOSIAL MEDIA KOMUNIKASI MASSA – 178	
Efek Prososial Kognitif – 178	
Efek Prososial Afektif – 179	
Efek Prososial Behavioral – 180	
EFEK KOMUNIKASI MASSA DALAM SOSIALISASI – 181	
Data Perilaku Komunikasi – 181	
Bukti Penggunaan Media – 182	
Daya Serap Norma Sosial dari Media Massa – 183	
Derajat Media Massa sebagai Sumber Normatif – 183	
EFEK SOSIAL DALAM PERSUASI MEDIA MASSA – 184	
Siaran Marathon Kupon Perang – 185	
Kampanye Informasi Masyarakat – 185	
EFEK PORNOGRAFI DAN PENGGAMBARAN KEKERASAN – 186	
Efek Pornografi – 187	
Efek Kekerasan – 189	
TIPOLOGI EFEK MEDIA KOMUNIKASI MASSA – 190	
Teori Penataan Realitas – 193	
Teori Spiral Kebisuan – 194	

Teori Pengolahan — 194
Teori Pengendalian Sosial — 195
RANGKUMAN — 197
8. DIMENSI SOSIOLOGIS
FUNGSI KONTROL SOSIAL MEDIA MASSA — 199
PENDAHULUAN — 199
KONTROL SOSIAL MEDIA — 200
Kontrol Sosial Preventif — 201
Kontrol Sosial Represif — 202
FAKTOR PENYEBAB PELANGGARAN NORMA SOSIAL — 204
Kaidah Tidak Memuaskan — 204
Kaidah Kurang Terumuskan — 205
Konflik dalam Masyarakat — 206
Tidak Mungkin Merata — 206
JENIS SANKSI DALAM KONTROL SOSIAL — 208
Sanksi Bersifat Fisik — 208
Sanksi Bersifat Psikologik — 209
Sanksi Bersifat Ekonomik — 210
JENIS KONFORMITAS DALAM KONTROL SOSIAL — 211
Insetif Bersifat Fisik — 212
Insetif Bersifat Psikologik — 213
Insetif Bersifat Ekonomik — 213
JENIS DEVIASI DALAM KONTROL SOSIAL — 214
Tindakan Nonkonformitas — 214
Tindakan Antisosial — 215
Tindakan Kriminal — 216
TEORI DEVIASI PERSPEKTIF SOSIOLOGI KOMUNIKASI MASSA — 217
Teori Anomie — 218
Teori Belajar — 220
Teori <i>Labeling</i> — 223
Teori Kontrol — 225
Teori Konflik — 228
RANGKUMAN — 232

9. TEKNOLOGI INFORMASI, <i>CYBERSPACE</i> , DAN HIPER-REALITAS MEDIA – 235
PENDAHULUAN – 235
TEKNOLOGI, MEDIA, DAN MASYARAKAT MASA – 236
Proses Sosial dan Interaksi Sosial – 239
Kelompok Sosial Maya – 240
Kebudayaan dan Masyarakat Maya – 241
Pranata dan Kontrol Masyarakat Maya – 241
Stratifikasi Sosial dan Kekuasaan – 241
Perubahan Sosial Masyarakat Maya – 242
MEDIA DAN RUANG REALITAS VIRTUAL – 244
Tingkat Individual – 246
Tingkat Antarindividual – 247
Tingkat Komunitas – 248
HIPER-REALITAS MEDIA DAN DAMPAK SOSIOLOGIS – 249
Disinformasi – 250
Depolitisasi – 252
Banalitas Informasi – 252
Fatalitas Informasi – 253
Skizoprenia – 255
Hipermoralitas – 255
DEHIPER-REALITAS MEDIA DAN ALTERNATIF SOLUSI – 256
Dehiper-realitas Media – 257
Civic Education – 261
Counter Media – 262
<i>Media Watch</i> – 263
<i>Media Literacy</i> – 263
Komunikasi Keluarga – 264
RANGKUMAN – 265
INDEKS – 267
DAFTAR PUSTAKA – 273
TENTANG PENULIS – 281