

KOMUNIKASI

SOSIOLOGI KOMUNIKASI

Teori, Paradigma, dan Diskursus
Teknologi Komunikasi di Masyarakat

PROF. DR. H. M. BURHAN BUNGIN, S.SOS., M.SI.

Guru Besar Ilmu Sosiologi Komunikasi





Daftar Isi

Kata Pengantar Cetakan Keempat	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xxi
Daftar Gambar	xxiii
Daftar Skema	xxv

BAB SATU

FILSAFAT SOSIOLOGI KOMUNIKASI	1
--	----------

A. Filsafat Sosial, Sosiologi Modern, dan Komunikasi	3
---	----------

1. Sebelum Yunani Kuno (Sebelum $\pm$ 600 SM)	4
2. Yunani Kuno ($\pm$ 600 SM)	7
3. Abad Pertengahan (300 SM-1300 M)	7
4. Filsafat Modern (Abad 17-19)	8
5. Positivisme (Abad ke-20)	10
6. Alam Simbolis	10
7. Posmodernisme	11

B. Sosiologi Modern	14
----------------------------------	-----------

C. Lahirnya Sosiologi Komunikasi	17
---	-----------

BAB DUA

RUANG LINGKUP DAN KONSEPTUALISASI

SOSIOLOGI KOMUNIKASI	23
-----------------------------------	-----------

A. Manusia sebagai Makhluk Sosial	25
--	-----------

1. Sosiologi	27
2. Community	29
3. Teknologi Telematika	29
4. Communication	30
5. Sosiologi Komunikasi	31
B. Ranah, Kompleksitas, dan Objek Sosiologi Komunikasi ...	36
BAB TIGA	
STRUKTUR DAN PROSES SOSIAL	41
A. Struktur Masyarakat	43
1. Kelompok Sosial	43
2. Lembaga (Pranata) Sosial	48
3. Stratifikasi Sosial (<i>Social Stratification</i>)	49
4. Mobilitas Sosial (<i>Social Mobility</i>)	50
5. Kebudayaan	52
B. Proses dan Interaksi Sosial	55
1. Kontak Sosial	55
2. Komunikasi	57
C. Proses-proses Interaksi Sosial	58
1. Proses Assosiatif	58
2. Proses Disosiatif	62
BAB EMPAT	
PROSES KOMUNIKASI DALAM MASYARAKAT	65
A. Komunikasi Langsung	68
B. Komunikasi Massa	71
1. Konsep Massa	73
2. Proses Komunikasi Massa	74
3. <i>Audiensi</i> Massa	75
4. Budaya Massa	77
5. Fungsi Komunikasi Massa	78
6. Komunikasi Massa sebagai Sistem Sosial	81
C. Peran Media Massa	85

BAB LIMA

PERUBAHAN SOSIAL DAN BUDAYA MASSA 89

- A. Perubahan Sosial 91
- B. Budaya Massa dan Budaya Populer 97

BAB ENAM

SOSIOLOGI MEDIA DAN KOMUNIKASI MASSA 105

A. Perkembangan Teknologi Media 107

- 1. Riwayat Komunikasi dan Sejarah Kemanusiaan 107
- 2. Perkembangan Media dan Teknologi Komunikasi 111
- 3. Empat Era Perkembangan Komputerisasi 141
- 4. Media Masa Depan dan Platform Teknologi Komunikasi 148

B. Adopsi Inovasi dan Sikap Masyarakat Terhadap Media 151

BAB TUJUH

MASYARAKAT CYBER 161

A. Cybercommunity 163

- 1. Masyarakat Global dan Pembentukan Cybercommunity 163
- 2. Masyarakat Maya; Sisi Lain Kehidupan Masyarakat Manusia 164
- 3. Hyper-reality; Sisi Lain Masyarakat Maya 177

B. Aplikasi Cyber dalam Kehidupan Masyarakat 178

- 1. E-government dan E-commerce; dan Varian "E" Lainnya 178
- 2. Cyberlaw sebagai Konsekuensi Cybercrime 181

BAB DELAPAN

REALITAS MEDIA DAN KONSTRUKSI SOSIAL

MEDIA MASSA 189

A. Diskursus Realitas Sosial 191

B. Konstruksi Sosial sebagai Ilmu dan Filsafat 193

C. Konstruksi Sosial Media Massa; Kiritik Terhadap Berger dan Luckmann	206
1. Tahap Konstruksi Sosial Media Massa	206
2. Realitas Media; Realitas yang Dikonstruksi oleh Media Massa	216
a. Model Peta Analog	216
b. Model Refleksi Realitas	218
D. Realitas Sosial Bentuk Media Massa; Iklan Televisi	221
E. Bahasa sebagai Realitas Sosial Iklan	230
F. Sumber Nilai Acuan Konstruksi Sosial Media Massa	233
 BAB SEMBILAN	
PARADIGMA KEILMUAN DAN TEORI KOMUNIKASI.	237
A. Basis Sosial dan Paradigma Teori Komunikasi	239
B. Jenis Pengetahuan dan Paradigma Lain dalam Komunikasi	242
1. Pandangan Humanistik	243
2. Pandangan <i>Social Science</i>	244
C. Pendekatan Keilmuan dalam Komunikasi	246
1. Pendekatan <i>Unscientific</i>	246
2. Pendekatan <i>Scientific</i>	250
D. Jenis Teori Komunikasi	251
1. Jenis-jenis Teori Komunikasi	251
2. Teori-teori Kontekstual	256
E. Model dan Proses Komunikasi	257
1. Model Komunikasi	257
2. Proses Komunikasi	258
F. Lingkup Teori Komunikasi	261
1. Teori Komunikasi Kelompok	261
2. Teori Komunikasi Organisasi	261
3. Teori Komunikasi Massa	261
4. Teori-teori Komunikasi Interpretatif dan Kritis	263



G. Teori dan Model Komunikasi Antar Pribadi	264
1. Teori-teori Diri dan Orang Lain	264
2. Teori Hubungan Antar Pribadi (<i>Interpersonal Relationship</i>)	266
H. Teori dan Model Komunikasi Kelompok	270
1. Pengertian Komunikasi Kelompok	270
2. Karakteristik Komunikasi Kelompok	273
3. Fungsi Komunikasi Kelompok	274
4. Tipe Kelompok	276
I. Teori dan Model Komunikasi Organisasi	277
1. Pengertian Komunikasi Organisasi	277
2. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi	278
3. Pendekatan Hubungan Manusiawi (<i>Human Relations</i>)	280
J. Teori Efek Komunikasi Massa	281
1. Stimulus-respons	281
2. Komunikasi Dua Tahap dan Pengaruh Antarpribadi	282
3. Difusi Inovasi	283
4. Teori <i>Agenda-setting</i>	285
5. Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa	286
6. <i>Spiral of Silence</i>	288
7. <i>Information Gaps</i>	289
8. <i>Uses And Gratifications</i>	290
9. Teori <i>Uses and Effects</i>	291
10. <i>Information Seeking</i>	291
11. Konstruksi Sosial Media Massa	291
12. Lasswell Model	297
K. Empat Teori Pers	293
L. Teori Komunikasi Dunia Maya Atau Teori Cybercommunity	296

BAB SEPULUH

PENELITIAN KOMUNIKASI	299
------------------------------------	------------

A. Proses dan Fokus Penelitian Komunikasi	301
--	------------



1. Proses Penelitian	301
2. Fokus Penelitian	302
B. Pendekatan Penelitian	306
1. Pendekatan Kualitatif	306
2. Pendekatan Kuantitatif	314
C. Metode Penelitian	316
 BAB SEBELAS	
EFEK MEDIA MASSA	319
A. Efek Media yang Terencana	323
B. Efek Media yang Tidak Terencana	324
 BAB DUA BELAS	
MASALAH-MASALAH SOSIAL DAN MEDIA MASSA.	329
A. Mistisme dan Tahayul	332
1. Macam-macam Tayangan Mistik dan Tahayul	334
2. Bahaya Tayangan Mistik dan Tahayul	337
B. Pelecehan Seksual dan Pornomedia	338
1. Berawal dari Wacana Seks	338
2. Pergeseran Konsep Pornografi	341
a. Pornografi	341
b. Pornoteks	342
c. Pornosuara	342
d. Pornoaksi	342
e. Pornomedia	343
3. Pengaruh Pornomedia; Kritik Terhadap Pornografi	346
4. Konstruksi Sosial Pornomedia	353
C. Kekerasan Perempuan di Media Massa	354
1. Citra Kekerasan Perempuan	354
2. Kekuasaan Laki-laki Atas Perempuan	357
D. Kekerasan dan Sadisme	359
E. Pembunuhan Karakter (<i>Character Assassination</i>)	361
F. Tayangan dan Pemberitaan yang Tidak Bermutu	362



G. Penggunaan Telepon Genggam yang mencemaskan	363
H. Penggunaan Telepon untuk Menipu dan Pornosuara	365
I. Runtuhnya Media Cetak	366

BAB TIGA BELAS

MASA DEPAN SOSIOLOGI KOMUNIKASI	371
--	------------

A. Agenda Penting	373
--------------------------------	------------

1. *Time and Space* dan Stasiun Media Bergerak
(Telapak Tangan) 373
2. *New Media* 374
3. *Cyber* dan Ruang Waktu 375
4. Citra dan Konstruksi Sosial Media Massa 376

B. Tenaga Pengajar dan Peneliti	377
--	------------

Daftar Pustaka	379
-----------------------------	------------

Tentang Penulis	385
------------------------------	------------

Indeks	389
---------------------	------------