

MODUL OL 8: Sosiologi Komunikasi Massa

Dr. Syahrial Syarbaini,MA.

MEDIA MASSA DAN SOSIALISASI

Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu menjelaskan dan memahami media massa dan sosialisasi setelah mempelajari modul ini, yaitu:

- 1) Memahami media massa sebagai agen sosialisasi
- 2) Memahami peran media massa sebagai agen sosialisasi

Indikator:

- a) Mahasiswa menyadari bahwa media massa memberikan peran yang besar dalam membentuk perilaku manusia.
- b) Mahasiswa mampu untuk menyeleksi dan melihat gejala-gejala akibat sosialisasi media massa.

Pendahuluan

Sebagai saluran informasi, media massa menyediakan beragam pengetahuan yang diperlukan oleh setiap orang. Fungsi strategis demikian menjadikan media massa sebagai agen sosialisasi yang berkontribusi pada pembentukan tatanan nilai-nilai kebudayaan bagi masyarakat.

Media massa memberikan inspirasi bagi kebanyakan orang. Dalam hal mengelola keuangan rujukannya dapat ditemukan melalui kolom investasi yang dikelola media cetak, Kompas.

A. Pengertian Media Massa

Media massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.

Masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah memiliki ketergantungan dan kebutuhan terhadap media massa yang lebih tinggi daripada masyarakat dengan tingkat ekonomi tinggi karena pilihan mereka yang terbatas. Masyarakat dengan tingkat ekonomi lebih tinggi memiliki lebih banyak pilihan dan akses banyak media massa, termasuk bertanya langsung pada sumber atau ahli dibandingkan mengandalkan informasi yang mereka dapat dari media massa tertentu

B. Perkembangan Media Massa di Indonesia

Masa Penjajahan Belanda

Pada tahun 1615 atas perintah Jan Pieterzoon Coen, yang kemudian pada tahun 1619 menjadi Gubernur Jenderal VOC, diterbitkan “*Memories der Nouvelles*”, yang ditulis dengan tangan. Dengan demikian, dapatlah dikatakan bahwa “surat kabar” pertama di Indonesia ialah suatu penerbitan pemerintah VOC.

Pada Maret 1688, tiba mesin cetak pertama di Indonesia dari negeri Belanda. Atas intruksi pemerintah, diterbitkan surat kabar tercetak pertama dan dalam nomor perkenalannya dimuat ketentuan-ketentuan perjanjian antara Belanda dengan Sultan Makassar. Setelah surat kabar pertama kemudian terbitlah surat kabar yang diusahakan oleh pemilik percetakan-percetakan di beberapa tempat di Jawa. Surat kabar tersebut lebih berbentuk *koran iklan*. *fungsi*nya untuk membantu pemerintahan kolonial belanda

Masa Pendudukan Jepang

Pada masa ini, surat kabar-surat kabar Indonesia yang semula berusaha dan berdiri sendiri dipaksa bergabung menjadi satu, dan segala bidang usahanya disesuaikan dengan rencana-rencana serta tujuan-tujuan tentara Jepang untuk memenangkan apa yang mereka namakan “Dai Toa Senso” atau Perang Asia Timur Raya. Dengan demikian, pada zaman pendudukan Jepang pers merupakan alat Jepang. Kabar-kabar dan karangan-karangan yang dimuat hanyalah pro-Jepang semata.

Masa Revolusi Fisik

Peranan yang telah dilakukan oleh pers kita di saat-saat proklamasi kemerdekaan dicetuskan, dengan sendirinya sejalan dengan perjuangan rakyat Indonesia. Bahkan tidak sedikit dari para wartawan yang langsung turut serta dalam usaha-usaha proklamasi. Semboyan “Sekali Merdeka Tetap Merdeka” menjadi pegangan teguh bagi para wartawan. Periode tahun 1945 sampai 1949 yang biasa dinamakan periode “revolusi fisik”, membawa coraknya tersendiri dalam sifat dan fungsi pers kita. Dalam periode ini pers kita dapat digolongkan ke dalam dua kategori, yaitu pertama, pers yang terbit dan diusahakan di daerah yang dikuasai oleh pendudukan sekutu, kemudian Belanda, dan kedua pers yang terbit diusahakan di daerah yang dikuasai oleh RI yang kemudian turut bergerilya.

Masa Demokrasi Liberal

Dalam aksi-aksi ini peranan yang telah dilakukan oleh pers republik sangat besar. Republik Indonesia Serikat yang tidak sesuai dengan keinginan rakyat akhirnya bubar dengan terbentuknya kembali Negara Kesatuan Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1950. Pada masa ini untuk memperoleh pengaruh dan dukungan pendapat umum, pers kita yang pada umumnya mewakili aliran-aliran politik yang saling bertentangan, menyalahgunakan kebebasan pers (*freedom of the press*), yang kadang-kadang melampaui batas-batas kesopanan.

Masa Demokrasi Terpimpin

Periode yang terjadi pada masa demokrasi terpimpin sering disebut sebagai zaman Orde Lama. Periode ini terjadi saat terbentuknya Kabinet Kerja yang dipimpin

oleh Presiden Soekarno, sebagai tindak lanjut dikeluarkannya Dekret Presiden 5 Juli 1959 hingga meletusnya Gerakan 30 September 1965.

Masa Orde Baru

Ketika alam Orde Baru ditandai dengan kegiatan pembangunan di segala bidang, kehidupan pers kita pun mengalami perubahan dengan sendirinya karena pers mencerminkan situasi dan kondisi dari kehidupan masyarakat di mana pers itu bergerak. Pers sebagai sarana penerangan/komunikasi merupakan salah satu alat yang vital dalam proses pembangunan. Pada masa Orde Baru, ternyata tidak berarti kehidupan pers mengalami kebebasan yang sesuai dengan tuntutan dan aspirasi masyarakat. Terjadinya pembredelan pers pada masa-masa ini menjadi penghalang bagi rakyat untuk menyampaikan aspirasi dan memperjuangkan hak-hak asasinya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Masa Reformasi

Salah satu jasa pemerintahan B.J. Habibie pasca Orde Baru yang harus disyukuri ialah pers yang bebas. Pemerintahan Presiden Habibie mempunyai andil besar dalam melepaskan kebebasan pers, sekalipun barangkali kebebasan pers ikut merugikan posisinya sebagai presiden.

Perkembangan Pers Di Indonesia

- Perkembangan pers di Indonesia berawal pada penerbitan surat kabar pertama, yaitu *Bataviasche Nouvelles en Politique Raisonemnetan* yang terbit **7 Agustus 1774**.
- Kemudian muncul beberapa surat kabar berbahasa **Melayu**, antara lain *Slompel Melajoe*, *Bintang Soerabaja* (1861), dan *Medan Prijaji* (1907).
- Majalah tertua ialah Panji Islam (1912-an)
- Surat kabar terbitan peranakan Tionghoa pertama kali muncul adalah *Li Po* (1901), kemudian *Sin Po* (1910).
- Surat kabar pertama di Indonesia yang menyiarkan teks Proklamasi Kemerdekaan 17 Agustus 1945, pada tanggal 18 Agustus 1945 adalah surat kabar *Soeara Asia*.
- Sesudah itu, surat kabar nasional yang memuat teks proklamasi adalah surat kabar *Tjahaja* (Bandung), *Asia Raja* (Jakarta), dan *Asia Baroe* (Semarang).
- Corak kehidupan politik, ideologi, kebudayaan, tingkat kemajuan suatu bangsa sangat mempengaruhi sistem pers di suatu negara.

Secara umum, di seluruh dunia terdapat pola kebijakan pemerintah terhadap pers yang otoriter dan demokratis. Di antarakeduanya terdapat variasi dan kombinasi, bergantung tingkat perkembangan masing-masing negara. Ada yang quasi otoriter, ada yang quasi demokratis, dan sebagainya.

Jenis-jenis media massa

Media massa tradisional

Media massa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa. Secara tradisional media massa digolongkan sebagai berikut: **surat kabar, majalah, radio, televisi, film** (layar lebar). Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

1. Informasi dari lingkungan diseleksi, diterjemahkan dan didistribusikan
2. Media massa menjadi perantara dan mengirim informasinya melalui saluran tertentu.
3. Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat dan menyeleksi informasi yang mereka terima.
4. Interaksi antara sumber berita dan penerima sedikit.

Media massa modern

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti **internet** dan **telepon seluler**. Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

1. Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (melalui SMS atau internet misalnya)
2. Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual
3. Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu
4. Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam

Penerima yang menentukan waktu interaksi

Media massa yang berfungsi sebagai media komunikasi ini ternyata memiliki keterkaitan terhadap proses sosialisasi yang ada di masyarakat. Berikut ini merupakan pengaruh media massa dalam proses sosialisasi:

Mengubah pola pikir

Adanya media massa dalam kehidupan masyarakat mempengaruhi proses sosialisasi, yaitu mengubah pola pikir seseorang. Media massa yang berisi informasi sering dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengembangkan pola pikir. Informasi tersebut menjadi sebuah wawasan yang luas, sehingga pola pikir seseorang menjadi lebih terbuka. Hal ini terlihat pada seseorang yang mampu menerima komentar atau kritik dari seseorang. (Baca juga: Fungsi Media Massa Menurut Ahli)

Membentuk karakter seseorang

Pengaruh media massa dalam proses sosialisasi selanjutnya adalah membentuk karakter seseorang. Media massa yang dikonsumsi oleh publik ini dapat membentuk karakter maupun perilaku seseorang.

Hal ini bisa berdampak pada perilaku yang positif maupun negatif. Misalnya, tayangan sinetron yang mengubah karakter anak remaja menjadi hilang moral. Namun ada juga tayangan televisi yang justru memberikan dampak positif seperti reality show yang berhubungan dengan kemanusiaan, acara ini dapat meningkatkan jiwa sosial seseorang. (Baca juga: Pengaruh Media Massa Terhadap Masyarakat)

Mengembangkan keterampilan komunikasi

Media massa tidak hanya meliputi televisi, telepon dan media sosial juga termasuk dalam kategori media massa. Adanya media massa dalam kehidupan masyarakat dapat mengembangkan keterampilan seseorang dalam berkomunikasi.

Komunikasi yang baik akan menciptakan komunikasi yang efektif, sehingga mudah dipahami oleh komunikan. Komunikasi menjadi suatu elemen yang penting dalam proses sosialisasi. Oleh karena itu, mengembangkan keterampilan komunikasi sangat berpengaruh terhadap proses sosialisasi di masyarakat. (Baca juga: Peran Media Massa dalam Pembentukan Moral)

Berintegrasi dengan lingkungan sekitar

Media massa dapat memudahkan masyarakat dalam berintegrasi dengan lingkungan sekitarnya. Berintegrasi berarti mengalami pembauran ke dalam lingkungan masyarakat. Peranan media massa dalam berintegrasi ini memudahkan terjalannya proses sosialisasi yang baik dan terarah di lingkungan masyarakat. (Baca juga: Contoh Sosialisasi dalam Media Massa)

Menyebarkan informasi

Media massa tidak lain berperan sebagai penyebar informasi. Proses sosialisasi dalam masyarakat tentu membutuhkan informasi-informasi terbaru yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, media massa hadir untuk menyebarkan informasi dalam proses sosialisasi masyarakat. (Baca juga: Contoh Kalimat Tidak Efektif dalam Media Massa)

Meningkatkan nilai sosial

Media sosial merupakan salah satu kategori media massa. Media sosial sering digunakan untuk mempublikasikan suatu kegiatan yang berhubungan dengan nilai sosial. Misalnya, seseorang memposting sebuah kalimat ajakan dengan poster digital yang diunggah ke dalam media sosial. Tujuannya adalah untuk meningkatkan nilai sosial yang ada dalam diri masyarakat sebagai proses sosialisasi terhadap sesama. (Baca juga: Contoh Homogenitas dalam Pengembangan Massa)

Hiburan

Media massa banyak menampilkan tayangan yang menghibur. Hal ini sesuai dengan fungsi media massa sebagai hiburan. Hiburan menciptakan emosional gembira dalam diri seseorang. Hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk proses sosialisasi berupa komunitas seperti fans club. Tujuan lainnya adalah untuk bertukar informasi seputar dunia hiburan. (Baca juga: Pengertian Media Massa)

Media massa mengarahkan audience untuk memiliki cara berpendapat maupun berperilaku dalam keadaan inilah kita dapat memberikan definisi jika media massa disebut sebagai agen yang mengajarkan nilai-nilai kehidupan yang diperlukan manusia atau sosialisasi.

Kerap kita menyamakan interaksi sosial sebagai sosialisasi.

Kedua istilah ini merupakan konsep yang berbeda pengertiannya. Interaksi sosial dipahami sebagai aktifitas perjumpaan dinamis yang menghubungkan antara satu orang dengan satu orang lainnya, satu orang dengan beberapa orang, dan antara beberapa orang dengan beberapa orang lainnya (Gillin & Gillin, Cultural Sociologi dalam Soekanto, 2007:55). Interaksi sosial sebagai prasyarat bagi terjadinya proses sosialisasi, sebab melalui hubungan dinamis antar setiap orang memungkinkan aktifitas penanaman nilai-nilai kehidupan atau sosialisasi dimungkinkan. Jika demikian, sosialisasi dapat diartikan :

Proses yang dilalui seseorang sejak dilahirkan hingga meninggal dunia, suatu proses yang menjadikan seseorang dapat berpartisipasi di dalam masyarakat (Berger,

Invitation to Sociology, 1978 dalam Sunarto, 1993:27)

Berger melalui konsep sosialisasinya menerangkan jika manusia berbeda hakekatnya

dengan makhluk bukan manusia khususnya hewan. Hewan dalam perkara memenuhi

kebutuhannya dikendalikan insting yang menjadikan makhluk ini tidak memerlukan kehadiran

sesamanya dalam pemenuhan kebutuhan. Lain halnya dengan manusia, yang sejak awal kelahirannya memerlukan manusia lain oleh sebab kondisi fisiknya relatif lemah tidak seperti hewan. Untuk itu manusia diperlengkapi oleh Sang Pencipta, otak (kebudayaan) –yang memiliki kemampuan mengorganisir ketidakberdayaan fisiknya menghadapi situasi lingkungan alam bahkan manusia lainnya.

Semisal contoh, manusia dalam kelompoknya dapat menemukan sumber pangan yang dapat dikonsumsi dan bahan makanan yang dapat digunakan sebagai obat. Lambat laun pengalaman yang dibiasakan ini dijadikan sebagai pedoman oleh orang banyak dan menjadi kebudayaan khasnya. Gambaran keadaan lingkungan alam yang berbeda-

beda menyebabkan setiap masyarakat mengembangkan kebudayaan yang tidak sama. Jika satu kelompok etnis pedalaman menjadikan cita rasa manis sebagai dominasi rasa masakannya maka pada masyarakat pesisir, rasa asin

dan pedas mencari ciri-ciri masakan khasnya. Kebiasaan mengkonsumsi masakan kuatakan rasa asin ketika mencicip makanan dominan manis tentunya selera makan menjadi berkurang. Seseorang yang lahir dari orangtua Tionghoa, memiliki preferensi menikah dengan gadis atau pria dari etnik yang sama. Soal selera makan maupun idealisasi pasangan kawin adalah satu contoh kebiasaan-kebiasaan anggota masyarakat yang dibiasakan atau disosialisasi semenjak kecil.

Setiap gagasan, sikap, hingga realisasinya pada perilaku terhadap sesuatu hal merupakan bagian dari proses sosialisasi. Nadine Liu cenderung suka makanan asin

hingga bisa disimpulkan kalau orangtuanya ataupun lingkungan keluarganya memperkenalkan rasa ini lebih dominan daripada citarasa makanan lainnya. Ketika Nadine Liu memutuskan menikah dengan laki-laki yang bukan dari golongan etniknya, maka ia mengurungkan niatnya dan mempertimbangkan mencari pria Tionghoa untuk dijadikan suami sebagaimana diinginkan kelompok sosialnya.

Seseorang sewajarnya menikah dulu sebelum melakukan hubungan seksual dan masyarakat mengatur hal ini melalui sosialisasi dan ketika terdapat anggota masyarakat tidak menjalankan tindakan social yang diharapkan, maka dapat dikatakan anggota masyarakat tersebut melakukan penyimpangan sosial atau non-konformis.

Pengalaman Nadine Liu mewakili pengalaman keseharian kita, bahwa kita diharuskan konformitas dengan harapan masyarakat. Perilaku konformis adalah tindakan yang perlu dilakukan oleh setiap orang dalam rangka menjadikan kehidupan bersama berlangsung harmonis. Kelangsungan ini dapat diwujudkan melalui proses sosialisasi yang menjadikan setiap orang memahami kebiasaan yang dicita-citakan kelompoknya.

Status dan Peran.

Dalam proses sosialisasi hal utama yang diajarkan adalah pengetahuan menyangkut status dan peran (role). Melalui pengetahuan status dan peran maka seseorang diharapkan dapat menempatkan peribadinya sesuai dengan keberadaan status dan peran lawan komunikasinya. Pemahaman demikian adalah pengetahuan utama bagi manusia dalam rangkaianannya membekali dirinya untuk dapat bergaul dengan berbagai pelapisan masyarakat. Secara permanen individu memiliki status yang diperoleh dari

Tuhan atau kita sebut sebagai ascribed status, yang diwakili melalui status seks, ras dan etnis, keanggotaan kekerabatan, usia, dan agama. Achieved status merupakan status individu yang diperoleh melalui hasil usahanya, kategorinya dapat berbentuk status pendidikan, ekonomi, dan pekerjaan.

Tahapan Pengembangan Diri Manusia.

Pada Modul Kedua: Teori-Teori Sosiologi Komunikasi telah dibahas kerangka teori George Herbert Mead yang menerangkan tentang Paradigma Interaksi Simbolik. Berkait dengan sosialisasi, Mead menjelaskan proses sosialisasi memungkinkan individu mendapatkan keterampilan berkomunikasi atau interaksi sosial.

Pengetahuan komunikasi berisikan informasi menyangkut status dan peran, ketika seseorang telah diajarkan pengetahuan ini oleh agen-agen sosialisasi maka setiap individu dapat menempatkan diri sesuai harapan masyarakat. Kemampuan menempatkan diri dikatakan Mead sebagai pengambilan peranan (role taking), dengan proses-prosesnya

F.Dampak Negatif Media Massa Sebagai Media Sosialisasi

1.Penghilangan Privacy

Contoh:

Pemberitaan sebuah kasus perkosaan seorang gadis di kebun tebu oleh media massa di Jawa Timur pada awal Desember 2007. Sebuah media cetak memuat foto lokasi perkosaan dilengkapi inset foto wajahsi korban. Media itu juga menyebutkan alamat lengkap korban, nama lengkap korban, dan nama orangtuanya. Ironisnya, sampai sekarang pelakunya belum ditangkap dan media tidak mempersoalkan hal ini.

2.Meningkatnya Kekerasan

Contoh: Dalam film, perempuan selalu digambarkan sebagai korban, diperkosa, disakiti. Sosialisasi kekerasan ini akan menjadi lingkaran setan bila film itu sukses dalam pemasaran, karena akan memberi inspirasi kepada produser lain untuk memproduksi film yang serupa atau bahkan lebih keras. Film terakhir yang diputar di India adalah tentang mafia yang diberi nilai humanis untuk kejahatan bawah tanah yang dilakukannya. Dengan demikian, perempuan mendapatkan haknya dengan membalas dendam, yang artinya melakukan kekerasan. Dalam sebuah film yang lain, perempuan digambarkan mencari keadilan dengan membunuh memakai sabit.

□

Media massa lebih banyak memamerkan kekerasan. Akibatnya, terjadi peningkatan jumlah dan kecepatan kekerasan. Dalam film cerita mula-mula orang yang berkelahi hanya saling pukul dengan tinjunya, tetapi

kemudian mulai memakai senjata, granat dan alat pembunuh lain. Adegan perkelahian lalu menjadi hiburan. Kekerasan juga meningkat karena masyarakat menjadi seperti kecanduan terhadap kekerasan, sehingga terbentuklah spiral kekerasan dalam media.

□

Penayangan acara SmackDown di televisi diyakini telah menyebabkan penyimpangan perilaku anak-anak dalam beberapa kasus.

3.Mengubah Gaya Hidup Masyarakat

Contoh: □

Iklan-iklan yang ditayangkan melalui media massa mempunyai potensi untuk mengubah pola konsumsi atau bahkan gaya hidup masyarakat. Media massa pun sering digunakan untuk mempengaruhi dan bahkan membentuk pendapat umum.

□ Anak-anak lebih banyak menghabiskan waktunya di depan layar televisi dibandingkan waktu yang digunakan untuk belajar.

4. Perubahan

Moralisasi dan Peningkatan Pelanggaran Susila Dalam Masyarakat.

Contoh: □

Penayangan film film keras dan brutal melalui televisi dapat menimbulkan perilaku yang keras. Selain itu, dapat pula mempengaruhi sikap dan perilaku agresif pada anak-anak.

Kehadiran media massa di tengah masyarakat memiliki peranan penting dalam proses sosialisasi. Istilah sosialisasi luas sekali artinya, menurut Defleur dan Rokeach (1987), sosialisasi dapat dilihat sebagai suatu rangka pertukaran komunikasi yang kompleks, berjangka panjang dan multidimensional, antara individu dengan berbagai agen masyarakat yang menghasilkan persiapan individu tersebut untuk hidup disuatu lingkungan sosiokultural. Proses sosialisasi juga dapat diartikan sebagai proses belajar nilai dan norma.

Pihak-pihak yang berperan dalam proses seseorang belajar nilai dan norma tadi disebut agen sosialisasi. Agen sosialisasi adalah institusi sosial, tempat orang belajar mengenai wilayah kehidupan yang mereka sendiri tidak terlibat langsung. Maksudnya tanpa mengalami langsung sesuatu hal, kita bisa mempelajari sesuatu dari pihak lain, misalnya kita memahami tentang nasionalisme sewaktu perjuangan kemerdekaan, kita memahami itu hasil dari proses sosialisasi yang dilakukan agen sosialisasi.

Media massa sebagai institusi sosial menjadi salah satu kebutuhan yang utama dalam kehidupan bersama di setiap masyarakat, yaitu kebutuhan akan sarana menyampaikan atau menyebar luaskan informasi kepada sesama anggota masyarakat. Media massa juga diakui berpengaruh untuk sosialisasi nilai-nilai dan norma-norma bagi anggota masyarakat.

Media massa adalah saluran atau komponen komunikasi massa, dimana komunikasi memiliki beberapa karakteristik, diantaranya :

1. Komunikator terlembagakan
2. Peran bersifat umum
3. Komunikasinya bersifat anonim dan heterogen.
4. Media massa menimbulkan keserempakan
5. Komunikasi massa lebih mengutamakan unsur isi
6. Komunikasi massa bersifat satu arah sehingga feedback-nya bersifat tertunda (delayed)

Di tengah-tengah masyarakat media massa dianggap sesuatu yang dapat menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera, dan langsung. Dalam komunikasi

massa pernyataan tersebut diatas kita kenal dengan model jarum hipodemik. Dalam model jarum hipodemik, komunikasi dianggap pasif (tidak berdaya). Artinya, komunikasi menerima begitu saja pesan-pesan yang diberikan oleh media massa tanpa ada pertimbangan atau pemikiran-pemikiran terlebih dahulu. Jika dihubungkan dengan model tersebut, media massa sebagai agen sosialisasi memiliki kekuatan besar untuk menyosialisasikan individu kepada rasa moral dan sosial, misalnya simpati, kasihan, kepada para korban kekerasan, perang, kecelakaan, bencana, dan ketidakadilan sosial. Namun asumsi tersebut tidak berlaku absolut karena pada kenyataannya sikap masyarakat terhadap media, belum meratanya pendidikan dan akses terhadap media massa cukup berpengaruh pada proses sosialisasi yang dilakukan oleh media massa.

Proses sosialisasi berlangsung terus menerus. Sejumlah norma misalnya tentang tata cara makan telah ditanamkan sejak usia dini, sedangkan mengenai hal lain, seperti konsep berumah tangga, baru diberikan ketika seseorang telah menginjak dewasa.

Beberapa bagian dari sosialisasi yang kompleks itu diberikan oleh media massa sebagai agen sosialisasi, baik disengaja maupun tidak, dengan sadar ataupun tidak sadar. Kita juga dapat melihat seorang individu dalam berbagai tahap kehidupannya mungkin saja mempelajari norma-norma kehidupan sosial dari media massa.

Lebih lanjut dikatakan bahwa media massa khususnya televisi merupakan sarana utama dimana kita belajar tentang masyarakat dan kultur (Gerbner, Gross, Morgan, dan Signorelli, 1980; Signorielli, 1980; Signorielli dan Morgan, 1989) melalui kontak dengan televisi (dan media lain) kita belajar tentang dunia, orang-orang, nilai-nilai serta adat kebiasaan.

Proses belajar nilai-nilai serta adat kebiasaan tersebut yang sering dikelompokkan menjadi yang formal dan informal. Dalam masyarakat modern, media massa bertambah penting sebagai agen sosialisasi baik formal maupun informal, sosialisasi yang formal adalah proses yang dilalui secara berstruktur. Seperti sekolah, pelatihan, pengalaman kerja, dan sebagainya. Sedangkan yang diperoleh dari pergaulan, keluarga, pengalaman pribadi merupakan sosialisasi yang informal.

Proses sosialisasi yang dilakukan oleh media massa baik formal maupun informal akan menghasilkan efek yang besar di tengah masyarakat. Ada efek yang diharapkan yaitu fungsi media massa dan ada efek yang tidak diharapkan kita sebut disfungsi media massa.

Fungsi media massa atau efek yang diharapkan dalam proses sosialisasi tersebut ialah masyarakat dapat belajar tentang nilai-nilai atau norma yang berlaku di lingkungan masing-masing. Gunanya agar setiap anggota masyarakat tahu bagaimana berbuat dan berperilaku ditengah masyarakat. Keadaan ini

memungkinkan tegaknya ketertiban sosial karena orang berperilaku menurut pedoman yang telah mereka peroleh lewat proses sosialisasi tadi. Sosialisasi juga merupakan dasar atau basis bagi kelangsungan suatu masyarakat sebagai suatu sistem yang berkesinambungan dan stabil. Setiap orang pasti mengalami proses hidup bermasyarakat, artinya hidup bersama sama dengan orang-orang lain yang ada disekitarnya. Dalam proses sosialisasi yang dilakukan media massa tiap orang belajar tentang berbagai nilai dan norma kehidupan. Melalui proses itu seseorang menjadi tahu tentang apa yang boleh dan tidak boleh, serta apa yang seharusnya dan seyogianya tidak dilakukan dalam hidup ditengah masyarakat untuk tegaknya ketertiban sosial. Akan tetapi selain efek yang diharapkan dari proses sosialisasi yang dilakukan media massa, terdapat pula efek yang tidak diharapkan. Dell Fleur (1970) menunjukkan bahwa media masa dianggap bertanggung jawab mengenai terjadinya lima gejala dalam masyarakat, yaitu :

1. Membuat selera budaya masyarakat menjadi rendah;
2. Menaikan tingkat kenakalan;
3. Ikut menyumbang kerusakan moral secara umum;
4. Menjinakan massa untuk kepentingan politik;
5. Menekan kreatifitas

Selain efek diatas, sistem pemerintah yang dianut akan akan mempengaruhi isi media tersebut. Isi media yang disiarkan media massa di negara yang menganut sistem komunis sudah pasti akan menyosialisasikan bagian dari doktrin partai yaitu nilai-nilai partai. Dan itu merupakan efek yang tidak diharapkan karena telah menjadikan media massa tidak memiliki kebebasan untuk menyosialisasikan nilai-nilai yang lain.

Media massa memiliki pengaruh besar di tengah masyarakat untuk menyosialisasikan berbagai nilai-nilai dan norma. Demikian besarnya peran media massa dalam kehidupan sehingga orang pada umumnya sepakat bahwa cukup banyak hal-hal yang menjadi prilaku masyarakat yang bersumber dari media massa. Berbagai hal yang diperoleh dari media massa itu bahkan menjadi sebagian dari nilai-nilai yang berlaku pada diri seseorang. Karena itu media massa disebut sebagai salah satu agen sosialisasi.

Sifat-sifat Sosialisasi terhadap Individu dan Masyarakat

Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (role theory). Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu.

Menurut Charles H. Cooley

Cooley lebih menekankan peranan interaksi dalam teorinya. Menurut dia, Konsep Diri (self concept) seseorang berkembang melalui interaksinya dengan orang lain. Sesuatu yang kemudian disebut looking-glass self terbentuk melalui tiga tahapan sebagai berikut.

1. Kita membayangkan bagaimana kita di mata orang lain. Seorang anak merasa dirinya sebagai anak yang paling hebat dan yang paling pintar karena sang anak memiliki prestasi di kelas dan selalu menang di berbagai lomba.

2. Kita membayangkan bagaimana orang lain menilai kita. Dengan pandangan bahwa si anak adalah anak yang hebat, sang anak membayangkan pandangan orang lain terhadapnya. Ia merasa orang lain selalu memuji dia, selalu percaya pada tindakannya.

Perasaan ini bisa muncul dari perlakuan orang terhadap dirinya. Misalnya, gurunya selalu mengikutsertakan dirinya dalam berbagai lomba atau orang tuanya selalu memamerkannya kepada orang lain. Ingatlah bahwa pandangan ini belum tentu benar. Sang anak mungkin merasa dirinya hebat padahal bila dibandingkan dengan orang lain, ia tidak ada apa-apanya. Perasaan hebat ini bisa jadi menurun kalau sang anak memperoleh informasi dari orang lain bahwa ada anak yang lebih hebat dari dia.

3. Bagaimana perasaan kita sebagai akibat dari penilaian tersebut. Dengan adanya penilaian bahwa sang anak adalah anak yang hebat, timbul perasaan bangga dan penuh percaya diri.

Ketiga tahapan di atas berkaitan erat dengan teori labeling, dimana seseorang akan berusaha memainkan peran sosial sesuai dengan apa penilaian orang terhadapnya. Jika seorang anak dicap "nakal", maka ada kemungkinan ia akan memainkan peran sebagai "anak nakal" sesuai dengan penilaian orang terhadapnya, walaupun penilaian itu belum tentu kebenarannya.

Media Massa Sebagai Agen Sosialisasi

Agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Ada empat agen sosialisasi yang utama, yaitu keluarga, kelompok bermain, media massa, dan lembaga pendidikan sekolah, jadi Media massa juga merupakan salah satu agen sosialisasi yang paling berpengaruh

Pesan-pesan yang disampaikan agen sosialisasi berlainan dan tidak selamanya sejalan satu sama lain. Apa yang diajarkan keluarga mungkin saja berbeda dan bisa jadi bertentangan dengan apa yang diajarkan oleh agen sosialisasi lain. Misalnya, di sekolah anak-anak diajarkan untuk tidak merokok, meminum minuman keras dan menggunakan obat-obatan terlarang (narkoba), tetapi mereka dengan leluasa mempelajarinya dari teman-teman sebaya atau media massa.

Media massa

Yang termasuk kelompok media massa di sini adalah media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio, televisi, video, film). Besarnya pengaruh media sangat tergantung pada kualitas dan frekuensi pesan yang disampaikan.

Contoh:

- * Penayangan acara SmackDown! di televisi diyakini telah menyebabkan penyimpangan perilaku anak-anak dalam beberapa kasus.
- * Iklan produk-produk tertentu telah meningkatkan pola konsumsi atau bahkan gaya hidup masyarakat pada umumnya

Proses sosialisasi akan berjalan lancar apabila pesan-pesan yang disampaikan oleh agen-agen sosialisasi itu tidak bertentangan atau selayaknya saling mendukung satu sama lain. Akan tetapi, di masyarakat, sosialisasi dijalani oleh individu dalam situasi konflik pribadi karena dikacaukan oleh agen sosialisasi yang berlainan.

Sifat-sifat sosialisasi

Adapun yang dimaksud dengan sosialisasi itu: merupakan label yang diberikan untuk sesuatu yang kompleks dan jangka panjang dan multidimensional terhadap perubahan komunikasi antara seseorang dengan pelbagai agen dari masyarakat yang tujuannya untuk menyiapkan pribadi agar bisa hidup dalam satu lingkungan sosial budaya.

Dari perspektif individu, maka sosialisasi membantu kita untuk berkomunikasi, berpikir, memecahkan masalah dengan teknik yang pas bagi masyarakat, dan secara umum dapat membuat kita beradaptasi secara unik dengan lingkungan pribadi kita. Dengan memahami pandangan tentang masyarakat maka sosialisasi dapat membawa anggotanya ke dalam suatu proses penyesuaian dengan aturan sosial yang ada maupun aturan yang akan diramalkan datang kemudian.

Sosialisasi terhadap individu

Antropologi

Dalam antropologi, sosialisasi diterangkan sebagai awal proses bagaimana seorang anggota baru dari suatu masyarakat mengambil kemudian menggunakan aspek-aspek lain di luar kebudayaan dan diinterdalisasikan bagi dirinya dalam kebudayaan atau disebut term enkulturasi (enculturation). Proses internalisasi melalui pemindahan aspek-aspek baru itu tidak hanya dalam adat dan tradisi kebudayaan yang lain namun juga dalam bahasa, pemakaian artefak seni, legenda, mitos, kepercayaan, maupun lagu-lagu rakyat. Jika orang mengganti seluruh aspek dari kebudayaan lain ke dalam dirinya hal itu disebut dengan asimilasi.

Menurut Soekanto (1989) asimilasi menghasilkan unsur kebudayaan baru yang timbul sebagai akibat pergaulan orang-orang dari kelompok-kelompok yang

berlainan. Unsur-unsur kebudayaan baru tersebut berbeda dengan kedua kebudayaan yang bertemu.

Bagaimana hubungannya dengan media massa? sedangkan media massa dapat berperan dalam mendorong mempercepat penggantian norma-norma serta tata nilai melalui pencampuran dua unsur kebudayaan atau lebih membentuk suatu unsur yang baru sama sekali dari kebudayaan itu.

Psikologi

Psikologi cenderung memandang sosialisasi sebagai proses seseorang mempelajari, menerima sesuatu pengaruh stimulus dari luar karena melalui proses semacam ini seseorang mengontrol keinginan atau bawaan dasarnya ke arah yang lebih baik sehingga tidak bersifat merusak. Paradigma teroris dari Freud tersebut dapat diterapkan dalam segala bidang termasuk menjelaskan bagaimana hubungan antara pesan-pesan media dengan sikap seseorang.

Media massa sangat berperan dalam sosialisasi pesan-pesannya untuk mendorong dan membangkitkan unsur Id yang dimiliki oleh audien, yaitu membangkitkan kepuasan yang rendah, selera hewani secara berlebihan dari manusia, misalnya mendorong nafsu makan dan sebagainya.

Selain itu media juga dapat mempengaruhi kesadaran manusia melalui penerimaan pesan-pesan melalui unsur ego. Orang belajar mengetahui sesuatu demi peningkatan pengetahuannya, pandangan dan pendapatannya serta keyakinannya secara intelektual artinya membangkitkan keingintahuan. Pada tingkat superego, media diharapkan mengendalikan dirinya, mengatur dirinya, menata kembali nilai dan norma demi manusia sendiri.

Sosiologi

Menurut sudut pandang ilmu sosiologi, satu merupakan langkah pengetahuan mereka tentang apa yang mereka butuhkan karena menjadi anggota suatu kelompok misalnya keluarga. Kedua, memberikan bagi setiap individu untuk memahami jenis-jenis kelompok yang membentuk suatu masyarakat. Meskipun tidak pernah menjadi anggota secara langsung harapan terhadap kelompok ini, misalnya harapan orang terhadap pelayanan pemerintah, rumah sakit, asuransi, tim sepakbola PSSI, polisi dan lain-lain.

Jadi, melalui keikutsertaan seseorang dalam suatu kelompok baik bersifat membership ataupun reference member ataupun partisipan namun kelompok-kelompok itu dapat berperan sebagai sosialisasi nilai, dalam hal ini termasuk media massa.

Sosialisasi bagi Masyarakat

Sosialisasi dapat dikatakan sebagai usaha suatu masyarakat (kumpulan individu) untuk melanjutkan sistemnya menjadi lebih stabil. Perjuangan itu terjadi secara konstant dari anggotanya semenjak lahir sampai kematiannya demi kelangsungan

sistem secara kontinyu. Hal ini memungkinkan terjadi karena dasar dari organisasi sosial dan kebudayaan secara umum ditransmisikan melalui proses sosial.

Televisi dan Media Massa sebagai Komunikasi Massa

Media massa adalah suatu alat yang digunakan seseorang untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas atau orang. Media massa era sekarang secara umum bisa dibagi dua yaitu media massa cetak yang berarti media massa memiliki fisik yang bisa disentuh secara fisik dan media massa elektronik dalam hal ini media yang memiliki perantara melalui audio, audio visual atau online. Dalam masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi massa. Selain itu, animo individu atau masyarakat yang tinggi terhadap program komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan internet menjadikan setiap saat individu atau masyarakat tidak terlepas dari terpaan atau menerpa diri terhadap media massa. Komunikasi massa adalah pesan komunikasi melalui media massa kepada orang banyak. Komunikasi massa menyampaikan informasi, ide, dan sikap kepada berbagai komunikan yang jumlahnya cukup banyak dengan menggunakan media massa. Fungsi media massa dalam sistem komunikasi penyiaran di tataran sosial meliputi:

1. Informasi, yang bersifat pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan dan penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, pendapat serta komentar yang semuanya sangat perlu untuk dipahami. Artinya orang bisa memahami keadaan masyarakat lingkungan atau masyarakat luas.
2. Sosialisasi dan integrasi, seseorang bertindak sebagai anggota masyarakat yang berguna bagi lingkungannya, seseorang bisa mengintegrasikan dirinya sehingga mudah saling mengenal serta saling menghormati cara hidup, pandangan hidup, aspirasi kebudayaan orang lain, atau kelompok lain yang berlainan.
3. Motivasi, akan memberikan rasa percaya diri kepada khalayak, sehingga akan selalu berusaha mencapai tujuan.
4. Debat dan diskusi, karena sifatnya berupa fakta dan kejadian.
5. Menyiarkan pengetahuan untuk memajukan perkembangan intelektual, pembentukan sifat demi tercapainya kepandaian/keterampilan serta kesanggupan di semua tingkat kehidupan.
6. Pembinaan kebudayaan, penyebaran hasil-hasil kebudayaan dan kesenian yang bertujuan. Melestarikan warisan masa lalu serta mempertahankan nilai luhur yang terkandung di dalamnya, juga memperluas cakrawala pandangan masyarakat, menggugah serta menumbuhkan imajinasi serta menggerakkan daya kreativitas. Di samping itu, sanggup menerima peluberan siaran dari luar negeri yang berbeda budaya, sikap hidup dan adat kebiasaan. Hal ini disebabkan penyebaran dan pelestarian budaya, yang bertujuan memperkukuh kebudayaan sendiri serta berkemampuan untuk mengadaptasi

dirinya terhadap kebudayaan asing tanpa mengorbankan kebudayaan sendiri.

7. Hiburan, penyiaran drama, tarian, kesenian, sastra, music, olahraga, permainan dan kegiatan fisik, emosi atau kejiwaan lainnya, melalui isyarat-isyarat, lambang-lambang, suara dan gambar, bertujuan untuk menciptakan kenikmatan bersama yang bersifat rekreasi bersama.

Televisi sebagai Media Massa

Perkembangan televisi sebagai media massa begitu pesat, karena sangat dirasakan manfaatnya, dalam kurun waktu yang relative singkat, dapat menjangkau wilayah dan jumlah penonton yang tidak terbatas. Televisi telah menjadi suatu fenomena besar abad ini, hal ini harus diakui bahwa perannya sangat besar dalam membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum, termasuk pendapat umum untuk menyukai produk-produk industri tertentu. Televisi sebagai media massa modern, memiliki peranan dalam pembangunan nasional sebagai agen pembaharu (*agent of social change*) dalam hal ini mempercepat proses peralihan masyarakat tradisional ke masyarakat modern. Televisi dinilai sebagai media massa yang paling efektif saat ini dan banyak menarik simpati masyarakat luas, karena perkembangan teknologinya begitu luas.

Soal:

1. Berikanlah beberapa pendapat tokoh-tokoh tentang arti media massa?
2. Jelaskan jenis-jenis media massa?
3. Cobalah identifikasi karakteristik dari media massa tersebut?
4. Apakah tinjauan sosiologi, psikologi dan antropologi tentang peran media massa dalam masyarakat?
5. Apakah yang dimaksud sosialisasi?
6. Media massa yang manakah yang lebih besar pengaruhnya terhadap perubahan sikap dan perilaku masyarakat? Jelaskanlah!

Daftar Pustaka

- Alo Liliweri. 1991. Memahami Peran Komunikasi Massa. Dalam Masyarakat. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Soetarjo. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta. Prestasi Pustaka.
- Heru Puji Utomo. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta. Prestasi Pustaka.
- Burhan Bungin. 2006. Sosiologi Komunikasi Massa. Surabaya. Kecana Pranada Media Group.
- Charles R. Wright. Sosiologi Komunikasi Massa. Bandung. Remaja Rosda Karya.

Jumaidin, La Ode. 2008. Sosiologi Komunikasi Dalam Realitas Komtemporer: Antara Positivisme dan Humanisme. Bandung. Humainiora Utama Press.

Syaam, Wina W. 2009. Sosiologi Komunikasi. Bandung. Humaniora.