

Telaah Sosiologis tentang Komunikasi Massa



PENDAHULUAN

Meskipun kegiatan komunikasi massa adalah kegiatan sosial, dan seluruh kegiatan sosial termasuk ke dalam lingkup bahasan sosiologi. Namun, nyatanya telaah sosiologis terhadap fenomena komunikasi massa belum sepenuhnya berkembang seperti yang diharapkan. Padahal dapat dikatakan bahwa komunikasi massa merupakan objek studi sosiologi yang penting. Sehubungan dengan itu dalam modul ini akan dibahas mengenai telaah sosiologis terhadap komunikasi massa. Pada materi ini akan dapat terlihat apa yang merupakan hambatan proses telaah sosiologis sehingga perkembangannya tidak seperti yang diharapkan.

Secara umum, tujuan dari modul ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan telaah sosiologis terhadap komunikasi massa. Di samping itu, akan dibahas juga masalah pokok-pokok bagian sosiologi pada komunikasi massa.

Secara khusus, setelah mempelajari modul kedua ini, Anda diharapkan dapat memahami:

1. telaah sosiologis tentang komunikasi;
2. kecenderungan yang ada;
3. hal-hal yang belum dikaji menurut beberapa riset yang ada.

Kajian Sosiologis mengenai Komunikasi Massa

Pada bagian sebelumnya telah Anda pelajari kegiatan komunikasi massa yang langsung berhubungan dengan masalah faktual kemasyarakatan. Itu berarti bahwa hampir pada setiap hal yang terjadi di tengah masyarakat, besar kemungkinan ada kaitannya dengan komunikasi massa. Masyarakat umumnya mengetahui apa yang telah dan sedang terjadi di tengah-tengah kehidupan mereka sehari-hari dari media komunikasi massa. Misalnya dari mana masyarakat tahu bahwa harga bahan bakar minyak dinaikkan? Atau bahwa tarif bus kota masih tetap seperti sebelumnya walau harga solar mengalami kenaikan? Tentu masyarakat mengetahuinya dari media massa, bukan?

Kemudian melalui media massa pula dapat dikemukakan aspirasi ataupun respons masyarakat terhadap sesuatu hal yang terjadi. Misalnya dari media massa kita jadi tahu bahwa kaum pekerja sebuah pabrik menuntut kenaikan upah mereka sesuai dengan ketentuan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah. Pernah pula kita baca di surat kabar mengenai keluhan masyarakat di suatu tempat berhubungan pemukiman mereka tercemar limbah yang berasal dari industri yang berlokasi di situ.

Namun sayangnya, kenyataan menunjukkan bahwa perhatian yang mendalam dari kalangan sosiolog terhadap masalah komunikasi massa belum cukup menggembirakan. Kenyataan tersebut terutama disebabkan oleh begitu luasnya bidang bahasan komunikasi massa, dan juga karena kecenderungan pembahasan sosiologis mengenai masalah komunikasi massa, yang pada umumnya tidak dilakukan secara spesifik dan mendalam. Kebanyakan kajian sosiologis yang ada selama ini hanya menyinggung secara sambil lalu beberapa aspek sosiologi yang erat pertautannya dengan komunikasi massa, seperti sosialisasi, sosial kontrol, perubahan sosial, dan sebagainya. Namun, umumnya uraian tentang komunikasi massa dalam kajian tersebut hanya sekadarnya saja dan tidak dibahas secara mendetail. Dalam Ogburn dan Nimkoff (1960), misalnya disinggung sekilas mengenai manajemen opini publik dan propaganda (dalam bab mengenai perilaku kelompok).

Kepustakaan sosiologi yang dengan sengaja mengkaji aspek-aspek sosiologi komunikasi massa hingga saat ini belum memadai jumlahnya, terutama jika dibandingkan dengan telah begitu besarnya perhatian sosiologi kepada berbagai fenomena sosial yang lain dari kehidupan masyarakat. Buktinya sekarang ini dengan mudah dapat ditemukan buku-buku mengenai sosiologi industri, sosiologi pendidikan, sosiologi keluarga, sosiologi politik, sosiologi agama, dan sebagainya. Tidak demikian halnya dengan kajian sosiologi komunikasi massa.

Sebenarnya hal ini sudah sejak lama disadari. Duncan (1967), misalnya mengemukakan bahwa kajian sosiologis mengenai komunikasi tidak lagi cukup hanya sekadar untuk mengatakan bahwa "masyarakat eksis dalam komunikasi". Karena hal itu sudah dinyatakan orang sejak dulu, dan bahkan (tidak diragukan) akan diulangi terus nantinya. Yang diperlukan adalah jiwa suatu kajian yang menunjukkan *bagaimana* masyarakat eksis dalam komunikasi.

Penerapan analisis sosiologis terhadap media massa memang belum dilakukan seperti yang diharapkan. Menurut pengamatan McQuail (1975), kajian sosiologis mengenai komunikasi massa yang ada sejauh ini baru dalam bentuk yang tidak sistematis dan terserak-serak. Selain itu, ada analisis semacam itu yang terlalu memusatkan diri pada usaha mencari bukti-bukti mengenai efek langsung komunikasi, dan sering menghasilkan interpretasi satu sisi yang tidak konsisten mengenai makna komunikasi massa.

Kecenderungan seperti yang dikemukakan di atas mengakibatkan tinjauan sosiologi terhadap komunikasi massa selama ini, terasa terpotong-potong dan memperlakukan komponen-komponen komunikasi massa seakan-akan sebagai bagian-bagian yang saling terpisah satu sama lain. Tinjauan seperti ini misalnya mengkhususkan pembahasannya hanya pada peranan media tertentu dalam penanaman nilai-nilai sosial, tanpa mempersoalkan bagaimana komunikatornya, dan bagaimana khalayaknya. Padahal telah terbukti bahwasanya antara semua komponen komunikasi massa hubungannya saling terpaut satu sama lain, dan tidak dapat dipisahkan.

Terlambatnya perkembangan sosiologi komunikasi massa, menurut McQuail, juga disebabkan adanya dominasi oleh dua tema atau orientasi di tengah sekian banyak kemungkinan wilayah bahasan yang seyogianya diungkap oleh studi ini. Kedua tema atau orientasi itu adalah yang *pertama*, hanya berkepentingan pada politik dan kebudayaan masyarakat massa (*mass society*), sedang yang *kedua*, berangkat dari penggunaan dana dan daya yang

begitu besar (ketika itu), yaitu studi-studi empiris mengenai efek langsung komunikasi massa terhadap opini, sikap mental (*attitude*), informasi, dan perilaku individu yang dikenai (1980, hlm. 17).

Pada kesempatan lain McQuail (1980) juga mengungkapkan bahwa studi komunikasi di kalangan sosiologi ternyata tidak berkembang sebagaimana yang seharusnya, terlepas dari kedekatannya dengan sejumlah masalah dasar mengenai kehidupan sosial dan pentingnya permasalahan tersebut secara intrinsik.

Sebagian dari keadaan tersebut disebabkan kesukaran tertentu yang dihadapi dalam memisahkan komunikasi dari interaksi sosial secara umum. Juga dapat dimengerti jika para sosiolog selama ini telah begitu hati-hati dalam memperlakukan banyak "problem sosial dalam arti komunikasi", ketika hal tersebut sesungguhnya akan lebih tepat dianalisis dalam kaitan pengertian kekuasaan dan konflik.

Beberapa aliran pemikiran di lingkungan sosiologi dengan aneka paradigmanya mengenai analisis sosial yang berkembang selama dekade terakhir, dalam satu dan lain hal memang telah menentang atau bersikap lalai terhadap perspektif komunikasi. Penerapan sosiologi secara awal (*early sociology*) telah menaruh perhatian (*concerned*) mengenai kemiskinan dan disorganisasi sosial, serta memfokuskan perhatian terhadap isu-isu spesifik dan substantif yang memerlukan pemecahan dalam bentuk material, sedangkan pemikiran fungsionalisme struktural dan sistem sosial justru cenderung berpusat pada pola-pola dan hasil (*outcomes*) dari proses-proses sosial daripada isi (*content*) dan dinamika proses-proses itu sendiri. Sementara itu sosiologi yang radikal, baik yang Marxist ataupun neo-Marxist, juga lebih memperhatikan terhadap persoalan-persoalan struktural (setidaknya dalam variasi Anglo Saxon), sedangkan aliran sosiologi fenomenologis dan etnometodologis di satu pihak memang hampir secara eksklusif menaruh perhatian pada masalah komunikasi, akan tetapi itu pun hanya pada aspek-aspek tertentu.

Padahal yang seharusnya, analisis sosiologis yang dimaksud haruslah berhasil mengupas interaksi yang terjadi di antara sesama khalayak komunikasi massa, antara komunikasi massa (komponen-komponennya) dengan masyarakat secara keseluruhan, dan antara media massa dengan individu-individu anggota masyarakat, dengan segala aspek permasalahannya.

Bila ditelusuri, penyebab belum mendalamnya kupasan sosiologis mengenai keseluruhan aspek fenomena komunikasi massa, antara lain dikarenakan:

1. luasnya cakupan dan banyaknya ragam kegiatan komunikasi massa itu sendiri. Keluasan dan keragaman itu, menurut McQuail (1975) menyebabkan kajian sosiologis mengenai hal ini pada mulanya memang terasa cukup dikenal permasalahannya, namun hal itu sekaligus merupakan kesulitan yang utama untuk menetapkan dengan pasti, tentang dari mana kajian tersebut harus dimulai, dan di mana batas tempat berhenti;
2. perkembangan model dan teori komunikasi, pada tahap awalnya amat terpengaruh oleh konsep matematis dan psikologi sehingga bila diamati dengan cermat, tampaknya seolah-olah diasumsikan bahwa kegiatan komunikasi terjadi di suatu lingkungan vakum yang terpisah dari proses sosial di sekitarnya.

Memang di antara kepustakaan teori komunikasi sendiri yang termasuk mula-mula dikenal adalah karya Shannon, C.E., dan Weaver, W., (1949), dalam *The Mathematical Theory of Communication*, (Urbana: University of Illinois Press). Teori yang mereka kemukakan jelas disandarkan pada pendekatan *engineering* elektronika;

3. adanya kecenderungan selama ini bahwa dalam membahas masalah-masalah kemasyarakatan, banyak yang terkungkung di balik definisi-definisi masyarakat yang sudah dikenal dalam tradisi saja. Menurut Sapir seharusnya yang diartikan sebagai masyarakat itu tidak lain adalah suatu jaringan yang kompleks mengenai pengertian-pengertian, baik yang bersifat sebagian maupun yang sepenuhnya, di antara para anggota unit-unit organisasional dengan segala besaran (*magnitude*) maupun kompleksitasnya. Dengan begitu Sapir mengemukakan bahwa semua jaringan pengertian yang tercapai di antara berbagai pihak sejak antara sepasang kekasih hingga antarkelompok politik di suatu negara, bahkan antarbangsa pada tingkat yang lebih luas, termasuk ke dalam pengertian mengenai konsep masyarakat tersebut. Itu pula sebabnya ia menyimpulkan bahwa setiap pola kebudayaan dan tindakan dalam perilaku sosial selalu melibatkan komunikasi, baik secara eksplisit maupun implisit.

A. FOKUS TINJAUAN

Sekalipun secara terpisah-pisah, sebenarnya telah ada usaha-usaha untuk merumuskan konsepsi sosiologis mengenai komunikasi massa. Akan tetapi, seperti kebanyakan cabang disiplin sosiologi, untuk bidang ini memang belum ada suatu bentuk teori yang terpadu, dan baru merupakan rangkaian perspektif dan orientasi umum dengan beberapa teori dan konseptualisasi *middle-range* dan konseptualisasi (McQuail, 1975).

Rangkaian perspektif itu menurut McQuail membuahkan tiga macam hasil, yaitu teori "masyarakat massa", pendekatan sistem sosial terhadap komunikasi massa, dan penerapan analisis fungsional terhadap komunikasi massa.

Teori masyarakat massa merupakan suatu konsep yang berpendapat bahwa telah terbentuk suatu khalayak yang bersifat "mass" sebagai produk dari eksistensi media massa dan sistem produksi massal di abad modern. (Kupasan yang lebih lengkap tentang masyarakat massa dibahas pada modul lain).

Pendekatan sistem sosial terhadap komunikasi massa dipelopori oleh Riley dan Riley (1959) yang mengemukakan banyaknya temuan studi komunikasi, yang sesungguhnya dapat dipadukan ke dalam kerangka kerja, yang diajukan oleh teori-teori sistem sosial yang relevan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan bukti-bukti bahwa khalayak dalam komunikasi massa dipengaruhi oleh lingkungannya, hubungan dengan kelompok primer (*primary group*) dan sekunder (*secondary group*), serta kelompok referensi (*reference group*) lainnya. Dan melalui semua itu, terjadi hubungan dengan struktur sosial yang lebih luas. Pada saat yang sama, komunikator pun adalah bagian dari suatu pola yang lebih luas, yang menyampaikan pesan-pesannya sesuai dengan permasalahan, ekspektasi, dan tindakan orang-orang lain (dan kelompok) dalam sistem yang sama, serta berkaitan dengan khalayak itu sendiri.

Dalam menerapkan pendekatan sistem sosial ini, Riley dan Riley mengajukan sejumlah permasalahan untuk dikaji lebih lanjut.

1. Bagaimana proses komunikasi massa menjadi pas (*fit*) ke dalam suatu proses sosial yang lebih luas?
2. Pada titik mana arus komunikasi massa disuplemen (dilengkapi) oleh arus komunikasi antarpribadi, transfer barang ataupun uang, atau oleh gerakan orang?
3. Apa fungsi komunikasi massa bagi sistem sosial secara keseluruhan?

Selain Riley dan Riley, Parson dan White (1960) juga menentang pendekatan sistem sosial terhadap komunikasi massa. Mereka mengusulkan agar sistem komunikasi massa dilihat sebagai suatu sistem sosial yang khas (*distink*), sama halnya ketika kita mengenal adanya sistem ekonomi, sistem politik, dan sebagainya. Sistem komunikasi massa merupakan sesuatu yang harus ada dalam suatu masyarakat yang telah berkembang, yang setiap unsurnya dapat dibeda-bedakan (*differentiated*). Dalam masyarakat seperti ini telah ada pembagian kerja dan fungsi yang jelas. Ada yang berfungsi sebagai produsen, dan ada yang berperan sebagai konsumen.

Pandangan ini didasarkan pada alasan bahwa sistem komunikasi massa menyangkut penataan spesialisasi fungsi antara unit produsen dan unit konsumen, dan yang terpenting adalah adanya bermacam-macam keluaran atau *output* komunikasi. Dengan demikian, menjadi jelas bagi kita bahwa sejumlah pembagian kerja dan peran telah tercipta di lingkungan aktivitas komunikasi massa, yaitu ada yang menjadi wartawan, ada yang menjadi pengecer dan penjaja, dan ada yang menjadi pembaca. Sejumlah orang berfungsi sebagai bintang film, sutradara, dan produser, sedangkan selebihnya menjadi penonton.

Seterusnya dikemukakan bahwa, sistem komunikasi massa menyangkut konsentrasi yang relatif dari sumber-sumber (*resources*) di tangan produser besar. Kemudian sistem ini menyangkut pula dijauhkannya (aliansi) khalayak dari pengendalian ataupun pengawasan atas sumber-sumber komunikasi karena hal itu menyangkut pula mekanisme kontrol yang ada, baik yang formal maupun informal, yang telah melembaga.

Yang menarik dari Parson dan White adalah tinjauan mereka mengenai perubahan struktural yang juga terjadi pada sistem komunikasi massa, mirip dengan sistem ekonomi dan politik. Pada sistem komunikasi massa, perubahan struktural tersebut adalah:

1. **eksistensi** atau perluasan, yaitu semakin meningkatnya penjangkauan sistem komunikasi massa akan bahan-bahan kultural (*cultural materials*);
2. **diferensiasi** atau penganekaan, yaitu meningkatnya jumlah media yang tersedia berikut spesialisasi yang tinggi dalam corak dan isinya;
3. **upgrading** atau peningkatan, yaitu membaiknya mutu dari media yang ada baik ditinjau dari segi kuantitatif maupun kualitatif.

Perluasan liputan komunikasi massa dapat mencakup materi yang lebih menyeluruh. Saat ini saja jika Anda amati, setiap media berlomba-lomba melengkapi isinya begitu rupa sehingga setiap aspek kehidupan ada di dalamnya. Anda baca sebuah koran, akan bertemu kolom, rubrik, bahkan halaman khusus yang disediakan oleh media yang bersangkutan untuk hampir segala segi kehidupan. Ada yang khusus disediakan untuk masalah hiburan, bercocok tanam, masak-memasak, rubrik jodoh, jual-beli rumah, menata taman, dan sebagainya. Hal ini juga merupakan petunjuk bahwa semakin hari kebutuhan informasi khalayak memang semakin bertambah ragamnya. Pembaca tidak lagi merasa cukup bila disodori berita dan hiburan saja, tetapi membutuhkan sekian banyak hal lain di samping itu.

Begitu pula dengan penganekaragaman atau diferensiasi media. Bila Anda berjalan-jalan ke toko buku atau pengecer koran, coba hitung berapa banyak jenis surat kabar dan majalah yang tersedia. Sekarang ini telah terjadi spesialisasi media begitu rupa. Anda ingin membaca media olahraga, tinggal pilih selain yang bersifat menyeluruh, ada pula media yang mengkhususkan diri menurut cabang olahraga, seperti bela diri, catur, golf, bulutangkis, dan sebagainya. Di bidang ekonomi, selain yang umum ada majalah khusus tentang pasar modal, perumahan, perbankan, kemaritiman, dan sebagainya. Siaran radio pun demikian juga. Kini telah ada stasiun radio yang khusus ditujukan untuk khalayak wanita, remaja, dan golongan usia tua.

Dalam hal peningkatan, jelas terlihat dalam hal penampilan dan isi media. Di bidang penampilan, berkat kemajuan teknologi di segala bidang, media massa juga bertambah canggih dalam tampilannya. Surat kabar dan majalah dewasa ini, kecuali dicetak dengan mesin percetakan *offset*, juga dihiasi dengan tata warna yang menarik. Radio siaran sebagian besar telah menggunakan gelombang FM yang membuat suara musik lebih nyaman didengarkan ketimbang gelombang AM di masa lalu. Televisi juga mengalami hal yang sama, berkembang dari yang tadinya hitam putih, kini berwarna dan stereo, bahkan digital.

Agar pembahasan sosiologis mengenai fenomena komunikasi (tentunya termasuk komunikasi massa di dalamnya), dapat mengungkapkan bagaimana masyarakat eksis dalam komunikasi, Duncan (1967) mengusulkan sebagai langkah pertama adalah meyakini lebih dulu bahwa simbol-simbol memang menegakkan tatanan sosial. Ia berangkat dari asumsi dasar bahwa bagaimana manusia berhubungan satu sama lain adalah ditentukan oleh:

1. jenis-jenis simbol yang digunakan;
2. tujuan penggunaan;
3. jenis atau lapisan manusia yang menggunakan simbol-simbol tertentu;
4. dalam jenis tindakan apa, digunakan simbol-simbol yang dimaksud.

Selanjutnya Duncan berpendapat bahwa suatu teori sosial komunikasi tidak akan terwujud jika langkah pertama tadi tidak dipenuhi lebih dahulu. Alasannya, cara kita berkomunikasi tidak dapat menentukan cara kita berhubungan satu sama lain, itu berarti masih ada realitas lain di balik komunikasi yang menentukan hubungan-hubungan yang terjadi. Realitas tersebut dapat berupa ekonomi, politik, kesukuan, seksual, filosofis, atau religius, dan dapat dinyatakan dalam bentuk kasta, kelas, birokrasi, status, mobilitas sosial, dan sebagainya.

Selanjutnya dikemukakan bahwa, bagaimana sesuatu hal diekspresikan sehingga tidak berkaitan dengan cara ia berfungsi dalam menciptakan tatanan sosial sehingga komunikasi menjadi sesuatu yang bersifat residual, dan bukan termasuk kategori pengalaman sosial yang menentukan (konstitutif).

Konkretnya, yang diinginkan Duncan adalah suatu teori sosial komunikasi yang menggambarkan bagaimana bentuk-bentuk komunikasi menentukan suatu tatanan sosial, dan pada gilirannya, bagaimana masalah-masalah dalam pencapaian suatu tatanan sosial menentukan bentuk-bentuk komunikasi dalam suatu masyarakat. Tegasnya, ia mengharapkan:

"Kita harus menciptakan suatu model tentang *manusia* sebagai *komunikator*. Persis, seperti para ekonom, ilmuwan politik, sosiolog agama, dan psikolog, telah menciptakan model-model mereka tentang manusia ekonomi, politik, religius, dan seksual. Dan model yang diciptakan itu harus sosiologis".

Sebagai pengetahuan umum, Anda pernah mendengar istilah-istilah seperti *homo economicus* yang berarti manusia ekonomi, atau manusia politik (*homo politicus*). Lalu ada juga istilah yang agak santer tentang orang Jepang yang sering disebut sebagai makhluk ekonomi (*economic animal*). Istilah-istilah tadi sebenarnya ingin menunjukkan beberapa karakter atau sifat manusia dihubungkan dengan bidang kehidupan tertentu. Dalam kaitan ini Duncan ingin menunjukkan bahwa manusia juga pada hakikatnya merupakan *makhluk komunikatif* karena memang tanpa komunikasi manusia tidak akan dapat berkembang dalam kehidupannya.

Mengenai hal ini, Gerbner (1967) berpandangan bahwa cara-cara manusia merefleksikan diri pada masalah-masalah kebendaan, bertindak atas suatu persoalan, dan berinteraksi satu sama lain, berakar pada kemampuan mereka menata citra, memproduksi pesan-pesan, dan menggunakan sistem-sistem simbol yang kompleks. Karena itu komunikasi dapat didefinisikan sebagai interaksi sosial melalui pesan-pesan.

Studi mengenai media massa, menurut Gerbner, berkisar di seputar permasalahan analisis dan teori tentang sistem pesan, analisis proses institusional, serta penyelidikan tentang hubungan-hubungan antara sistem pesan, struktur sosial dan organisasional, pembentukan citra, dan kebijakan publik. Pokok-pokok permasalahan yang berkenaan dengan hal itu, antara lain adalah:

1. bagaimana media menyusun dan menstrukturkan sistem-sistem pesan mereka pada waktu yang berbeda dan pada masyarakat yang berlainan;
2. bagaimana sistem-sistem produksi pesan dan distribusi massa diorganisasikan, dikelola, dan dikendalikan;
3. perspektif dan pola pilihan-pilihan apa yang oleh sistem-sistem tersebut disediakan bagi publik tertentu;
4. dalam proporsi, jenis, tingkat perhatian, penekanan (*emphasizing*), dan daya tarik yang bagaimana, publik menimbang pilihan-pilihan tersebut;
5. bagaimana sistem umum dari citra publik (*public image*), dan apa perspektif bersama mengenai eksistensi, prioritas, nilai-nilai, dan hubungan yang oleh masing-masing struktur pilihan tadi cenderung untuk ditanamkan.

Dalam hubungan dengan studi sosiologis ini, menurut McQuail (1987) bukan cuma sekadar relevan untuk mempelajari komunikasi massa dengan bermacam teori, tapi juga menggarisbawahi kenyataan bahwa komunikasi massa mempunyai aspek-aspek unik yang membutuhkan suatu cabang teori komunikasi yang khas. Teori yang dimaksud lebih sosiologis ketimbang psikologis, dan lebih normatif dari teori yang relevan dengan proses-proses mikro komunikasi (seperti *learning*, persepsi, *encoding* teks, pola interaksi, dan respons) adalah teori yang lebih *precise*, lebih universal, dapat diandalkan, dan bersifat prediktif. Ini disebabkan oleh jenis komunikasi massa yang terikat dengan keseluruhan kehidupan suatu masyarakat (nasional), dan amat dipengaruhi oleh lingkungan terdekat, peristiwa budaya, dan historis. Dengan demikian, menurut McQuail, mengkaji komunikasi

massa dengan cara menyeluruh (*in a holistic way*) adalah mengkaji keseluruhan masyarakat (dalam suatu tatanan global), dan ini belum pernah dicapai secara memuaskan.

B. HAL-HAL YANG BELUM DITELITI

Telah dikemukakan di bagian sebelumnya bahwa kajian sosiologis terhadap komunikasi massa masih terbatas. Padahal berbagai permasalahan sosiologis yang menyangkut komunikasi massa masih belum diperoleh jawaban yang tuntas. Untuk itu, terdapat sejumlah hal yang perlu dikaji lebih lanjut, dengan melakukan hal-hal sebagai berikut.

1. Riset yang secara mendetil memetakan pola menyeluruh dari perilaku komunikasi bagi seperangkat individu atau suatu lokasi tertentu, akan membantu kita dalam memahami secara lebih baik sejumlah faktor yang mempengaruhi partisipasi dalam bermacam bentuk jaringan atau sistem komunikasi, dan sejumlah konsekuensi dari partisipasi ataupun keabsenan pada jaringan yang dimaksud.

Jaringan utama yang harus dipertimbangkan adalah:

- a. keluarga, relasi, dan teman-teman pribadi;
- b. yang didasarkan pada lokalitas dan ketetanggaan;
- c. yang didasarkan pada pekerjaan atau jabatan;
- d. yang didasarkan pada aktivitas sosial atau politik yang sukarela, serta
- e. sistem komunikasi massa lokal dan nasional.

Konsekuensi partisipasi yang menarik untuk dikaji antara lain, tentang perolehan (*acquisition*) informasi, opini, keyakinan, derajat keterikatan (*degree of attachment*) kepada jaringan sosial dan lokalitas, dan derajat keterasingan atau keterpaduan yang berhubungan dengan aneka derajat dan jenis partisipasi. Studi mengenai hal ini harus juga mengkaji bermacam cara berkomunikasi, seperti menulis surat, penggunaan telepon, perjalanan, sebagaimana juga pidato, dan komunikasi massa.

2. Riset yang berkenaan dengan hubungan (*relationship*) bukan ditandai oleh berbagai saluran jaringan, tetapi antarmodel komunikasi, khususnya antara gerakan simbol-simbol, objek fisik (termasuk manusia), dan sumber-sumber finansial. Dalam satu dan lain hal, lalu lintas kata-kata dan *image* berhubungan dengan gerakan orang, barang, dan dengan

proses pertukaran ekonomis, dan dapat berarti mewakili dan mencerminkan salah satu dari keduanya. Contohnya negara-negara yang berada di bawah pengaruh suatu negara tertentu, dengan sendirinya akan terlihat arus komunikasi yang berlangsung di antara negara-negara tersebut. Salah satu contohnya, dapat dilihat dari arus komunikasi dalam bentuk pertukaran program televisi antara negara barat dengan negara-negara berkembang.

Sejauh ini hanya sedikit usaha yang mencoba mengakomodasikan aneka jenis komunikasi ini dalam suatu kerangka analisis bersama. Kelalaian ini bersumber pada kurangnya pengembangan konseptual. Namun, perkembangan yang cepat dalam teknologi komunikasi sekarang ini, memperkuat hubungan antara tiga model komunikasi dan menjadikannya suatu lapangan salah yang mendesak untuk ditangani.

3. Riset yang berkenaan dengan distribusi kebutuhan komunikasi di antara orang dan faktor-faktor struktur sosial yang membentuk, dan membatasi perilaku komunikatif. Memang agak sukar untuk menyatakan usulan ini dalam bentuk yang konkret, sebab konsep tentang kebutuhan komunikasi adalah amat relatif dan psikologistik agar sesuai dengan seluruh sosiolog. Namun begitu, kita dapat menduga bahwa orang memang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dengan orang lain, baik sebagai pengirim ataupun sebagai penerima. Mereka memerlukan suatu jenis informasi yang beraneka, dan mereka mengekspresikan kebutuhan dalam perilaku mereka sehingga dapat mengartikulasikannya dalam tingkat tertentu sebagai keinginan untuk masa depan atau sebagai tidak memadainya (*inadequacies*) keadaan sekarang.

Perilaku yang aktual, ekspresi motif, kepuasan, dan ketidakpuasan juga dianggap karena dibentuk oleh pengalaman sosial yang silam, oleh situasi sosial yang ada saat ini, dan oleh keinginan bagi masa depan. Pada prinsipnya, argumen ini berlaku untuk suatu *range* kebutuhan komunikasi yang luas, yang dapat dipenuhi dengan pendidikan, media massa, institusi kultural dan artistik, serta keluarga dan lokalitas. Hal itu juga berkaitan dengan kebutuhan, seperti orang merumuskannya bagi diri sendiri, bukan seperti yang dinilai atas nama mereka. Melalui arah ini diharapkan dapat ditemukan apa yang relevan bagi orang, menemukan hambatan-hambatan bagi pengertian dan kepentingan, dan untuk membuat usulan-usulan yang realistik bagi peningkatan yang lebih sedikit didasarkan pada pemaksaan dari yang ada sekarang (seperti wajib

sekolah, pengawasan pemerintah terhadap komunikasi massa, dan sebagainya).

4. Riset yang lebih memperhatikan masalah bahasa komunikasi selain lisan dan tulisan, agar kita dapat mengerti lebih baik tentang bagaimana bekerjanya bahasa tersebut. Yang dimaksud di sini bukan penekanan pada *paralanguage*, bahasa tubuh, dan perilaku alamiah yang dibentuk oleh kultur lainnya yang memenuhi komunikasi interpersonal, tapi lebih pada model komunikasi publik dari bangunan-bangunan, *land* dan *townscaping*, atau bentuk peragaan (*display*) publik yang ekspresif atau simbolik. Isi (*content*) sosial dari bentuk ekspresi tersebut dan relevansinya dengan permasalahan sosial tentulah beragam dan mungkin amat tipis. Tapi sedikit sekali yang diketahui tentang bagaimana membubuhkan makna (*to embody meaning*) pada bentuk-bentuk tersebut, kecuali atas dasar intuisi dan penafsiran individual, dan sedikit tentang bagaimana pengertian-pengertian itu mungkin bakal diinterpretasikan oleh khalayak yang dimaksudkan (*intended audience*).
5. Riset yang secara sistematis menggali dan memonitor sistem pengawasan dan pengendalian serta pemilikan fasilitas-fasilitas komunikasi, dan meninjau jenis-jenis informasi yang ditransmisikan melalui saluran-saluran tersebut. Riset semacam itu akan diterapkan terutama pada komunikasi massa karena media massa merupakan instrumen utama untuk monopolisasi ide, pengetahuan, dan kerangka acuan, tapi komunikasi massa berkaitan dengan komunikasi interpersonal dengan komunikasi yang berlandaskan institusional, seperti di tempat kerja, politik, pendidikan, dan agama. Pertanyaan sentral di sini adalah, "Pesan siapakah yang disebarkan paling luas?", baik dalam arti siapa yang menciptakan pesan, atau siapa yang disukainya. Seterusnya ada pertanyaan korelasi tentang mengapa isi (*content*) yang diterima atau yang ditransmisikan menyenangkan kelompok atau kepentingan tertentu, atau mempunyai karakteristik monopoli. Hal ini akan menyangkut masalah ekonomi, politik, dan dinamika dari organisasi yang dimaksud. Umumnya, metode untuk riset semacam ini adalah *content analysis*, pengukuran arus pesan dan informasi pada latar yang berbeda, serta jenis analisis institusional dan kultural tertentu.

sekolah, pengawasan pemerintah terhadap komunikasi massa, dan sebagainya).

4. Riset yang lebih memperhatikan masalah bahasa komunikasi selain lisan dan tulisan, agar kita dapat mengerti lebih baik tentang bagaimana bekerjanya bahasa tersebut. Yang dimaksud di sini bukan penekanan pada *paralanguage*, bahasa tubuh, dan perilaku alamiah yang dibentuk oleh kultur lainnya yang memenuhi komunikasi interpersonal, tapi lebih pada model komunikasi publik dari bangunan-bangunan, *land* dan *townscaping*, atau bentuk peragaan (*display*) publik yang ekspresif atau simbolik. Isi (*content*) sosial dari bentuk ekspresi tersebut dan relevansinya dengan permasalahan sosial tentulah beragam dan mungkin amat tipis. Tapi sedikit sekali yang diketahui tentang bagaimana membubuhkan makna (*to embody meaning*) pada bentuk-bentuk tersebut, kecuali atas dasar intuisi dan penafsiran individual, dan sedikit tentang bagaimana pengertian-pengertian itu mungkin bakal diinterpretasikan oleh khalayak yang dimaksudkan (*intended audience*).
5. Riset yang secara sistematis menggali dan memonitor sistem pengawasan dan pengendalian serta pemilikan fasilitas-fasilitas komunikasi, dan meninjau jenis-jenis informasi yang ditransmisikan melalui saluran-saluran tersebut. Riset semacam itu akan diterapkan terutama pada komunikasi massa karena media massa merupakan instrumen utama untuk monopolisasi ide, pengetahuan, dan kerangka acuan, tapi komunikasi massa berkaitan dengan komunikasi interpersonal dengan komunikasi yang berlandaskan institusional, seperti di tempat kerja, politik, pendidikan, dan agama. Pertanyaan sentral di sini adalah, "Pesan siapakah yang disebarkan paling luas?", baik dalam arti siapa yang menciptakan pesan, atau siapa yang disukainya. Seterusnya ada pertanyaan korelasi tentang mengapa isi (*content*) yang diterima atau yang ditransmisikan menyenangkan kelompok atau kepentingan tertentu, atau mempunyai karakteristik monopoli. Hal ini akan menyangkut masalah ekonomi, politik, dan dinamika dari organisasi yang dimaksud. Umumnya, metode untuk riset semacam ini adalah *content analysis*, pengukuran arus pesan dan informasi pada latar yang berbeda, serta jenis analisis institusional dan kultural tertentu.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Masalah apa sajakah yang seyogianya dibahas dalam sosiologi komunikasi massa?
- 2) Selama ini, bagaimana perhatian sosiolog terhadap fenomena komunikasi massa?
- 3) Buatlah usulan masalah-masalah penelitian sosiologi komunikasi massa yang Anda anggap penting berdasarkan pengamatan terhadap kehidupan nyata sehari-hari!

Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab secara tepat pertanyaan-pertanyaan dalam latihan, pelajari dengan cermat materi dalam Kegiatan Belajar 1. Apabila Anda masih belum merasa paham, diskusikan dengan teman-teman atau tutor Anda.



RANGKUMAN

Telaah sosiologis terhadap fenomena komunikasi massa belum sepenuhnya berkembang seperti yang diharapkan. Penyebab yang terpenting antara lain karena luasnya masalah itu sendiri, di samping adanya beberapa orientasi atau tema yang mendominasi studi mengenai masalah ini pada masa yang lalu. Tema yang dominan itu adalah tentang efek-efek langsung media massa kepada individu dan publik, dan mengenai apa yang disebut sebagai masyarakat dan kebudayaan massa.