

Komunikasi Massa Sebagai Sistem Sosial dan Pranata Sosial

<https://socius3.wordpress.com/2008/03/21/media-massa-sebagai-suatu-pranata-sosial/>
<http://www.kumpulancontohmakalah.com/2015/12/komunikasi-massa-sebagai-sistem-sosial.html>

Editor: Sumartono

Semua aktivitas sosial pada hakikatnya merupakan suatu sistem. Hal ini dikarenakan pada umumnya semua kegiatan sosial terdiri dari sejumlah komponen, yang satu sama lain terangkai dalam fungsi-fungsi tertentu dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Menurut Almond keterkaitan antara elemen tersebut di atas memiliki ciri-ciri tertentu yaitu:

1. kekomprehensifan
2. interdependensi
3. adanya batas

Menurut Reading, sistem sosial merupakan suatu sistem dari elemen-elemen sosial. Mihel berpendapat bahwa suatu sistem sosial pada dasarnya terdiri dari dua orang individu yang melakukan interaksi secara langsung dan tidak langsung dalam suatu situasi kebersamaan. Yang menjadi perhatian khusus dari sosiologi adalah orientasi para individu yang menjadi unsur sistem tersebut.

Media Massa dan Social Control

Apabila kita membaca surta kabar/majalah maka berita yang kita baca merupakan hasil interaksi antara sistem komunikasi massa dengan sistem-sistem sosial hasilnya seperti misalnya sistem politik dan sistem ekonomi.

Sistem komunikasi massa dapat mempengaruhi sistem pendidikan misalnya sistem komunikasi massa yang terlalu berorientasi untuk mencapai keuntungan, sehingga segala sesuatunya diarahkan untuk mendapatkan uang. Bagi pendidikan hal ini dapat menimbulkan dampak yang negatif.

KOMUNIKASI MASSA DAN MASYARAKAT MASSA

Media Massa dan Masyarakat Massa

Dalam modul ini kita menempatkan media massa sebagai suatu pranata sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi. Kelembagaan media massa kita sejajarkan dengan berbagai pranata sosial lain seperti pranata pendidikan, ekonomi, politik, hukum dan sebagainya.

Setiap pranata tumbuh untuk memfungsikan dirinya di tengah masyarakat. Dalam perkembangannya telah terjadi perluasan fungsi media massa baik itu dengan mengambil alih sebagian fungsi yang tadinya diemban oleh pranata sosial lain, atupun berbagi secara bersama-sama menjalankan fungsi tersebut.

Transfer fungsi di antara pranata-pranata sosial memang sesuatu yang wajar terjadi seiring dengan berkembangnya kehidupan masyarakat. Ada pranata yang tadinya berfungsi tunggal sekarang jadi berfungsi ganda. Sebaiknya ada yang tadinya berfungsi ganda tapi karena satu per satu fungsi tadi ditransfer ke pranata lain, maka ia sendiri berubah menjadi pranata berfungsi tunggal.

Namun tampaknya transfer atau pengalihan fungsi tersebut tidak sampai mengubah total fungsi semula dari pranata yang bersangkutan, namun berpengaruh bagi penampilannya di tengah masyarakat luas.

Komunikasi Massa dan Budaya Massa

Sebagai pranata sosial media massa berfungsi melakukan pengendalian sosial (social control) di tengah kehidupan masyarakat. Efektif atau tidaknya social control yang dilakukan oleh media massa, akan tergantung pada integritas media massa itu sendiri serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media massa yang bersangkutan.

Media massa sendiri menjadi objek pengendalian sosial yang dilakukan oleh masyarakat. Untuk keperluan itu bahkan diadakan sejumlah pranata lain seperti badan sensor, dewan kehormatan pers dan sebagainya. Jadi pengawasan sosial yang berlangsung sifatnya adalah timbal balik antara media massa dengan masyarakat itu sendiri.

EFEK SOSIAL KOMUNIKASI MASSA

Efek Sosial Komunikasi Massa

Pertumbuhan media massa sebagai perangkat kehidupan baik bagi individu maupun untuk bermasyarakat, turut mengubah masyarakat yang tadinya bersifat agraris menjadi masyarakat kota. Pada saat yang sama, pertumbuhan menuju masyarakat yang bersifat urban itu memang membutuhkan sarana dan aktivitas komunikais yang bersifat modern, yakni komunikasi massa.

Teori yang Menjelaskan Peniruan dari Media Massa

Aktivitas dan isi dari komunikasi massa turut membentuk masyarakat massa. Hal ini karena sebagian dari isi yang dikandung dan disebarluaskan oleh media massa adalah apa yang dikenal sebagai budaya massa.

Budaya massa pada saat ini lebih banyak menghasilkan seni yang ringan dan hal-hal yang tak mungkin. Akibatnya orang cenderung menyukai karya yang ringan-ringan. Hal ini berakibat timbul penggolongan budaya tinggi dan budaya rendah. Peran media massa dalam hal ini sangat besar, ditunjang pula dengan adanya publisitas, iklan dan reportase

Pranata adalah seperangkat aturan yang berkisar pada kegiatan atau kebutuhan tertentu. Pranata termasuk kebutuhan sosial. Melalui artikel ini diharapkan mampu memahami komunikasi massa dan pranata sosial.

Manusia adalah makhluk ciptaan Tuhan Yang Maha Esa dengan struktur dan fungsi yang sangat sempurna bila dibandingkan dengan makhluk Tuhan yang lainnya. Manusia juga diciptakan sebagai makhluk multidimensional, memiliki akal pikiran dan kemampuan berinteraksi secara personal maupun sosial. Di sisi lain, kerena manusia adalah makhluk sosial, maka manusia pada dasarnya tidak mampu hidup sendiri di dalam dunia inibaik sendiri dalam konteks fisik maupun dalam konteks sosial budaya.

Aktifitas interaksi sosial dan tindakan komunikasi itu dilakukan baik secara verbal, non verbal maupun simbolis. Kebutuhan adanya sebuah sinergi fungsional dan akselerasi positif dalam melakukan pemenuhan kebutuhan manusia satu dengan yang lainnya ini kemudian melahirkan kebutuhan tentang adanya norma-norma dan nilai-nilai sosial yang mampu mengatur tindakan manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhannya, sehingga tercipta keseimbangan sosial (social equilibrium) antara hak dan kewajiban dalam pemenuhan kebutuhan manusia, terutama juga kondisi keseimbangan

itu akan menciptakan tatanan sosial (social order) dalam proses kehidupan masyarakat saat ini dan waktu yang akan datang.

Demikian pula halnya dalam menata manusia supaya menjadi masyarakat yang memiliki struktural dan lapisan (layer) yang bermacam-macam, ragam struktur dan lapisan masyarakat tergantung pada kompleksitas masyarakat itu sendiri. Semakin kompleks suatu masyarakat, maka stuktur masyarakat itu semakin rumit pula. Kompleksitas masyarakat juga ditentukan oleh ragam budaya dan proses-proses yang dihasilkan.

Semakin masyarakat itu kaya dengan kebudayaannya, maka semakin rumit proses-proses sosial yang dihasilkan. Berbagai proses komunikasi dalam masyarakat terkait dengan stuktur dan lapisan (layer) maupun ragam budaya dan proses social yang ada di masyarakat tersebut, serta tergantung pula pada adanya pengaruh dan khalayaknya, baik secara individu, kelompok ataupun masyarakat luas. Sedangkan substansi bentukatau wujud komunikasi ditentukan oleh individu itu sendiri

Pengertian Pranata Sosial

Pranata sosial berasal dari istilah bahasa Inggris *social institution*. Istilah-istilah lain pranata sosial ialah lembaga sosial dan bangunan sosial. Walaupun istilah yang digunakan berbeda-beda, tetapi social institution menunjuk pada unsur-unsur yang mengatur perilaku anggota masyarakat.

Pranata juga berasal dari bahasa latin instituere yang berarti mendirikan. Kata bendanya adalah institution yang berarti pendirian. Dalam bahasa Indonesia institution diartikan institusi (pranata) dan institut (lembaga). Institusi adalah sistem norma atau aturan yang ada. Institut adalah wujud nyata dari norma-norma.

Pranata adalah seperangkat aturan yang berkisar pada kegiatan atau kebutuhan tertentu. Pranata termasuk kebutuhan sosial. Seperangkat aturan yang terdapat dalam pranata termasuk kebutuhan sosial yang berpedoman kebudayaan. Pranata merupakan seperangkat aturan, bersifat abstrak.

Menurut Koentjaraningrat, istilah pranata dan lembaga sering dikacaukan pengertiannya. Sama halnya dengan istilah institution dengan istilah institute. Padahal kedua istilah itu memiliki makna yang berbeda.

Menurut Horton dan Hunt (1987), pranata sosial adalah suatu sistem

norma untuk mencapai suatu tujuan atau kegiatan yang oleh masyarakat dipandang penting. Dengan kata lain, pranata sosial adalah sistem hubungan sosial yang terorganisir yang mengejawantahkan nilai-nilai serta prosedur umum yang mengatur dan memenuhi kegiatan pokok warga masyarakat. Oleh karena itu, ada **tiga kata kunci di dalam setiap pembahasan mengenai pranata sosial yaitu:**

- Nilai dan norma.
- Pola perilaku yang dibakukan atau yang disebut prosedur umum.
- Sistem hubungan, yakni jaringan peran serta status yang menjadi wahana untuk melaksanakan perilaku sesuai dengan prosedur umum yang berlaku.

Perbedaan Pranata Sosial dengan Lembaga Sosial

Institution (pranata) adalah sistem norma atau aturan yang menyangkut suatu aktivitas masyarakat yang bersifat khusus. Sedangkan institute (lembaga) adalah badan atau organisasi yang melaksanakannya. Lembaga sosial merupakan wadah/tempat dari aturan-aturan khusus, wujudnya berupa organisasi atau asosiasi. Contohnya KUA, mesjid, sekolah, partai, CV, dan sebagainya. Sedangkan pranata sosial adalah suatu sistem tata kelakuan yang mengatur perilaku dan hubungan antara anggota masyarakat agar hidup aman, tenteram dan harmonis.

Dengan bahasa sehari-hari kita sebut “aturan main/cara main”. Jadi peranan pranata sosial sebagai pedoman kita berperilaku supaya terjadi keseimbangan sosial. Pranata sosial merupakan kesepakatan tidak tertulis namun diakui sebagai aturan tata perilaku dan sopan santun pergaulan. Contoh: kalau makan tidak berbunyi, di Indonesia pengguna jalan ada di kiri badan jalan, tidak boleh melanggar hak orang lain, dan sebagainya. Jadi lembaga sosial bersifat konkret, sedangkan pranata sosial bersifat abstrak, namun keduanya saling berkaitan.

Pranata adalah seperangkat aturan yang berkisar pada kegiatan atau kebutuhan tertentu. Pranata termasuk kebutuhan sosial. Seperangkat aturan yang terdapat dalam pranata termasuk kebutuhan sosial yang berpedoman kebudayaan. Pranata merupakan seperangkat aturan, bersifat abstrak. Wujud nyata dari pranata adalah lembaga.

Untuk jelasnya lihat tabel berikut ini :

Pranata dan Lembaga

No.	Kegiatan dan Kebutuhan	Pranata	Lembaga
1	Makanan, pakaian, perumahan	Perdagangan	Keluarga Abimanyu
2	Peran serta politik	Pemilihan umum	Komisi Pemilihan Umum
3	Pengembangan keturunan	Pernikahan	KUA, Catatan Sipil, Gereja

Macam-Macam Pranata Sosial

1. Pranata Keluarga

Keluarga merupakan unit masyarakat yang terkecil yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Keluarga mempunyai banyak fungsi penting yaitu :

- **Fungsi Reproduksi** : Keluarga merupakan lembaga yang fungsinya mempertahankan kelangsungan hidup manusia. Dalam masyarakat yang beradab, keluarga adalah satu-satunya tempat untuk tujuan itu. Berlangsungnya fungsi reproduksi berkaitan erat dengan aktivitas seksual laki-laki dan wanita. Dengan berkeluarga, manusia dapat melanjutkan keturunan secara tepat, wajar, dan teratur di lihat dari segi moral, cultural, sosial, dan kesehatan.
- **Fungsi Afeksi** : Salah satu kebutuhan manusia adalah kasih sayang atau rasa saling mencintai. Apabila kebutuhan kasih sayang tidak terpenuhi, keluarga akan mendapatkan gangguan emosional, masalah perilaku, dan kesehatan fisik.
- **Fungsi Sosialisasi** : Keluarga merupakan tempat sosialisasi pertama dan paling utama bagi anak sehingga kelak dapat berperan dengan baik di masyarakat. Keluarga sebagai media sosialisasi kelompok primeryang pertama bagi seorang anak, dan dari situlah perkembangan kepribadian dimulai. Pada saat anak sudah cukup umur untuk memasuki kelompok atau media sosialisasi lain diluar keluarga. Pondasi dasar kepribadian anak sudah tertanam secara kuat, dan kepribadiannya pun sudah terarah dengan baik melalui keluarga.
- **Fungsi Ekonomi** : Keluarga berfungsi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi anggota keluarganya. Untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, semua anggota keluarga melakukan kerja sama. Pada umumnya, seorang suami melakukan kegiatan ekonomi untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan keluarga, sedangkan isteri berfungsi mengatur keuangan dan belanja keluarga.

2. Pranata Ekonomi

Pranata ekonomi adalah pranata sosial yang menangani masalah kesejahteraan materiil, yang mengatur kegiatan atau cara berproduksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa yang diperlukan bagi kelangsungan hidup masyarakat agar semua lapisan masyarakat mendapatkan bagian yang semestinya. Fungsi pranata ekonomi yaitu :

- Memelihara ketertiban,
- Mencapai consensus,
- Meningkatkan produksi ekonomi semaksimal mungkin.

Contoh dari Pranata Ekonomi adalah , bertani, industri, bank, koperasi dan sebagainya.

3. Pranata Politik

Pranata Politik adalah peraturan-peraturan untuk memelihara tata tertib, untuk mendamaikan pertentangan-pertentangan dan untuk memilih pemimpin yang wibawa. Fungsi pranata politik yaitu :

- Melaksanakan undang-undang yang telah disahkan,
- Melembagakan norma melalui undang-undang yang dibuat oleh lembaga legislatif,
- Menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi diantara warga masyarakat, dll.

Contoh Pranata politik adalah seperti sistem hukum, sistem kekuasaan, partai, wewenang, pemerintahan.

4. Pranata Pendidikan

Tujuan pranata pendidikan ialah memberikan ilmu pengetahuan, pendidikan sikap, dan melatih keterampilan kepada warga agar seseorang dapat mandiri dalam mencari penghasilan. Contohnya seperti Kegiatan Belajar Mengajar, sistem pengetahuan, aturan, kursus, pendidikan keluarga, ngaji.

5. Pranata Kepercayaan/Agama

Fungsi pokok pranata agama adalah memberikan pedoman bagi manusia untuk berhubungan dengan Tuhannya dan memberikan dasar perilaku yang ajeg dalam masyarakat. Contohnya seperti upacara semedi, tapa, zakat, infak, haji dan ibadah lainnya.

6. Pranata Kesenian

Fungsi Pranata Kesenian adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia akan keindahan, contohnya seperti seni suara, seni lukis, seni patung, seni drama, dan sebagainya.

7. Hubungan Antarpranata

Dalam masyarakat terdapat bermacam-macam pranata sosial yang saling berhubungan. Contohnya dalam masyarakat Jakarta merupakan suatu tatanan yang terdiri dari berbagai pranata sosial yang saling berkaitan, antara lain pranata keluarga, pranata pendidikan, pranata politik, pranata agama, dll.

8. Pranata Total

Masyarakat merupakan tatanan pranata sosial. Kehidupan dalam masyarakat berarti adanya kesempatan berpindah dari satu pranata ke pranata lain. Warga masyarakat mengalami perpindahan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya kehidupan siswa SMA biasanya sejak pagi hingga malam hari ditandai oleh perpindahan tsb. Pagi hari ketika bangun tidur siswa tsb berada dalam pranata keluarga. Norma-norma yang mengatur, cara berpikir, bertindak, dan berperasaan bersumber pada pranata keluarga. Kemudian pindah ke pranata pendidikan dan rekreasi. Begitu seterusnya sampai pulang ke rumah.

9. Pranata Dominan

Pranata dominan merupakan pranata sosial yang menuntut loyalitas penuh dari orang-orang yang berada dibawah naungannya. Contohnya militer dan pranata sekte keagamaan.

Komunikasi Massa sebagai system social dan pranata social

Di dalam kehidupannya manusia membutuhkan lembaga sosial di dalam proses pemenuhan kebutuannya. Masyarakat misalnya memerlukan suatu lembaga atau pranata dalam memenuhi kebutuhan manusia dalam hal

pendidikan, untuk itu ada wadahnya yaitu pranata pendidikan dalam hal ini sekolah. Begitupun halnya dengan adanya media massa sebagai solusi di dalam proses kebutuhan manusia mengenai segala informasi dan untuk keperluan komunikasi yang menyangkut orang banyak, pranatanya adalah komunikasi massa.

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Gatekeeper adalah penyeleksi informasi. Wartawan, desk surat kabar, editor, bahkan penerima telepon di sebuah institusi media massa memiliki kesempatan untuk menjadi gatekeeper ini. Khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa. Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya bersifat tertunda sedangkan umpan balik pada komunikasi tatap muka bersifat langsung. Akan tetapi sifat umpan balik yang tertunda ini sudah mulai ditinggalkan seiring dengan perkembangan teknologi.

Massa memiliki unsur – unsur penting, yaitu :

- Terdiri dari masyarakat dalam jumlah yang besar.
- Jumlah massa yang besar menyebabkan massa tidak bisa dibedakan satu dengan lainnya.
- Sebagian anggota massa memiliki negative image terhadap pemberitaan media massa.
- Karena jumlah yang besar, maka massa juga sukar diorganisir.
- Massa merupakan refleksi dari kehidupan sosial secara luas.

Proses Komunikasi Massa

Menurut McQuail (1992 : 33), proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk :

- Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar.
- Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan.
- Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara.

- Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama.
- Proses komunikasi juga berlangsung berdasarkan pada hubungan – hubungan kebutuhan (market) di masyarakat.

Audiensi Massa

Khalayak memiliki sifat-sifat sebagaimana yang ada pada konsep massa, namun lebih spesifik teragregat pada suatu media massa. Jadi, sifat dari audien massa umpamanya:

1. Terdiri dari jumlah yang besar. Pendengar radio, televisi, atau pembaca koran adalah massa dalam jumlah yang besar. Sulit diprediksi jumlah mereka. Contoh kasus, umpamanya sebuah harian mengklaim bahwa pembaca adalah sebesar 300 ribu orang, hal ini disimpulkan dari jumlah langganan tetap koran tersebut. Jumlah ini bisa lebih banyak karena selain pembaca berlangganan, ada juga pembaca bebas yang hanya membeli koran itu secara eceran. Pada media massa elektronik, kondisi prediksi ini semakin sulit dilakukan karena sifat pemberitaan media massa elektronik yang cepat dan sesaat.
2. Suatu pemberitaan media massa dapat ditangkap oleh masyarakat dari berbagai tempat, sehingga sifat audien massa tersebar dimana – mana, terpencar, dan tidak mengelompok pada wilayah tertentu.
3. Audiensi massa memiliki pilihan berinteraksi atau tidak berinteraksi dengan media massa.
4. Terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang sangat heterogen. Audiensi massa tidak dapat dikategorikan terdiri dari segmentasi tertentu, walaupun ada seperti dalam acara-acara televisi dan radio maupun media cetak, maka heterogenitas dalam segmen tersebut tidak dapat dihindari. Jadi, tetap saja audiensi massa memiliki sifat heterogen dan sulit dikelompokkan.
5. Tidak terorganisir dan bergerak sendiri. Karena sifatnya yang besar, maka audiensi massa sulit diorganisir dan akhirnya bergerak sendiri-sendiri.

Budaya Massa

Komunikasi massa berproses pada level budaya massa, sehingga sifat-sifat komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh budaya massa yang berkembang

di masyarakat di mana proses komunikasi itu berlangsung. Dengan demikian, maka budaya massa dalam komunikasi massa memiliki karakter:

1. Non tradisional, yaitu umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer. Acara-acara infotainment, seperti AFI, API, KDI dan sebagainya adalah salah satu contoh karakter budaya massa ini.
2. Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa sehingga tidak mengerucut di tingkat elite, namun apabila ada elite yang terlibat dalam proses ini, maka itu bagian dari basis massa itu sendiri.
3. Budaya massa memproduksi produk – produk massa seperti umpamanya infotainment adalah produk pemberitaan yang peruntukkan kepada massa secara luas. Semua orang dapat memanfaatkannya sebagai hiburan umum.
4. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Bahkan secara tegas dikatakan bahwa, bukan populer kalau bukan budaya massa, artinya budaya tradisional juga dapat menjadi populer apabila menjadi budaya massa. Contohnya adalah Srimulat, Ludruk, maupun Campursari. Pada mulanya kesenian tradisional ini berkembang di masyarakat tradisional dengan karakter-karakter tradisional, namun ketika kesenian ini dikemas di media massa, maka sentuhan-sentuhan populer mendominasi seluruh kesenian tradisional itu, baik cerita, kostum, latar, dan sebagainya tidak lagi menjadi konsumsi masyarakat pedesaan namun secara massal menjadi konsumsi semua lapisan masyarakat di pedesaan dan perkotaan.
5. Budaya massa, terutama yang diproduksi oleh media massa di produksi menggunakan biaya yang cukup besar, karena itu dana yang besar itu harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya massa itu sendiri, karena itu budaya massa di produksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan bagi kapital yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut.
6. Budaya massa diproduksi secara eksklusif menggunakan simbol – simbol kelas sosial sehingga terkesan diperuntukkan kepada masyarakat modern yang homogen, terbatas, dan tertutup. Namun sebenarnya budaya massa yang eksklusif ini terbuka untuk siapa saja yang ingin menikmatinya. Syarat utama dari eksklusifnya budaya massa ini adalah keterbukaan dan kesediaan terlibat dalam perubahan budaya secara massal.

Menurut Bungin (2008: 83-84), komunikasi massa sebagai sistem sosial memiliki komponen-komponen penting, yaitu:

- Narasumber sebagai sumber-sumber informasi bagi media massa.
- Publik yang mengonsumsi media massa.
- Media massa, meliputi; organisasinya, sumber daya manusia, fasilitas produksi, distribusi, kebijakan yang ditempuh, ideologi yang diperjuangkan dan sebagainya.
- Aturan hukum dan perundang-undangan, norma-norma dan nilai-nilai, serta kode etik yang mengatur pelaksanaan semua stakeholder dan komunikasi massa.
- Institusi samping yang tumbuh untuk memberi kontribusi terhadap kegiatan berkomunikasi massa, seperti percetakan, periklanan, badan sensor dan sebagainya.
- Pihak-pihak yang mengendalikan berlangsungnya komunikasi massa, permodalan, penguasa, kekuatan politik, maupun kelompok kepentingan.
- Unsur-unsur penunjang lainnya yang memungkinkan berlangsungnya kegiatan komunikasi massa (Nasution, 2003: 5.6-5.7).

Media Massa sebagai Pranata Sosial

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Menurut Bungin (2008: 85-86), dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan sebagai berikut:

1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju.
2. Media massa juga menjadi media informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka, jujur dan benar disampaikan kepada media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi masyarakat yang terbuka dengan informasi, sebaliknya masyarakat akan menjadi masyarakat yang informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa.
3. Media massa sebagai hiburan (agent of change) yaitu mendorong agar perkembangan itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat

sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

Menurut Bungin (2008: 86-87), secara lebih spesifik peran media massa saat ini lebih menyentuh persoalan-persoalan yang terjadi dimasyarakat secara aktual seperti:

- Harus lebih spesifik peran media saat ini lebih menyentuh persoalan-persoalan sehingga mampu menjadi media edukasi dan media informasi sebagaimana diharapkan oleh masyarakat.
- Dalam memotret realitas, media massa harus fokus pada realitas masyarakat, bukan potret pada kekuasaan yang ada dimasyarakat itu, sehingga informasi tidak menjadi propaganda kekuasaan, potret figur kekuasaan.
- Sebagai lembaga edukasi, media massa harus dapat memilah kepentingan pencerahan dengan kepentingan media massasebagai lembaga produksi, sehingga kasus-kasus pengaburan berita dan iklan tidak harus terjadi dan merugikan masyarakat.
- Media massa juga harus menjadi early warning system, hal ini terkait dengan peran media massa sebagai media informasi, dimana lingkungan saat ini menjadi sumber ancaman. Media massa menjadi sebuah sistem dalam sistem besar peringatan terhadap ancaman lingkungan, bukan hanya menginformasikan informasi setelah terjadi bahaya dari lingkungan itu.
- Dalam hal menghadapi ancaman masyarakat yang lebih besar seperti, terorisme, seharusnya media massa lebih banyak menyoroti aspek fundamental pada terorisme seperti mengapa terorisme itu terjadi bukan hanya pada aksi-aksi terorisme.

Di dalam kehidupannya manusia membutuhkan lembaga sosial di dalam proses pemenuhan kebutuannya. Masyarakat misalnya memerlukan suatu lembaga atau pranata dalam memenuhi kebutuhan manusia dalam hal pendidikan, untuk itu ada wadahnya yaitu pranata pendidikan dalam hal ini sekolah.

Begitupun halnya dengan adanya media massa sebagai solusi di dalam proses kebutuhan manusia mengenai segala informasi dan untuk keperluan komunikasi yang menyangkut orang banyak, pranatanya adalah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan bentuk sekaligus cara melembaganya komunikasi sosial.

Komunikasi massa sebagai suatu institusi sosial memerlukan konsiderasi mengenai hubungan-hubungan antara institusi-institusi komunikasi massa dengan institusi sosial lainnya, misalnya pemerintah, struktur ekonomi, keluarga, dan lain sebagainya. Dikatakan sebagai sebuah institusi sosial karena media massa merupakan budaya hasil cipta manusia, dimana ia berfungsi sebagai pengamat masyarakat (social control).

Apabila kita membaca surat kabar/majalah maka berita yang kita baca merupakan hasil interaksi antara sistem komunikasi massa dengan sistem-sistem sosial hasilnya seperti misalnya sistem politik dan sistem ekonomi. Sistem komunikasi massa dapat mempengaruhi sistem pendidikan misalnya sistem komunikasi massa yang terlalu berorientasi untuk mencapai keuntungan, sehingga segala sesuatunya diarahkan untuk mendapatkan uang.

Bagi pendidikan hal ini dapat menimbulkan dampak yang negatif. Pada mulanya Media massa diciptakan untuk keperluan untuk menyampaikan segala informasi kepada khalayak ramai.

DAFTAR PUSTAKA

1. Bungin burhan, 2006. Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Jakarta: Kencana
2. Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Prenada Media Group.
3. Effendy, Onong Uchjana. 2002. Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo.
4. Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
5. Soekanto, Soerjono. 2002. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Press.

