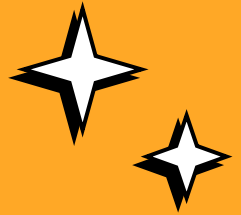




# Konstruksi Realitas Media, Bahasa Wacana dan Kekuasaan

## & Teori Komodifikasi

Catur Nugroho





**01**

# Teori Konstruksi Realitas Media





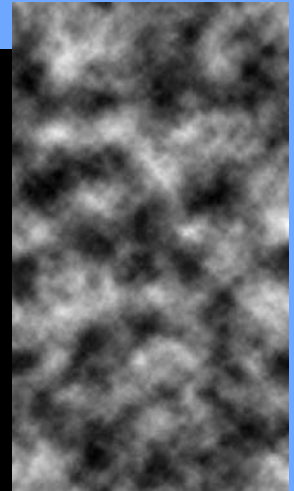
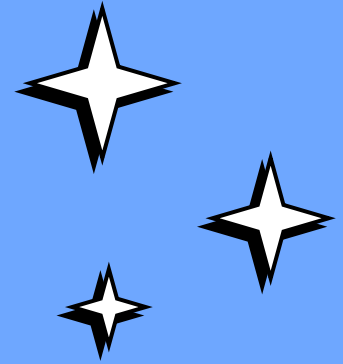
## Konstruksi Realitas Media



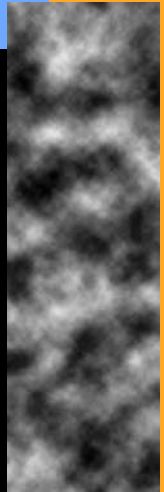



- Media adalah salah satu lembaga pembentuk konstruksi realitas di dunia modern saat ini.
- Realitas dan tanda yang dikonstruksi oleh media membawa makna-makna tertentu dan merepresentasikan “meaning” tertentu yang ingin disampaikan kepada dan oleh kita.
- Melalui tanda-tanda tersebut, kita dapat merepresentasikan pikiran, perasaan, dan tindakan kita.
- Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.

# Fakta X Realitas Media

- ❑ Proses produksi isi media (media content) tidak berlangsung dalam “ruang hampa” yang bebas nilai, tetapi terjadi dengan memperhitungkan kepentingan dan kekuatan sosial, ekonomi, dan politik.
- ❑ Media membentuk framing atau bingkai yang dimulai dengan pemilihan berita dan memberikan penekanan atau penonjolan aspek atau fakta tertentu dalam berita.
- ❑ Realitas yang sama yang dikemas oleh wartawan dan media yang berbeda akan menghasilkan berita yang berbeda, karena perbedaan sudut pandang dan penekanan dari aspek-aspek yang berbeda.



- 
- 
- 
- Berita dan produk media lainnya merupakan hasil konstruksi media massa terhadap suatu realitas atau peristiwa dan bukan realitas yang sebenarnya.
  - Berita menjadi realitas buatan atau realitas kedua (*second hand reality*) yang mampu membentuk opini dan mempengaruhi sikap publik.
- 

# FRAMING MEDIA (Robert N. Entman)



1

## CONCEPT 1

Seleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas

2

## CONCEPT 2

membuatnya lebih menonjol dalam suatu teks sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus

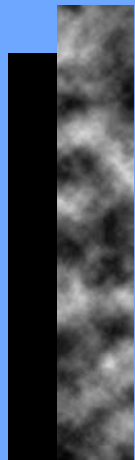


# ✦ 02

## Bahasa, Wacana dan Kekuasaan



- Bahasa dan kekuasaan adalah tentang bagaimana fungsi bahasa dalam menjaga dan mengubah hubungan kekuasaan dalam masyarakat
- Wacana telah memproduksi pengetahuan, dan pengetahuan selalu menjadi senjata bagi kekuasaan, dalam wacana kekuasaan dan pengetahuan selalu hadir ✦  
Bersama
- Wacana lebih dari sekadar cara berpikir dan menciptakan makna.





████████████████████  
████████████████████

“Kekuasaan bersifat produktif dan tidak kelihatan karena ia hadir dalam setiap relasi sosial, dipraktikkan secara luas, menyebar dan menyusup dalam setiap aspek kehidupan manusia.”

—**Michel Foucault**







- Salah satu cara untuk melanggengkan kuasa adalah penggunaan bahasa dan wacana sesuai dengan kehendak dan kepentingan penguasa.
- Bahasa yang tak lepas dari wacana dalam perspektif kritis tidak dimaknai sebagai sesuatu yang netral yang dapat mentransmisikan dan menghadirkan realitas sosial seperti keadaan aslinya, tetapi bahasa sudah bermuatan kekuasaan





03



KOMODIFIKASI



# Komodifikasi?

- ★ Komodifikasi berkaitan dengan proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar
- ★ Proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar, dalam media massa selalu melibatkan para awak media, khalayak pembaca, pasar, dan negara apabila masing-masing di antaranya mempunyai kepentingan (Vincent Mosco)

# Kekuatan yang mendorong Komodifikasi

## Perusahaan Media

Korporasi yang memproduksi dan mendistribusikan media, membangun pasar, menghasilkan keuntungan, dan mendapatkan nilai lebih

## Negara

Berkontribusi secara luas untuk memobilisasi lembaga, hukum, dan dukungan publik untuk proses komodifikasi.

## Pemilik Modal

Menggunakan media untuk menyampaikan pesan mereka, khususnya melalui iklan komersial



# KOMODIFIKASI

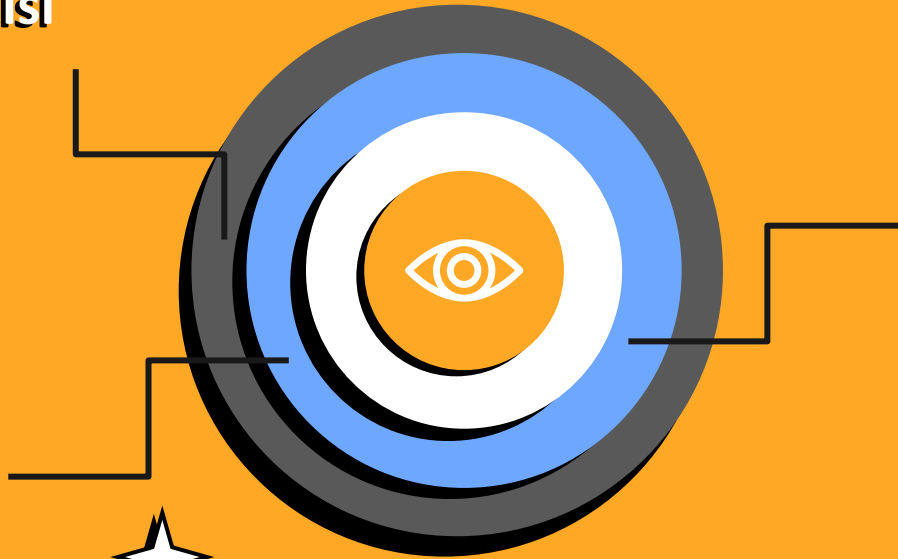


## Komodifikasi Isi

*Content  
Commodification*

## Komodifikasi Pekerja

*Labour  
Commodification*



## Komodifikasi Khalayak

*Audience  
Commodification*



# Komodifikasi Konten

- ✦ Proses komodifikasi dalam komunikasi yang melibatkan transformasi pesan, mulai dari hal-hal kecil sampai sebuah sistem yang memiliki makna berarti, menjadi produk pasar.
- ✦ Media melakukan proses mengubah pesan dari sekumpulan data dan fakta ke dalam sistem tanda dan makna yang kemudian dapat dipasarkan dan bernilai kapital (Vincent Mosco)

# Komodifikasi Audiens

- ✓ Sebagai kumpulan individu kolektif, khalayak adalah komoditas.
- ✓ Media sebagai produsen teks dan pemasang iklan menjadi dua entitas yang berkepentingan dengan keberadaan audiens
- ✓ Institusi media mampu menghasilkan sebuah proses yang memungkinkan mereka untuk menjajakan sejumlah khalayak sebagai komoditas yang layak jual (Vincent Mosco)

# Komodifikasi Pekerja

- ✓ Kita secara tidak sadar telah membantu media untuk memajukan sistem yang secara tunggal akan mengubah segala sesuatu menjadi komoditas yang dapat dipasarkan
- ✓ pemilik modal yang memiliki pengetahuan tentang bisnis dan pengelolaan sumber daya manusia (pekerja) dapat melanggengkan dominasi dan hegemoninya terhadap para pekerja media
- ✓ Dengan segala kemampuan dan kreatifitasnya, pekerja media dituntut untuk dapat memenuhi keinginan pemilik modal (pengusaha media) mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari konten media.





# THANKS



Do you have any questions?  
youremail@freepik.com  
+91 620 421 838 yourcompany.com



CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**

Please keep this slide for attribution

