

## REALITAS MEDIA MODIFIKASI REALITAS SOSIAL YANG MENGHIBUR

Agus Setiaman dan Kismiyati El Karimah

Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

E-mail: agus.setiaman@unpad.ac.id; miya.elka@unpad.ac.id

**ABSTRAK.** Pada hakikatnya media massa merupakan perpanjangan lidah dan tangan manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya. Dengan penciptaan, penyempurnaan dan penggandaan sarana teknis manusia dapat membebaskan komunikasinya dari berbagai hambatan ruang dan waktu. Era sekarang dikenal sebagai era media sehingga ada anggapan kalau ingin menguasai dunia maka kuasailah komunikasi nya, kuasailah media nya, setiap saat kita berhadapan dengan media bahkan ketika kita bangun hingga kita menjelang tidur kita senantiasa bersama dengan media. Tidak terlalu mengherankan apabila kehidupan kita baik langsung ataupun tidak langsung akan dipengaruhi oleh tayangan media, apa yang kita pikirkan, apa yang kita rasakan bahkan apa yang akan kita putuskan bisa jadi dipengaruhi oleh apa yang media sodorkan, sajikan pada kita semua. Disisi yang lain realitas media tidak sepenuhnya merupakan realitas sosial yang terjadi dalam masyarakat kita, karena realitas media adalah tetap sebagai realitas media yang tidak bisa dipungkiri merupakan realitas yang merupakan kombinasi dengan realitas yang telah melalui proses modifikasi sebagai realitas yang layak tayang sebagai sajian hiburan.

**Kata Kunci:** Media; Realitas Sosial; Realitas Media; Modifikasi; Tayangan

### MEDIA REALITY MODIFIES ENTERTAINING SOCIAL REALITY

**ABSTRACT.** *In essence, mass media is an extension of the human tongue and hand to develop social structure. By creating, perfecting and multiplying technical means, humans can free their communication from various barriers of space and time. The current era is known as the media era so there is an opinion that if you want to control the world then master communication, master the media, every time we encounter the media, even when we wake up until we go to sleep, we are always with the media. It is not surprising that our lives, either directly or indirectly, will be influenced by media broadcasts, what we think, what we feel and even what we decide can be influenced by what the media presents to us all. On the other hand, media reality is not entirely a social reality that occurs in our society, because media reality remains a media reality which cannot be denied is a reality that is a combination of reality that has gone through a modification process to become a reality that is suitable for broadcast as entertainment.*

**Keywords:** Media; Social Reality; Media Reality; Modification; Impressions

### PENDAHULUAN

Media massa sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari masyarakat kita, sejak pagi hingga dini hari kita terbiasa berhadapan dengan media sehingga sulit dibayangkan kita hidup tanpa media massa, tanpa televisi yang mengungkap gosip selebritas pagi hari, tanpa radio yang mendendangkan nyanyian pagi, tanpa koran yang menyuguhkan berita pagi. Karena begitu banyak masyarakat kita telah terbiasa dengan kehidupan media massa sehingga tidak begitu disadari bahwa media massa sesungguhnya mempengaruhi pandangan dan penilaian serta tindakan kita terhadap suatu fenomena atau isu-isu tertentu.

Media massa seperti halnya komunikasi lisan dan isyarat telah menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dari komunikasi manusia. Berdasar catatan sejarah era perkembangan

komunikasi manusia menurut *Everett M. Rogers* dalam bukunya *Communication Technology; The New Media in Society* (dalam Mulyana, 1999), mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal empat era komunikasi yaitu era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi dan era media komunikasi interaktif. Dalam era terakhir dikenal media komputer, *videotext* dan *teletext*, *teleconferencing*, TV kabel, dan yang lainnya.

Pandangan yang lain diungkapkan oleh pakar komunikasi *Marshall McLuhan* dalam bukunya *Understanding Media The Extensions of Man* (1999), mengemukakan ide bahwa *A medium is message*. *McLuhan* menganggap media sebagai perluasan manusia dan bahwa media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media juga menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia.

Pengaruh media telah berkembang dari individu kepada masyarakat. Dengan media, setiap bagian dunia dapat dihubungkan menjadi desa global.

Media massa memiliki pengaruh bagi masyarakat yang tidak bisa dipungkiri hal ini menghantarkan pemikiran McLuhan untuk menyampaikan *Teori Determinime Teknologi* yang mulanya menuai banyak kritik dan menebar berbagai tuduhan. Ada yang menuduh bahwa McLuhan telah melebih-lebihkan pengaruh media. Tetapi dengan kemajuan teknologi komunikasi massa, media memang telah maju. Saat ini, suka atau pun tidak media massa telah ikut campur tangan dalam kehidupan kita secara lebih cepat daripada yang sudah-sudah dan juga memperpendek jarak di antara bangsa-bangsa. Ungkapan McLuhan tidak dapat lagi dipandang sebagai sebuah ramalan belaka. Sebagai perbandingan perkembangan teknologi media dewasa ini; dibutuhkan hampir 100 tahun untuk berevolusi dari telegraf ke teleks, tetapi hanya dibutuhkan 10 tahun sebelum faks menjadi populer. Enam atau tujuh tahun yang lalu, internet masih merupakan barang baru tetapi sekarang mereka-mereka yang tidak tahu menggunakan internet akan dianggap ketinggalan.

Secara kasat mata kita bisa melihat dalam masyarakat terdapat fakta bahwa teknologi komunikasi terutama televisi, komputer, dan internet telah mengambil alih beberapa fungsi sosial manusia (masyarakat). Setiap saat kita semua menyaksikan realitas baru di masyarakat, dimana realitas itu tidak sekedar sebuah ruang yang merefleksikan kehidupan masyarakat nyata dan peta analog atau simulasi-simulasi dari suatu masyarakat tertentu yang hidup dalam media dan alam pikiran manusia, akan tetapi sebuah ruang di mana manusia bisa hidup di dalamnya. Media massa merupakan salah satu kekuatan yang mempengaruhi umat manusia di abad 21. Media ada di sekeliling kita, media mendominasi kehidupan kita dan bahkan mempengaruhi emosi serta pertimbangan kita.

### Review Literatur

Dasawarsa ini eksploitasi pers dan media interaktif telah menuju ke arah penciptaan supremasi media yang mengancam keberadaan cara pandang objektif dan ruang publik. Hal ini sesuai dengan pandangan teori hegemoni; peran media bukan lagi sebagai pengawas (*watchdog*) pemerintah, tetapi justru menopang keberadaan kaum kapitalis dengan menyebarkan pemikiran-pemikiran mereka, menjadi perpanjangan roda-roda kapitalis sehingga bisa mempercepat putaran roda-roda produksi kaum kapitalis. Hal

ini sesuai dengan sinyalemen yang diungkapkan oleh Strinati yang menyatakan bahwa *budaya pop dan media massa merupakan subjek dari produksi, reproduksi, dan transformasi hegemoni melalui institusi masyarakat sipil yang mencakup area produksi budaya dan konsumsi institusi-institusi tersebut meliputi pendidikan, keluarga, kelompok gereja, dan lain-lain*. Media dapat menjadi kunci untuk mempengaruhi khalayak melalui informasi yang diberikan dan ide-ide yang ditanamkan. Melalui proses ini dapat dilihat peran media secara ideology, selaras dengan idologi yang disebarkannya. Cara seperti ini dominan dilakukan oleh negara-negara Barat yang membentuk pesan-pesan berbau hegemoni.

Realitas lain, tentang keberadaan media massa dewasa ini dinilai telah dijejali oleh informasi atau berita-berita yang menakutkan, seperti kekerasan, pencurian, pelecehan seksual, dan sebagainya. Bahkan media massa, kini menjadi penyebar pesan pesimisme. Akibatnya, media massa justru menakutkan bagi masyarakat. Di negara-negara berkembang, banyak sekali dijumpai kenyataan bahwa harapan-harapan yang diciptakan oleh pesan komunikasi dalam media massa menimbulkan frustrasi, karena tidak terpenuhi harapan yang dipaparkan media itu.

### Realitas Media

Apabila mengacu pada pendapat Dennis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa*, Media massa memiliki fungsi bagi individu yang menggunakannya. McQuail dan kawan-kawannya mengemukakan tipologi fungsi media bagi individu, di mana salah satunya dikatakan bahwa media berfungsi dalam membentuk identitas pribadi. Dalam media individu menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

Melalui media, individu dapat menemukan identitas apakah yang sesuai dengan diri serta harapannya. Terdapat setidaknya tiga hal yang menyebabkan media massa berperan penting dalam proses pembentukan identitas yaitu:

- 1) Media massa merupakan tempat terjadinya hubungan sosial
- 2) Media massa merupakan aparatus budaya, dan
- 3) Media massa merupakan aparatus ideologi

Ideologi merupakan cara pandang dunia dari setiap kelompok sosial, yang di satu sisi menegaskan mereka sebagai suatu kelompok, dan di sisi lain menjustifikasi tindakan mereka. Ideologi menyediakan aturan-aturan perilaku

moral yang mengakar dalam kondisi sehari-hari. Bentuk fisik dari ideologis adalah lembaga keagamaan, pendidikan, keluarga, hukum, sistem politik, perdagangan, komunikasi (media massa), dan budaya.

Sementara itu Douglas Kelner menulis budaya media menunjuk pada suatu keadaan dimana tampilan audio dan visual atau tontonan telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek-proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang. (Kelner, 1996),

Konten media dalam pandangan Shoemaker dan Reese memang berdasarkan apa yang benar-benar terjadi di dunia nyata, namun beberapa elemen beritanya ada yang dipotong dan ditekankan lebih, sehingga begitulah cara berlaku logika media tersebut dalam berita yang disajikan kepada masyarakat. Media berusaha membuat penyampaian berita sehingga terlihat lebih menarik dan bisa mendapatkan atensi yang lebih besar dengan memasukkan pula kepentingan-kepentingan tertentu. Dimana kepentingan-kepentingan tersebut bisa jadi merupakan kepentingan pengelola media, kepentingan politik pemerintah bahkan kepentingan para pebisnis atau pengiklan media.

Dengan demikian tidak berlebihan apabila dikatakan bahwa isi media massa berisi realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) sebagai hasil dari pekerja media yang mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Istilah konstruksi realitas diperkenalkan. Buku tersebut menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Berger, 1996).

### **Peran Bahasa dalam Membentuk Realitas Media**

Penggunaan bahasa dalam konstruksi realitas merupakan unsur utama. Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa merupakan alat konseptualisasi dan alat narasi. Bahasa tidak saja mampu merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan *relief* seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Begitu pentingnya bahasa, maka pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas turut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus menentukan makna yang muncul darinya. Pendapat Ibnu Hamad dalam Sobur mengatakan, *bahasa bukan cuma mampu mencerminkan*

*realitas, tetapi sekaligus menciptakan realitas.* (Hamad dalam Sobur, 2001)

Sebagai perangkat dasar dalam media massa, keberadaan bahasa bukan sekedar penggambaran realitas saja, namun bisa menentukan gambaran (citra) yang akan muncul di benak khalayak. Bahasa yang dipakai media, ternyata mampu mempengaruhi cara melafalkan (*pronunciation*), tata bahasa (*grammar*), susunan kalimat (*syntax*), perluasan dan modifikasi perbendaharaan kata, dan akhirnya mengubah dan atau mengembangkan percakapan (*speech*), bahasa (*language*) dan makna (*meaning*).

## **METODE**

Adapun metode yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis kajian dokumen dengan melakukan berbagai kajian atas dokumen yang relevan dengan analisis dan pembahasan atas fenomena yang penulis teliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Konstruksi Realitas**

Realitas sosial dalam pandangan Berger dan Luckmann menyatakan bahwa realitas sosial dipisahkan dengan “kenyataan” dan “pengetahuan”. Keduanya berpendapat bahwa realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik. Jika realitas dapat dibentuk dengan menyusun berbagai pengetahuan, maka yang perlu diteliti adalah pengetahuan seperti apa karena pengetahuan yang diberikan kepada masyarakat sarat dengan berbagai tujuan dan kepentingan.

Lebih jauh pandangan Berger dan Luckmann menyatakan bahwa pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang *universal*, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan. (Sobur, 2002) Konstruksi sosial dalam pandangan mereka tidak berlangsung dalam ruang, hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Dalam pandangan Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi.

- *Pertama*, tahap eksternalisasi yaitu usaha pencurahan diri manusia ke dalam dunia baik mental maupun fisik.
- *Kedua*, objektifikasi yaitu hasil dari eksternalisasi yang berupa kenyataan objektif fisik ataupun mental.
- *Ketiga*, internalisasi, sebagai proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektivitas individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Ketiga proses tersebut saling berdialektika secara terus menerus pada diri individu dalam rangka memahami realitas. Dengan ketiga fase tersebut pada dasarnya manusia mencoba memahami tentang realitas sosial, dalam kaitannya manusia sebagai makhluk sosial yang berkomunikasi. Komunikasi disini dipandang sebagai bagaimana komunikasi membentuk konstruksi tentang apa yang dipercaya manusia mengenai realitas sosial.

Pada dasarnya konstruksi sosial itu sendiri bersifat dinamis. Sehingga di dalamnya memungkinkan terjadi proses dialektis yang berkesinambungan dengan menampilkan tiga bentuk realitas yaitu *subjective reality*, *symbolic reality*, dan *objective reality*.

1. *Objective reality* yaitu suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas dan tingkah laku yang telah mapan terpolakan dalam pasar (tercakup didalamnya adalah berbagai bentuk pelebagaan sosial dalam pasar) yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta.
2. *Symbolic reality* yaitu semua ekspresi simbolik dari apa yang dinilai sebagai "*objective reality*" antara lain berupa teks produk industri media, atau representasi pasar, kapitalisme dan sebagainya dalam media.
3. *Subjective reality* merupakan konstruksi definisi realitas seputar pasar yang dimiliki individu, dan dikonstruksi melalui proses *internalization* terhadap suatu *objective reality*.

Media memiliki peran yang signifikan dalam mengkonstruksi suatu realitas amat strategis khususnya pada tataran makro dimana keseluruhan atau sejumlah elemen penting realitas sistem sosial didefinisikan, dan juga dalam proses-proses mengkonstruksi suatu realitas yang abstrak dimana publik tidak mampu melihat keterkaitannya secara langsung dengan kepentingan mereka, serta dalam kondisi dimana individu anggota publik tidak memiliki pengalaman langsung atau akses pengamatan

langsung dengan dimensi-dimensi realitas yang sedang dikonstruksi.

Pengaruh yang juga besar dalam proses konstruksi sosial tentang realitas adalah lingkungan sosial. Realitas hidup sehari-hari itu selanjutnya menghadirkan diri kepada kita sebagai suatu dunia intersubjektif, yaitu dunia yang kita huni bersama-sama orang lain (Berger dan Luckmann, 1990)

Pada hakikatnya realitas sosial terwujud dalam berbagai tindakan sosial, contohnya berkomunikasi melalui bahasa. Realitas sosial ini ditemukan dalam pengalaman subjektivitas. Intersubjektivitas menunjuk pada dimensi struktur kesadaran umum ke kesadaran individual dalam suatu kelompok tertentu yang sedang berinteraksi dan berintegrasi. Pengalaman intersubjektivitas inilah yang dapat menjalankan bagaimana kehidupan masyarakat tertentu dibentuk secara terus-menerus.

## 2. Identitas dan Media

Seorang pakar yang Manuel Castells menyatakan bahwa identitas bukan hanya sekedar bagaimana seseorang berperan secara sosial namun juga bagaimana mereka menginternalisasi dan mengkonstruksi makna akan peran-peran sosialnya. Artinya identitas mengorganisasikan makna, sementara peran mengorganisasikan fungsi. Makna adalah identifikasi simbolik oleh pelaku sosial mengacu pada tindakan sosialnya. Apa yang diungkapkan oleh Castells sejalan dengan apa yang diungkapkan Calhoun:

*"We know of no people without names, no language, or cultures in which some manner of distinctions between self and other, we and they, are not made... Self knowledge – always a construction no matter how much it feels like a discovery – is never altogether separable from claims to be known in specific ways by others."* (Calhoun, 1994)

Tentu saja kita sebagai seorang subjek, yaitu seseorang (*person*), kita "patuh pada" proses-proses sosial yang membuat diri kita menjadi "subjek bagi" diri kita maupun orang lain.

Identitas juga diungkapkan oleh Jostein Gripsuird dalam *Understanding Media Culture*. Menurut Gripsuird terdapat dua tipe identitas, yaitu Identitas sosial atau kolektif dan indentuitas diri atau personal. Identitas sosial atau kolekti adalah identitas yang kita dapat dari bagaimana orang lain dan lingkungan memandang kita.

Sementara identitas diri atau personal, yaitu cara kita memandang diri kita.

Terdapat dua cara pandang terkait dengan identitas yaitu *esensialisme* dan *antiesensialisme*. Kalangan *Esensialisme* menganggap bahwa identitas adalah esensi tetap dari seseorang dan identitas merupakan inti diri yang bersifat universal dan kekal yang kita miliki. Dalam pandangan *esensialisme* seseorang dapat memiliki 'esensi' diri yang kita sebut identitas. *Esensialisme* seperti ini beranggapan bahwa ada gambaran-gambaran tentang diri kita mencerminkan identitas mendasar yang esensial seperti feminitas, maskulinitas, orang Arab, anak-anak, remaja, dan semua kategori sosial lain.

Sementara pandangan *antiesensialisme* menentang pandangan *esensialisme*. Menurut *antiesensialisme*, identitas bersifat "sepenuhnya" kultural sehingga khas dan terkait pada masing-masing zaman dan tempat. Gagasan bahwa identitas bersifat lentur didukung dengan argumen-argumen yang bisa disebut *antiesensialisme*. Kata identitas tidak mengacu pada kualitas esensial maupun universal, sebab bahasa "menciptakan" bukan menemukan. Identitas adalah ciptaan wacana yang bisa berubah makna seluruh waktu, tempat, dan penggunaan. (Barker, 2005).

Gagasan mendasar yang dijadikan sebagai argumen dalam pendekatan kritis adalah *antiesensialisme* yang merupakan konstruksi diskursif, produk diskursus atau cara bertutur yang terarah tentang dunia ini. Dengan kata lain, identitas itu dibangun, diciptakan ketimbang ditemukan, oleh representasi, terutama bahasa. (Barker, 2000).

Dalam hal ini konstruksi dipengaruhi oleh sejarah, geografi, biologi, dari produksi dan reproduksi institusi sosial, dari pengalaman dan keinginan-keinginan seseorang, dari kekuatan aparatur negara dan agama. Semua faktor-faktor tersebut diproses dan dimaknai seseorang hingga kemudian menjadi sebuah identitas.

## SIMPULAN

### Kesimpulan

1. Dalam kondisi saat ini masyarakat seringkali tergantung pada *symbolic reality* publik, bahkan para pakar dan intelektual sekalipun menggunakan *symbolic reality* yang ditampilkan media.
2. Pengaruh yang juga besar dalam proses konstruksi sosial tentang realitas yang ditampilkan oleh media adalah lingkungan sosial tempat dimana kita berada.

3. Identitas lebih merupakan sebuah proses yang lahir dari upaya-upaya komunikatif dan interpretatif seseorang. Untuk membangun sebuah identitas, konsep diri dan orang lain harus ditunjukkan, dikondisikan, dan ditempatkan.
4. Identitas adalah "prestasi interaksional yang dikonstruksi secara sosial, diinterpretasikan, dan dikomunikasikan lewat kata, perbuatan, dan citra". Merujuk pada pandangan sosiologi, maka dapat dikatakan bahwa identitas seseorang adalah hasil dari konstruksi.

### Saran-Saran

1. Para pemirsa perlu memahami bahwa apa yang ditampilkan media sebagai realitas sosial atau tema yang diangkat tentang realitas sosial maka pada dasarnya itu adalah realitas media yang telah melalui modifikasi para pembuatnya.
2. Perlunya literasi media yang dilakukan kepada masyarakat awam sehingga mereka menjadi pribadi yang melek media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris, *Cultural Studies ; Theory and Practice*, First published, Sage Publication, London (2000).
- Berger, L. Peter dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*, (1996).
- Castells, Manuel, *The Power of Identity* Malden Mass, Blackwell, (2006).
- Chesney, Mc Robert, (1998), *Konglomerasi Media Massa dan Ancaman terhadap Demokrasi*, AJI, Jakarta
- Denzin, K. Norman, & Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitatif Research*, Second Edition, Sage Publication, California, 2000
- De Fleur, Melvin L, Sandra Ball B Rokeach. 1988. *Teori Komunikasi Massa*. Kuala Lumpur: Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Djiwandono, J. Soedjati. 1994. *Analisis dan Strategi Kompetisi antar Media Massadisampaikan pada Forum Diskusi Alternatif* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu

- Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Grispuird, Jostein, *Understanding Media Culture*, Routledge, London, 1994.
- Kellner Douglas, *Media Culture : Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*, Sage Publicatio, (1996).
- MacBride, S, (1983), *Aneka Suara, Satu Dunia*, Jakarta: PN Balai Pustaka-Unesco.
- Mahayana, Dimitri, 1999, *Menjemput Masa Depan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McLuhan, Marshal, (1999), *Understanding Media, The Extension Of Man*. London: The MIT Press.
- Mulyana, Deddy, (1999), *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Yasraf Amir, (2004), *Posrealitas Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rivers L William, Jay W Jensen, Theodore Peterson, (2004), *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Prenada Media, Jakarta.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, (2000). *Paradigma Baru dalam Perkembangan Ilmu Komunikasi@* disampaikan pada *Orasi Ilmiah Dies Natalis Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung*.
- Strinati, Dominic. (2003). *Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang.
- Tester, Keith, (2003), diterjemahkan Muhammad Syukri, *Media, Budaya, Moralitas*. Yogyakarta: Kerjasama Juxtapose dan Kreasi Wacana.