



**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial**

Kajian Media

Dyna Herlina Suwarto

dynaherlina@uny.ac.id

Silabus Kajian Media

- Standar Kompetensi

Mahasiswa mampu memahami konsep, pendekatan, pembacaan, ekonomi politik, globalisasi, perubahan dan produksi media sehingga dapat menulis kajian media kontemporer

Silabus Kajian Media (2)

- Buku

- Wajib

- McLuhan, Marshal (2010) Understanding Media
 - McDougall, Julian (2012) Media Studies: The Basics

- Pendukung

- Juriens, Edwin (2009) From Monologue to Dialogue: Radio and Reform in Indonesia
 - Prasetyo, Wisnu (2015) Orde Media: Kajian Televisi dan Media Pasca Orde Baru
 - Nugroho, Garin; Herlina, Dyna (2014) Krisis dan Paradoks Film Indonesia
 - Gumira, Seno Aji (2010) Kisah Mata: Fotografi antara Dua Subyek
 - Harsono, Andreas (2010) Agama Saya adalah Jurnalistik
 - Yusuf, Iwan Awaluddin (2010) Pelarangan Buku Di Indonesia Sebuah Paradoks Demokrasi Dan Kebebasan Berekspresi
 - Mapping Digital Media: Indonesia (2014) Kuskridho Ambardi

Silabus Kajian Media (3)

1. Pengantar dan Silabus
2. Medium dan pesan
3. Pendekatan kajian media
4. Pembacaan media
5. Ekonomi politik media
6. Media global
7. Perubahan media
8. Radio
9. Televisi
10. Film
11. Fotografi
12. Surat kabar
13. Buku

Kontrak Belajar

- Setiap mahasiswa wajib membawa buku teks saat kuliah
- Toleransi waktu keterlambatan 15 menit
- Kejujuran akademik diutamakan, tidak ada toleransi pada plagiasi, kecurangan dan mencontek
- Mahasiswa dan dosen dilarang menggunakan ponsel ketika kuliah berlangsung kecuali ada panggilan gawat
- Tidak ada ujian susulan kecuali mahasiswa dirawat di rumah sakit (dibuktikan dengan surat dokter) atau keluarga di rumah meninggal dunia
- Penilaian:
 - UTS :25%
 - UAS :25%
 - Tugas Kelompok:25%
 - Tugas Individu :25%

Lini Masa Komunikasi

1. Speech
2. Symbol
 - a. Cave paintings
 - b. Petroglyphs
 - c. Pictograms
 - d. Writing (Alphabeth)
3. History of telecommunication
 - a. Text editing and storage
 - b. Distance Communication

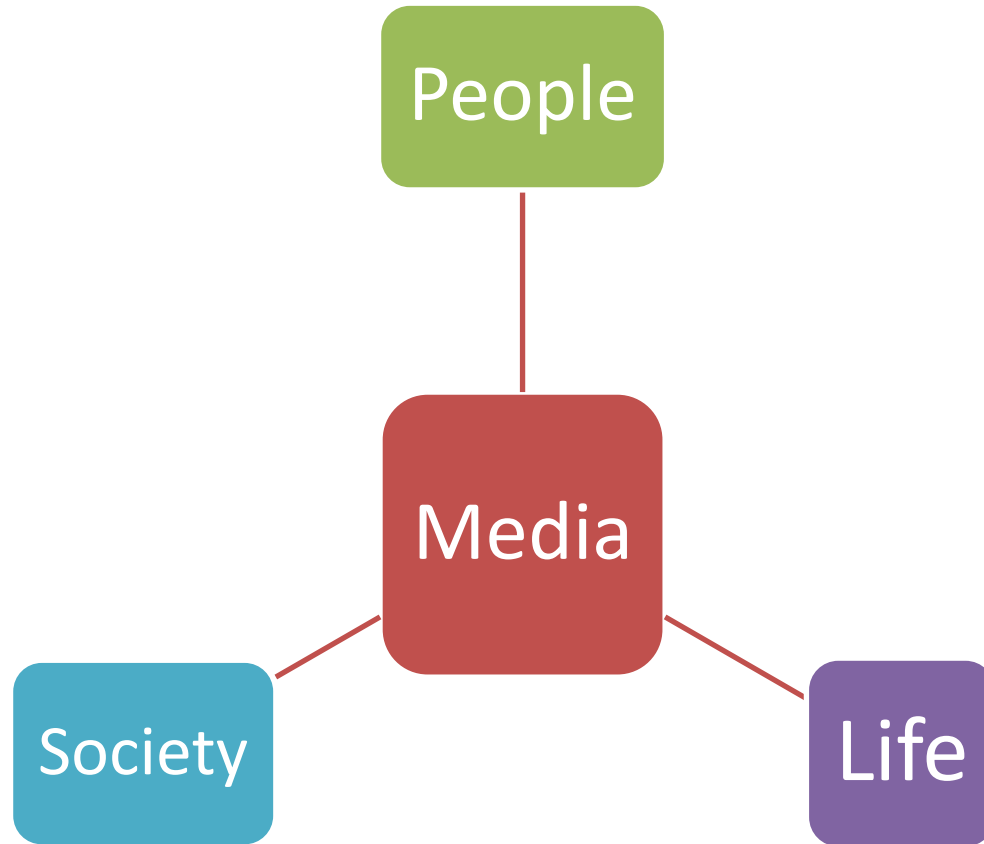
Tahun	Peristiwa
3200 BC	Huruf pertama dikembangkan oleh Suku Phoenicia
400 BC	Papyrus dan perkamen digunakan sebagai media menulis yang bisa dipindahkan
105 BC	Kertas ditemukan di Cina
1455 AD	Gutenberg menemukan mesin cetak pertama
1650	Koran pertama terbit : Leipziger Zeitung di Jerman
1843	Samuel Morse memperkenalkan telegraf dengan menggunakan Sandi Morese
1874	Mesin ketik modern pertama terjual di Amerika
1876	Alexander Graham Bell mematenkan telepon
1877	Thomas Edison mematenkan phonograph (alat pemutar musik)

Tahun	Peristiwa
1927	Warner Bros memperkenalkan film bersuara (musik) : The Jazz Singer
1927	NBC meluncurkan jaringan radio Red an Blue
1945	Penemuan gelombang transistor sebagai medium radio dan televisi
1969	ARPANET, cikal bakal internet , digunakan oleh tentara Amerika
1972	Televisi berbayar pertama, HBO, mulai bersiaran
1979	Jaringan telepon pertama di Jepang mulai beroperasi
1984	Internet mulai dikomersialisasi
2000	MySpace diperkenalkan ke publik
2004	Facebook diluncurkan
2006	Twitter diluncurkan

Media Type

1. Print: books, magazine, newspaper, tabloid
2. Photography
3. Audio visual: film, video
4. Broadcasting: television, radio
5. Interactive: internet, smart phone, line phone

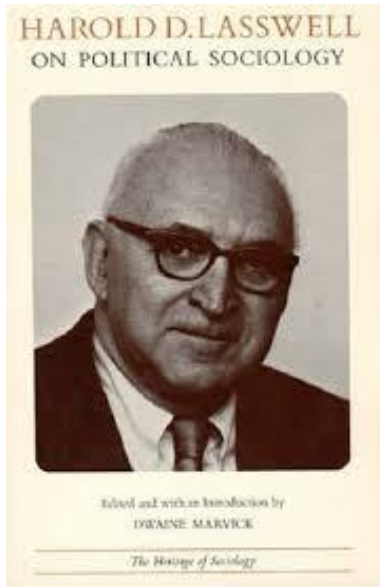
What are Media?



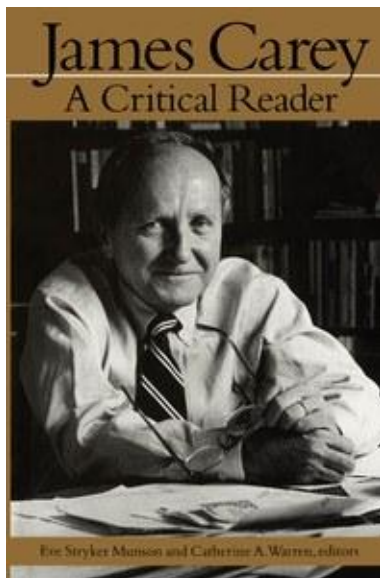
Why Study Media

1. Powerful media discourse
2. Economic discourse
3. Media literacy discourse

Perspektif Communication Studies



- a. Transmission Model: Komunikasi adalah proses transmisi pesan dari sumber (source/sender) penerima (receiver). Komunikasi berada di perspektif ini



- b. Cultural model/meaning production model, komunikasi adalah fenomena budaya, dimana makna diproduksi dan dipertukarkan. Kajian media pada perspektif ini.

Media Studies Basic Concepts

- Effect: passive vs active
- Ideology: Marxist, hegemony, plurality
- Cultural studies
- Structuralism: media language, mythological
- Global media: cultural imperialism, ethnographic,
- Convergence

How to Study Media?

- Textual deconstruction: ideology and creativity
- Audience: media effect
- Media history
- Media economic

Media Studies related but not limited to

1. Anthropology of media
2. Journalism
3. Media ecology
4. Mass media
5. Media culture
6. Mass communication
7. Media literacy
8. Media education
9. Media industry
10. Sociology of media
11. Media psychology
12. Mediatization

Medium is The Message

- “Each medium, independent of the content it mediates, has it’s own intrinsic effects which are its unique message.” – Eric McLuhan
- Media are separate languages with distinct grammar and structure to their form.
- What is the message of a medium?
 - Change of scale
 - Change of pace
 - Change of pattern
- It is the medium that “shapes and controls the scale and form of human association and action.” - M. McLuhan, Understanding Media, 1964.

Medium is The Message (1)

The personal and social consequences of any medium result from the introduction of new technology

The Medium is the Message

Introduction of New Technology

Automation by machines

The Railroad

The Electric Light



Results

Eliminate jobs, create more recreation time for human

➤ **Whether the machine produced Cornflakes or a Cadillac does not matter**

Accelerated and enlarged the scale of previous human function

Created new cities, works, and leisure activities

➤ **Results will be the same despite the environment**

The light itself is pure Information (content)

➤ **The use of light is indifferent since it cannot exist without the electric light**

The effect of the medium is made strong and intense just because it is given another medium as content

The effect is not related to the content, but the medium



The Medium is The Message



THE MEDIUM IS THE MESSAGE.

LARRY SANDERS

The Medium is the Message

Hot and Cold Media

Factors of Interaction

❖ Two Factors

1. Depth of Information
2. Amount of inclusion of the viewer

HOT MEDIA

refers to a high-definition communication that demands little involvement from audience whereas

COOL Media

describes media that demands active involvement from audience

Media Effect

- Studi efek: Hipotesis yang hendak diuji dari studi ini adalah bagaimana televisi memberikan efek langsung pada penontonnya. Studi ini berkembang di Eropa pada 1940-1960 (Abercrombie, 1998:140).

Media Effect (2)

- *Uses and gratifications* (1960-1980-an) : Apabila studi efek mencoba melihat apa yang dilakukan televisi (film) pada penontonnya, studi ini lebih melihat apa yang dilakukan penonton terhadap televisi (film). Dengan demikian pendekatan ini melihat penonton sebagai subjek yang aktif. Penonton diasumsikan memiliki jenjang kebutuhan yang akan dipenuhi dengan menonton televisi.(ibid:141).

Media Effect (3)

- *Decoding* : Studi ini muncul sekitar 20 tahun terakhir, dengan penekanan pada praktik menonton televisi sebagai proses *decoding* (Hall,1980). Penonton mencoba mencari makna dari program televisi (film) dengan cara-cara selayak mata-mata yang menarikan--atau mengawasandakan (*decoding*)--pesan-pesan dari pengontrol mereka (ibid:143). Perlu disadari, dalam studi seperti ini, penonton tidak (sepenuhnya) sadar dengan proses *decoding* yang mereka gunakan; pensarian makna dari program-program televisi berjalan dalam kehidupan sehari-hari dan seolah-olah bersifat “*taken-for-granted*”. Selain itu, terdapat berbagai macam makna yang mungkin dalam pesan-pesan televisi (film) yang berarti terdapat berbagai cara *decoding* yang berbeda pula. Proses *decoding* mengambil tempat dalam konteks sosial. Bagaimana seseorang “menerjemahkan” atau “memaknai” program televisi bergantung pada posisi sosial dan situasi yang menyertai ketika program televisi itu (film) ditonton atau dibicarakan.

Media Ideology

- **IDEOLOGY** – attitudes, beliefs and values.
- A set of beliefs that people use to make sense of their experiences and views of the world.
- The most obvious belief systems centre upon religious, political and economic concepts.
- The construction, selection and shaping of ideas that go into a media text can be seen to reflect the belief system of the producer of the text.

Ideology refers to...

- Sets of ideas which give some account of the social world, usually a partial and selective one.
- The relationship of these ideas or values to the ways in which it is distributed socially.
- The way in which such values and meanings are usually posed as natural and obvious, in other words working with or against sets of power.

What is the dominant ideology we have in society about female beauty?



Ideology and Gender



Our perceptions of female beauty are dominated by young, white, flawless and slim women



What is the dominant ideology in our society about family?



Family life is often depicted as a happy and desirable state, with married couples bringing up children

Going to work and using your earnings to support your family is 'right'

whereas being unemployed and unable to support a family is 'wrong'.

Big Brother

- **The media can be seen to shape our attitudes in order to accept what is best for the elite in power.**
- The idea of 'Big Brother' has always had negative connotations in our society.
- Orwell – 1984.
- Now - Public acceptance of surveillance – something that could be considered against their interests. Influenced by the media.
- Police Camera Action
- The ideological ideas behind 'big brother' have changed – it is now associated with the most watched and talked about reality TV shows.



Women



- The ideological function of many media texts is to identify for women how they should perform within a patriarchy.
- Girl's magazines
- Ideologically it is clear that happiness for a girl is to be found in the arms of a male partner.
- The output of television also suggests the importance of their domestic and child bearing roles.
- Women who are able to juggle a career as well are celebrated.

Activity

- Look at two different representations of the same news story.
- Complete your worksheet – media messages and values.
- Report back.

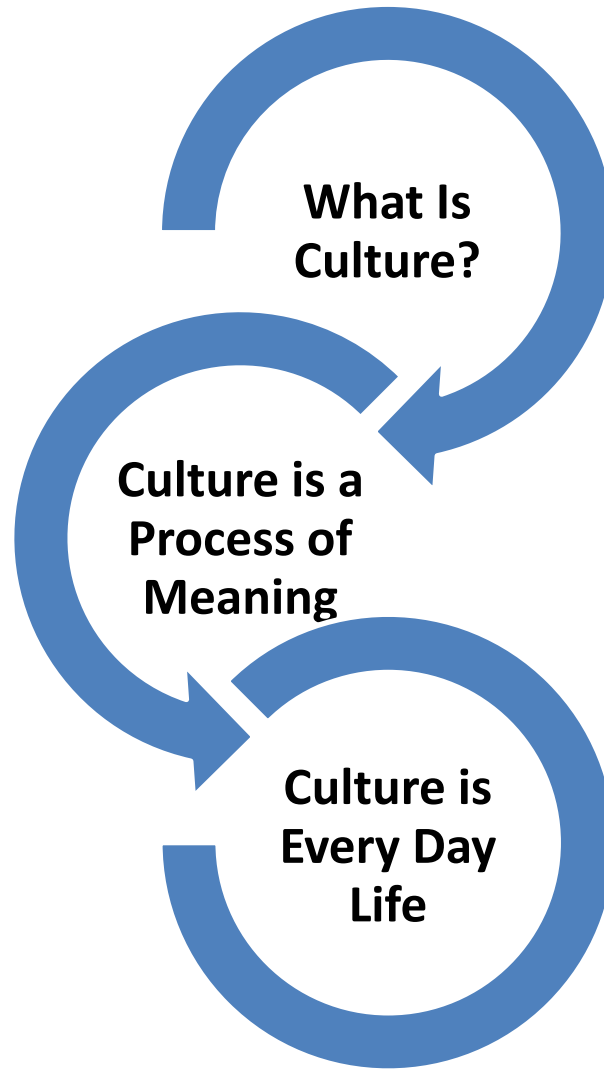
Media messages and values

- Whose interests does the text serve?
- Who is present in the text?
- Who is absent from the text – whose opinion is not taken into account?
- Who or what can the texts be said to represent?
- What does the text tell us about who made it?
- What judgements do you make about the accuracy of the texts?
- What judgements might other people or groups make about them?
- What messages and values are offered about the social/political world in which we live?
- What conclusions can we draw from it, what issues does it raise?
- Do the messages and values in the text affect how you make decisions about the issue?

Key questions...

- What are the major values, ideologies and assumptions underpinning the text or naturalised within it?
- What criteria have been used for selecting the content presented?

Popular Culture



Teks Budaya

- Tulisan, gambar (poster, iklan), suara (lagu, jingle iklan), objek (pakaian), aktivitas (menari, olahraga)
- Selama hal-hal ini merupakan sistem tanda dan bisa disamakan sebagai mekanisme 'bahasa' maka hal-hal ini disebut 'teks budaya' atau 'cultural teks'

Media sebagai Industri Budaya

- ① Industrialisasi budaya lewat media
- ② Budaya adalah produk dari produksi massal: komodifikasi, standarisasi, massifikasi
- ③ Kesadaran dan pikiran manusia menjadi project & industri budaya
- ④ Budaya massa → masyarakat konsumen
- ⑤ Industri budaya menstabilkan kapitalisme



1

**Komodifikasi: SEMUA DAPAT
MENJADI KOMODITAS. YANG
DAPAT DIPERJUAL BELIKAN,
MEMILIKI NILAI TUKAR MATERIAL.
MENGUNTUNGKAN SECARA
FINANSIAL**



UMROH MURAH
Serwanta Ust Al Habsyi

- ✓ UMROH PLUS TURKEY
- ✓ BERANGKAT HAJI TANPA DAFTAR TUNGGU

Harga Mulai
1750
USD

ALHABSYI Management Semarang

Ruko Ngaliyan Square 0-50 Jl. Prof. Dr. Harefa, Ngaliyan - Semarang Telp. 024 7663022 / www.umrohahabsyi.com

DP
Rp. **2** Jt

KAVLING MUSLIM
TAMAN FIRDAUS
CIBURAYUT - CIGOMBONG

Hanya
Rp. **20** Jt / 100 m²
anggaran 1 tahun



- Perumahan dekat Jalan Tol Jagorawi-Lida
- Di lingkungan Wisata Outbound
- Udara sejuk Gemang Satek

INFORMASI HUBUNGI:
(021) 571-8813/574-5330
(0251) 900-2660
0813 990 444 32



Katalog Elzatta Onlie



<http://Elzattaonline.com>



[elzattaonline](https://www.facebook.com/elzattaonline)



[elzattaonline](https://twitter.com/elzattaonline)



Standarisasi: Semua memiliki standar/KUALIFIKASI mengenai :
kualitas: pola, bahan, model, bentuk
Kuantitas: berat, besarannya, panjangnya



AMERICA'S
NEXT TOP MODEL







3

**DIBUAT MASSAL/BANYAK. DIJUAL
DIMANAPUN DENGAN KUALITAS DAN
KUANTITAS SAMA. DIPRODUKSI
DENGAN SISTEM PABRIKAN YANG
MEMILIKI SISTEM DAN CARA YANG
SAMA. MENJADI BUDAYA BERSAMA
YANG DIKONSUMSI OLEH
MASYARAKAT LUAS.**



週刊AKB



JKT48

Makna Populer (Raymond Williams)

1. Disukai banyak orang
2. Jenis kerja rendahan
3. Karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang
4. Budaya yang dibuat untuk dirinya sendiri

Ex: film laris, jilbab terlaris

Budaya Populer

- Pengalaman populer yang lahir karena budaya konsumsi didukung oleh teknologi informasi baru (St. Sunardi, 2003: xii)
- Budaya populer = budaya yang sedang disukai, digandrungi, diminati, menjadi tren
- Budaya populer diikuti dan dianggap hal yang paling baik pada sebuah masa

Perempuan di Tengah Budaya Populer



Seni Rakyat, Seni Kerakyatan, & Seni Populer



Seni Rakyat muncul & bertahan karena kehendak rakyat (dgn tradisinya)

Seni Kerakyatan karena kehendak bangsa (dengan ideologi kerakyatannya)



Seni populer lahir & bertahan karena kehendak media (dengan ideologi kapitalisme)

MEDIA DAN KONSUMSI

Meluluhkan ikatan kohesi sosial yg awalnya mementingkan aspek moral dan kognisi digantikan oleh ikatan estetik

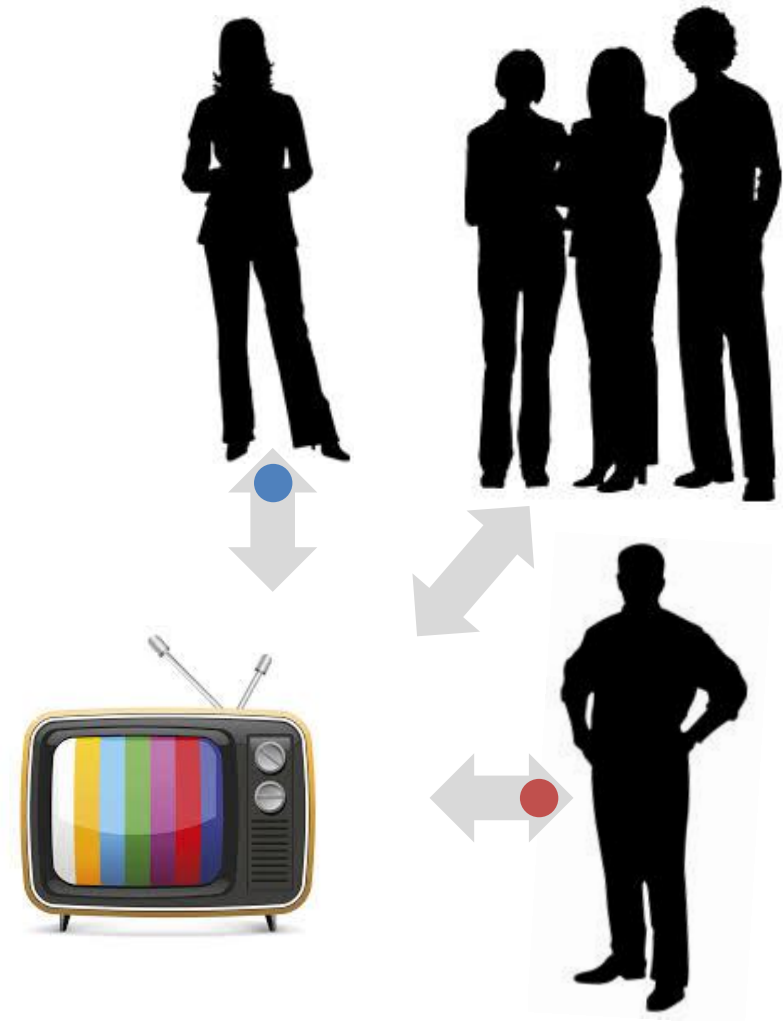
Realitas media membuat manusia tdk lagi bicara fungsi media untuk mengungkapkan gagasan & perasaan manusia, namun media mengatur gagasan & menata perasaan manusia (St. Sunardi, 2003: xiii)

Media

- Media menciptakan populer dengan mengkonsumsi barang-barang komoditi (kapitalisme konsumsi)
- Populer yang lahir lewat cara-cara orang zaman sekarang mengkonsumsi barang-barang (mode of consumption)

Contoh: Burger >> generalized rasa >> pendengaran, penglihatan, penciuman

- Ada penyeragaman pada level estetis, level pengalaman inderawi





Keterkaitan dengan sosiologi

- Budaya Populer merefleksikan situasi dan kondisi sebuah masyarakat, karena berkaitan dengan nilai, budaya, ekonomi, sosial dan politik yang juga berelasi pada budaya populer tersebut

Structuralism

Global Media

Convergence Media