



Judul Buku : Kontruksi Sosial Media Massa

Penulis : PRENADAMEDIA GROUP

Tahun Terbit : Februari 2011

No ISBN : 978-979-1486-38-5

Jumlah Halaman : 254 halaman

Konstruksi sosial media massa mencerminkan dinamika kompleks di mana media memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi dan realitas masyarakat. Media massa, baik cetak, televisi, atau platform digital, secara aktif terlibat dalam pembentukan naratif dan representasi kejadian. Mereka tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga ikut membentuk pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Melalui penyaringan berita, penyajian yang dipilih, dan penekanan pada naratif tertentu, media massa dapat memengaruhi persepsi kolektif dan membangun opini publik. Sementara itu, media sosial sebagai bagian dari media massa semakin menggambarkan peran partisipatif masyarakat dalam proses konstruksi ini. Melalui berbagai platform, individu dapat berkontribusi pada pembentukan naratif dan memperluas cakupan isu-isu tertentu. Oleh karena itu, konstruksi sosial media massa bukan hanya menciptakan informasi, tetapi juga memainkan peran dalam membentuk budaya dan identitas kolektif di masyarakat modern.

Dalam memahami konstruksi sosial media massa, beberapa aspek penting yang harus diperhatikan termasuk peran media dalam membentuk opini publik dan pandangan politik. Media massa berkontribusi secara signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu kritis, memengaruhi sikap terhadap pemimpin politik, dan memainkan peran penting dalam proses demokrasi. Selain itu, aspek budaya dan sosial juga menjadi fokus penting, di mana media membentuk identitas kolektif dan menetapkan norma-nilai masyarakat. Dengan perkembangan media sosial, partisipasi aktif masyarakat menjadi semakin signifikan dalam konstruksi sosial, sementara perlu diwaspadai pula potensi masalah seperti penyebaran informasi palsu dan pembentukan filter bubble yang dapat memengaruhi keragaman perspektif masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap peran media massa dalam membentuk realitas sosial dan budaya menjadi kunci untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan potensi positif dari perkembangan media.

Buku ini menyajikan wawasan mendalam mengenai konstruksi sosial media massa dalam sepuluh bagian yang mencakup berbagai aspek dan sudut pandang. Bagian pertama membahas kajian teoritis dan kerangka konseptual yang mendasari konstruksi sosial atas realitas. Dengan merinci aspek-aspek teoritis, buku ini memberikan dasar pemahaman yang kokoh terhadap bagaimana media massa tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga turut membentuk naratif dan persepsi kolektif dalam masyarakat. Dengan pendekatan ini, pembaca diajak untuk meresapi landasan konsep yang mendukung konstruksi sosial media massa sepanjang buku ini, membuka jendela luas terhadap kompleksitas dinamika antara media dan realitas sosial.

Bagian berikutnya dari pembahasan ini mengeksplorasi periklanan sebagai elemen penting dalam hubungan antara media massa dan masyarakat, dengan fokus pada iklan televisi sebagai bentuk nyata dari realitas sosial yang dibentuk oleh media massa. Pembahasan mencakup makna dan implikasi dari iklan ini dalam konteks konstruksi sosial media massa. Iklan televisi tidak hanya menjadi sarana untuk mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga menjadi cermin dari nilai-nilai, norma, dan tren yang diterima oleh masyarakat. Dalam menyajikan gambaran yang diinginkan, iklan televisi membentuk realitas sosial yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kecantikan, gaya hidup, dan nilai-nilai konsumsi. Pembahasan ini secara rinci mengeksplorasi bagaimana iklan televisi berperan dalam membentuk budaya populer dan memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana realitas sosial yang dibangun oleh media

massa, khususnya melalui iklan, mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat secara lebih luas. Implikasi dari dinamika ini juga diperinci untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik terhadap peran iklan dalam konstruksi sosial media massa.

Selain hal diatas ada salah satu bahasan yang menarik karena menilik dari ahli Berger dan Luckmann. Jika anda ingin membaca lebih lanjut silakan kunjungi Perpustakaan Universitas Pembangunan Jaya dan segera **PINJAM** buku ini. Selamat membaca!

Oleh : Dhafa Andika Pratama

NIM : 2019041023

Program Studi : Ilmu Komunikasi