

Tugas:
Buatlah PPT dari materi yang diberikan

Terima kasih

Ekonomi politik media

Martin Staniland 1985 mengatakan ekonomi politik menjelaskan intraksi sistematis antara aspek ekonomi dan aspek politik. Hubungan intraksi itu bisa dinyatakan dalam banyak cara baik yaitu dalam hubungan kuasalitas antara satu proses dengan proses yang lain yang bersifat deterministic.

Eatwell, Milgate, dan Newsman (1987: 907), seperti yang dikutip Baran dan Davis, mendefinisikan bahwa ekonomi politik merupakan ilmu kekayaan yang berhubungan dengan usaha manusia guna mendapatkan kebutuhan dan memuaskan keinginannya. Dalam bahasa berbeda, Vincent Mosco membuat batasan bahwa ekonomi politik merupakan hubungan sosial, khususnya kekuasaan, yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi atas sumber daya.

Baran dan Davis menyebut istilah komodifikasi budaya (the commodification of culture) sebagai perspektif yang paling menarik dan menantang untuk memahami hakikat budaya produksi secara besar-besaran dan masal, serta didistribusikan secara kompetitif.

Accrding to this view-point, media are industries specializing in the production and distribution of cultural commodities,” media sebagai organisasi atau industri yang mengkhususkan pada produksi dan ditribusi komoditas budaya. Ekonomi politik media sebagai pengembangan dari pemikiran-pemikiran ekonomi politik.

Definisi ekonomi politik yang jauh lebih umum dan ambisius adalah studi tentang pengendalian dan kelangsungan hidup dalam kehidupan sosial. kontrol mengacu secara khusus pada organisasi internal anggota individu dan kelompok, sementara survival mengambil cara yang dengannya mereka menghasilkan apa yang dibutuhkan untuk mereproduksi diri mereka sendiri

- Konsep kunci atas batasan-batasan diatas adalah kekuasaan dibalik kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, konsep ini masih berada diwilayah ekonomi secara umum, serta belum menyentuh areal subjek kekuasaan dan spesifikasi kebutuhan atau keinginan masyarakat yang dimaksud.

kunci yang dimaksud mordock dan golding adalah logika determinisme ekonomi, kepemilikan dan pengendalian, serta konsekuensi produksi. Dalam bahasa yang lain gambling, mordock dan golding merumuskan ketiga poin itu sebagai konsep pasar

Menurut Ziauddin Sardar dikatakan bahwa pendapat Murdock dan Golding mempertegas rupa hegemoni yang dikembangkan media massa dalam perspektif ekonomi politik media.

Konsep Ekonomi Politik Media

1. Konsep Komudifikasi

Komodifikasi sebagai sebuah proses transformasi dari nilai guna ke nilai jual. Titik awal dari kapitalisme adalah proses produksi yang dimulai dengan memperlajari relasi sosial yang mempengaruhi sumber-sumber produksi, distribusi dan konsumsi.

- Proses komodifikasi beraliran kapitalis yang pertama kali diperkenalkan oleh Karl Marx. Komodifikasi menurut Marx ialah kekayaan masyarakat dengan menggunakan produksi kapitalis yang berlaku dan terlihat seperti “kumpulan komoditas (barang dagangan) yang banyak sekali”

- Fetisme komoditas atau pemujaan terhadap komoditas (istilah yang dikemukakan Karl Max) menunjukkan keterkaitan produk buruh dengan produk komoditas. Proses komodifikasi didefinisikan sebagai proses transformasi menggunakan nilai-nilai hidup yang digunakan manusia menjadi nilai yang bisa dipertukarkan.
- Transformasi nilai produk ditentukan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan individu dan social. Komodifikasi menghilangkan produk dari konteks sosial yang lebih bermakna menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat dalam segi bisnis dan ideology nilai “pasar bebas.”

- Komodifikasi khalayak menurut Dallas Smythe (1977) menunjukkan bahwa khalayak merupakan komoditas utama media massa. Media massa terbentuk dari proses yang memandang perusahaan media memproduksi audiens dan mengantarkan mereka kepada pengiklan. Pemrograman media digunakan untuk menarik audiens; ini lebih dari sekedar “makan siang gratis” yang sering diadakan di bar guna menarik pengunjung untuk minum disana.

2. Spasialisasi

- Berhubungan dengan proses pengatasan atau paling tepat dikatakan sebagai transformasi batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Dapat dikatakan juga bahwa spasialisasi merupakan proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media (Mosco, 1996).

3. Strukturasi

- yakni proses penggabungan human agency (agensia manusia) dengan proses perubahan sosial ke dalam analisis struktur. Karakteristik penting dari teori strukturisasi ialah kekuatan yang diberikan pada perubahan sosial, yang menggambarkan bagaimana struktur diproduksi dan direproduksi oleh agen manusia yang bertindak melalui medium struktur-struktur.

Kapitalis Media Global

- Globalisasi adalah istilah yang muncul tidak lama setelah Uni Soviet ambruk. Dengan ambruknya Uni Soviet, perang dingin antara dua Negara adikuasa, Amerika Serikat yang kapitalis dan Uni Soviet yang komunis, selesai. Menurut sumber-sumber mayakini adanya persekutuan politik dan ekonomi tingkat global.
- Menurut Thomas L. Friedman (2003), globalisasi memiliki dimensi ideologi dan teknologi. Dimensi ideologi adalah kapitalisme pasar bebas, sedangkan dimensi teknologi adalah teknologi informasi yang mampu menyatukan dunia

- Masyarakat yang hidup di zaman kapitalisme global adalah masyarakat konsumen. Masyarakat seperti demikian sebenarnya adalah masyarakat yang telah menjadi hamba dari ciptaannya sendiri, yaitu kapitalisme globalisasi telah membawa masyarakat dalam situasi terkadang dalam jerat-jerat dan “rayuan” kapitalisme global, tatanan yang menawarkan berbagai kemudahan, keindahan dan pemenuhan kebutuhan yang serba instan.

- Dalam pemikiran Baudrillard, gaya hidup konsumsi dalam masyarakat konsumen ini tercipta karena perubahan focus perhatian dalam kapitalisme itu sendiri, di mana manajemen produksi dalam kapitalisme klasik telah di gantikan menjadi manajemen konsumsi dalam kapitalisme global (perubahan dari “*mode of production*” menuju “*mode of consumption*”). Gaya hidup konsumtif ini dikendalikan sepenuhnya oleh teknik pemasaran yang menguasai seluruh kesadaran masyarakat konsumen.

- Didalam bukunya M. Shoelhi (2015) dijelaskan bahwa dalam system ekonomi kapitalis mendorong pengajaran terhadap kekuasaan. Rasionalitas ini berarti bahwa untuk mengendalikan kekuasaan global diperlukan sebuah sarana, dan sarana yang dipilih adalah media komunikasi internasional. Kenapa media dipilih? Kerena lazimnya khalayak internasional aktif terlibat dalam proses komunikasi.

- Dampak komunikasi global pada ekonomi telah mengubah bentuk proses produksi dan distribusi serta pengembangan perdagangan dan jasa keuangan. Perdagangan transnasional mendesentralisasikan jaringan produksi dan distribusi karena jaringan internet membantu arus data melampaui batas-batas Negara. Jelasnya, internet telah menjadi alat penting dalam transfer industri, transfer pekerjaan dari wilayah yang

Berbiaya tinggi ke wilayah yang berbiaya rendah, baik di dalam maupun di antara bangsa-bangsa. Ditinjau dari sisi lain, hal ini menyimpan dilema politik baru pertentangan atau perdebatan, misalnya dalam diskursus mengenai ke amanan nasional versus kebebasan ekonomi, serta isu tentang proteksionisme atau kebijakan ekonomi versus internasionalisme dalam perdagangan dan sebagainya

PPT by :

Nama : Belta Yuni Ameldia
Kelas : Ik7a
Nim : 171910004

Ekonomi Politik Media

- o Martin Staniland 1985 mengatakan ekonomi politik menjelaskan intraksi sistematis antara aspek ekonomi dan aspek politik. Hubungan intraksi itu bisa dinyatakan dalam banyak cara baik yaitu dalam hubungan kuualitas antara satu proses dengan proses yang lain yang bersifat deterministic.
- o Adam Smith dalam bukunya Wealth of Nations mengatakan ekonomi politik merupakan cabang ilmu dari para legislator yang memiliki dua tujuan yang berbeda; Pertama, menciptakan sumber pendapatan bagi masyarakat atau mengupayakan bagi masyarakat, atau membantu masyarakat mencarikan pendapatan bagi mereka; kedua, menyediakan sejumlah daya bagi Negara atau pemerintah agar mereka mampu menjalankan berbagai tugas dan fungsinya dengan baik

Konsep Ekonomi Politik Media

o Untuk menerapkan pendekatan ekonominya, Mosco memaparkan tiga konsep utama yaitu: (1) Komodifikasi, (2) spesialisasi, (3) dan struktural.

o 1. Konsep Komodifikasi

Komodifikasi sebagai sebuah proses transformasi dari nilai guna ke nilai jual. Titik awal dari kapitalisme adalah proses produksi yang dimulai dengan mempelajari relasi sosial yang mempengaruhi sumber-sumber produksi, distribusi dan konsumsi. Proses komodifikasi bekerja dalam sosial masyarakat sebagai proses penetrasi komunikasi dan institusi, jadi perubahan dan kontradiksi dalam komodifikasi masyarakat yang merupakan pengaruh komunikasi sebagai peraktek sosial.

Aspek dalam konsentrasi komodifikasi

Dalam konteks industri komunikasi, Mosco menunjukkan tiga aspek dalam konsentrasi komodifikasi, yakni: isi media, khalayak, dan pekerja. “Ketika telah menangani komoditas tersebut, ekonomi politik cenderung berkonsentrasi pada konten media dan, pada tingkat yang lebih rendah, pada khalayak media. Ini sangat sedikit memperhatikan komodifikasi tenaga kerja di industri komunikasi.”

Kesimpulan dari komodifikasi menurut Syaiful Halim bahwa pengertian komodifikasi pekerja adalah kegiatan pengelola media dalam memperlakukan pekerja sebagai pendukung kegiatan produksi yang tidak diperhitungkan kemampuan konseptual dan kreativitas, karena peran itu diambil oleh kelas manajerial

02. Spasialisasi

Berhubungan dengan proses pengatasan atau paling tepat dikatakan sebagai transformasi batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Dapat dikatakan juga bahwa spasialisasi merupakan proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media (Mosco, 1996). Ukuran badan usaha media dapat bersifat horizontal maupun vertikal.

Horizontal artinya bahwa bentuk badan usaha media tersebut adalah bentuk-bentuk konglomerasi, monopoli. Proses spasialisasi yang bersifat vertikal adalah proses integrasi antara induk perusahaan dan anak perusahaannya yang dilakukan dalam satu garis bisnis untuk memperoleh sinergi, terutama untuk memperoleh kontrol dalam produksi media.

03. Strukturasi

yakni proses penggabungan human agency (agensia manusia) dengan proses perubahan sosial ke dalam analisis struktur. Karakteristik penting dari teori strukturisasi ialah kekuatan yang diberikan pada perubahan sosial, yang menggambarkan bagaimana struktur diproduksi dan direproduksi oleh agen manusia yang bertindak melalui medium struktur-struktur.

Kapitalis Media Global

- o Sebelum membahas kapitalis media global, penulis ingin menjelaskan tentang globalisasi. karna kata globalisasi mempunyai hubungan erat dengan istilah kapitalisme global atau ekonomi pasar bebas.
- o Globalisasi adalah istilah yang muncul tidak lama setelah Uni Soviet ambruk. Dengan ambruknya Uni Soviet, perang dingin antara dua Negara adikuasa, Amerika Serikat yang kapitalis dan Uni Soviet yang komunis, selesai. Menurut sumber-sumber mayakini adanya persekutuan politik dan ekonomi tingkat global.

o Istilah “globalisasi” diciptakan untuk menggambarkan ruang lingkup perkembangan-perkembangan yang sedang terjadi dalam komunikasi dan kebudayaan (feathertone, 1990). Benar bahwa kekuatan-kekuatan homogenisasi yang kuat, termasuk persenjataan militer, teknik periklanan, bahasa-bahasa yang dominan, format media, dan kecendrungan mode, tak dapat sangkal memengaruhi kesadaran dan kebudayaan di hampir tiap sudut dunia. Kekuatan-kekuatan modernitas jelas mengubah wajah kebudayaan dunia juga hubungan-hubungan politik-ekonomi.

o Masyarakat yang hidup di zaman kapitalisme global adalah masyarakat konsumen. Masyarakat seperti demikian sebenarnya adalah masyarakat yang telah menjadi hamba dari ciptaannya sendiri, yaitu kapitalisme globalisasi telah membawa masyarakat dalam situasi terkadang dalam jerat-jerat dan “rayuan” kapitalisme global, tatanan yang menawarkan berbagai kemudahan, keindahan dan pemenuhan kebutuhan yang serba instan.

- Dalam pemikiran Baudrillard, gaya hidup konsumsi dalam masyarakat konsumen ini tercipta karena perubahan focus perhatian dalam kapitalisme itu sendiri, di mana manajemen produksi dalam kapitalisme klasik telah di gantikan menjadi manajemen konsumsi dalam kapitalisme global (perubahan dari “mode of production” menuju “mode of consumption”).
- Gaya hidup konsumtif ini dikendalikan sepenuhnya oleh teknik pemasaran yang menguasai seluruh kesadaran masyarakat konsumen. Khususnya yang menyangkut diferensiasi diri.

- o Keberadaan media baru mempermudah kaum kapitalis mengalih keuntungan dan merebut kekuasaan dengan pencitraan ataupun manipulasi informasi, karena semenjak munculnya media baru dapat mempengaruhi pandangan dunia warga masyarakat. Menyeret warga masyarakat ke dunia yang lebih luas atau global.
- o Kelebihannya adalah warga masyarakat menjadi lebih paham perkembangan dunia secara luas. Ukuran-ukuran hidup juga didasarkan pada suatu yang sifatnya global. Bagi warga masyarakat yang secara sikap mental telah siap tidak menjadi persoalan, justru, justru mengglobalnya dia, menjadikan dirinya semakin produktif. Tapi jika sikap mental tidak siap, sering kali warga masyarakat mengalami shock culture, keterkejutan budaya yang membawa dia pada kehilangan identitas

o Dampak komunikasi global pada ekonomi telah mengubah bentuk proses produksi dan distribusi serta pengembangan perdagangan dan jasa keuangan. Perdagangan transnasional mendesentralisasikan jaringan produksi dan distribusi karena jaringan internet membantu arus data melampaui batas-batas Negara. Jelasnya, internet telah menjadi alat penting dalam transfer industri, transfer pekerjaan dari wilayah yang berbiaya tinggi ke wilayah yang berbiaya rendah, baik di dalam maupun di antara bangsa-bangsa. Ditinjau dari sisi lain, hal ini menyimpan dilema politik baru pertentangan atau perdebatan, misalnya dalam diskursus mengenai ke amanan nasional versus kebebasan ekonomi, serta isu tentang proteksionisme atau kebijakan ekonomi versus internasionalisme dalam perdagangan, dan sebagainya.

Politik ekonomi media

Mosco (1995) mendefinisikan ekonomi politik komunikasi sebagai studi hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan yang memengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi berbagai sumber daya termasuk sumber daya komunikasi.

Ketika diterapkan pada media komunikasi, ekonomi politik cenderung memfokuskan perhatiannya pada bagaimana kerja institusi media berkaitan dengan institusi lainnya seperti insitusi politik, keuangan, dan industri serta bagaimana hal-hal tersebut memengaruhi industri media dan praktek-praktek profesional

·
Konsep ini dikembangkan oleh para ahli dan peneliti media dan ekonomi politik, diantaranya adalah Dallas Walker Smythe, Herbert Schiller, Vincent Mosco, Dan Schiller, dan Robert McChesney. Oleh McChesney (2008), ekonomi politik komunikasi disebut juga dengan ekonomi politik media yang menitikberatkan pada kepemilikan media, pentingnya periklanan bagi perusahaan media, regulasi media, dan hubungan ketiga hal tersebut dengan kekuasaan serta bagaimana media massa beroperasi.

Proposisi

McQuail melalui Fourie (2001) menyarikan beberapa proposisi teori ekonomi politik media yaitu sebagai berikut.

Isi media dikendalikan oleh faktor ekonomi dan kepentingan.

Perkembangan media cenderung ke arah konsentrasi.

Integrasi global sedang berlangsung di industry media.

Konten media dan khalayak dimodifikasi.

Keragaman media berkurang.

Oposisi dan suara alternatif dipinggirkan.

Media layanan publik menurun.

▶ Fungsi

teori ekonomi politik media memiliki beberapa fungsi di antaranya adalah sebagai berikut.

- ▶ Teori ekonomi politik media membantu kita memahami perubahan sosial dan transformasi historis.
- ▶ Teori ekonomi politik media membantu kita memahami totalitas sosial.
- ▶ Teori ekonomi politik media membanu kita memahami filsafat moral yakni nilai-nilai sosial dan konsepsi praktek-praktek sosial yang sesuai.
- ▶ Teori ekonomi politik media membantu kita memahami hasil aktivitas manusia yang bebas dan kreatif yang mengubah dirinya sendiri maupun dunia sekitarnya.

Penerapan

Menurut Wasko (2014), teori ekonomi politik media banyak digunakan oleh para ahli sebagai kerangka teoretis berbagai bidang penelitian yang tidak hanya mengkaji masalah kepemilikan media ataupun jurnalistik, melainkan juga merambah ke berbagai tema lainnya seperti hal-hal berikut.

Evolusi **komunikasi massa** atau media massa sebagai komoditas yang dihasilkan dan didistribusikan oleh organisasi pencari laba dalam industri kapitalis.

Mengkaji sejarah perkembangan alat komunikasi atau **sejarah perkembangan teknologi komunikasi informasi**, misalnya analisis historis telegraf (Duboff, 1984), telepon (Becker, 1993), industri film (Guback, 1969) dan lain-lain.

Memahami peran pekerja dalam industri media, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Mosco dan McKercher (2008).

Memahami hubungan negara dan media, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Streeter (1996), Calabrese dan Bergelman (1999), dan Bettig (1997) yang menitikberatkan pada regulasi, kebijakan, dan properti intelektual.

Memahami hubungan media dan demokrasi, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Robert McChesney, Murdock, Golding dan Garnham.

▶ Kritik

- ▶ Teori ekonomi politik media sebagai salah satu **teori kritis media massa** tak terlepas dari kritik yang dikemukakan oleh para ahli. Adapun kritik terhadap teori politik media sebagaimana disebutkan dan disarikan oleh **Baran** dan **Davis (2012)** dan **Wasko (2014)** di antaranya adalah sebagai berikut.
- ▶ Teori ekonomi politik media sangat kurang dalam menjelaskan kekuasaan di tingkat mikroskopik.
- ▶ Teori ekonomi politik media tidak menaruh perhatian pada verifikasi ilmiah karena lebih mendasarkan kajiannya pada analisis keuangan yang subjektif.
- ▶ Teori ekonomi politik media dipandang terlalu dangkal, deterministik, dan ekonomistik.
- ▶ Teori ekonomi politik media dipandang hanya memfokuskan pada sisi ekonomi atau produksi dari proses komunikasi dan mengabaikan teks, wacana, khalayak, dan konsumsi media.
- ▶ Teori ekonomi politik media dipandang gagal untuk menjelaskan kondisi-kondisi khusus industri budaya serta lebih menitikberatkan pada produksi media dibandingkan dengan konsumsi media.
- ▶ Teori ekonomi politik media dipandang gagal dalam untuk memberikan pemahaman tentang perubahan organisasi media sebagai sebuah sistem pembentuk makna.

▶ **Manfaat Mempelajari Teori Ekonomi Politik Media**

- ▶ Mempelajari teori ekonomi politik media dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah sebagai berikut.
- ▶ Kita dapat mengetahui dan memahami pengertian teori ekonomi politik media.
- ▶ Kita dapat mengetahui dan memahami fungsi teori ekonomi politik media.
- ▶ Kita dapat mengetahui dan memahami penerapan teori ekonomi politik media.
- ▶ Kita dapat mengetahui dan memahami kritik-kritik terhadap teori ekonomi media yang diungkapkan oleh para ahli.

▶ Terima kasih 😊



Ekonomi

Politik Media

Nama: NOVA RIANA

Nim: 171910020

Kelas: IK7A

MK: Kapita Selekta Komunikas



PENGERTIAN

Martin Staniland 1985 mengatakan ekonomi politik menjelaskan intraksi sistematis antara aspek ekonomi dan aspek politik. Hubungan intraksi itu bisa dinyatakan dalam banyak cara baik yaitu dalam hubungan kuasalitas antara satu proses dengan proses yang lain yang bersifat deterministic.

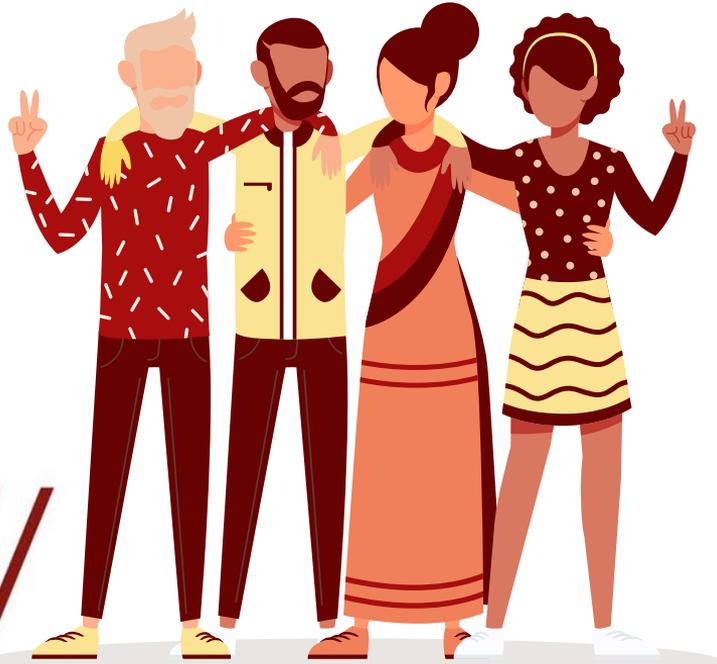
Control sosial dan cara bagaimana manusia bertahan hidup dikaitkan dengan ekonomi politik

Definisi ekonomi politik yang jauh lebih umum dan ambisius adalah studi tentang pengendalian dan kelangsungan hidup dalam kehidupan sosial. kontrol mengacu secara khusus pada organisasi internal anggota individu dan kelompok, sementara survival mengambil cara yang dengannya mereka menghasilkan apa yang dibutuhkan untuk mereproduksi diri mereka sendiri

Proses kontrol secara umum bersifat politis karena melibatkan organisasi hubungan sosial di dalam masyarakat. Proses bertahan hidup pada dasarnya ekonomi karena mereka membatalkan produksi dari apa yang dibutuhkan masyarakat untuk mereproduksi dirinya sendiri. (Mosco)



Tiga kunci yang dimaksud mordock dan golding



01 Logika determinisme ekonomi

02 Kepemilikan dan pengendalian

03 Konsekuensi produksi

Konsep ekonomi politik media



1. Konsep Komudifikasi

Komodifikasi sebagai sebuah proses transformasi dari nilai guna ke nilai jual.

2. Spasialisasi

proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media

3. Strukturasi

proses penggabungan human agency (agensi manusia) dengan proses perubahan sosial ke dalam analisis struktur

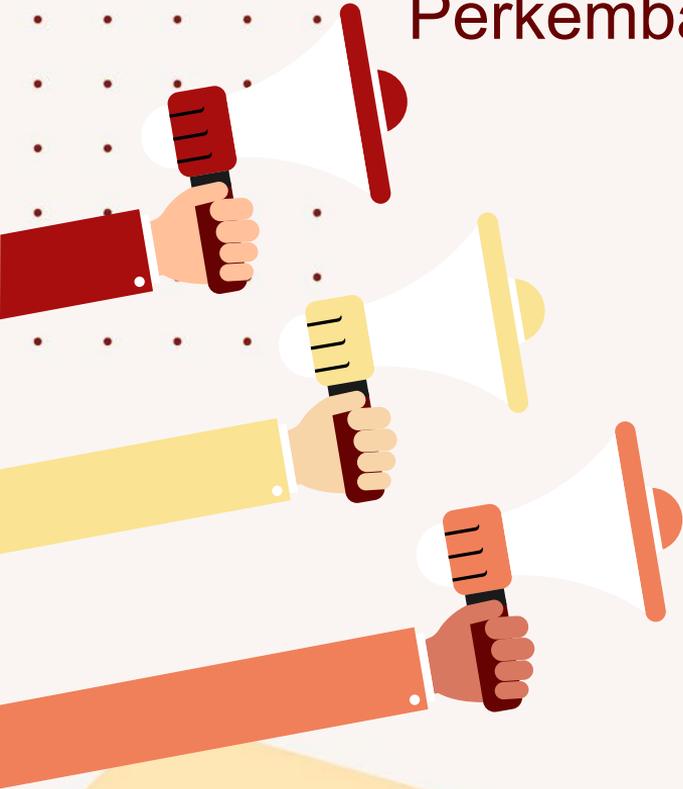
Kapitalis Media Global

Menurut Thomas L. Friedman (2003), globalisasi memiliki dimensi ideologi dan teknologi. Dimensi ideologi adalah kapitalisme pasar bebas, sedangkan dimensi teknologi adalah teknologi informasi yang mampu menyatukan dunia.

- Masyarakat yang hidup dizaman kapitalisme global adalah masyarakat konsumen. Masyarakat seperti demikian sebenarnya adalah masyarakat yang telah menjadi hamba dari ciptaannya sendiri, yaitu kapitalisme globalisasi telah membawa masyarakat dalam situasi terkadang dalam jerat-jerat dan “rayuan” kapitalisme global, tatanan yang menawarkan berbagai kemudahan, keindahan dan pemenuhan kebutuhan yang serba instan.



Perkembangan kapitalisme global



Perkembangan kapitalisme global membutuhkan adanya masyarakat konsumen (*consumer society*) yang akan melahap semua produk kapitalisme tersebut. Masyarakat konsumen adalah masyarakat yang eksistensinya dilihat hanya tujuan totalitas hidupnya dalam kerangka atau logika konsumsi. Keberadaan media baru mempermudah kaum kapitalis menggali keuntungan dan merebut kekuasaan dengan pencitraan ataupun manipulasi informasi, karena semenjak munculnya media baru dapat mempengaruhi pandangan dunia warga masyarakat. Menyeret warga masyarakat ke dunia yang lebih luas atau global.

Manajemen konsumsi kapitalisme global memfokuskan diri pada usaha-usaha mempengaruhi konsumen individual, lewat produk yang ditawarkan melalui media, produser menjanjikan berbagai hal yang berhubungan langsung dengan kepribadian individu, seperti pemenuhan diri, kesenangan, kelimpahan dan tentu saja prestise yang akan didapatnya kalau individu itu mengkonsumsi komoditi yang mereka tawarkan .

—Baudrillard, 1998: 82



TERIMA KASIH...



KOMUNIKASI INTERPERSONAL

**ROBIATUL
AMINI
(171910025)**



Syarat Komunikasi Interpersonal

1. Adanya dua orang atau lebih yang saling menyadari kehadirannya.
2. Adanya saling ketergantungan komunikasi dan FOCUSED INTERACTION
3. Adanya pertukaran pesan
4. Pesan berbentuk verbal dan non verbal
5. Relatif tidak berstruktur.



Fungsi

1. Lingking function

- 📖 Adanya fungsi keterkaitan seseorang dengan lingkungannya.

2. Mentation function

- 📖 Adanya proses mental yaitu proses mental image dan adanya empati komunikator terhadap komunikan

3. Regulation function

- 📖 Seseorang diatur oleh orang lain dan sebaliknya.



TEORI-TEORI HUBUNGAN INTERPERSONAL :

1. *SOCIAL EXCHANGE*

- 📖 Thibaut & Kelley mengemukakan teori tentang pertukaran social ini.
- 📖 Pada dasarnya komunikasi adalah sebuah pertukaran antara adanya pengorbanan dan ganjaran yang diperoleh.



PERSEPSI INTERPERSONAL

2. PERSEPSI INTERPERSONAL

-  Komunikasi interpersonal merupakan interaksi antara persepsi satu orang dengan orang yang lain.
-  Perilaku yang ada setelah terbentuknya persepsi akan dinilai dan dilekatkan dalam bentuk atribusi.



RELATIONAL COMMUNICATION

Gregory Bateson :

- 📄 ***content message** : pesan-pesan yang tersirat
- 📄 ***report message** : pesan-pesan yang tersampaikan secara tersurat.



Palo Alto Group

Pragmatics of human communication

- seseorang tidak dapat tidak berkomunikasi
- setiap komunikasi tentu ada isinya dan ada aspek relationshipnya.
- Komunikasi merupakan suatu urutan
- Komunikasi dapat berbentuk digital dan analogy
- Komunikasi berbetuk simetris dan komplementer



📖 - Millar & Rogers

📖 Hubungan komunikasi merupakan hubungan yang kompleks

📖 Ada 3 dimensi relationship yaitu control, trust, intimacy



THEORIES OF SELF PRESENTATION

Bahwa dalam melakukan komunikasi seseorang mencoba untuk mengerti orang lain dan menampilkan diri untuk dapat dimengerti orang lain.

📖 SCHULTZ PSYCHOLOGICAL APPROACH
Fundamental Interpersonal Relations
Orientation Theory (FIRO-B)

📖 GOFFMAN'S SOCIAL APPROACH





📁 • Interpersonal need

📁 Ekspresi perilaku interpersonal sama / mirip dengan pengalaman yang lalu (biasanya mirip dengan orangtua).

📁 • Compability (INC, CON, AFF) → Komunikasi dan Kohesivitas Kelompok berpengaruh pada produktivitas

📁 Tahapan-tahapan INC, CON, AFF → Pembentukan Kelompok

Goffman

- 📄 Komunikasi merupakan sebuah proses yang berlangsung seperti dalam sandiwara/ drama
- 📄 Situasi adalah setting panggungnya
- 📄 Komunikator dan komunikan adalah aktornya.



Johari Window

- 📄 Joseph Luft dan Harrington Ingham
- 📄 Komunikasi merupakan interaksi
- 📄 antara 2 orang : I & You
- 📄 Antara 2 Aspek : Informasi yang diketahui dan tidak diketahui



Maknanya

- ❖ **Terbuka – open area**

Keterbukaan yang diketahui oleh diri dan orang lain.

- ❖ **Rahasia Pribadi – private area**

Rahasia pribadi yang hanya diketahui sendiri.

- ❖ **Tersembunyi – hidden area**

Orang lain yang lebih tahu daripada kita sendiri.

- ❖ **Gelap – unknown area**

Area hitam yang tidak saling mengetahui.

