



EISSN : [27164012](#)  
ISSN : [23384751](#)

## DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah

Jl. Maulana Yusuf No.10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, 15118 Banten

# SINTESA TEORI KONSTRUKSI SOSIAL REALITAS DAN KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA

Achmad Suhendra Hadiwijaya  
Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan  
Email: [achmadhendra615@gmail.com](mailto:achmadhendra615@gmail.com)

Article Information :

Submitted: 3 Juni 2023

Revised: 18 Juli 2023

Published: 18 Juli 2023

### ABSTRACT

This article present the synthesise the Bergerian theory of social construction reality (Berger and Luckmann) with the Bunginan theory of the social construction of mass media reality (Burhan Bungin). The method used is a literature study. The results showed that the synthesis of the social construction theory of reality and the social construction of mass media reality produced a thesis understanding of an objective and subjective reality which was sufficiently understood through the social construction theory of mass media reality. This is considering the individual phenomenon which, in all durations of daily life, cannot be separated from the role of social media interaction. They externalize, objectify as well as internalize reality based on mass media references. In the hierarchy, the social construction theory of reality can be placed as a grand theory by considering genealogical aspects, while the social construction theory of mass media reality can be placed as a middle-rank theory. This is of course related to the more universal focus on social construction of reality.

**Keywords** : construction, reality social, mass media

### ABSTRAK

Tulisan ini menyajikan sintesa teori konstruksi sosial realitas Bergerian (Berger dan Luckmann) dengan teori konstruksi social realitas media massa Bunginan (Burhan Bungin). Metode yang digunakan adalah studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sintesa teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial realitas media massa menghasilkan satu tesis pemahaman tentang suatu realitas objektif dan subjektif yang cukup dipahami melalui teori konstruksi sosial realitas media massa. Hal ini mengingat fenomena individu yang dalam segala durasi keseharian, tidak dapat dilepaskan dari peran interaksi media sosial. Mereka mengeksternalisasi, mengobjektivasi sekaligus menginternalisasi realitas berdasarkan referensi media massa. Dalam hirarki, teori konstruksi sosial realitas dapat ditempatkan sebagai grand theory dengan mempertimbangkan aspek genealogis, sedangkan teori konstruksi sosial realitas media massa dapat ditempatkan sebagai middle rank theory. Hal ini tentu berkaitan dengan fokus konstruksi sosial realitas yang lebih universal.

**Kata Kunci** : konstruksi, sosial realitas, media massa

## A. PENDAHULUAN

Realitas sosial dalam konteks komunikasi mengacu pada cara realitas sosial dibentuk, dipahami dan dikomunikasikan melalui interaksi sosial dan proses komunikasi. Hal ini melibatkan konstruksi bersama dan berbagi pemahaman tentang realitas melalui simbol-simbol, bahasa, norma, nilai, dan pola-pola komunikasi dalam suatu masyarakat. Peter L. Berger dan Thomas Luckmann adalah dua sosiolog yang memperkenalkan istilah "konstruksi realitas" dan teori "konstruksi sosial" dalam buku mereka yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Sodikin Ali, 2014). Teori ini menyatakan bahwa realitas sosial adalah produk dari interaksi sosial dan proses komunikasi antara individu-individu dalam masyarakat.

Dalam konteks komunikasi, terdapat beberapa jenis konteks yang mempengaruhi cara realitas sosial dikonstruksi dan dipahami. Jenis konteks komunikasi tersebut meliputi intrapersonal: konteks komunikasi yang terjadi dalam diri individu, melibatkan proses berpikir, pemahaman diri, dan persepsi (Puji, 2016). Sebaliknya, interpersonal: konteks komunikasi antara dua individu atau kelompok kecil, melibatkan interaksi langsung antara individu-individu (Sabila Salayan Putri, 2021). Selanjutnya, kelompok kecil: konteks komunikasi dalam kelompok kecil seperti keluarga, teman, atau tim kerja (Mutiaz, 2019). Adapula organisasi: konteks komunikasi dalam lingkungan organisasi, melibatkan komunikasi antara anggota organisasi dan struktur komunikasi yang ditetapkan oleh organisasi tersebut (R. T. Siregar et al., 2021). Sampai pada publik (retorika): konteks komunikasi yang terjadi dalam ruang publik, melibatkan komunikasi yang disampaikan kepada khalayak umum atau masyarakat luas (Mustaffa et al., 2021). Demikian pula terdapat konteks massa: komunikasi yang terjadi melalui media massa, melibatkan seperti televisi, radio, atau internet (Widiyaningrum & Isnaini, 2021). Bahkan terdapat pula komunikasi lintas budaya: konteks komunikasi antara individu atau kelompok yang berasal dari budaya atau latar belakang yang berbeda, melibatkan pemahaman dan penghormatan terhadap perbedaan budaya dalam proses komunikasi (Krisnayana, 2016).

Dari sekian banyak konteks, proses konstruksi sosial realitas sosial terus terjadi, bahkan menjadi tahapan-tahapan yang penting. James Carey mengidentifikasi empat tahapan penting dalam pembentukan realitas sosial dalam media massa, yaitu konstruksi, persiapan materi konstruksi, penyusunan pesan dan penyebaran pesan (Saputra, 2020). Dalam konstruksi sosial realitas sosial, komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk, memelihara, dan mengubah realitas sosial (Luthfiyah, 2020). Melalui proses komunikasi, individu-individu dalam masyarakat saling berinteraksi, membagikan pemahaman dan membentuk konstruksi bersama tentang realitas sosial. Dalam konteks komunikasi lintas budaya, prinsip utama yang penting adalah saling memperlakukan orang lain sebagaimana kebudayaan mereka memperlakukan diri mereka sendiri. Dengan demikian, konstruksi sosial dalam konteks budaya bertujuan untuk meningkatkan integrasi sosial (Saputra, 2020).

Secara keseluruhan, realitas sosial dalam konteks komunikasi melibatkan interaksi sosial, simbol-simbol, bahasa, norma, nilai dan pola komunikasi yang membentuk dan mempengaruhi pemahaman bersama tentang realitas dalam suatu masyarakat. Dengan demikian, teori konstruksi sosial dan konteks komunikasi membantu menjelaskan bagaimana realitas sosial dikonstruksi dan dipahami dalam berbagai situasi komunikasi (Karman, 2015). Fenomena-fenomena ini mencakup berbagai aspek interaksi manusia dalam

kehidupan sosial dan dapat beragam tergantung pada konteks komunikasi yang spesifik. Melalui pemahaman tentang fenomena-fenomena ini, pengetahuan tentang proses komunikasi dan bagaimana manusia berinteraksi satu sama lain dalam berbagai situasi dapat tergambarkan lebih jelas. Pada akhirnya, “apa yang tampak” harus dikategorisasikan dalam dua ranah, yakni fenomena dan realita, sebagai konsekuensi dari adanya konstruksi.

"Fenomena" dan "realita" adalah dua konsep yang berbeda, namun saling terkait dalam konteks pemahaman tentang peristiwa atau kejadian. Dalam konteks umum, "fenomena" mengacu pada peristiwa atau kejadian yang dapat diamati atau ditangkap oleh indra manusia. Fenomena ini dapat mencakup berbagai hal, baik dalam bidang alam, sosial, maupun ilmiah. Fenomena berperan dalam membentuk pandangan dan persepsi manusia terhadap suatu kejadian atau peristiwa (Afiah, 2015). Dengan demikian, fenomena juga dapat mengacu pada serangkaian peristiwa atau kejadian yang dijadikan dasar untuk mempertanyakan dasar suatu peristiwa atau kejadian (Fadli, 2021).

Adapun "realita" mengacu pada kenyataan yang objektif atau keadaan sebenarnya “yang ada” di dunia nyata. Realita mencerminkan keadaan yang nyata dan dapat diamati, serta terlepas dari interpretasi atau persepsi individu. Dalam konteks ini, realita dapat dipahami sebagai kebenaran atau fakta yang terjadi di dunia ini (Widiyaningrum & Isnaini, 2021). Dalam pemikiran manusia, realita telah ada sejak manusia dapat "membaca" dan berpikir dalam menyimak fenomena sekitar dan membedakan antara kebaikan dan keburukan (Mutiaz, 2019).

Dalam konteks perbedaan antara fenomena dan realita, fenomena adalah peristiwa atau kejadian yang dapat diamati dan ditangkap oleh indra manusia, sementara realita mencerminkan kenyataan yang objektif atau keadaan sebenarnya yang terjadi di dunia nyata. Fenomena dapat membentuk pandangan dan persepsi manusia terhadap realita, namun realita tetap berdiri sebagai kenyataan yang ada terlepas dari interpretasi individu (Karman, 2015).

Di lain pihak, realitas di era digital merujuk pada cara, ketika teknologi informasi dan komunikasi, seperti internet, perangkat *mobile* dan media sosial, mempengaruhi dan membentuk kehidupan. Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin 2008, 203).

Di era digital, jurnalisme mengalami perkembangan dinamis karena digitalisasi yang semakin canggih. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses berita dan informasi dengan lebih mudah melalui *platform online* dan sosial media (Johana et al., 2020). Konsekuensinya, ruang digital juga menjadi realitas kebudayaan baru yang memiliki dampak terhadap kehidupan di dunia nyata (Andriyanty et al., 2021).

Mengingat fakta pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka tugas utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Jadi dapat disimpulkan, seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna. Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media

adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya

Di antaranya realitas politik, misalnya saja, sebuah liputan mengenai kegiatan orang yang berkumpul di sebuah lapangan terbuka untuk mendengarkan pidato-pidato politik pada musim pemilu adalah hasil konstruksi realitas mengenai peristiwa yang lazim disebut kampanye pemilu itu.

Melvin Mencher's (2010,56) dalam bukunya berjudul *News Reporting and Writing* menerangkan bahwa definisi dari berita mungkin berubah seiring perkembangan zaman, namun ada dua pengarah yang pasti mengenai berita yaitu :Pertama, berita adalah informasi mengenai sesuatu yang berubah mengenai sebuah peristiwa yang normal, gangguan yang tidak diharapkan dan penyimpangan dari norma yang ada.Kedua, Berita merupakan informasi yang digunakan orang-orang untuk membantu membuat keputusan tentang kehidupan mereka.

Sebuah teks berupa berita tidak bisa kita samakan seperti sebuah kopi dari realitas, ia haruslah dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya, sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Wartawan bisa jadi mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu, yang diwujudkan dalam teks berita-berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Disini realitas bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses internalisasi. Wartawan dilanda oleh realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut. (Eriyanto 2002, 17).

Bagaimanapun, pemaparan tersebut tidak terlepas dari bingkai "konstruksi", yakni konstruksi sosial. Pengetahuan tentang hal tersebut dalam konteks komunikasi merujuk pada pemahaman bahwa realitas sosial bukanlah suatu entitas yang objektif, tetapi merupakan hasil dari interaksi dan konstruksi bersama antara individu-individu dalam masyarakat.

Konstruksi sosial realitas menekankan bahwa pemahaman tentang dunia dan realitas dibentuk oleh interaksi sosial dan proses komunikasi yang terjadi di antara individu-individu. Menurut teori konstruksi, realitas tidaklah ada sebelumnya, tetapi terbentuk melalui proses sosial yang melibatkan persepsi, interpretasi, dan makna yang diberikan oleh individu-individu.

Dalam konteks komunikasi, konstruksi sosial realitas mempengaruhi bagaimana individu memahami dan mengartikan pesan yang diterima. Komunikasi berperan dalam membentuk konstruksi sosial realitas dengan cara mentransmisikan norma, nilai dan persepsi yang diterima oleh masyarakat (Dharma, 2018). Proses komunikasi yang melibatkan penggunaan bahasa, simbol dan representasi memungkinkan individu-individu untuk saling berbagi pemahaman dan membentuk persepsi bersama tentang realitas sosial.

Di sisi lain, media massa juga memiliki peran penting dalam konstruksi sosial realitas. Sebagai sarana penyampai informasi kepada masyarakat luas, media massa memiliki kekuatan dalam membentuk realitas sosial. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media

massa dapat mempengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat tentang realitas sosial (Fernando, 2021). Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bahwa apa yang tampak dan terdengar melalui media tidak selalu mencerminkan realitas yang objektif, tetapi dapat merupakan konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Konstruksi sosial realitas juga berhubungan dengan asumsi bahwa manusia merasakan pengalaman dengan membentuk model dunia sosial melalui bahasa dan sistem komunikasi (Adi, 2019). "Bahasa" berperan sebagai alat utama dalam pembentukan dan pemahaman realitas sosial, melalui interaksi dan komunikasi. Pada proses seperti itulah, individu-individu saling membangun konstruksi sosial realitas.

Dengan demikian, konstruksi sosial realitas dalam konteks komunikasi menekankan bahwa realitas sosial bukanlah suatu entitas yang ada secara objektif, tetapi terbentuk melalui interaksi sosial, bahasa dan proses komunikasi di antara individu-individu dalam masyarakat. Pemahaman ini penting dalam memahami bagaimana individu berkomunikasi, bagaimana pesan-pesan diterima dan diinterpretasikan, serta bagaimana realitas sosial bersama terbentuk dan dipengaruhi oleh proses komunikasi yang terjadi (Anas & Adinugraha, 2017).

Sementara itu, dalam konteks konstruksi sosial media massa, ada beberapa tahapan yang dapat diidentifikasi. *Pertama*, tahap persiapan materi konstruksi di mana redaksi media massa bertanggung jawab untuk mengumpulkan dan mempersiapkan berita atau materi yang akan disampaikan (Hepridayanti & Agus Machfud Fauzi, 2021). Tahap ini melibatkan *desk editor* yang membidangi topik tertentu dan bertugas memilih serta mengatur materi yang akan disampaikan. Tahap berikutnya adalah penyebaran konstruksi, di mana media massa menyampaikan pesan-pesan yang telah dipersiapkan kepada khalayak melalui berbagai saluran komunikasi seperti siaran televisi, radio, atau internet (Perbawasari et al., 2019). Melalui proses ini, media massa memainkan peran penting dalam mentransmisikan informasi kepada masyarakat luas. Setelah tahap penyebaran, terjadi tahap pembangunan konstruksi realitas di mana masyarakat mulai menerima dan menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh media massa (Suyani et al., 2019). Proses ini melibatkan persepsi, interpretasi, dan pemberian makna oleh individu-individu yang menerima pesan media massa. Selama tahap ini, konstruksi sosial realitas sedang dibangun dan dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan melalui media massa. Tahap terakhir adalah tahap verifikasi, ketika media massa memberikan argumen dan penjelasan mengenai alasan-alasan di balik konstruksi sosial yang mereka sampaikan (Saputra, 2020). Pada tahap ini, media massa memiliki peran dalam memperkuat dan meyakinkan masyarakat mengenai konstruksi sosial yang telah mereka bangun.

Konstruksi sosial media massa dalam konteks komunikasi juga berhubungan dengan penekanan bahwa realitas sosial yang diterima melalui media tidak selalu mencerminkan realitas yang objektif. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dan dapat menjadi hasil dari negosiasi, seleksi dan penyuntingan (Husniati & Maryam, 2020). Oleh karena itu, sangat penting bagi masyarakat untuk memiliki pemahaman kritis terhadap pesan media massa dan mampu membentuk persepsi yang lebih beragam dan mendalam.

Memahami teori konstruksi sosial realitas memiliki urgensi, karena memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana persepsi dan pemahaman tentang dunia

dibentuk. Teori ini mengajarkan bahwa realitas bukanlah sesuatu yang diberikan secara inheren atau objektif, tetapi merupakan hasil dari proses sosial yang melibatkan individu-individu yang saling berinteraksi dan bertindak (Tinarbuko, 2017). Dengan memahami konsep ini, setiap individu dapat mengembangkan pemahaman kritis terhadap realitas yang dialami dan mengenali bahwa realitas sosial dapat beragam tergantung pada konteks dan interpretasi sosial. Inilah latar belakang pemilihan tema penelitian.

Selain itu, pemahaman tentang teori konstruksi sosial realitas juga penting dalam konteks analisis media. Media massa memiliki peran yang kuat dalam membentuk konstruksi sosial realitas dengan menyampaikan pesan dan narasi tertentu kepada masyarakat luas (Widodo et al., 2019). Keterampilan kritis dalam mengonsumsi media, sangat membantu pemirsa untuk lebih cerdas dan kritis terhadap apa yang disajikan oleh media massa (Mawara, 2013).

Manfaat lain dari pemahaman tentang konstruksi sosial adalah meningkatnya kesadaran tentang pengaruh media massa terhadap opini publik. Media massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik. Pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu sangat tergantung dari pemahaman masyarakat itu sendiri. Pemahaman ini memungkinkan pemirsa untuk membaca dan menginterpretasikan konten media dengan lebih kritis dan menganalisis dampaknya terhadap pembentukan opini publik.

Dengan demikian, pemahaman teori konstruksi sosial media massa memiliki urgensi yang penting dalam memahami pengaruh media massa, meningkatkan ketrampilan kritis dalam mengonsumsi informasi, serta sangat membantu pengayaan kajian dan penelitian terkait media massa. Dengan pemahaman ini, konsumen media menjadi lebih cerdas dan mampu membaca media dengan sudut pandang yang lebih kritis dan reflektif.

Adapun referensi penelitian terdahulu, antara lain: *satu*, "Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger" oleh Aimie Sulaiman: Artikel ini membahas pemahaman tentang teori konstruksi sosial Peter L. Berger. Selain itu, membahas pula upaya Berger dalam mendefinisikan hakikat dan peran sosiologi pengetahuan serta mendefinisikan konstruksi sosial dalam realitas sosial (Sulaiman, 2016). *Dua*, "Konstruksi Realitas Sosial sebagai Gerakan Pemikiran" oleh Karman. Artikel ini membahas konstruksi realitas sosial sebagai gerakan pemikiran dalam bidang komunikasi sosial. Artikel tersebut menganalisis konstruksi realitas sosial dari perspektif teoretis dan meneliti bagaimana ideologi dan keyakinan mempengaruhi realitas sosial (Karman, 2015). *Tiga*, "Konstruksi Sosial dalam Realitas Sosial" oleh Puji Santoso. Artikel ini membahas konstruksi sosial dalam konteks realitas sosial. Artikel tersebut menjelaskan bahwa konstruksi sosial merupakan hasil dari interaksi sosial manusia dan melibatkan faktor budaya, bahasa dan institusi (Puji, 2016).

Dibandingkan 3 artikel tersebut, penelitian ini melihat bahwa antara teori konstruksi sosial realitas dan teori konstruksi sosial media massa masih dibahas secara parsial. Belum ada yang mengorelasikan, mengelaborasi, mensintesis dari aspek teoritisnya. Padahal sudah banyak disinggung tentang konstruksi sosial realitas dari konsumen media sangat dipengaruhi oleh konstruksi "buatan" media. Oleh karena itu, dalam artikel ini, penulis memilih pemahaman mendasar tentang sintesa teori-teori yang dimaksud.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Teori konstruksi sosial realitas yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas

Luckmann merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana realitas sosial dibangun melalui proses sosial dan interaksi antara individu-individu dalam masyarakat. Teori ini menggunakan konsep eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi sebagai komponen utama dalam rangkaian tindakan nalar (Arfan & Athroz Arfan, 2021).

Konstruksi sosial realitas juga menggambarkan bagaimana individu menciptakan secara terus-menerus realitas sosial yang dimiliki dan dialami secara subyektif melalui tindakan dan interaksi sosial (Ratmono, 2016). Dengan demikian, konstruksi sosial atas realitas adalah proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Fadli, 2021).

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori konstruksi sosial realitas dari Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas sosial merupakan hasil dari proses sosial dan interaksi antara individu dalam masyarakat. Konsep eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi juga menjadi komponen penting dalam teori ini. Individu secara terus-menerus menciptakan dan mengalami realitas sosial yang bersifat subyektif melalui interaksi mereka dalam masyarakat.

Di sisi lain, teori konstruksi sosial realitas merupakan sebuah pendekatan dalam sosiologi dan teori komunikasi yang menekankan bahwa realitas adalah hasil konstruksi sosial yang dilakukan bersama oleh individu-individu melalui proses interaksi sosial (Sabila Salayan Putri, 2021). Konsep ini menyatakan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan terlepas dari pengaruh manusia, melainkan dibangun melalui tindakan, interaksi, dan pemahaman bersama dalam suatu masyarakat (Mustanir & Rusdi, 2019).

Dalam konteks konstruksi sosial media massa, konsep ini menjelaskan bahwa media massa memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial. Media massa berperan sebagai pembentuk dan pengendali informasi yang disebarkan kepada masyarakat luas (Hepridayanti & Agus Machfud Fauzi, 2021). Konstruksi realitas sosial dalam media massa terjadi melalui beberapa tahapan, seperti seleksi, pengejawantahan, interpretasi, dan internalisasi (Karman, 2015). Proses ini melibatkan penyaringan, penyusunan dan penafsiran berita atau informasi yang kemudian diterima dan dipahami oleh masyarakat. Dalam hal ini, James Carey mengemukakan bahwa konstruksi realitas sosial dalam media massa terjadi melalui tahapan sebagai berikut:

1. Konstruksi: Media massa memilih dan memilih informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat.
2. Pengejawantahan: Informasi yang telah dipilih diwujudkan dalam bentuk berita, laporan, artikel, atau konten media lainnya.
3. Interpretasi: Masyarakat memahami dan menafsirkan informasi yang diterima berdasarkan pemahaman dan pengalaman mereka.
4. Internalisasi: Informasi yang telah dipahami dan diinterpretasikan oleh masyarakat menjadi bagian dari pemahaman dan pandangan mereka terhadap realitas sosial (Widiyaningrum & Isnaini, 2021).

Dalam konteks konstruksi sosial media massa, teori konstruksi sosial berperan dalam memahami bagaimana media massa dapat mempengaruhi persepsi, sikap dan pandangan masyarakat terhadap realitas sosial. Konstruksi sosial media massa juga dapat memengaruhi konstruksi identitas sosial individu dan kelompok dalam masyarakat (Mujahiddin et al.,

2021).

Adapun teori konstruksi sosial realitas media massa oleh Burhan Bungin merupakan pendekatan yang mengkaji bagaimana media massa, khususnya iklan televisi, yang sangat berperan dalam membentuk realitas sosial dalam masyarakat, sangat dominan memproduksi realitas-realitas. Dengan demikian, Burhan Bungin melakukan penyempurnaan terhadap Teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Berger dan Luckman dalam konteks media massa. Ia memfokuskan kajiannya pada dimensi kualitatif realitas sosial yang dibentuk oleh media massa, terutama iklan televisi (Z. Siregar, 2018).

### C. METODE

Teori konstruksi sosial realitas media massa oleh Burhan Bungin merupakan pendekatan yang mengkaji bagaimana media massa, khususnya iklan televisi, yang secara masif dan signifikan telah berperan dalam membentuk realitas sosial dalam masyarakat. Oleh karena itu paradigma penelitian ini adalah konstruktivis. Metode yang digunakan adalah studi pustaka, dengan mengumpulkan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial realitas media massa. Dengan melakukan studi pustaka yang komprehensif, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang teori-teori yang relevan dan memadukan mereka untuk mencapai sintesa yang lebih baik. Metode studi pustaka juga dapat membantu dalam menyusun landasan teoritis yang kokoh dalam melihat fenomena dan gejala komunikasi yang terus berkembang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka yang berfungsi sebagai tuntunan dalam mengkaji suatu masalah penelitian (*review of research*) (Mulyadi, 2012). Pada penelitian kajian pustaka ini digunakan jurnal internasional dan jurnal nasional yang telah diringkas dan dianalisa.

Adapun pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Salah satu argumen yang dikedepankan oleh metode penelitian kualitatif adalah keunikan manusia atau gejala sosial yang tidak dapat dianalisa dengan metode statistik. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman dari dalam (*verstehen*), penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.

Penelitian kualitatif lebih menekankan pada penggunaan diri si peneliti sebagai instrumen. Lincoln dan Guba mengemukakan bahwa dalam pendekatan kualitatif peneliti seyogianya memanfaatkan diri sebagai instrumen, karena instrumen nonmanusia sulit digunakan secara luwes untuk menangkap berbagai realitas dan interaksi yang terjadi (Mulyadi, 2012).

Selanjutnya Kirk dan Miller sebagaimana dikutip Moleong mendefinisikan penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan peristilahannya (Moleong 1989, 3).

Pada penelitian ini didasarkan atas karakter data tentang teori konstruksi sosial realitas media massa merupakan data teks. Teks tersebut adalah poin-poin yang menunjukkan Burhan Bungin yang telah melakukan penyempurnaan terhadap teori konstruksi sosial realitas dari Berger dan Luckman.



## **D. TEMUAN HASIL PENELITIAN**

### **D.1. Persamaan antara Teori Sosial Realitas dan Teori Sosial Realitas Media Massa**

Teori sosial realitas merujuk pada pemahaman bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang inheren atau objektif, tetapi merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dilakukan oleh individu dan kelompok dalam interaksi sosial mereka. Menurut teori ini, realitas sosial dapat diciptakan melalui proses konstruksi yang melibatkan persepsi, interpretasi, dan interaksi sosial manusia. Konstruksi sosial melibatkan pemahaman bersama tentang dunia, nilai-nilai, norma dan konvensi-konvensi yang menjadi landasan bagi realitas yang teralami. Realitas sosial ini memiliki dimensi subjektif dan objektif.

Sementara itu, teori sosial realitas media massa merupakan perluasan dari teori sosial realitas yang khusus membahas konstruksi sosial yang terjadi dalam konteks media massa. Teori ini mencoba untuk memahami bagaimana media massa berperan dalam membentuk dan mempengaruhi realitas sosial melalui representasi dan konstruksi yang mereka hasilkan. Dalam konteks ini, James Carey menjelaskan bahwa konstruksi realitas sosial melalui media massa melibatkan empat tahapan penting, yaitu konstruksi, konteks, kontinuitas, dan komunikasi. Tahap konstruksi melibatkan peran aktor sosial, termasuk media massa, dalam mengembangkan konstruksi realitas. Tahap konteks mengacu pada pemahaman tentang kerangka referensi dan latar belakang sosial yang membentuk konstruksi tersebut. Tahap kontinuitas menggambarkan bagaimana konstruksi realitas sosial dipertahankan dan diperbarui melalui interaksi sosial dan komunikasi. Selanjutnya tahap komunikasi menunjukkan bagaimana konstruksi realitas sosial disampaikan melalui media massa kepada masyarakat luas.

Jadi persamaan keduanya adalah dalam konteks sosial realitas, keduanya membentuk realitas melalui bahasa-bahasa. Tesis ini diperkuat oleh "teori persamaan media" (*media equation theory*) yang diperkenalkan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass. Teori ini menyatakan bahwa manusia cenderung memperlakukan komputer, televisi dan media baru seperti manusia dan tempat nyata. Mereka merespon media tersebut dengan cara yang mirip dengan interaksi sosial manusia. Dalam teori ini, media massa dianggap memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk realitas sosial karena kemampuannya untuk menciptakan pengalaman dan persepsi yang mirip dengan interaksi sosial manusia.

### **D.2. Perbedaan antara Teori Konstruksi Sosial Realitas dan Konstruksi Sosial Realitas Media Massa**

Teori konstruksi sosial realitas, juga dikenal sebagai konstruksionisme sosial, yakni sebuah teori pengetahuan dalam sosiologi dan teori komunikasi yang menekankan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang inheren atau objektif, tetapi merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dilakukan oleh individu dan kelompok melalui interaksi sosial. Di sisi lain, teori konstruksi sosial realitas media massa adalah perluasan dari teori konstruksi sosial realitas Bergerian. Bedanya, bidang perhatiannya adalah khusus membahas konstruksi sosial yang terjadi dalam konteks media massa. Teori ini mencoba memahami bagaimana media massa berperan dalam membentuk dan mempengaruhi realitas sosial melalui representasi dan konstruksi yang mereka hasilkan.

Dalam konstruksi sosial realitas media massa, media massa berperan dalam mempengaruhi persepsi, interpretasi dan pemahaman bersama tentang realitas sosial melalui presentasi dan representasi. Media massa dapat membentuk opini, mengarahkan perhatian,

dan mempengaruhi cara pandang masyarakat luas terhadap berbagai isu dan peristiwa. Melalui berita, program televisi, film dan *platform* digital lainnya, media massa memainkan peran penting dalam membentuk “dunia sekitar”.

Dalam konteks tersebut, konstruksi sosial realitas Bergerian sangat dipengaruhi oleh kapasitas individu dengan tidak memasukkan efek media massa. Sementara itu, teori konstruksi sosial media massa justru terfokus pada aspek superior bahasa media, yang secara otomatis menginferiorikan individu konsumen media.

### D.3. Hasil Sintesa

Perbedaan antara teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial realitas media massa terletak pada fokusnya. Teori konstruksi sosial realitas membahas konstruksi sosial secara umum yang terjadi melalui interaksi sosial manusia, sementara teori konstruksi sosial realitas media massa memperluas pembahasan tersebut dengan fokus pada peran dan pengaruh media massa dalam membentuk realitas sosial.

Teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial realitas media massa menekankan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses persepsi, interpretasi dan interaksi manusia (Novita et al., 2021). Dalam konteks sintesa antara kedua teori tersebut, terdapat beberapa hal yang sangat penting untuk menjadi sumber pertimbangan pemahaman:

1. Interaksi sosial melalui media massa.

Penerapan sintesa ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari dapat terjadi melalui media massa. Media massa, seperti media sosial, memungkinkan individu dan kelompok berinteraksi, berbagi informasi dan mempengaruhi persepsi bersama tentang realitas sosial (Sodikin Ali, 2014).

2. Konstruksi representasi media.

Sintesa ini mencakup pemahaman tentang bagaimana representasi yang dibuat oleh media massa dapat mempengaruhi konstruksi sosial realitas. Representasi yang dipresentasikan oleh media massa, seperti *framing* berita atau narasi dalam program televisi, dapat memengaruhi cara pandang dan pemahaman konsumen media tentang realitas sosial (Lengkong et al., 2017).

3. Pengaruh media dalam membentuk konstruksi sosial.

Sintesa ini mempertimbangkan pengaruh media massa dalam membentuk konstruksi sosial realitas. Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini dan pandangan masyarakat luas terhadap isu-isu sosial melalui pemberitaan, penekanan pada topik tertentu, atau penonjolan aktor sosial tertentu (Sulaiman, 2016).

Dengan mempertimbangkan hasil sintesa tersebut, maka Teori Konstruksi Sosial Realitas dapat diposisikan sebagai *grand theory*. Adapun Teori Konstruksi Sosial Realitas Media Massa dapat diposisikan sebagai *middle rank theory*. Hal ini mengingat bahwa konstruksi sosial realitas tidak hanya dipengaruhi oleh media massa, tetapi juga aspek genealogis, budaya/tradisi, komunikator sebagai *encoder*, bahkan relasi kuasa pada lingkungan institusi ataupun personalisasi.

## E. DISKUSI

Menurut kedua ahli sosiologi Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, teori konstruksi sosial realitas dimaksudkan sebagai satu kajian teoretis dan sistematis mengenai sosiologi

pengetahuan (penalaran teoretis yang sistematis). Oleh karena itu, teori ini lebih menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Dengan demikian, individu adalah manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya. Pernyataan ini menunjukkan bahwa konstruksi sosial realitas “belum tentu” dipengaruhi oleh terpaan konstruksi sosial media massa.

Di lain pihak, realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Max Weber melihat realitas sosial sebagai perilaku sosial yang memiliki makna subjektif. Oleh karena itu, perilaku memiliki tujuan dan motivasi. Berger dan Luckmann mengatakan bahwa realitas sosial terdiri dari tiga macam, yaitu realitas objektif, simbolik dan subjektif. *Realitas objektif* terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu dan realita itu dianggap sebagai suatu kenyataan. *Realitas simbolik* merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan *realitas subjektif* adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi. Dengan melihat fenomena terkini, bahwa manusia sulit terlepas dari pemakaian *gadget* dan interaksi di media sosial, maka realitas yang tampak pada media sosial akan dianggap sebagai realitas objektif, sehingga dalam mengekspresikan realitas simbolik maupun subjektif sangat dipengaruhi oleh konstruksi sosial realitas media massa.

Pada sisi lain, Berger dan Luckmann menaruh perhatian pada kajian mengenai hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, berkembang dan dilembagakan. Berger dan Luckmann berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, sehingga sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana kenyataan objektif mempengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi (yang mencerminkan kenyataan subjektif). Oleh karena itu, segala sesuatu yang dianggap “pengetahuan” dalam masyarakat, merupakan struktur dunia akal sehat (*commonsense world*). Pengetahuan adalah kegiatan yang menjadikan suatu kenyataan menjadi bisa diungkapkan “yang berbeda” dengan kesadaran. Pada titik inilah konstruksi bahasa terjadi, atau lebih tepatnya konstruksi pesan terjadi ketika konteks komunikasi terjadi. Hal ini menjadi justifikasi bahwa realitas sulit terbahasakan, pilihan individu kemudian jatuh pada “bahasa media” atau lebih tepatnya “konstruksi media”.

Jika Durkheim maupun Weber melihat keterpilahan antara objektivitas dan subjektivitas, maka Berger melihat keduanya sebagai sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Diandaikan bahwa terdapat subjektivitas dan objektivitas di dalam kehidupan manusia dan masyarakatnya (Solov'eva & Popova, 2020). Masyarakat ialah kenyataan objektif sekaligus kenyataan subjektif. Sebagai kenyataan objektif, masyarakat sepertinya berada di luar diri manusia dan berhadap-hadapan dengannya. Sedangkan sebagai kenyataan subjektif, individu berada di dalam masyarakat sebagai bagian tak terpisahkan. Dengan kata lain, individu adalah pembentuk masyarakat dan masyarakat ialah pembentuk individu. Kenyataan sosial itu bersifat ganda dan bukan tunggal, yaitu kenyataan objektif dan kenyataan subjektif. Kenyataan objektif ialah kenyataan yang berada di luar diri manusia, sedangkan kenyataan subjektif ialah kenyataan yang berada di dalam diri manusia.

Melalui sentuhan Hegel, yaitu tesis, antitesis dan sintesis, Berger menemukan konsep

untuk menghubungkan konsep antara yang subjektif dan objektif itu melalui konsep dialektika, yang dikenal sebagai eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi ialah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi dan internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. Dialektika tiga hal ini berjalan secara simultan. Artinya, ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian ada proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan juga merupakan sesuatu yang berada di dalam diri. Masyarakat adalah produk individu sehingga menjadi kenyataan objektif melalui proses eksternalisasi dan individu juga produk masyarakat melalui proses internalisasi.

Dengan memandang masyarakat sebagai proses yang berlangsung dalam tiga momen dialektis yang simultan (eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi) serta masalah yang berdimensi kognitif dan normatif, maka yang dinamakan kenyataan sosial itu adalah suatu konstruksi sosial produk masyarakat sendiri (*social constructions of reality*) dalam perjalanan sejarahnya di masa lampau, ke masa kini dan menuju masa depan (Berger & Luckmann, 1990: 41) (Arfan & Athroz Arfan, 2021). Konstruksi sosial realitas media massa sangat dimungkinkan mempengaruhi secara simultan pada tiga momen dialektis tersebut.

Dalam realitas objektif terdapat pelembagaan dan legitimasi yang mencakup universum simbolis, yaitu proses objektivasi makna-makna baru (logo, motto, slogan, mitos, jargon) yang berfungsi mengintegrasikan makna-makna yang sudah diberikan kepada proses-proses pelembagaan yang berlainan, fungsinya untuk membuat objektivasi yang sudah dilembagakan menjadi masuk akal secara subjektif. Untuk menjadikan masyarakat sebagai kenyataan subjektif atau realitas internal, diperlukan suatu sosialisasi, untuk memelihara dan mentransformasikan kenyataan subjektif tersebut. Pemaduan semacam ini yang secara simultan terjadi di dalam proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Oleh karena proses ketiganya selalu diliputi oleh terpaan media massa, maka sangat dimungkinkan masyarakat sosial tersebut adalah juga masyarakat sosial media massa, sehingga dalam teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial realitas media massa cukup dipahami dalam konteks sosial realitas media massa, sebuah teori dwitunggal tentang konstruksi realitas.

## F. KESIMPULAN

Sintesa teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial realitas media massa menghasilkan satu tesis pemahaman tentang suatu realitas objektif dan subjektif yang cukup dipahami melalui teori konstruksi sosial realitas media massa. Hal ini mengingat fenomena individu yang dalam segala durasi keseharian, tidak dapat dilepaskan dari peran interaksi media sosial. Mereka mengeksternalisasi, mengobjektivasi sekaligus menginternalisasi realitas berdasarkan referensi media massa.

Dalam hirarki, teori konstruksi sosial realitas dapat ditempatkan sebagai *grand theory* dengan mempertimbangkan aspek genealogis, sedangkan teori konstruksi sosial realitas media massa dapat ditempatkan sebagai *middle rank theory*. Hal ini tentu berkaitan dengan fokus konstruksi sosial realitas yang lebih universal.

Adapun saran penelitian adalah dalam hal pengembangan media dan komunikasi, implikasinya adalah aspek tanggung jawab. Dalam konteks ini, disarankan untuk mempertimbangkan peran media massa dalam konstruksi sosial realitas dan bagaimana media dapat memberikan informasi yang lebih akurat, berimbang dan mempromosikan kesadaran sosial.

## REFERENSI

- Adi, K. (2019). Pengolahan Informasi Dan Persepsi Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 2(2). <https://doi.org/10.37849/mipi.v2i2.171>
- Afiah, N. (2015). Kepribadian dan Agresivitas dalam Berbagai Budaya. *Buletin Psikologi*, 23(1). <https://doi.org/10.22146/bpsi.10573>
- Anas, A., & Adinugraha, H. H. (2017). Dakwah Nabi Muhammad terhadap Masyarakat Madinah Perspektif Komunikasi Antarbudaya. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(1). <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i1.1356>
- Andriyanty, R., Nurdin, H., Rambey, T., Andriyanty, R., Asrarudin, A. U., Dewi, D. U., Andriyanty, R., Aras, M., Afuani, S. N., Nurfallah, A., Dewi, D. U., Bachri, S., Mulyati, M., Misnan, M., Sukma, A. H., Sobir, O. Z., ..., Bisnis, K., Mikro, U., ... Mulyati, M. (2021). Individualism and collectivism culture to audit judgement. *Mediastima*, 2(1), 35–44. <https://doi.org/10.55122/teratai.v2i2.243>
- Arfan, A., & Athroz Arfan, I. (2021). A strategy for strengthening public perception toward sharia banking. *Banks and Bank Systems*, 16(2). [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(2\).2021.16](https://doi.org/10.21511/bbs.16(2).2021.16)
- Berger, Peter L & Luckmann, Thomas. (1979). *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Great Britain : Penguin Books
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Dharma, F. A. (2018). Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.101>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fernardo, E. (2021). KONSTRUKSI SOSIAL REALITAS MASYARAKAT INDONESIA DI TENGAH KONTEN PENYIARAN TELEVISI YANG JAKARTA-SENTRIS. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 2(1). <https://doi.org/10.53565/nivedana.v2i1.263>
- Hepridayanti, & Agus Machfud Fauzi. (2021). Resistensi Masyarakat Terhadap Pengesahan UU Cipta Kerja Dalam Perspektif Sosiologi Hukum. *Reformasi Hukum*, 25(1). <https://doi.org/10.46257/jrh.v25i1.171>
- Husniati, A. M., & Maryam, M. (2020). KONSTRUKSI IDENTITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA HALAL ACEH. *Jurnal Jurnalisme*, 9(1).
- Johana, K., Setiadarma, D., & Dewi P. Wijaya, K. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI

- PEMASARAN 10 DESTINASI PARIWISATA PRIORITAS “BALI BARU” DI KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i6.293>
- Karman. (2015). Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger). *Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 5(3).
- Krisnayana, R. (2016). Komunikasi Lintas Budaya Dan Fakta Etnis Cina Di Indonesia Sebagai Bukti Komunikasi Lintas Budaya. *DIALEKTIKA Volume 3 No. 2. September 2016*, 3(2).
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. . (2017). Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1), 1-46. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15493/15034>
- Luthfiah, F. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.
- Mawara, Z. (2013). Periklanan dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1891>
- Mujahiddin, Arifin Saleh, & Yurisna Tanjung. (2021). Konstruksi Sosial pada Praktik Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Green Economic di Desa Pematang Serai Kabupaten Langkat. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1511-1524. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i9.418>
- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1). <https://media.neliti.com/media/publications/196624-ID-riset-desain-dalam-metodologi-penelitian.pdf>
- Mustaffa, C. S. B., Soh, C. H. C., Talib, Z. A., & Muda, S. (2021). Lens Application of Social Construction Theory and Social Influence Theory to Examine the Factors of WhatsApp Usage as an Organizational Communication Medium. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4). <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3704-20>
- Mustanir, A., & Rusdi, M. (2019). Participatory Rural Appraisal (PRA) Sebagai Sarana Dakwah Muhammadiyah Pada Perencanaan Pembangunan di Kabupaten Sidenreng Rappang. In *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah (APPPTMA)*. <http://asosiasipascaptm.or.id/index.php/publikasi/prosiding-konferensi-nasional-appptma-ke-8>
- Mutiaz, I. R. (2019). KONSTRUKSI REALITAS SIMBOLIK GENERASI MILENIAL MELALUI TEMA FANTASI SELEBGRAM DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Sositologi*, 18(1). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.1.9>
- Novita, I., Nur, I., Rose, T., & Reyhan, M. (2021). Konstruksi Realitas Media (Analisis Framing Pemberitaan UU Cipta Kerja Omnibus Law dalam Media Online Vivaneews dan Tirto.id). *Jurnal Syntax Admiration*, 2(1).
- Perbawasari, S., Sjachro, D. W., Setianti, Y., Nugraha, A. R., & Hafiar, H. (2019). Government Marketing Public Relations Strategy in Preparing Halal Tourism in Priangan Region. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(1). <https://doi.org/10.29313/mimbar.v35i1.4134>

- Puji, S. (2016). Konstruksi Sosial Media Massa Puji Santoso Dosen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Al-Balagh*, 1(1), 34.
- Ratmono, B. M. (2016). Membaca Ulang Kultur Kepolisian Negara Republik Indonesia (Sebuah Refleksi Kritis Dari Dalam). *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(1). <https://doi.org/10.22146/jps.v2i1.23409>
- Sabila Salayan Putri, S. M. (2021). Analisis Pendekatan Komunikasi Interpersonal Psikolog dengan Pasien Psikosis. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(1). <https://doi.org/10.24076/pikma.2020v3i1.352>
- Saputra, F. T., (2020). KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS TIONGHOA DAN PENDUDUK MUSLIM DI BANTEN. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2). <https://doi.org/10.33592/dk.v7i2.366>
- Sidharta, G. M. (2018). Etika Periklanan dalam Komunikasi Massa. *Researchgate.Net*, 29.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., & ... (2021). *Komunikasi Organisasi*. January, 1-10. <https://repository.penerbitwidina.com/id/publications/338840/komunikasi-organisasi>
- Siregar, Z. (2018). Social Construction of Mass Media. *Jurnal Wahana Inovasi*, 7(1).
- SODIKIN ALI. (2014). KONSTRUKSI PEMBERITAAN PDIP DI MEDIA MASSA: ANALISIS FRAMING PERNYATAAN PAKAR KOMUNIKASI POLITIK DI KOMPAS.COM. *Communication Spectrum*, 4.
- Solov'eva, E. E., & Popova, S. I. (2020). The model of social construction of civic identity of students in a multicultural environment. *Perspektivy Nauki i Obrazovania*, 43(1). <https://doi.org/10.32744/pse.2020.1.8>
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15-22. <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Suyani, E., Zahara, E., & Alfiansyah Siregar, F. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Menerapkan Program Corporate Social Responsibility (Studi Di PT. Coca Cola Bottling Indonesia Cabang Medan). *Jurnal Warta Edisi*: 59.
- Tinarbuko, S. (2017). Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat. *Panggung*, 26(2). <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i2.175>
- Widodo, E., Pramitasari, D., & Marcillia, S. R. (2019). PLACE ATTACHMENT ABDI DAN MASYARAKAT TERHADAP PURI UBUD DI KABUPATEN GIANYAR, BALI. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 6(2). <https://doi.org/10.24252/nature.v6i2a6>