



Umum

- [Esai](#)
- [Teori](#)
- [Ulasan](#)
- [Buku](#)
- [Film](#)
- [Musik](#)
- [Lain-lain](#)
- [Wawancara](#)
- [NLRSpedia](#)
- [Rerasan](#)

[Beranda](#) > [Teori](#) > [Psikologi Media dan Audiens Aktif](#)

---

# Psikologi Media dan Audiens Aktif

A. Harimurti

9 Mei 2022 [Tinggalkan Komentar](#)

Sebagaimana telah dijelaskan dalam [tulisan sebelumnya](#), tren penelitian dalam Psikologi Media terarah pada teori Audiens Aktif. Teori tersebut menantang gagasan dominan dalam pendekatan komunikasi yang cenderung menekankan pada perilaku dan efek

media terhadap seseorang. Hall (1991) mengatakan bahwa penelitian media didominasi oleh tradisi penelitian komunikasi massa yang berakar dari praktik ilmu sosial empiris di Amerika Utara, secara khusus di US. Model US ini biasanya menggunakan metode survei audiens dan analisis isi kuantitatif. Gayanya cenderung behavioristik dengan menekankan mengenai isi media sebagai pemicu tindakan seseorang. Model penelitian efek dan behavioral cenderung memfokuskan bahwa isi pesan menetap, apabila komunikasi tidak berhasil menyampaikan isi pesan maka yang bermasalah adalah saluran atau manusianya. Selain itu, pesan juga dilihat netral tanpa ada agenda ideologis di dalamnya. Persoalannya, dengan model demikian, media dan komunikasi tidak ditempatkan dalam struktur ekonomi, sosial, dan politik (dengan demikian struktur kekuasaan) yang terjadi sebagai konteks komunikasi.

Teori Audiens Aktif mulai diperhitungkan dalam penelitian media pada masa 1970-an. Hall dan Du Gay (1996) menekankan *audience investment* atau bagaimana audiens menanankan hasratnya akan suatu media dan bukan pada media yang lain. Hall (1973) menunjukkan bahwa saat berhadapan dengan media, audiens aktif terlibat, menafsirkan, dan menanggapi teks media dengan cara yang berbeda dan mampu menantang ide-ide yang dikodekan di dalamnya. Dari berbagai macam teori dan penelitian yang telah dilakukan dalam media, Hall meyakini bahwa media menempati posisi dominan dalam membangun ideologi audiens. Oleh karena itu, tulisan ini akan berupaya untuk menggambarkan gagasan Hall mengenai pembacaan media secara aktif oleh audiens dengan memberi konteks kemunculan teori tersebut berdasarkan dua tokoh yang membahas mengenai ideologi, yakni Roland Barthes (1915-1980) dan Louis Althusser (1918-1990).

### ***Roland Barthes dan Mitos***

Roland Barthes merupakan seorang teoretisi sastra, penulis esai, filsuf, kritikus, dan *semiotician*. Dia banyak mengerjakan ulasan mengenai budaya-budaya populer di Perancis. Dalam *Mythologies* (1972), Barthes menuliskan bahwa mitos merupakan tipe wicara (*myth is a type of speech*). Barthes menunjukkan bahwa mitos merupakan sistem

komunikasi, dengan demikian adalah sebuah pesan. Alih-alih sebagai sebuah objek, konsep, atau ide; mitos merupakan cara penandaan (*signification*) dari sebuah bentuk. Segala obyek di dunia ini berpotensi menjadi mitos, asalkan dia diwicarakan dan terbuka untuk ditafsirkan dalam masyarakat. Lantas, kapasitas manusia untuk berpikir, menduga, dan melakukan wicara adalah syarat sesuatu bisa menjadi mitos. Wicara sendiri bisa mengambil bentuk dalam rupa visual maupun verbal, yang berarti berdampingan dengan semiologi atau ilmu mengenai tanda-tanda.

Semiologi merupakan ilmu yang mempelajari penandaan secara terpisah dari kandungannya. Ilmu ini mengeksplorasi fakta-fakta sebagai sebuah tanda bagi sesuatu yang lain. Mitologi sendiri merupakan bagian dari semiologi sekaligus ilmu-ilmu formal, menjadi bagian ideologi sekaligus ilmu historis. Dalam mitologi, seseorang akan memeriksa ide-ide yang terejawantahkan dalam suatu bentuk (*ideas-in-form*) (Barthes, 1972).

Ketika berbicara dalam konteks semiologi, maka ada tiga hal yang perlu dibahas dalam suatu wicara, yakni, penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan tanda (*sign*) (Barthes, 1972). Tanda merupakan kesatuan asosiatif dari penanda dan petanda. Barthes (1972) mencontohkannya dengan bunga mawar yang menandai gelora cinta di hati (*passionified rose*). Mawar sendiri merupakan bentuk penanda, gelora asmara merupakan bentuk petanda. Ketika keduanya bertemu, muncul satu tanda berupa *passionified rose*. Dalam kacamata ini, makna merupakan sesuatu yang penanda-nya kosong dan tanda-nya penuh.

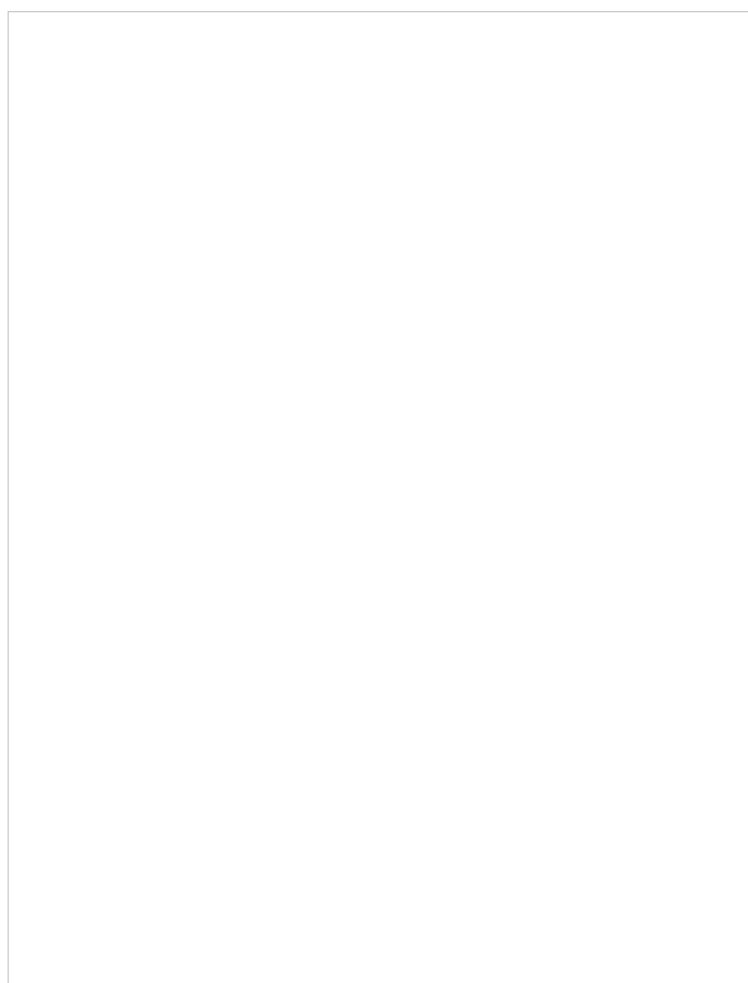
Ketiga dimensi di atas juga termuat dalam mitos. Namun, Barthes (1972) melanjutkan bahwa mitos merupakan sistem semiologi tingkat kedua. Dalam mitos, tanda pada sistem pertama menjadi penanda pada sistem kedua. Guna memahami cara kerja mitos, kita perlu mencermati spesialisasi pola yang dibuat Barthes berikut ini:

*Figur 1. Skema Semiologis Roland Barthes*

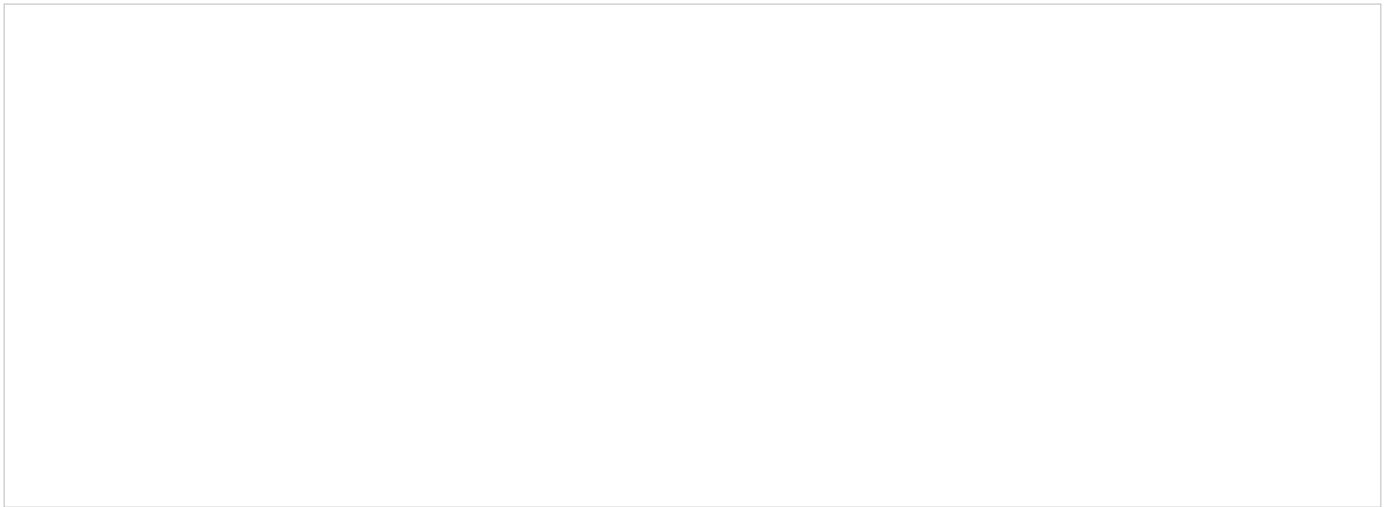
<i>1. signifier</i>	<i>2. signified</i>	
<i>3. sign</i>		(langue)
I. SIGNIFIER		II. SIGNIFIED
III. SIGN		
(myth)		

Sebagai contoh, dalam sebuah sampul *Paris Match* (majalah Perancis), dihadirkan foto seorang pemuda berkulit hitam tengah memmberi hormat dengan sorot mata khidmat kepada bendera Perancis. Tanda yang hendak ditegaskan dalam representasi tersebut adalah bahwa Perancis merupakan imperium besar sehingga siapa pun itu, tidak peduli ras, warna kulit, maupun golongannya; asal dia orang Perancis, maka ia akan setia menghormati bendera tersebut. Sebagai penanda dalam sampul tersebut dapat kita sebut: seorang anak kulit hitam sedang menghormat kepada bendera Perancis. Petanda-nya dapat kita sebut sebagai (patriotisme) ke-Perancis-an dan militansi (Barthes, 1972).

*Figur 2. Sampul Paris Match No. 326, 25-26 Juni 1955*



*Figur 3. Struktur Semiologis Sampul Paris Match*



Apabila kita melihat bentuknya, maka kita akan menemukan adanya pemiskinan makna, dengan menempatkannya dalam agenda pemaknaan tertentu sehingga siap untuk digunakan. Orang kulit hitam tersebut menampilkan sosok yang penuh, syarat dengan pengalaman, spontan, naif, tidak terbantahkan, dan memiliki sejarah kolonialisme. Namun, melalui kehadirannya dalam sampul tersebut, segala sesuatu atau historisitas mengenai anak berkulit hitam dan kolonialisme yang pernah terjadi kemudian terpinggirkan. Sebagai gantinya, didapati konsep berupa kemegahan imperium Perancis.

Dengan hadirnya pembentukan mitos yang bentuk dan konsepnya bisa dikonstruksikan, Barthes (1972) menunjukkan bahwa suatu ideologi berisi mitos. Mitos merupakan cara kelompok tertentu untuk meloloskan kepentingan pribadi atau kekuasaannya melalui simbol-simbol yang diakui. Ideologi tersebut akan menjadi populer apabila mitos dibaca sebagai sebuah sistem faktual dan bukan sistem semiologis. Mitos terjadi dengan mengubah makna menjadi bentuk lewat perampokan bahasa. Gambar anak berkulit hitam di atas dirampok dan digunakan sebagai tanda baru yang berkaitan dengan imperium Perancis.

### *Althusser dan Ideologi*

Apabila Barthes menunjukkan bahwa ideologi berisi mitos-mitos lewat perampokan bahasa, maka Althusser akan menunjukkan bahwa ideologi memiliki fungsi menginterpelasi (*hailing*) individu menjadi subyek. Althusser merupakan filsuf beraliran kiri yang mengembangkan gagasan Marxist dan Psikoanalisis. Dalam pembicaraan mengenai ideologi, Althusser (1970/2008) memiliki tesis yang menyatakan bahwa "*Ideology interpellates individuals as subjects*" (ideologi menginterpelasi individu-individu sebagai subyek-subyek). Bagi Althusser, ideologi merupakan sistem gagasan dan representasi yang mendominasi pikiran seseorang atau suatu kelompok sosial.

Sebelum menjelaskan tesis tersebut, ada baiknya kita melihat dasar pemikiran Althusser. Dalam konteks sistem kapitalisme sebagaimana diuraikan oleh Marx, Althusser (1970/2008) menyatakan bahwa untuk melangsungkan produksi, maka diperlukan reproduksi alat-alat produksi. Reproduksi yang dilakukan menasar pada kekuatan-kekuatan produksi dan relasi dalam produksi. Dalam kekuatan produksi, kita akan menemukan reproduksi alat-alat produksi, misalnya reproduksi bahan mentah dan mesin-mesinnya. Sementara itu, dalam reproduksi relasi produksi, ditampilkan mengenai bagaimana tenaga kerja direproduksi. Althusser (1970/2008) menuliskan bahwa dalam reproduksi tenaga kerja yang diperlukan tidak hanya keterampilan, tetapi juga reproduksi ketundukkan terhadap aturan dan tatanan yang ada. Tatanan ini lah yang kemudian diidentifikasi sebagai ideologi yang berkuasa atas para pekerja dan penguasaan atas praktik-praktiknya.

Gagasan ideologi yang dimaksud Althusser bisa dibayangkan seperti susunan masyarakat kapitalis yang dianalisis oleh Karl Marx (1818-1883). Marx menunjukkan bahwa setiap masyarakat ditentukan oleh infrastruktur atau basis ekonomi (kesatuan kekuatan dan relasi produksi) dan suprastruktur berupa legal-politis dan ideologi. Lantai atasnya, atau suprastrukturnya, tidak bisa berdiri sendiri tanpa berpijak pada basisnya. Lantas, apa yang terjadi pada basis ekonomi, menentukan apa yang terjadi pada level suprastruktur. Namun demikian, apakah suprastruktur ini memiliki timbal balik pada basis?

Dengan berbekal teori Marxist mengenai Negara, Althusser menguraikan bahwa gagasan Negara sebagai aparatus represif (*Repressive State Apparatuses; RSA*) perlu ditambahkan dengan hadirnya aparatus ideologis negara (*Ideological State Apparatuses; ISA*). Berbeda dengan RSA yang hanya memiliki satu ragam, ISA justru memiliki berbagai ragam seperti ISA agama, ISA pendidikan, ISA keluarga, ISA hukum, ISA politik, ISA serikat buruh, dan ISA komunikasi. Selain itu, RSA berada pada wilayah publik dan ISA pada wilayah yang lebih privat. Berbeda pula dengan RSA yang berlangsung lewat kekerasan, ISA berjalan dengan lebih halus lewat ideologi. ISA sendiri berlangsung secara berkelindan. Sebagai contoh, ISA agama akan memusatkan pada dirinya bukan hanya fungsi religius, tetapi juga pendidikan, komunikasi, maupun politik. Hanya lewat penguasaan dan hegemoni terhadap ISA, maka suatu kelas dapat berkuasa dalam jangka waktu yang lama.

Kemudian, apa yang dimaksud Althusser (1970/2008) ketika ia mengatakan bahwa “ideologi menginterpelasi individu-individu sebagai subyek-subyek”? Tesis tersebut menunjukkan bahwa ideologi merupakan representasi hubungan imajiner antar-individu terhadap kondisi nyata eksistensi perlu dibahas sebagai dasar bahwa individu mau menerima ideologi. Dalam ideologi, menurut Althusser, yang digambarkan adalah “relasi mereka terhadap kondisi eksistensi-eksistensi mereka. Relasi inilah yang menjadi pusat dari setiap penggambaran ideologis atau imajiner dari dunia riil.”

Namun mengapa manusia butuh menggambarkan kondisi riil dalam bentuk yang imajiner? Althusser menawarkan dua jawaban. Pertama adalah jawaban yang berasal dari abad ke-19. Raja Lalim atau Pendeta membutuhkan ideologi untuk melanggengkan status quo terhadap rakyat atau jemaatnya. Dengan pelanggaran status quo berarti pelanggaran “dominasi dan eksploitasi mereka [Raja Lalim atau Pendeta] terhadap ‘rakyat’ di atas penggambaran yang keliru atas dunia sebagaimana mereka bayangkan.” Dengan cara ini mereka dapat memperbudak pikiran individu lewat dominasi terhadap imajinasi individu. Kedua adalah berkaitan dengan apa yang menjadi tesis Marx bahwa terjadi “keterasingan material”. Keterasingan (imajiner) material ini sebagai hasil dominasi masyarakat yang teralienasi.

Nah, kenapa ideologi itu tertanam dalam diri individu? Ada tiga hal penting yang perlu dicatat, yakni kepercayaan, ritual, dan praktik. Kepercayaan sendiri merupakan turunan dari ide-ide individu. Sebagai konsekuensinya, maka kepercayaan ini diterjemahkan ke dalam sikap material. Dalam hal ini subyek dengan “sadar” dan “bebas” melakukan praktik atas kepercayaan yang ia miliki. Pengulangan dari ide-ide yang diterjemahkan dalam sikap material berupa praktik kepercayaan inilah yang kemudian disebut dengan ritual.

Apa yang membuat subyek mau terus-menerus melakukan ritual ini? Kini kita sampai pada tesis sentral Althusser bahwa ideologi menginterpelasi (memanggil) individu sebagai subyek. Menurut Althusser, pada hakikatnya, manusia merupakan binatang ideologis. Pernyataan ini tidak berarti lain kecuali bahwa individu merupakan “*always-already subject*”, subyek yang menginsafi bahwa ketika ideologi memanggilnya maka tidak salah lagi adalah dia yang dipanggil (Althusser, 1970/2008).

Dalam artikel ini, ideologi berfungsi sebagai pengenalan diri individu sebagai subyek, atau pengenalan ideologis (*recognition*) (Althusser, 1970/2008). Subyek sendiri kemudian dapat dipahami dalam kerangka Althusser sebagai orang yang tunduk atau menyerahkan diri terhadap sesuatu (*subjection*). Terminologi pengenalan ideologis dan ketertundukan ini disebut psikoanalisis Jacques Lacan bukan sekadar pengenalan, tetapi sekaligus kekeliruan dalam mengenali (*mis-recognition*). Ketertundukan ini berasal dari pertanyaan mengenai identitas diri individu, atau “siapakah aku? Sebagai subyek apa?” Lubang diri ini membuka ruang yang butuh diisi. Di ruang inilah ideologi kemudian masuk mengisi. Dengan demikian, subyek merasakan bahwa dia merelakan diri sebebas-bebasnya untuk diisi ideologi tertentu agar merasa penuh.

### ***Hall dan Encoding/Decoding***

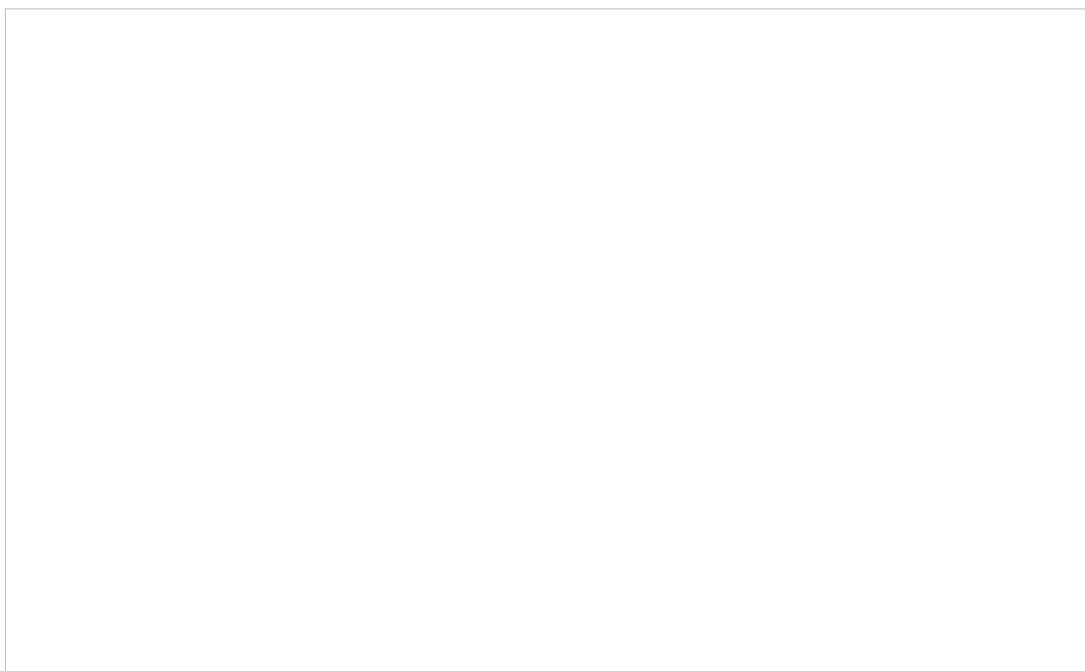
Pada 1973, Stuart Hall, seorang teoretisi kebudayaan asal Inggris, menuliskan artikel berjudul “*Encoding and decoding in the television discourse*”. Teks tersebut menjadi dasar perkembangan teori produksi makna dan resepsi dalam bidang kajian budaya. Dalam perkembangannya, teori tersebut naik tingkat menjadi kanon dalam penelitian media.



Hall menuliskan teks tersebut dalam rangka memberikan alternatif atau formulasi ulang model transmisi komunikasi yang bersifat linear (*sender-message-receiver*) (Shannon & Weaver, 1949). Secara khusus, gagasan Hall mengenai proses komunikasi ini didasarkan pada hadirnya ideologi dalam berkomunikasi yang berupa gagasan, makna, konsepsi, teori, atau keyakinan serta pembentukan kesadaran yang dirasa butuh atau wajar bagi seseorang (Hall, 1997).

Hall menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses produksi makna, termasuk konsep semiotik sebagai kode dan tanda. Berbeda dengan model klasik yang melihat bahwa makna yang dibayangkan *sender* sama dengan makna yang ditangkap *receiver*, Hall berupaya menunjukkan bahwa tidak jarang dunia yang dilihat oleh kedua subyek justru berbeda, artinya ada proses produksi atau penciptaan makna aka terjadi selama proses komunikasi. Konteks pemikiran Hall adalah hadirnya proses ideologis dalam berkomunikasi, yang berarti komunikasi bukan sekadar distribusi informasi, maka Hall membuat tipologi mengenai hipotesis posisi *decoding*, yakni *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Figur 4. Model Encoding dan Decoding Stuart Hall



Dalam Figur 4, dapat dicermati bahwa dalam proses *encoding* atau memproduksi pesan

ditentukan oleh struktur makna 1 yang didasarkan pada kerangka pengetahuan, relasi produksi, dan infrastruktur teknis yang dimiliki penyampai pesan. Ketiga unsur yang membentuk struktur makna 1 disebut sebagai kode profesional (*professional codes*). *Professional codes* menjadi cara untuk menyusun makna yang dikehendaki (*preferred meaning*) oleh produsen pesan. Artinya, dalam pesan tersebut termuat tatanan ideologis atau institusional yang siap didiseminasikan pada penerima pesan.

Sebagaimana telah disinggung Barthes, media dan pesannya merupakan sistem bahasa yang memuat aturan, kode, dan nilai-nilai. Karenanya, pesan dalam media sangat erat kaitannya dengan pembentukan makna yang oleh Barthes disebut sebagai mitos. Dalam tulisannya, Hall menunjukkan bahwa televisi berpotensi menjadi mesin pencipta mitos atau pengkonstruksi ideologi. Selain itu, sebagaimana gagasan Althusser, pesan yang disampaikan dalam sebuah media merupakan bentuk ISA media. Sebagai sebuah aparatus ideologis, media bisa menjadi peranti ideologis pihak yang berkuasa.

Sebagaimana dalam *encoding*, dalam proses *decoding* si penerima pesan juga memiliki tiga unsur berupa kerangka pengetahuan, relasi produksi, dan infrastruktur teknis. Dalam proses *decoding* ada makna yang dipilih (*the preferred meaning* atau *the preferred reading*). Hall (1973) mengatakan bahwa pola pembacaan yang dipilih tertanam secara institusional, politis, dan ideologis. Hall menyatakan bahwa makna yang dipilih merupakan properti dari suatu teks. Makna yang dipilih merupakan cara mengatakan bahwa seseorang memiliki kontrol dalam menandai atau memberi makna terhadap dunianya. Model ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh Barthes bahwa dalam diseminasi media ada kecenderungan kematian sang pengarang (*the death of the author*) (Barthes, 1977/1997). Sekali suatu media didiseminasikan, maka tangkapan audiens bisa jadi menamainya secara lain.

Dalam tipe pertama, yakni posisi *decoding* hegemonik dominan, audiens beroperasi dalam kode dominan. Apa yang diinformasikan dalam suatu media, menjadi apa yang ditangkap oleh audiens. Audiens sepakat dan bersetuju untuk mengadopsi makna yang dipikirkan oleh penyampai pesan. Tipe pertama ini adalah sebagaimana yang terjadi

dalam model komunikasi *sender-message-receiver*.

Dalam tipe kedua, yakni *decoding* dengan posisi negosiasi, audiens melakukan penguraian kode yang mengandung elemen adaptif dan oposisional. Audiens mengakui bahwa ada legitimisasi hegemonik pada level abstrak, tetapi secara situasional audiens membuat aturan dasarnya sendiri yang mengecualikan pada aturan hegemonik tersebut. Artinya, penerima pesan menyetujui beberapa makna yang dipilihkan oleh penyampai pesan sekaligus tidak bersepakat dengan beberapa makna yang disampaikan oleh penyampai pesan.

Di sisi lain, pada tipe *decoding* ketiga, audiens bisa melakukan interpretasi informasi dengan cara yang sangat berbeda dengan pesan yang disampaikan. Audiens membacanya dengan cara berlawanan (*contrary*) atau disebut sebagai posisi oposisional. Secara khusus, Hall memberikan contoh mengenai bagaimana suatu informasi dibaca dengan rujukan kepentingan nasional dengan kepentingan kelas. Apa yang sering kali dibicarakan televisi adalah kepentingan nasional yang tidak mengakomodasi kepentingan kelas, terlebih kelas bawah.

Ross (2011) menilai bahwa apa yang digagas Hall (1973) menekankan bahwa televisi merupakan peranti yang digunakan penguasa untuk melakukan injeksi ideologis kepada para pemirsanya. Posisi tersebut tidak mengakomodasi berbagai variasi media yang saat ini berlangsung. Dalam suatu media ketiga posisi yang disebutkan Hall tidak sekadar dalam proses *decoding* belaka. Proses *encoding* juga memungkinkan media untuk menyampaikan teks yang bersifat sepakat dengan yang dominan, negosiatif atau oposisional. Oleh karenanya, yang perlu dilihat dalam audiens adalah bagaimana dia berhadapan dengan teks yang ia konsumsi, bukan posisi ideologis saat berhadapan dengan ideologi dominan dalam masyarakat. Untuk lebih detailnya, pembacaan Ross atas gagasan Hall bisa dicermati dalam Figur 5 berikut ini.

*Figur 5. Pembacaan Ross atas Hall*



### *Audiens Aktif dan Agensi*

Dalam terminologi psikologi, gagasan mengenai audiens aktif memiliki keselarasan dengan konsep agensi. Thrift (2014) menyatakan bahwa agensi merupakan properti diri seseorang, bukan tubuh, otak, atau aspek mental seseorang. Karena properti diri, maka setiap orang diandaikan memiliki agensi. Selain itu, agensi juga bersifat aktif dan memerlukan tindakan seseorang terkait dengan dunianya. Berbeda dengan konsep perilaku (*behavior*), tindakan agensi diarahkan pada suatu hasil akhir yang penuh makna, kontekstual, dan berintensi.

Dalam keilmuan Psikologi, beberapa pemikir mengandaikan bahwa orang memiliki kebebasan yang tidak terbatas dan mampu untuk mengarahkan masa depannya. Pemikir lain berpendapat bahwa tindakan manusia merupakan determinasi, baik secara biologis maupun sosial. Perdebatan kontemporer mengenai agensi terarah pada ketumpangtindihan pemahaman agensi yang dilakukan secara manusuka. Tidak sedikit pemikir yang menemukan bahwa agensi sering kali dikecohkan dengan individualisme. Individualisme sendiri merupakan gagasan ontologis kedirian dalam masyarakat kapitalis barat yang menilai diri sebagai individu yang mampu membuat keputusan hidupnya tanpa mempertimbangkan opini orang lain, memiliki moralitas yang berpusat

pada diri sendiri, serta memiliki identitas yang stabil dan terintegrasi (Burr, 1995). Kelemahan dari individualisme jenis demikian adalah tidak adanya pemahaman struktural atas suatu fenomena sehingga kalau pun ada penyelesaian hanya dilakukan secara solipsistik dalam tataran individual dan tidak merembet pada penyelesaian pada level struktural.

Berbeda dengan agensi dalam konteks individualisme, agensi dalam konteks tulisan ini lebih terarah pada kapasitas dan kemungkinan untuk melakukan perubahan baik dalam level personal maupun sosial. Dengan kapasitas agensi, maka potensi bahwa seseorang atau kelompok untuk mengonstruksi pembacaan terhadap teks media secara berbeda akan terbuka lebar. Selain itu, cara pembacaan yang berdasarkan pada agensi akan memungkinkan menantang dan melakukan resistensi terhadap ideologi dominan yang hendak ditekankan pada teks. Lantas, dalam konsep agensi ini bisa ditampilkan sebuah dunia yang tidak semata-mata *bottom-up*, melainkan dunia yang memungkinkan gagasan alternatif terakomodasi dari seseorang maupun kelompok. Lebih lanjut, kajian mengenai agensi ini penting untuk dielaborasi dalam cara seseorang membaca teks dengan secara jeli dan waspada mencermati *preferred meaning* atau *preferred reading* dari kelompok atau teks yang diproduksi.

## Referensi

Althusser, L. (1970/2006). *On ideology*. London: Verso.

Barthes, R. (1972). *Mythologies* (Penerj. Annete Lavers). The Noonday Press.

Barthes, R. (1977/1997). The death of the author. Dalam R. Barthes, *Image-music-text* (Penerj. Stephen Heath) (hlm. 142-148). Fontana Press.

Burr, V. (1995). *An introduction to social constructionism*. Routledge.

Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse* [Paper Presentation]. Training in the Critical Reading of Television Language, University of Leicester.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. SAGE Publications.

Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.). (1996). *Questions of cultural identity*. Sage Publications.

Ross, S. (2011). *The encoding/decoding model revisited* [Paper Presentation]. ICA Conference, Philosophy of Communication Division International Communication Association, Boston.

Shannon, C.E. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University Illinois Press.

Thrift, E. (2014). Agency. Dalam T. Teo, *Encyclopedia of critical psychology* (hlm. 62-68). Springer-Verlag.



## A. Harimurti

Editor Nalarasa pada rubrik Teori. Sehari-hari mengajar di Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Tag: Audiens Aktif ideologi Komunikasi Mitos Psikologi Komunikasi Psikologi Media

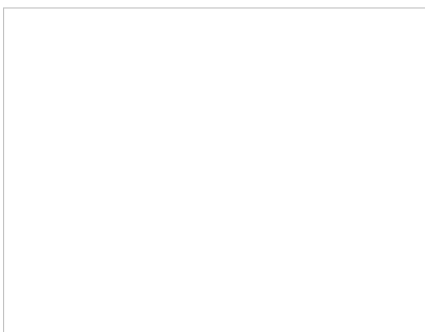
Stuart Hall



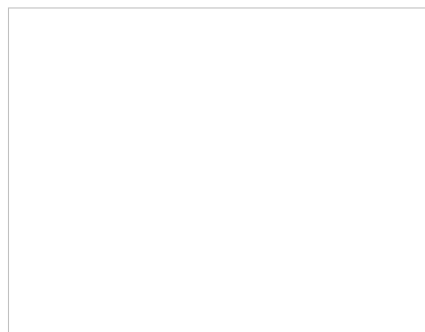
## Tentang Penulis

Editor Nalarasa pada rubrik Teori. Sehari-hari mengajar di Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

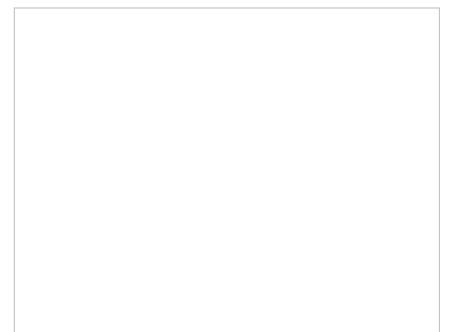
## Anda mungkin juga suka...



Wacana dan Agensi/Struktur



Hedonisme dan Psikologi Dialektik-Materialis (Bagian 4 atau Terakhir)



Pembentukan Subyek Lacanian

## Tinggalkan Balasan

Komentar

Komentar

Nama\*

E-mail\*

Situs Web

Simpan nama, email, dan situs web saya pada peramban ini untuk komentar saya berikutnya.

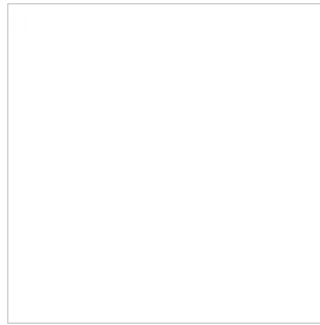
KIRIM KOMENTAR



## YANG SERING DITANYAKAN

Untuk melihat apa yang sering ditanyakan, silakan klik [di sini](#).

## TENTANG NALARASA



## VIDEO NALARASA



## PANDUAN KIRIM KARYA

Untuk melihat panduan pengiriman karya, silakan klik [di sini](#).

Nalarasa menawarkan gagasan yang berangkat dari persilangan (*intersection*) antar-berbagai bidang keilmuan. Kajian kami mengedepankan sensitivitas terhadap konteks dan melihat fenomena keseharian sebagai problem relasi antara sistem dengan subyek.

## INSTAGRAM

[@Ikuti Kami!](#)

## SAMBUNGAN

Apabila ada kritik dan pertanyaan, silakan hubungi:

[kontak@nalarasa.com](mailto:kontak@nalarasa.com)