

HERMIN INDAH WAHYUNI

KOMUNIKASI AUTOPOIESIS

SEBUAH PENGANTAR MEMAHAMI
PERSPEKTIF SISTEM NIKLAS LUHMANN



GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Upaya Mengenalkan Luhmann	6
1.2 Perkenalkan! Niklas Luhmann	7
1.3 Perjalanan Intelektual.....	9
1.4 Pengaruh Pemikiran	13
1.5 Mengapa Luhmann Sulit Dipahami?	15
1.6 <i>Society of Society is Communication</i>	17
1.7 Struktur Buku.....	21
BAB II TEORI SISTEM SOSIAL LUHMANN.....	24
2.1 Teori Sistem dan Transisi Paradigmanya	26
2.2 Teori Sistem Luhmann	31
2.3 Masyarakat adalah Sistem Sosial	33
2.4 Sistem Sosial = Sistem Autopoiesis	35
2.5 Konsep-konsep dalam Teori Sistem Luhmann....	43
2.6 Memahami Teori Luhmann dengan Banyak Jalan.....	56

BAB III	APA ITU KOMUNIKASI? TAWARAN PENDEFINISIAN KOMUNIKASI DALAM LOGIKA SISTEM AUTOPOIESIS	61
3.1	Apa itu Komunikasi?	62
3.2	Upaya Redefinisi Komunikasi	66
3.3	Komunikasi tanpa Manusia/Individu	68
3.4	Antara Konsensus dan Perbedaan Pendapat	70
3.5	Struktur Logika Komunikasi Autopoiesis.....	72
3.6	Penjelasan Komunikasi sebagai “Teori Tiga Komponen” dan “Dua Fase Tindakan”	73
3.7	Seleksi Informasi (<i>Information</i>): Apa yang Dimaksud Informasi?	75
3.8	Seleksi Pengungkapan (<i>Utterance</i>): Apa yang akan Diungkapkan?	77
3.9	Seleksi Pemahaman, Kesalahpahaman, dan Ketidakpahaman	78
3.10	Partisipasi “Kesadaran” Individu dalam Proses Komunikasi	79
3.11	Perdebatan Luhmann dan Habermas Mengenai Komunikasi: Antara Konsensus atau Perbedaan?	84
3.12	Potensi Terobosan Perspektif Komunikasi Luhmann dalam Memahami Masyarakat Kontemporer	88
BAB IV	KONSTRUKSI REALITAS MEDIA MASSA	90
4.1	Teorisasi Media Massa oleh Pemikir Media dan Komunikasi	90
4.2	Konstruksi Realitas Media Massa	95
4.3	Kode Media Massa.....	98
4.4	Diferensiasi Tiga Pilar dalam Sistem Media Massa.....	100
4.5	Pilar Pertama: Berita dan Laporan Mendalam (<i>News & In-depth Reporting</i>).....	102
4.6	Pilar Kedua: Periklanan (<i>Advertising</i>)	110

4.7	Pilar Ketiga: Komunikasi Hiburan (<i>Entertainment</i>)	112
4.8	Fungsi Media Massa	117
4.9	Media “Penyebaran” (<i>Disseminated Media</i>) dan Media “Sukses” (<i>Success Media</i>).....	119
4.10	Konstruksi Realitas dan Opini Publik	122
BAB V	TEORI SISTEM AUTOPOIESIS DAN POTENSINYA UNTUK PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI	126
5.1	Ilmu Komunikasi Sebagai Sistem Autopoiesis ...	126
5.2	Kompleksitas Aktor-Sistem dalam Ilmu Komunikasi	133
5.3	Diferensiasi dan Struktur Ganda (<i>Structural Coupling</i>) dalam Sistem Ilmu Komunikasi	135
5.4	Inspirasi dan Kontribusi Teori Sistem Luhmann untuk Penelitian Komunikasi	138
5.5	Penyegaran Ontologi: Penghadiran Objek Kajian Ilmu Komunikasi.....	140
5.6	Kesegaran Epistemologis: Desain Penelitian Berbasis Konstruktivisme Radikal	143
5.7	Kesegaran Aksiologis: Teori Sistem Kritis	145
5.8	PENUTUP	146
	DAFTAR PUSTAKA.....	151
	INDEKS.....	157
	TENTANG PENULIS.....	161