

Komunikasi Massa?



Komas diartikan sbg jenis k'si yg ditujukan kpd sejumlah khalayak yg tersebar, heterogen, dan anonim via media cetak atau elektronik shg pesan yg sama dpt diterima scr serentak & sesaat (Rakhmat, 2008)

Komas tdr atas lembaga & teknik dari kelompok tertentu yg menggunakan alat teknologi (pers, radio, film & sbg) utk menyebarkan konten simbolis kpd khalayak yg besar, heterogen, & sgt tersebar. ~

Janowitz dlm McQuail.

Karakteristik komas

1. Sifat khalayaknya
 - a. Tersebar/luas
 - b. Heterogen
 - c. Anonim

2. Sifat bentuk komunikasinya
 - a. Pesan bersifat umum
 - b. Serempak
 - c. Sesaat
 - d. Mengutamakan isi
 - e. Bersifat cenderung satu arah
 - f. Stimulasi alat indera terbatas
 - g. Umpan balik tertunda

3. Sifat komunikator

komunikator komunikasi massa bersifat terlembaga

FUNGSI KOMAS

Menginformasikan segala peristiwa yg terjadi di lingkungan , baik di dlm lingkungan masy atau diluar lingkungan masy ybs.



'penanganan berita'

Kategori fungsi pengawasan:

- pengawasan peringatan (warning surveillance)
- Pengawasan instrumental (instrumental surveillance)

KORELASI (CORRELATION)

Meliputi interpretasi thd informasi & preskripsi (memberi petunjuk atau alternatif) utk mencapai konsensus dlm upaya mencegah konsekuensi2 yg tdk diinginkan krn adanya informasi tsb.



'penanganan tajuk rencana'

SOSIALISASI

menunjuk pd upaya transmisi nilai2 serta norma2 dr suatu generasi kpd generasi berikutnya ~ pendidikan

HIBURAN

menekankan pd upaya2 komunikatif yg bertujuan memberi hiburan kpd khalayak luas

fungsi sosial komas, yaitu:

Mengukuhkan status

setiap ide2, isu2 atau org2 tertentu yg
dilaporkan MM akan memiliki prestise
tersendiri

Memperkokoh norma2 sosial

MM yg memuat laporan ttg adanya penyimpangan2 dr norma2 yg ada di masy timbulkan reaksi utk memecahkan masalah tsb

Fungsi secara umum

1. Fungsi informasi
2. Fungsi pendidikan
3. Fungsi mempengaruhi

fungsi scr khusus:

1. Fungsi meyakinkan (to persuade)
2. Fungsi menganugrahkan status
3. Fungsi membius
4. Fungsi menciptakan rasa kebersatuan
5. Fungsi privasi

PROSES DAN KOMPONEN KOMUNIKASI MASSA

Utk menjelaskan proses komas dpt menggunakan jawaban dari formula yg diketengahkan Lasswell:

Who

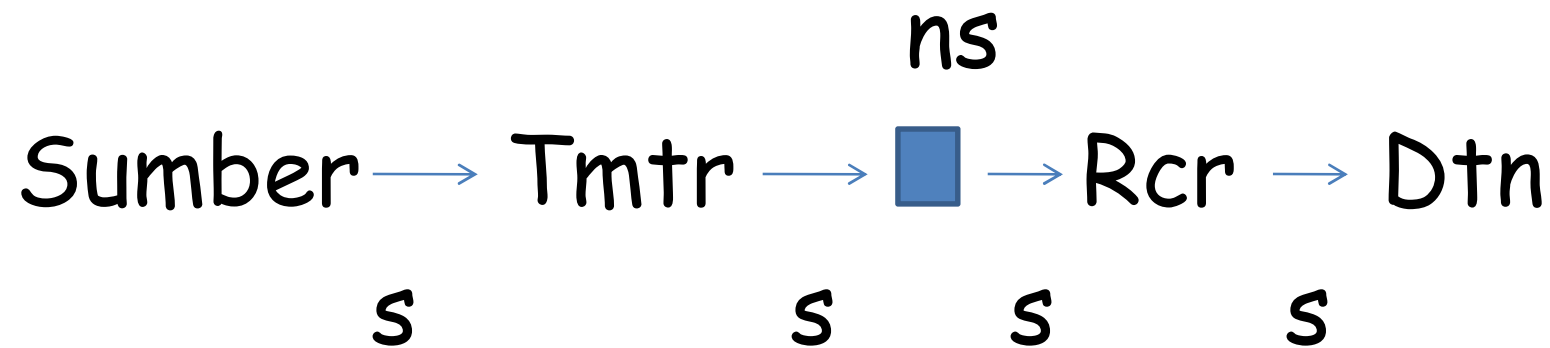
Says what

In which channel

To whom

With what effect

Pendapat lain dikemukakan Shannon & Weaver dlm modelnya yg tdr dr:



Komponen Komas

➤ Komunikator

sifat komunikator:

a. Costliness

program acara tv hitungannya detik, mk acara yg berdurasi sekian menit menelan biaya yg besar.

b. Complexity

kegiatan jurnalisme media massa via proses panjang & rumit, diawali rapat redaksi, hubungi nara sumber, menyusun berita hingga menyiarkan.

c. Competitiveness

semua media massa berkompetisi
utk menarik perhatian sebanyak
mungkin khalayak

Syarat k'tor yg baik

a. Kredibilitas

b. akseptabilitas

Codes and content

Codes

sistem simbol yg digunakan utk menyampaikan pesan k'si..

Content

disebut isi media yg merujuk pd makna dari sebuah pesan

Bgmn kedudukan codes & content dlm komas?

Dlm komas...codes & content berinteraksi shg codes yg berbeda dari jenis media yg berbeda dpt memodifikasi persepsi khalayak atas pesan, walau content sama

Codes & jenis media massa

Media cetak

codes a/ tulisan atau huruf" ~ tersusun
dlm btk kalimat, & ilustrasi

Media radio

codes a/ improvisasi dlm btk lisan,
musik, & sund effects dsb ~ theatre of
mind

Media tv

codes a/ komposisi warna, gambar
bergerak, teknik pencahayaan, tata
suara dsb

Gatekeeper

Pihak yg bertanggung jawab dlm pentapisan berita di media massa

Gatekeeper jg berfungsi mengevaluasi isi media agar sesuai dgn kebutuhan khalayak

Regulator

Pihak di luar media massa yg mempengaruhi aktivitas media massa

-

Media

- . Media cetak
- . Media elektronik

Audiens

Sejumlah individu yg menjadi sasaran pesan komas, bersifat:

- . Luas
- . Heterogen
- . Anonim

Filter

istilah lain disebut saringan..

ketika kita mengkonsumsi isi media massa perlu saringan agar pesan media massa bermanfaat..

- . Budaya
- . Tatahan psikologis
- . Kondisi fisik

Feedback

1. Internal feedback
2. Eksternal feedback

EFEK KOMUNIKASI MASSA

Efek kehadiran media massa

1. Efek ekonomi

kehadiran media massa di lingkungan masyarakat dapat menumbuhkan berbagai usaha produksi, distribusi, & konsumsi jasa media massa.

2. Efek sosial

kehadiran media massa di dalam suatu lingkungan sosial bisa mempengaruhi struktur atau interaksi sosial masyarakat.

3. Efek penjadwalan kegiatan sehari-hari kehadiran media massa di dlm lingkungan masy menyebabkan individu mengubah kebiasaan2 lamanya.

4. Efek hilangnya perasaan tidak nyaman kehadiran media massa kadang digunakan individu utk memuaskan kebutuhan psikologisnya dgn tujuan menghilangkan perasaan tdk nyaman

5. Efek menumbuhkan perasaan tertentu

kehadiran media massa jg bisa menumbuhkan perasaan tertentu bagi individu anggota masy.

ada individu yg lebih suka pada tv1 dibandingkan metrotv ~ pengalaman.

Efek pesan media massa

1. Efek kognitif

ini berkaitan dgn pengetahuan khalayak akibat dari isi pesan media massa yg diterimanya.

- > media massa cenderung menyajikan peristiwa scr selektif, maka media massa akan mempengaruhi pembentukan citra ttg lingkungan sosial yg timpang, bias & tdk cermat

efek prososial kognitif



bgmn media massa memberikan manfaat
yg dikehendaki masy.

2. Efek afektif

keadaan yg terjadi pd diri khalayak yg berkaitan dgn perasaan (emosi).

Bbrp faktor yg pengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan MM:

- a. Suasana emosional
- b. Skema kognitif
- c. Suasana terpaan
- d. Predisposisi individual
- e. Faktor identifikasi

c. Efek behavioral

tindakan, perilaku atau kegiatan yang timbul dr diri khalayak setelah mengkonsumsi isi media ` massa.

Bbrp kondisi yg menunjang semakin kuatnya dampak MM:

Exposure ~ jk sbgn bsr khalayak telah diterpa MM

Kredibilitas ~ pesan MM dipercaya kebenarannya

Konsonansi ~ pesan ttg suatu hal dr bbg MM relatif sama (serupa) dlm materi, waktu, cara penyajiannya dsb.

Signifikansi ~ pesan MM ber-kaitan
lsg dgn kepentingan &
kebutuhan khalayak

Sensitif ~ pesan MM disajikan
menyentuh hal2 yg bersifat
sensitif

Situasi kritis ~ pesan MM punya
dampak kuat

Dukungan KAP ~ pesan MM ramai
dibicarakan org

Efek pornografi & penggambaran kekerasan

Penggambarannya bertentangan dgn standar selera baik masy

Keyakinan bhw isi pesan tsb mempunyai efek moral psikologis & sosial yg merugikan khususnya bg generasi muda & memunculkan perilaku anti-sosial.

Asumsi

Materi seksual merangsang orang secara seksual & menyebabkan orang gila seks
Kenakalan remaja sedikitnya dapat disebabkan media massa.

Proses pengaruh k'si massa tdk terjadi secara otomatis & peranan masyarakat dalam proses ini tidak pasif ~ ada kelompok primer yg merupakan agen sosialisasi nilai bagi anggotanya

Pembentukan & Perubahan Citra

Citra menunjukkan keseluruhan informasi ttg dunia yg telah diolah, diorganisir & disimpan individu

Media massa hadir dgn informasi ttg lingkungan. Realitas yg dibawa media adalah realitas yang telah diolah/ disleksi/diorganaisir.

Jd khalayak membentuk citra lingkungan sosial bdsrkn realitas kedua.

Konsekuensi MM menyajikan 'dunia' scr selektif, mk dia akan mempengaruhi pembentukan citra lingkungan sosial yg timpang, bias dan tdk cermat

KOMAS &
HAMBATANNYA

Hambatan psikologis

➤ Perbedaan kepentingan

kepentingan → selektif dlm menerima & menanggapi pesan

➤ Prasangka

prasangka → khlayak menanggapi pd pribadi k'tor bkn pada logis tidaknya pesan

➤ Stereotip

mrpkn gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat2 & watak pribadi org atau golongan lain yg bercorak negatif (gerungan dlm Ardianto, 2009)

stereotip → pesan cenderung tdk bisa diterima k'kan

➤ **Motivasi**

motivasi (motif) meliputi semua penggerak, alasan2 atau dorongan2 dlm diri manusia yg menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Gerungan dlm Ardianto, 2009)

Hambatan Sosiokultural

➤ **Perbedaan norma sosial**

norma sosial mrpkn pedoman sikap & perilaku bgi anggota masy.

➤ **Kemampuan berbahasa**

➤ **Semantik**

Hambatan interaksi verbal

➤Polarisasi

kecenderungan sikap thd sesuatu pd titik ekstrim tertentu

➤Orientasi intensional

kecenderungan utk melihat sesuatu sesuai dgn ciri yg melekat pd objek tsb.

➤Evaluasi statis

➤Indiskriminasi

Terjadi ketika k'kan memusatkan perhatioan pd kelompok org, benda, atau kejadian & tdk mampu melihat bhw masing2 bersifat unik & khas scr individual



PERKEMBANGAN MEDIA MASSA

Hadirnya media massa

Jika melihat perkembangan ksi maka akan diketahui bahwa ksi diawali dgn bentuk suara (oral communication), melalui gambar, huruf2 pahatan.

Selanjutnya sejak ditemukan mesin cetak oleh Guttenberg (1455) menjadi awal lahirnya komunikasi massa

Dgn teknologi penemuan Guttenberg maka dapat memperbanyak pesan kpd khalayak luas & menjadi salah satu sifat komas, yaitu memperbanyak pesan melalui memperbanyak media

Selain itu, penemuan alat pemotret jg memberi variasi krn memperkuat ekspresi pesan yg diproduksi melalui percetakan krn gambar memberi makna pesan lebih mendalam.

Namun menurut Wilson (Liliwari, 1991) peradaban komunikasi massa pada awalnya diarahkan terbatas utk kaum elit lalu menjadi pop utk masyarakat umum, dan pengkhususan media utk khalayak tertentu

Bentuk2 media massa

1. Buku

dlm sejarahnya, buku sbg media massa baru dikenal pd abad pertengahan di Eropa. Namun buku hanya menjangkau kaum elit krn mrk yg punya kemampuan membaca dan ekonomi yg cukup utk membeli buku

seiring hadirnya percetakan memberikan dorongan terjadinya demokratisasi di bidang informasi shg tdk hanya dikuasai elit tp disebarluaskan secara cepat & banyak kpd masyarakat umum.

menurut Compaine (dlm Liliweri, 1991) sejak thn 1945 penerbitan buku sbg media massa ditangani scr khas & profesional dgn menerbitkan isi yg lebih khusus utk khalayak tertentu.

Menurut McQuail (2011) buku sbg media massa mempunyai ciri2:

- a. Dari aspek media
 - teknologi huruf cetak
 - halaman yg dijilid, btk kodeks
 - salinan yg banyak
 - utk bacaan personal
 - pengarang individual
- b. Dari aspek kelembagaan
 - sbg bentuk komoditas
 - penyebaran dipasar
 - keragaman bentuk & konten
 - dianggap sbg bentuk kebebasan publikasi
 - tunduk pada batasan hukum tertentu

2. Surat kabar (SK)

cikal bakal SK dpt ditelusuri dr keberadaan acta diurna (59 SM) pd masa kekaisaran romawi yg berisi ttg informasi dr penguasa.

namun SK yg lebih baik muncul ratusan tahun berikutnya di Italia (1600) yg bernama Gazette. Pd thn 1833 berkembang SK sbg media massa bagi masyarakat umum dgn lahirnya SK New York Sun. Setelah itu banyak muncul SK2 yg lain

sampai saat ini SK msh mempunyai segmen khalayak meski media elektronik telah hadir

Ciri2 Sk menurut McQuail (2011):

Dari aspek media:

- Kemunculannya yg berkala & sering
- Teknologi percetakan
- Isi & rujukan menurut tema tertentu
- Dibaca oleh individu atau kelompok

Dari aspek kelembagaan:

- Khalayak perkotaan
- Cenderung bebas tapi disensor sendiri
- Barada dlm ranah publik
- Bentuk komoditas
- Berbasis komersial

3. Majalah

sbgmn media yg lain, majalah pd awalnya jg hanya utk kaum elit saja. Menurut McQuail (2011) majalah berkala yg muncul beragam & dgn sirkulasi yg besar dari abad ke 18 dst.

pada awalnya media tsb hanya bertujuan pd kepentingan domestik & budaya kalangan atas namun akhirnya berkembang ke pasar massa yg memiliki nilai komersial yg tinggi & mencakup jumlah yg besar (McQuail, 2011)

4. Film

dari berbagai kehadiran film, maka yang paling terkenal adalah film charlie chaplin pd thn 1917 sbg film hiburan. Namun hingga tahun 1948 film msh sbg media kaum elit.

baru thn 1950an industri film hollywood berkembang & menyangkan sebagian besar filmnya utk kaum muda krn kaum muda dianggap mampu membentuk sub budaya baru di kalangan masyarakat amerika.

perkembangan film jg seiring dgn penemuan video pd thn 1980an yg saat itu seolah memindahkan kebiasaan nonton film dibioskop ke rumah2

Menurut McQuail ciri2 film:

Dari aspek media:

- Saluran penerimaan audiovisual
- Pengalaman pribadi thd konten publik
- Dayatarik universal yg luas
- Memiliki format & genre internasional

Dari aspek kelembagaan:

- Ketundukan thd kontrol sosial
- Organisasi & distribusi yg rumit
- Biaya produksi yg tinggi
- Bentuk distribusi yg beragam

5. Radio

kehadiran radio hampir bersamaan dgn film, yaitu ketika Heinrich Herzt pada awalnya mentransmisikan aliran melalui gelombang2 udara, yg menginspirasi Marconi (1901) mengirimkan pesan radio melintasi atlantik (Liliweri, 1991).

popularitas radio ditunjukkan thn 1938 dlm siaran Orson Welles's War of The world, yaitu siaran yg melukiskan serangan dari Mars thd manusia yg menyebabkan kepanikan nyata di masyarakat amerika pd saat itu. Ini menjadi fenomena kajian ilmiah komunikasi.

thn 1950an pengaruh radio menurun seiring dengan munculnya televisi. Radio msh eksis smp kini krn kontennya diarahkan lebih spesifik utk khalayak tertentu atau variasi program demi pemenuhan kebutuhan khalayak

Ciri2 radio (McQuail, 2011)

Dari aspek media:

- Hanya memiliki dayatarik suara
- Penggunaan mudah & dpt dibawa2
- Kontennya beragam tp lebih banyak musik
- Potensial utk partisipasi dua arah
- Penggunaannya yg akrab & personal

Dari aspek kelembagaan:

- Kebebasan relatif
- Lokal & tersebar
- Produksinya murah

6. Televisi (tv)

tv sbg media massa elektronik di mulai 1923, namun perkembangan tv sbg media massa populer baru sejak thn 1948.

Pd thn 1951 penyebarluasan gambar (siaran) tv dilakukan dgn jaringan microwave shg mempermudah penerimaan gambar oleh khalayak yg jauh dr stasiun.

Perkembangan siaran program tv kian pesat sejak 1980 dgn memperkenalkan aplikasi gabungan jaringan tv kabel yg memungkinkan khalayak dpt memilih channel sendiri utk pilihan program tertentu yg dibutuhkan.

Ciri2 tv (McQuail, 2011)

Dari aspek media:

- Memiliki konten yg sangat beragam
- Saluran audiovisual
- Dianggap bersifat domestik, dekat, & personal
- Intensitas rendah & pengalaman keterlibatan

Dari aspek kelembagaan

- Teknologi & organisasi yg rumit
- Tunduk pd aturan & kontrol sosial
- Berkarakter nasional & internasional
- Dpt dilihat banyak orang

Beberapa media dalam komunikasi massa yg dikemukakan tersebut dlm pandangan McQuail merupakan media lama.

Selanjutnya tugas anda:

1. Uraikan yang dimaksud media baru
2. Kemukakan perbedaan media lama dengan media baru

P6

TEORI2 DASAR KOMAS

TEORI2 DASAR KOMAS

Formula Lasswell

Pendekatan transmisional

Teori dlm pendekatan ini menjelaskan suatu proses komunikasi dgn melihat komponen2 yg terkandung didalamnya & rangkaian aktivitas yg terjadi antara satu komponen dgn komponen lainnya. (teori Shannon & Weaver)

▪ Pendekatan psikologi sosial

Pendekatan ini memandang sumber informasi, komunikator, & komunikan dalam suatu situasi komunikasi yg dinamis.

Teori ko-orientasi (McLeod & Chaffee).

Teori ini menjelaskan bhw informasi mengenai suatu peristiwa di cari dari/didapat oleh, anggota masyarakat dengan mengacu pd pengalaman pribadi, sumber dari elit, media massa, atau kombinasi ketiganya.

Relevansi teori ini terletak pd situasi yg dinamis yg dihasilkan oleh hubungan publik dgn elite, pd sikap publik thd media, & pd hubungan elit dgn media.

Perbedaan persepsi antara publik dgn elite tentang suatu peristiwa akan membawa pd upaya mencari informasi dari media massa & sumber informasi lainnya.

Perbedaan dpt pula membawa ke upaya elite utk memanipulasi persepsi publik dgn secara langsung mencampuri peristiwa tsb atau dgn cara mengendalikan media massa.

Teori Perbedaan Individu (deFluer)

Pengakuan bahwa tiap individu tidak sama erhatiannya, kepentingannya, kepercayaannya maupun nilai-nilainya maka dengan sendirinya selektifitas mereka terhadap komunikasi massa juga berbeda.

PENGARUH KOMAS THD INDIVIDU

Stimulus - Respons (SR)

Dasar pemikiran:

1. Gambaran mengenai suatu masyarakat modern yg merupakan agregasi dr individu2 yg relatif terisolasi, yg bertindak berdasarkan kepentingan pribadinya, yg tidak terlalu terpengaruh oleh kendala & ikatan sosial.

2. Suatu pandangan yg dominan mengenai media massa yg seolah2 sedang melakukan kampanye utk memobilisasi perilaku sesuai dengan tujuan dr berbagai kekuatan yg ada di dlm masyarakat (biro iklan, pemerintah, parpol dsb).

Asumsi SR: terpaan pesan2 media, dlm tingkat tertentu, akan menghasilkan efek tertentu

Komunikasi Dua Tahap

Hasil studi Lazarsfeld yg menunjukkan efek media massa rendah.

Asumsi:

1. Individu tidak terisolasi dari kehidupan sosialnya, tp merupakan anggota dr kelompok-kelompok sosial dan berinteraksi dengan orang lain.

2. Respons & reaksi terhadap pesan dr media tdk akan terjadi secara langsung & segera, tp melalui perantara & dipengaruhi oleh hubungan2 sosial tsb.
3. Ada 2 proses yg terjadi; pertama mengenai perhatian & penerimaan, kedua mengenai respons dlm bentuk persetujuan atau penolakan terhadap informasi.

4. Individu tidak bersikap sama terhadap pesan media.
5. Individu2 yg lebih aktif ditandai dgn penggunaan media yg lebih besar, pergaulan lebih tinggi, miliki pesan sebagai sumber & panutan.

•Teori Difusi Inovasi

Asumsi teori ini digambarkan dlm proses:

1. *Pengetahuan*: kesadaran individu akan adanya inovasi & adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tsb berfungsi
2. *persuasi*: individu membentuk sikap yg menyetujui atau menolak inovasi tsb

3. *keputusan*: individu terlibat dalam aktivitas yg membawa pd pilihan utk mengadopsi atau menolak
4. *Konfirmasi*: individu akan mencari pendapat yg menguatkan keputusan yg telah diambilnya, namun dpt berubah jika informasi yg diterimanya berlawanan.

P9

Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Masyarakat & Budaya

Pengaruh Kommas thd Masy & Budaya

Teori Agenda Setting

Teori dr Mcombs & Shaw ini menekankan bhw audience tdk hanya mempelajari berita2 & hal lainnya via MM, tapi juga mempelajari seberapa besar arti penting perhatian yang diberikan pada suatu topik tersebut.

Asumsi: MM dengan memberikan perhatian pd issue tertentu & mengabaikan yg lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum

Dasar pemikirannya: diantara berbagai topik yg dimuat MM, topik yg mendapat lebih banyak perhatian dr media akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya & akan dianggap penting dalam suatu periode tertentu.

Teori Spiral Keheningan

teori ini asumsinya didasarkan pada pemikiran sosial-psikologis yang menyatakan bahwa pendapat pribadi sangat tergantung pada apa yg dipikirkan/diharapkan oleh orang lain, atau atas apa yg orang lain rasakan sebagai pendapat dr orang lain

Selanjutnya, individu pd umumnya berusaha untuk menghindari isolasi, dlm arti sendirian mempertahankan sikap atau keyakinan tertentu.

Orang akan mengamati pandangan mana yg bertahan & mendapatkn dukungan, mana yg tidak populer.

Jika individu merasa pandangannya tidak populer, maka dia cenderung tidak berani mengekspresikannya karena takut terisolasi.

Audience & Pengaruhnya thd Kommas

Uses & Gratifications

Pendekatan ini bukan berbicara mengenai apa yang dilakukan media terhadap audience, tapi berbicara mengenai apa yg dilakukan audience terhadap media.

Menurut McQuail ada dua hal dibalik munculnya pendekatan ini:

1. Adanya oposisi terhadap asumsi yang deterministik mengenai efek media, yang menerapkan bagaimana dari dominannya peran individu yang kita kenal dalam model komunikasi dua tahap.
2. Adanya keinginan untuk lepas dr perdebatan yang kering & terasa steril mengenai penggunaan media hanya atas selera individu.

Teori Uses & Gratifications menjelaskan:

suatu proses dimana kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan,

yang menciptakan harapan2 terhadap MM atau sumber2 lain,

yang akhirnya menghasilkan pemenuhan kebutuhan.

Teori Pencarian Informasi

Teori ini menjelaskan tentang pencarian, penghindaran, & pemrosesan informasi.

Asumsi: orang cenderung untuk menghindari informasi yg tidak sesuai dengan '*image of reality*'nya karena terasa membahayakan.

Image: mengacu kepada pengalaman yg diperoleh sepanjang hidup seseorang & terdiri dari berbagai tujuan, keyakinan, & pengetahuan yg telah diperolehnya.

Image terdiri dari konsep diri seseorang.

Image of reality. terdiri dari suatu perangkat penggunaan informasi yg mengatur perilaku seseorang dalam mencari & memproses informasi

Dalam mencari informasi, ada 2 strategi:

1. Strategi luas ~ individu membuat daftar sumber2 informasi yang memungkinkan, mengevaluasinya & memilih sumber mana yang akan digunakannya.
2. Strategi sempit ~ satu sumber digunakan sebagai titik awal, & pencarian lebih lanjut dilakukan dengan menempatkan sumber tersebut sebagai basisnya.

SISTEM PERS

Siebert, Peterson & Schramm dlm buku 'four theories of the press' mengetengahkan 4 teori tentang pers yang berlaku secara umum di dunia.

Teori2 tsb adalah otoriter (authoritarian), liberal (libertarian), tanggungjawab sosial (social responsibility), komunis soviet (soviet communist)

Namun yg hrs diketahui juga adalah bahwa ada kecenderungan aktivitas pers bersinggungan dengan sistem politik dimana lembaga itu berada.

TEORI OTORITER TTG PERS

Teori ini muncul seiring dgn perkembangan otoritarianisme di Eropa dlm sistem pemerintahan otokrasi tradisional dgn kekuasaan absolut.

Prinsip dasar otoritarian sangat sederhana ~ pers hadir utk mendukung negara & pemerintah atau menjadi kepanjangan tangan kebijakan pemerintah yg sedang berkuasa & melayani negara.

Mesin cetak yg baru ditemukan yg bs melipatgandakan produk penerbitan tdk dpt digunakan utk mengancam & menentang negara atau penguasa

Selain itu, mesin cetak hrs memiliki izin, bahkan hrs mendapatkan hak pemakaian khusus dari kerajaan atau pemerintah agar bisa digunakan utk penerbitan.

Dengan pengenaan lisensi, sensor langsung & peraturan yg diterapkan sendiri dlm tubuh serikat pemilik mesin cetak, individu dijauhkan dari kemungkinan mengkritik penguasa.

Pers berfungsi scr vertikal dr atas ke bawah & penguasa berhak menentukan apa yg akan diterbitkan & disebarluaskan dgn monopoli kebenaran di pihak penguasa.

Konsep ini sejalan dgn pemikiran Marx yg mengagungkan negara sedemikian rupa & berpendapat bhw negara memiliki hak & kewajiban utk membela & melindungi dirinya sendiri dgn segala cara yg dipandang perlu.

Dlm sistem otoriter, pers bisa dimiliki baik scr publik atau perorangan namun tetap sbg alat utk menyebarkan kebijakan pemerintah

Dlm hubungannya dgn pemerintah atau penguasa, media massa dipandang sbg alat kekuasaan yg efektif krn kemampuannya utk melakukan hal berikut:

- **menarik perhatian**
- **membujuk pendapat**
- **mempengaruhi pilihan & sikap**
- **memberikan status & legitimasi**
- **mendefinisikan & membentuk persepsi realitas**

Hubungan media massa dgn masyarakat, dlm konsep otoriter mempunyai pandangan bhw media massa mrpkn corong penguasa, pemberi pendapat & instruksi serta kepuasan jiwani.

Media massa bukan saja membentuk hubungan ketergantungan masyarakat thd media itu sendiri tapi juga dlm menciptakan identitas & kesadaran.

Menurut Mills potensi media massa diarahkan utk pengendalian nondemokratis yg berasal dari 'atas'

Teori marxist menekankan bhw media massa pd hakekatnya mrpkn alat kontrol kelas penguasa kapitalis.

Sbg suatu kelas yg mengatur produksi, kelas tsb juga akhirnya menguasai & menentukan gagasan pd masyarakatnya, maka gagasan mereka diidentikan dgn gagasan penguasa.

Teori otoriter mengenai fungsi & tujuan masyarakat menerima dalil yg menyatakan bhw pertama2 seseorang hanya dpt mencapai kemampuan scr penuh jika ia menjadi anggota masyarakat

Sebagai individu lingkup kegiatannya terbatas, tapi sbg anggota masyarakat kemampuannya utk mencapai suatu tujuan dpt ditingkatkan tanpa batas.

Atas dasar asumsi tsb maka diyakini bhw kelompok lebih penting drpd individu krn hanya melalui kelompok seseorang dpt mencapai tujuannya.

Teori ini telah mengembangkan suatu pernyataan bhw negara sbg organisasi kelompok paling tinggi menggantikan individu dlm hubungannya dgn derajat nilai, krn tanpa negara seseorang tak berdaya utk mengembangkan dirinya sbg manusia beradab.

TEORI LIBERAL TTG PERS

Teori ini lahir saat tumbuh & berkembangnya demokrasi politik & paham kebebasan (abad 17) dan bergaungnya prinsip liberty & equality.

Selain itu teori ini berkembang dampak dari masa pencerahan & teori umum ttg rasionalisasi serta hal2 alamiah & berusaha melawan pandangan yg otoriter.

Dari tulisan Milton, Locke, dan Mill dpt diketahui bahwa pers harus mendukung fungsi membantu menemukan kebenaran & mengawasi pemerintah, sekaligus sbg media informatif, menghibur & mencari keuntungan.

Dalam pandangan teori ini kebenaran tdk lagi dianggap sbg pemilik penguasa.

Hak mencari kebenaran adalah salah satu hak asasi manusia. Pers dianggap sbg mitra dlm mencari kebenaran

Teori in berpandangan bahwa pers bukan instrumen pemerintah tapi sebuah alat utk menyajikan bukti & argumen2 yg akan menjadi landasan bagi orang banyak utk mengawasi pemerintah & menentukan sikap thd kebijakannya

Pers bebas dr pengawasan & pengaruh pemerintah.

Agar kebenaran bisa muncul, maka semua pendapat hrs diberikan kesempatan yg sama utk didengar, hrs ada pasar bebas pemikiran2 & informasi. Siapa saja dpt menggunakan pers.

Media dikontrol dengan cara yang tetap memperhatikan kepentingan individu:

- **Dengan beragamnya pendapat, proses pembuktian kebenaran dlm 'pasar bebas gagasan' akan memungkinkan individu membedakan mana yg benar atau salah.**
- **Sistem hukum yg memiliki ketentuan utk menindak tindakan fitnah, tdk senonoh, ketidaksopanan & hasutan dlm masa peperangan**

Pers yg benar2 bebas & independen ada negara2 yg memiliki karakteristik:

- **Suatu sistem hukum yg memberi perlindungan yg berarti bagi kebebasan sipil (negara yg menerapkan common law).**
- **Tingkat pendapatan rata2 tinggi & pendidikan melek huruf**
- **Pemerintahan dgn sistem multi partai'**
- **Modal yg cukup atau swasta dibolehkan memiliki media massa**
- **Sistem pemerintahan yang demokratis & mapan**
- **Tradisi kemandirian jurnalistik yg telah mapan**

TEORI TANGGUNGJAWAB SOSIAL TTG PERS

Teori ini muncul dan berkembang di abad kedua puluh di AS. Gagasannya ialah, media satu2nya industri yg dilindungi piagam hak asazi manusia, hrs memenuhi tanggung jawab sosial.

Pers selain bertujuan utk memberikan informasi, menghibur, mencari untung (dlm teori liberal), juga bertujuan membawa konflik ke dalam arena diskusi.

Teori ini mempunyai asumsi:

Setiap orang yg memiliki sesuatu yg penting utk dikemukakan hrs diberikan hak dlm forum, jika media dianggap tidak memenuhi kewajibannya maka ada pihak yang harus memaksanya

Media massa dikontrol oleh pendapat masyarakat, tindakan konsumen, kode etik profesional.

Pada dasarnya fungsi pers di bawah teori ini sbb:

- **Melayani sistem politik dgn menyediakan informasi, diskusi, dan perdebatan ttg masalah2 yg dihadapi masyarakat**
- **Memberi penerangan kpd masyarakat sedemikian rupa shg masyarakat dpt mengatur dirinya sendiri**
- **Menjadi penjaga hak2 perorangan dgn bertindak sbg 'anjing penjaga' yg mengawasi pemerintah**

- **Melayani sistem ekonomi dgn mempertemukan pembeli dan penjual barang atau jasa melalui medium periklanan.**
- **Menyediakan hiburan**
- **Mengusahakan sendiri biaya finansial shg bebas dari tekanan2 org yg punya kepentingan**

TEORI KOMUNIS TTG PERS

Teori ini mrpkn perkembangan dari teori otoriter.

Teori ini sering disebut jg teori totaliter-soviet. Tujuan utama media adalah membantu keberhasilan & kelangsungan sistem soviet.

Media dikontrol oleh tindakan ekonomi & politik dr pemerintah & badan pengawas & hanya anggota partai yg loyal yg bisa menggunakan media scr reguler.

Media dlm sistem totaliter-soviet dimiliki & dikontrol oleh negara & ada hanya sbg kepanjangan tangan negara.

Teori ini mrpkn perkembangan dari teori otoriter.

Tugas pokok pers dlm sistem ini adalah menyokong, menyukseskan & menjaga kontinuitas sistem sosialis Soviet atau partai penguasa.

Fungsi pers dlm teori ini dinyatakan sbg memberi bimbingan scr cermat kpd masyarakat agar terbebas dari pengaruh2 luar yg dpt menjauhkan masyarakat dr cita2 partai.

Teori komunis dan teori otoriter sama2 menggunakan kata kebebasan utk masyarakat.

Otoriter: kebebasan masyarakat adalah utk kepentingan penguasa

Komunis: kebebasan masyarakat adalah utk kepentingan partai

Otoriter: kebebasan masyarakat adalah utk kepentingan penguasa

Komunis: kebebasan masyarakat adalah utk kepentingan partai

Dalam teori komunis soviet, pers harus melakukan apa yg terbaik bagi partai & mendukung partai sbg sikap & perbuatan moral yg berorientasi pada kepentingan rakyat (manifestasi kehendak rakyat).

**ETIKA KOMUNIKASI
MASSA**

Etika ~ *ethos* (Yunani) asal kata *ta etha*
berarti adat kebiasaan

Dlm istilah filsafat, etika berarti ilmu
ttg apa yg biasa dilakukan atau ilmu ttg
adat kebiasaan.

Etika sering pula dikatakan sbg ilmu ttg
azas2 akhlak

Pembedaan pengertian etika

- Ilmu ttg apa yg baik & kewajiban moral.
- Kumpulan azas atau nilai yg berkenaan dgn akhlak.
- Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Shg etika dpt diartikan sbg nilai2 atau norma yg menjadi pegangan bagi ssorang atau kelompok dlm mengatur tingkah lakunya.

Etika ~ membahas baik-buruk atau benar tidaknya tingkahlaku & tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban2 manusia

Etika mempersoalkan bgmn manusia seharusnya berbuat atau bertindak

Unsur pokok etika

- kebebasan ~

etika menjadi bersifat rasional karena etika selalu mengandalkan kebebasan.

Kebebasan menjadi unsur hakiki etika ~
dmn kebebasan eksistensial adalah kemampuan manusia utk menentukan dirinya sendiri ~ kebebasan ini bersifat positif.

- tanggung jawab

merupakan kemampuan individu utk menjawab segala pertanyaan yg mungkin timbul dr tindakan2nya

tanggungjawab berarti bhw org tdk boleh mengelak bila dimintai penjelasan ttg perbuatannya

- hati nurani

adalah penghayatan tentang nilai baik atau buruk berhubungan dgn situasi konkrit.

hati nurani berhubungan dgn kesadaran.

Kesadaran adalah kesanggupan manusia untuk mengenal dirinya sendiri & krn itu berefleksi ttg dirinya

- prinsip kesadaran moral

adalah beberapa tataran yg perlu diketahui utk memposisikan tindakan individu dlm kerangka nilai moral tertentu.

Prinsip kesadaran moral mengandaikan pemahaman menyeluruh individu atas seluruh tindakan yg dilakukan sbg seorang manusia.

Bbrp aspek dalam etika komas

- Tanggung jawab
- Kebebasan pers
- Masalah etis
- Ketepatan & objektivitas
- Tindakan adil utk semua

Tanggung jawab

Media massa dan jurnlis mempunyai tjwb atas berita & dampak dr berita yg dibuat & disebarluaskan. Sbgmn dlm teori tanggungjawab sosial ttg pers, media massa hrs bertanggungjawab kpd masyarakat, selain kepada diri sendiri & yg utama kepada Tuhan.

Kebebasan

Media massa mempunyai kebebasan tp yg bertanggung jawab. Namun inti dr kebebasan disini adalah media massa memiliki kebebasan utk menyuarakan kebenaran & berpihak pada kebenaran. Media massa hrs bebas dr kendali atau kooptasi dan kepentingan pihak tertentu.

Masalah etis

Media massa yg bebas & berintegritas serta tdk mengabdikan kpd kepentingan kelompok atau golongan tertentu akan cenderung terhindar dr masalah etis. Misalnya tidak akan menyajikan berita karena kepentingan kelompok atau golongan tertentu apalagi dengan iming2 scr ekonomis.

Ketepatan & objektivitas

Ketepatan berarti dlm menulis & menyajikan berita media massa hrs akurat & cermat.

Objektifitas maksudnya berita yg ditulis berdasarkan fakta.

Karena orientasi & tujuan utama pemberitaan adalah kebenaran

Tindakan adil utk semua

Media massa berkhidmat kpd kepentingan umum, bukan kepentingan individu atau kelompok & golongan. Media massa hrs lepas dr campur tangan pihak di luar media, menolak utk mengistimewakan individu atau kelompok tertentu dlm pemberitaannya. Tdk menjadi kaki tangan kelompok atau golongan tertentu.

Intinya media massa hrs lepas dr campur tangan pihak lain yg mempengaruhi proses pemberitaan & membuat produk jurnalistiknya menjadi memihak

Jika media melakukan kekeliruan maka wajib membuat koreksi yang lengkap & tepat. Hal ini utk memperbaiki dampak yang ditimbulkan dr pemberitaan tsb.'

Selain itu media hrs menghindari trial by the press shg tdk menimbulkan kerugian bagi sumber berita.

P12

MEDIA MASSA & BUDAYA
MASSA

Media massa merupakan perangkat utama dalam komunikasi massa

Komunikasi massa sbg suatu proses penyebarluasan pesan2 oleh komunikator profesional dengan menggunakan produk teknologi komunikasi (media massa) shg pesan2 tsb menjangkau khalayak yg besar & luas.

Dalam bahasan sebelumnya telah diuraikan bahwa komunikasi massa, baik pesan atau media massa yg digunakan, mempunyai kemampuan mempengaruhi khalayak.

Kajian efek kehadiran media massa dan efek pesan media massa memberikan gambaran betapa komunikasi massa memberi pengaruh, baik jangka pendek maupun jangka panjang, bagi khalayak.

Efek jangka panjang biasanya terlihat dari kemampuan komunikasi massa mempengaruhi kebudayaan khalayak penerima pesan.

Apa yg dimaksud dengan kebudayaan?

Kebudayaan mencakup segenap cara berpikir & bertingkah laku, yang timbul karena berinteraksi yang bersifat komunikatif seperti menyampaikan buah pikiran secara simbolis dan bukan oleh karena warisan yang berdasarkan keturunan (Davis, dlm Soekanto: 2012)

Kebudayaan adalah suatu kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum adat istiadat dan setiap kemampuan serta kebiasaan manusia sebagai warga masyarakat (Taylor dlm Soekanto:2012)

Sebagai suatu proses maka kebudayaan ada disebabkan manusia ingin mempertahankan dan mengembangkan kehidupannya serta memecahkan dan menyelesaikan permasalahannya.

Utk itu manusia belajar tentang perilaku dan mengikuti bgmn cara berpikir, merasakan sesuatu, dan bertindak sesuai dgn apa yg diperolehnya baik dari generasi sebelumnya maupun dari lingkungannya

Proses belajar itulah menggambarkan fenomena komunikasi.

Komunikasi massa memberi pengaruh yang kuat terhadap budaya atau kebudayaan.

Hal ini bisa dilihat dari tinjauan teori norma budaya (deFleur dlm Effendy, 2013)) yg menyatakan bahwa media massa melalui penyajiannya yg selektif & penekananannya pada tema tertentu , menciptakan kesan2 pada khalayak dmn norma2 budaya umum mengenai topik yg diberi bobot itu, dibentuk dgn cara2 tertentu.

Komunikasi massa dapat mengubah norma2 yang tengah berlaku dan karenanya mengubah khalayak dari suatu bentuk perilaku menjadi bentuk perilaku yang lain.(Effendi:2013)

BUDAYA MASSA

Massa secara konseptual biasanya dikatakan sbg kolektivitas tanpa bentuk, atau kumpulan orang banyak yang tidak saling mengenal (anonim).

McQuail (2011) mengatakan bahwa massa kurang memiliki kesadaran diri dan identitas diri, serta tidak mampu bergerak secara serentak & terorganisir utk mencapai tujuan tertentu.

Komposisi massa selalu berubah, bertindak tidak utk dirinya sendiri tapi dikendalikan pihak lain

Merujuk pada konsep kebudayaan (budaya) mencakup segenap cara berpikir & bertingkah laku, yang timbul karena berinteraksi yang bersifat komunikatif seperti menyampaikan buah pikiran secara simbolis tersebut maka kebudayaan mempunyai dimensi materiil dan immateriil.

Dalam dimensi immateriil kebudayaan meliputi nilai2 dan norma serta kebiasaan, cara berpikir, merasakan, dan bertindak.

Sedangkan dalam diimensi materiil mencakup segala produk nyata hasil karya manusia atau masyarakat; seperti HP, TV, desain rumah, dsb.

Dengan demikian budaya massa segala sesuatu yang dimiliki individu dalam cara berpikir & berpendapat, cara merasakan sesuatu, bahkan sampai pada suatu bentuk tindakan tertentu.

Menurut Liliweri (2003) pemilikan unsur budaya tersebut sebagai akibat dari pesan2 media massa yg dimanipulasi oleh komunikator.

Pesan2 itu dikelola secara profesional, disebarluaskan dgn frekuensi yg tinggi & perangkat teknologi media kpd sejumlah besar khalayak.

Efek yg muncul biasanya sikap dgn kesadaran rendah, kurang mengontrol diri sendiri dan menerimanya sbg perilaku tertentu secara bersama2.

Bgmn peranan media massa?

Menurut McQuail (dlm Liliweri,2003) peranan media massa, dalam kaitannya dgn budaya massa, mengendalikan dan mengarahkan perilaku khalayak (iklan, sinetron, mode dsb).

Sehingga budaya massa dimiliki oleh suatu masyarakat tertentu merupakan akibat mereka menerima perilaku tertentu secara tdk sadar dari produksi pesan atau kehadiran media secara masif.

RISET KOMUNIKASI MASSA

Penelitian (riset) ~ berasal dr bhs latin 're' = lagi & 'cercier' = mencari

Scr umum riset berarti 'mencari informasi ttg sesuatu'

Atau scr operasional riset adalah upaya mencari data yg dpt diinterpretasikan menjadi informasi yg dibutuhkan

Dimensi dlm riset komunikasi massa:

1. Riset khalayak
2. Riset pemuka pendapat

RISET KHALAYAK

Riset khalayak mrpkn upaya utk emncari data ttg khalayak (sbg pengguna media).

Data apa saja yg dikumpulkan dlm risret khalayak?

Data yg dikumpulkan berkaitan dgn:

1. Profil khalayak
2. Terpaan media
3. Peringkat khalayak
4. Efek media

PROFIL KHALAYAK

Data mengenai profil khalayak mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kepemilikan media, dsb.

Dengan data tsb dpt diketahui gambaran khalayak suatu media massa atau khalayak program tertentu.

TERPAAN MEDIA

Riset terpaan media berarti mencari data mengenai penggunaan media khalayak, yg meliputi jenis media, frekuensi penggunaan, dan durasi penggunaan.

Penggunaan jenis media meliputi audio, audiovisual, media cetak, atau kombinasi dari berbagai media tsb.

Frekuensi penggunaan media mencakup berapa kali dlm rentang waktu tertentu, misalnya brp kali dlm sehari, seminggu, sebulan dsb.

Durasi penggunaan media berarti menghitung berapa lama khalayak mengonsumsi isi media (brp jam dlm sehari?) atau (berapa menit mengonsumsi suatu program)

PERINGKAT KHALAYAK

Peringkat khalayak digunakan untuk mengetahui persepsi khalayak thd jenis media, jenis informasi, format acara, dan komunikator favorit khalayak

EFEK MEDIA

Penelitian mengenai efek media akan memberikan informasi mengenai apakah kehadiran media massa atau proses komunikasi massa mempengaruhi khalayak dari segi kognisi, afeksi, atau konasi

RISET PEMUKA PENDAPAT

Pemuka pendapat (PP) merupakan individu di dalam suatu lingkungan sosial yang dianggap oleh individu2 anggota lingkungan tsb sbg tempat mencari atau mendapatkan informasi.

persyaratan PP:

1. Memiliki tingkat terpaan media yg tinggi
2. Memiliki kemampuan teknik komunikasi yg baik

Kehadiran PP dalam fenomena komunikasi massa menggambarkan proses komunikasi 2 tahap

KARAKTERISTIK PP

1. Pendidikan formalnya lebih tinggi dr individu lain
2. Status sosial & ekonomi lebih tinggi
3. Lebih inovatif dlm menerima ide baru.
4. Lebih tinggi terpaan media
5. Lebih besar kemampuan empatinya
6. Lebih besar partisipasi sosialnya
7. Lebih kosmopolit

PEMUKA PENDAPAT

1. Metode sosiometrik

melalui metode ini kepada anggota masyarakat ditanyakan kepada siapa mereka mencari atau meminta pendapat atau informasi mengenai persoalan yang dihadapi

2. informant's rating

dengan metode ini peneliti mengajukan pertanyaan2 kpd individu2 yg dianggap sbg key informant di dlm masyarakat mengenai siapa yg dianggapnya & dianggap masyarakat sbg pemimpin mereka

3. self designating method

dalam metode ini kepada individu diajukan pertanyaan utk menentukan yang bersangkutan menganggap dirinya sebagai pemimpin di dalam masyarakatnya.

LITERASI MEDIA

Literasi

Kemampuan seseorang dalam menggunakan informasi tertulis atau cetak untuk mengembangkan pengetahuan sehingga mendatangkan manfaat bagi masyarakat (Ardianto dkk,2014)

Melakukan literasi berarti memproteksi sekaligus menyiapkan generasi muda agar bisa hidup di dunia yang sesak-media (Iriantara,2009).

Literasi media

Literasi media : kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media dalam konteks komunikasi massa.

Literasi media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media.

Tahapan literasi media:

1. Ada kepedulian akan pentingnya mengelola media.
2. Kemampuan utk melihat secara kritis, menganalisis dan mendalami apa yang ada di dalam *frame*.
3. Mencari tahu lebih mendalam siapa yang memproduksi media (isinya) dan kegunaannya,

Beberapa dimensi dalam literasi media:

1. *The cognitive domain* (ranah kognitif)

kemampuan kognitif mengacu kepada tingkat kesadaran, mulai dari simbol2 yg sederhana sampai pada sebuah pemahaman yang kompleks, ttg bgmn sebuah pesan diproduksi & mengapa disampaikan dengan cara tertentu.

2. *The emotional domain* (ranah emosi)

merupakan dimensi perasaan, dimana ada sebagian orang kurang sensitif & sulit terbangkitkan emosinya ketika menerpakan diri dengan media, tapi ada yg sangat sensitif & mudah terbangkit emosinys

3. *The esthetic domain* (ranah keindahan)
kemampuan untuk menikmati, memahami, & mengapresiasi isi media dari sudut pandang artistik
4. *The moral domain* (ranah moral)
kemampuan untuk memahami nilai2 dalam pesan media. Berkaitan dengan baik atau buruk dari substansi pesan media

Beberapa aspek yg berkaitan dengan literasi media (ardianto dkk, 2014)

1. Literasi teknologi: kemampuan untuk memanfaatkan media baru seperti internet, utk mengakses & mengkomunikasikan informasi secara efektif.
2. Literasi informasi: kemampuan untuk mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, dan mengevaluasi informasi & membentuk opini yg kokoh berdasarkan kemampuan tsb.
3. Kreativitas media: kapasitas individu utk membuat & menyebarkan konten pada berbagai media.
4. Tanggungjawab & kompetensi sosial: memperhitungkan akibat2 sosial dari publikasi online & tanggungjawab thd anak2