

# Konsep dasar Isu kontemporer dan Media massa

Syaifuddin S.Sos., M.Si

# Syaifuddin M.Si

**01** Instagram @liburandihotel

**02** Twitter @syaifuddin1969

**03** Facebook Syaifuddin Sayuti

**04** Email [udin.tugas@gmail.com](mailto:udin.tugas@gmail.com)



# Pengertian Isu

A man in a dark suit and light shirt is shown from the waist up, smiling and looking to his right. The right side of his body is replaced by a dense, vertical stack of various skyscrapers and buildings, creating a visual metaphor for urban development or complex issues. The background is a hazy, high-angle view of a city skyline, with the Empire State Building being a prominent feature. The overall color palette is muted, with greys, blues, and greens.



## Chase dan Jones

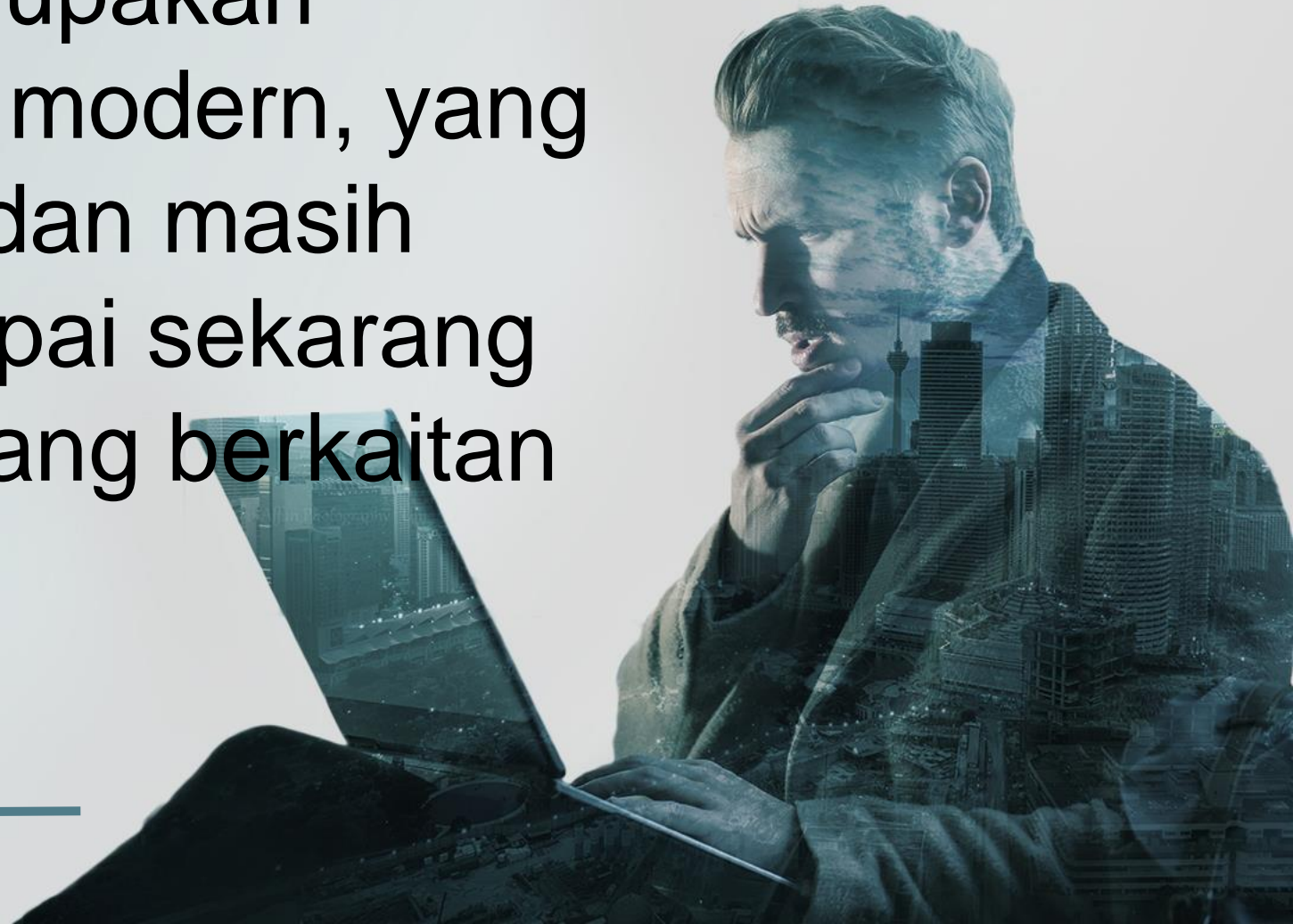
Isu merupakan menggambarkan isu sebagai sebuah masalah yang belum terpecahkan yang siap diambil keputusannya.

## Heath dan Nelson

Isu merupakan sebagai suatu pertanyaan tentang fakta, nilai atau kebijakan yang dapat diperdebatkan.

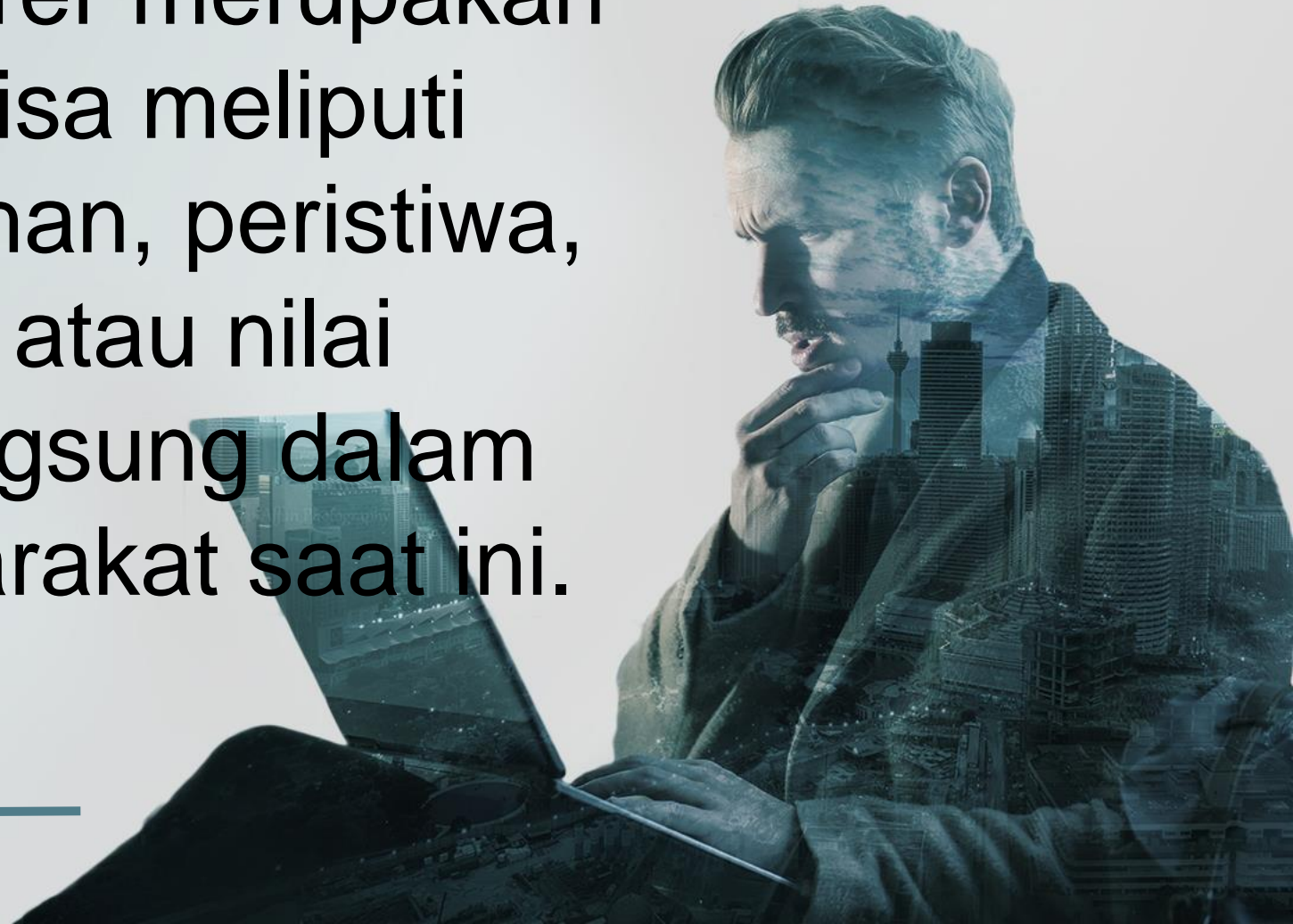
# Kontemporer

Kontemporer merupakan sesuatu hal yang modern, yang eksis dan terjadi dan masih berlangsung sampai sekarang atau segala hal yang berkaitan dengan saat ini.



# Isu Kontemporer

Isu-isu kontemporer merupakan persoalan yang bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan atau nilai yang telah berlangsung dalam kehidupan masyarakat saat ini.



# Munculnya Isu Disebabkan Oleh

1. Ketidak puasan sekelompok masyarakat.
2. Terjadinya peristiwa dramatis.
3. Perubahan sosial.
4. Kurang optimalnya kekuatan pemimpin.



# Apa Itu Media ?

**Media** adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima pesan, dengan tujuan meningkatkan pemahaman penerima pesan.





# Fungsi Media

- **Fungsi media** adalah untuk sumber informasi dan pengetahuan.
- **Fungsi media** adalah mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan kemampuan indra manusia.
- **Fungsi media** adalah sarana untuk mengekspresikan pendapat, ide, dan gagasan dengan lebih gamblang.



# Apa Itu Media Massa

A man in a dark suit and white shirt is shown from the waist up, smiling and looking to his right. The right side of his body is replaced by a complex, layered digital structure of skyscrapers and buildings, representing mass media. The background is a blurred cityscape with a prominent skyscraper.

- Menurut Hafied Cangara **Media** adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.
- Pengertian **media massa** sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat alat komunikasi seperti koran, tabloid, majalah, radio, tv, film.

# Fungsi Media Massa

Sesuai dengan **funksinya**, **media massa** melakukan pengawasan terhadap kejadian atau lingkungan sekitar. Dengan begitu, **media massa** dapat bertindak lebih cepat jika sesuatu terjadi secara dadakan.

**Media massa** pun akan dengan cepat memberi tahu masyarakat akan kejadian tersebut agar tidak terkena dampaknya, jika ada.



# Contoh Media Massa



# MASS MEDIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl. erat volutpat. Ut wisi enim.

• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl. erat volutpat. Ut wisi enim.

• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl. erat volutpat. Ut wisi enim.

• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl. erat volutpat. Ut wisi enim.



A person in a dark suit is holding a newspaper. The background is a hazy, high-angle view of a city with many skyscrapers. The newspaper is the central focus, with its masthead and main article clearly visible.

# BUSINESS

Learn from the best to  
ensure success  
Reasons we will be  
successful

Issue 764  
Monday, Jun 14, 2018  
#Citydailynews

## Economy of the European Union

World is  
all-time to

# Thank You



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER**

**Konsep Dasar Media  
Massa & Isu  
Kontemporer**



# **PENGERertian ISU**

# CHASE & JONES

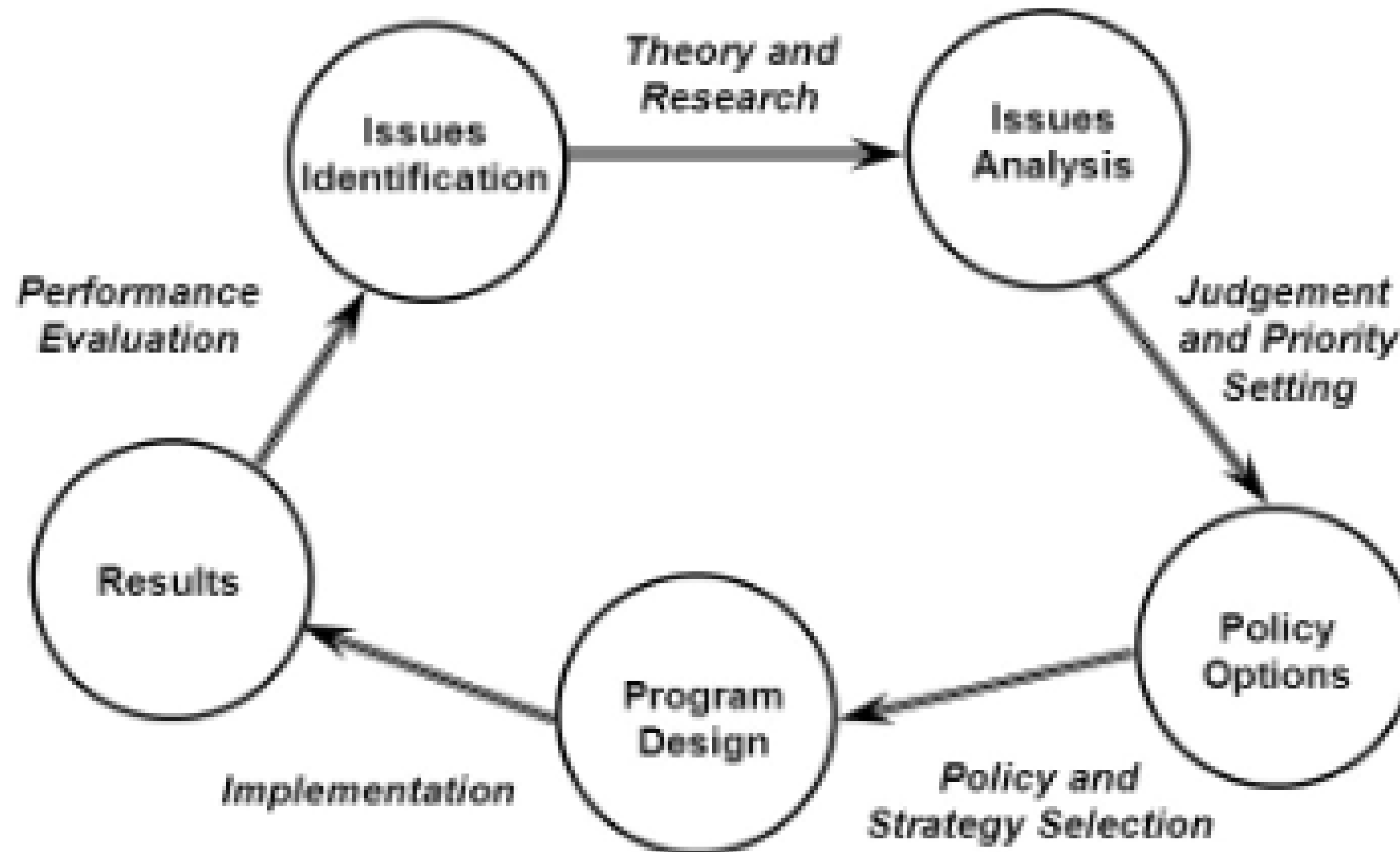
Isu merupakan penggambaran sebuah masalah yang belum terpecahkan yang siap diambil keputusannya.





## Issues Management Process

### ***The Chase-Jones Model***



# HEATH & NELSON

Isu merupakan sebagai suatu pertanyaan tentang fakta, nilai atau kebijakan yang dapat diperdebatkan.



# KONTEMPORER

Kontemporer merupakan sesuatu hal yang modern, yang eksis dan terjadi dan masih berlangsung sampai sekarang atau segala hal yang berkaitan dengan saat ini.

# ISU KONTEMPORER

Isu-isu kontemporer merupakan persoalan yang bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan atau nilai yang telah berlangsung dalam kehidupan masyarakat saat ini.

# MUNCUL ISU DISEBABKAN OLEH

**01**

Ketidak puasan sekelompok masyarakat.

**02**

Terjadinya peristiwa dramatis.

# MUNCUL ISU DISEBABKAN OLEH

**03**

Perubahan sosial

**04**

Kurang optimalnya kekuatan pemimpin

# CASE & PROBLEMS

Page

10

## **FLEXING**

Apa pandangan  
anda mengenai  
**FLEXING?**

## **MARIO DANDY**

Kenapa sampai muncul  
kasus seperti Mario  
Dandy? Apakah  
pergaulan remaja  
sekarang memang  
seperti ini?

# **APA ITU MEDIA ?**

Media adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima pesan, dengan tujuan meningkatkan pemahaman penerima pesan.



# FUNGSI MEDIA

- Sumber informasi dan pengetahuan
- Mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan kemampuan indera manusia
- Sarana untuk mengekspresikan pendapat, ide, dan gagasan dengan lebih gamblang

# APA ITU MEDIA MASSA?

- Menurut Hafied Cangara Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

- Pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat alat komunikasi seperti koran, tabloid, majalah, radio, tv, film.

# APA ITU MEDIA MASSA?

•Menurut Onong Uchyana Effendy : media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh.

•Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

# JENIS MEDIA MASSA

- Media Cetak (koran, majalah, tabloid)
- Media Elektronik (Radio, Tv, Film)



# **KARAKTERISTIK MEDIA MASSA**

- Bersifat melembaga
- Bersifat satu arah
- Delay Feedback
- Meluas dan serempak
- Bersifat terbuka
- Menggunakan peralatan teknis





MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**





SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 3**

**Konglomerasi dan  
Kepemilikan Media  
Massa?**



# **Konglomerasi dan Kepemilikan Media Massa**

# KONGLOMERASI

- Konglomerasi adalah perusahaan besar (induk) yang beranggotakan berbagai macam anak perusahaan di bawahnya yang masing-masing bergerak dalam bidang usaha bermacam-macam.
- Konglomerasi merupakan usaha diversifikasi di mana perusahaan beroperasi pada beberapa segmen berbeda yang tidak ada keterkaitan dengan segmen inti perusahaan.

# KONGLOMERASI

- Memiliki beragam bisnis, konglomerat menyebarkan risikonya ke beberapa perusahaan.
- Ada beberapa group konglomerasi di Indonesia yang memiliki kapitalisasi pasar sangat besar
- Contoh : Astra Group, Sinarmas, Indofood, Lippo dan MNC Group. Dari Badan Usaha Milik Negara contohnya adalah Inalum, Pupuk Indonesia, Pertamina, dan IFG Group.

# KONGLOMERASI

- Ada berbagai manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan menjalankan bentuk konglomerasi bisnis.
- Salah satunya adalah perusahaan mampu mengurangi potensi terjadinya kerugian pada perusahaan inti.
- Hal ini dapat dicapai berkat diversifikasi yang dilakukan pada sektor usaha. Meski pada titik tertentu, perusahaan induk mengalami kerugian, namun hal ini bisa dimitigasi dengan keuntungan yang diperoleh oleh anak perusahaan yang dimiliki.

# KONGLOMERASI MEDIA

- Konglomerasi ini dilakukan dengan melakukan korporasi dengan perusahaan media lain yang dianggap mempunyai visi yang sama.
- Pembentukan konglomerasi ini dengan cara kepemilikan saham, joint venture / merger, atau pendirian kartel komunikasi dalam skala besar baik integrasi vertikal, integrasi horisontal maupun kepemilikan silang.
- Akibatnya kepemilikan media berpusat pada segelintir orang.

# KONGLOMERASI MEDIA

- Konglomerasi ini dilakukan dengan melakukan korporasi dengan perusahaan media lain yang dianggap mempunyai visi yang sama.
- Kartel adalah kelompok produsen independen yang bertujuan menetapkan harga, untuk membatasi suplai dan kompetisi.
- Berdasarkan hukum anti monopoli, kartel dilarang di hampir semua negara. Walaupun demikian, kartel tetap ada baik dalam lingkup nasional maupun internasional, formal maupun informal.

# KONGLOMERASI MEDIA

- Berdasarkan definisi ini, satu entitas bisnis tunggal yang memegang monopoli tidak dapat dianggap sebagai suatu kartel, walaupun dapat dianggap bersalah jika menyalahgunakan monopoli yang dimilikinya.
- Kartel biasanya timbul dalam kondisi oligopoli, di mana terdapat sejumlah kecil penjual dengan jenis produk yang homogen.



**SEPUTAR  
INDONESIA**  
SUMBER REFERENSI TERPERCAYA

**KOMPAS**  
AMANAT HATI NUBANI HAKYAT

**MI** MEDIA  
INDONESIA

**RCTI**



**SCTV**

DIGITAL LIFE  
**detikcom**

**VIVA NEWS**



**METRO TV**

**TVRI**

**ANTARANEWS**  
INDONESIA. ONE CLICK AWAY!

**SURYA**

**KOMPAS.com**

**okezone.com**  
Indonesia news & entertainment online!

**iniilah.com**  
INOVASI PERAL BERITA



**antv**



**Jawa Pos**

**EDISI KOTA**

**GlobalTV**

**tvone**

**TRANS 7**

**TEMPOinteraktif**

**MI** MEDIA  
INDONESIA.COM



**3tv**

INDONESIA

**BALI TV**

**astro**

**REPUBLIKA ONLINE**

H A R I A N  
**REPUBLIKA**

**Jawa Pos**

**KORAN TEMPO**  
KORAN TEMPO MEDIA

## **Mengapa Konglomerasi Media ?**

- Konglomerasi di bidang media sebenarnya sama saja dengan bentuk konglomerasi di bidang lainnya.
- Namun di perusahaan media konglomerasi cenderung berkonotasi negatif.

# **Bahayanya Konglomerasi Media**

- Informasi dikuasai dari hulu ke hilir oleh grup bersangkutan. Hal ini berbahaya bagi perkembangan demokrasi.
- Tidak ada diversifikasi informasi. Banyak media tapi hanya satu suara.
- Media jadi tidak independen, karena selalu dikaitkan dengan grup besar yang menaunginya.

# **Bahayanya Konglomerasi Media**

- Namun yang lebih berbahaya adalah sentralistik, informasi cenderung sentralistik, terpusat.
- Isu tak lagi bisa menemukan pijakannya. Grup usaha selalu jadi acuan. Independensi, kebebasan berpendapat jadi tak ada lagi.

# **Bahayanya Konglomerasi Media**

- Media konglomerat bisa menentukan isu, menggiring suara, menciptakan isu menyesatkan, hoax, dan sejenisnya.
- Tak ada lagi diversifikasi informasi, semuanya sejenis.

# Group Media

- Media Nusantara Citra (MNC)
- Elang Mahkota Teknologi (Emtek)
- Trans Media (Trans Corp)
- Media Group (Metro TV)

- Kompas Gramedia (KG Media)
- Viva Group (Bakrie Media)
- Jawa Pos News Network (JPNN)
- Mahaka Radio Integra

# MNC Group

## Free To Air TV

- RCTI
- MNCTV
- GTV
- Inews TV

- Content & IP (MNC Digital Entertainment + Star Harvest Academy)
- Digital Media (RCTI+, Okezone.com, Sindonews)
- Radio
- MNC Vision Networks





# Emtek Group

## Free To Air TV

- SCTV
- INDOSIAR
- MOJI

## Content & IP

- Vidio
- KLY (Kapan Lagi Universe) → Kapanlagi, Bola, Liputan6.com, Brilio, Fimela
- Samara
- PH (Screenplay, Sinemart, IES, IEP, Rans)



## **TUGAS KELOMPOK (max 5 orang)**

- Buat analisis mengenai kelompok media di Indonesia, kaitkan dengan soal kebebasan pers dan independensi
- Cari contoh kasus Ketika grup mereka bermasalah, bagaimana sikap media anggota grup.
- Makalah dibuat dalam word dan dipresentasikan. Semua anggota kelompok wajib upload makalah di Siskamaya.



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 4**

**Teori Kritis :  
Cultural Studies**



# **Teori Kritis : Cultural Studies**

## **Kajian Tentang Relasi Budaya dan Kuasa**

- Kajian tentang seluruh praktik, institusi dan sistem klasifikasi yang tertanam dalam nilai-nilai partikular, kepercayaan, kompetensi, kebiasaan hidup, dan bentuk-bentuk perilaku yang biasa dari sebuah populasi.

- Kajian tentang berbagai kaitan antara bentuk kekuasaan, gender, ras, kolonialisme dan sebagainya.
- Kajian mengenai berbagai kaitan wacana di luar akademis dengan gerakan-gerakan sosial dan politik, para pekerja di lembaga-lembaga kebudayaan, manajemen kebudayaan dan lainnya (Barker, 2008)



# KARAKTERISTIK CULTURAL STUDIES

- Bertujuan meneliti atau mengkaji berbagai kebudayaan dan praktik budaya serta kaitanya dengan kekuasaan
- Kajian ini tidak membahas kebudayaan yang terlepas dari konteks sosial- politik melainkan mengkajinya di dalam konteks sosial politik (di mana masalah kebudayaan itu tumbuh dan berkembang)

# KARAKTERISTIK CULTURAL STUDIES

- Budaya dikaji baik dari aspek objek, lokasi tindakan dan selalu dalam tradisi kritis
- Cultural studies berupaya **mendekonstruksi** (membongkar/mendobrak) aturan-aturan dan pengkotak-kotakan ilmiah konvensional lalu berupaya mendamaikan pengetahuan yang memilah antara objektif dan subjektif, antara universal dan partikular (lokal).

# Cultural Studies Dan Studi Komunikasi

Terdapat dua pandangan dalam memaknai komunikasi menurut Fiske

**1. Pandangan transmission,** pandangan ini melihat (memaknai) komunikasi sebagai proses penyampaian atau pengiriman pesan yang cenderung melihat komunikasi sebagai proses yang statis, mekanitis dan linier (bersifat satu arah)

# Cultural Studies Dan Studi Komunikasi

## 2. Pandangan *generating* atau *exchanging of meaning*.

Komunikasi dilihat sebagai proses produksi dan pertukaran makna (meaning). Komunikasi dilihat sebagai proses yang dinamis, interpretatif dan interaksional (bersifat dua arah)

# Cultural Studies Dan Studi Komunikasi

Berdasarkan pandangan tersebut, pandangan **generating** terlihat kaitan antara cultural studies dan komunikasi.

Cultural studies memberikan penekanan pada **faktor agensi**. Bahwa individu dalam relasi dan interaksi sosial budaya termasuk juga relasi dan interaksi komunikasi-tidak dilihat semata-mata sebagai “konsumen makna” (bersifat pasif) melainkan dilihat terlebih sebagai “produsen makna” (bersifat aktif) (Sheridan ,1995)

# Cultural Studies dan Studi Komunikasi

- Keterkaitan lainnya cultural studies dan komunikasi memiliki kajian yang sama yaitu **media** (disamping objek kajian yang lain).
- Mengkaji media berarti mengkaji juga budaya yang melekat dalam sebuah masyarakat di mana kebudayaan melekat dengan konten dari media.

# **Pandangan Cultural Studies Ttg Media**

2. Cultural studies memandang bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral (dimana semua pihak dan kepentingan bisa menyuarakan atau mengartikulasikan pandangan mereka secara bebas dan menegaskan posisi mereka pula secara leluasa).

# **Pandangan Cultural Studies Ttg Media**

Sebaliknya media adalah instrumen dari kelompok dominan (baik secara politik, ekonomi, budaya, sosial dan sebagainya) untuk memproduksi ideologi dominan, menyebarkan gagasan mereka dan mengontrol kelompok lain



## **Pandangan Cultural Studies Ttg Media**

3. Cultural studies memandang posisi wartawan atau pencari berita tidak dapat dilepaskan dari kepentingan media tersebut.

4. Cultural studies memandang bahwa penggunaan bahasa yang ada dalam teks media tidaklah murni bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan belaka. Namun lebih dari itu untuk membentuk, membangun dan menggiring pesan sebuah persepsi, opini atau wacana sesuai dengan kepentingan media tersebut

## **Pandangan Cultural Studies Ttg Media**

Namun lebih dari itu untuk membentuk, membangun dan menggiring pesan sebuah persepsi, opini atau wacana sesuai dengan kepentingan media tersebut



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 5**

## **Teori Komunikasi Massa**



# **Teori Komunikasi Massa**

## • *Hypodermic Needle Theory*

- Sering disebut juga sebagai teori Jarum hipodermik. Teori ini mengemuka di tahun 1930-an hingga 1940-an.
- Teori ini memiliki asumsi umumnya apa yang disajikan media massa secara langsung atau memberi rangsangan kuat atau berdampak kuat pada diri *audience*.

- ***Cultivation Theory***
- Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya.
- Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi.
- Para pecandu berat televisi (*heavy viewers*) akan menganggap bahwa apa yang terjadi di televisi adalah dunia senyatanya.

## • *Culture Imperialism Theory*

- Imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia.
- Kebudayaan Barat memproduksi hampir semua mayoritas media massa di dunia ini, seperti film, berita, komik, foto, dan lain-lain
- Kini budaya Korea yang dominan, bukan lagi budaya barat yang 'menjajah' budaya lokal kita.



## ***Media Equation Theory***

*-Media Equation Theory* atau teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespons apa yang dikomunikasikan media seolah-olah (media itu) manusia

## ***Spiral of Silence Theory***

–Secara ringkas teori ini ingin menjawab pertanyaan, mengapa orang-orang dari kelompok minoritas sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat dan pandangannya ketika berada dalam kelompok mayoritas. Kajian ini menitikberatkan peran opini dalam interaksi sosial

## ***Technological Determinism Theory***

- Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri.
- Manusia akan bertahan sesuai dengan cara berkomunikasi yang ia pilih.

## ***Diffusion and Innovation Theory***

- Teori difusi-inovasi ini mengatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang
- Dengan demikian, adanya inovasi (penemuan), lalu disebarakan melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya.

# Uses And Gratification Theory

- Teori Kegunaan dan Gratifikasi ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut.
- Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya

# Agenda Setting Theory

- Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan.
- Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya.

## •Media Critical Theory

- Teori kritis membangun pertanyaan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa
- Menurut perspektif teori ini, media tidak boleh hanya memberitakan fakta atau kejadian yang justru memperkuat *status quo*.

## •Studi Powerful Effect Theory

- Pada titik ekstrim teori “powerful effects”, mengasumsikan bahwa media dapat menyuntikkan informasi ide, dan bahkan propaganda ke publik. Teori ini dijelaskan lebih dalam istilah model jarum suntik dan teori peluru.
- Teori-teori ini secara sederhana melihat bahwa audiens adalah pasif, tidak kritis dan tidak memikirkan apa-apa yang disampaikan oleh media.



## •Studi Minimalist Effect Theory

- Media tidak punya efek langsung, sehingga teori jarum suntik sudah basi dan teori powerful effect perlu dikaji kembali.
- Inilah awal munculnya kajian "*minimalist effect theory*"

## •Studi Minimalist Effect Theory

Dalam kajian *Minimalist effect theory* muncul beberapa kajian seperti:

- **Model alur dua langkah (Two Step Flow):** pemilih/khalayak tidak lebih terpengaruh oleh media dibandingkan dengan orang yang mereka kenal secara pribadi. Orang-orang tersebut kemudian disebut sebagai *opinion leader*.

## •Studi Minimalist Effect Theory

Hal ini menunjukkan bahwa kontak personal lebih kuat daripada kontak media. Setelah model dua langkah kemudian muncul pula model alur banyak langkah (*multistep flow*) yang mencakup jaringan yang kompleks dari hubungan sosial yang mempengaruhi individu.

## •Studi Minimalist Effect Theory

- Dalam kajian *Minimalist effect theory* muncul beberapa kajian seperti:
  - **Model alur dua langkah (Two Step Flow):** pemilih/khalayak tidak lebih terpengaruh oleh media dibandingkan dengan orang yang mereka kenal secara pribadi. Orang-orang tersebut kemudian disebut sebagai *opinion leader*.

## • *Study Cumulative*

- Elisabeth Noelle Neuman menyimpulkan bahwa media tidak memiliki efek langsung yang kuat tetapi efek itu akan terus menguat seiring berjalannya waktu.
- Iklan yang diputar secara berulang-ulang akan tertanam di benak pemirsa dan memengaruhi pemirsa tersebut.

## • ***Third Person Effect Theory***

- Teori ini berasumsi bahwa orang melebih-lebihkan dampak pesan media kepada orang lain.
- The Third Person Effect (TPE) artinya seseorang selalu melihat dirinya sebagai pihak lain, saat mengamati dampak dari terpaaan sebuah media massa. Dua hipotesis yang berkaitan erat dengan TPE adalah kegiatan komunikasi lebih mempengaruhi orang lain daripada diri kita sendiri, dan yang kedua efek media pada orang lain akan dijadikan acuan agar mereka tidak mendapatkan efek yang buruk dari media tersebut.

## • *Third Person Effect Theory*

Dari berbagai kajian dan penelitian dihasilkan pemahaman bahwa kondisi TPE ini masih sangat kuat mengakar pada hampir setiap khalayak/publik. Di mana menganggap dirinya lebih kebal dari pada orang lain, bahwa yang mungkin terkena dampak media adalah `mereka` (orang ketiga), bukan saya (orang pertama) atau kamu (orang kedua). Kondisi inilah yang kemudian menyebabkan upaya-upaya sensor biasanya coba diterapkan pada penggunaan media massa, baik film, televisi, maupun internet.

## • *Third Person Effect Theory*

- Dalam beberapa kasus upaya sensor bisa juga dikenakan pada musik dan buku. Beragam pendekatan penelitian TPE khususnya yang berangkat dari asumsi dan hipotesa TPE secara umum memang masih perlu dilakukan.
- Hal ini secara tidak langsung untuk membantu memudahkan pengguna media massa itu sendiri agar lebih mudah memiliki kontrol diri terhadap adanya dampak media massa, baik secara langsung maupun tidak langsung.





MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 6**

## **Teori Kritis Feminisme**



# **Teori Kritis Feminisme**

## • *Pengertian Feminisme*

- Feminisme merupakan kajian (paradigma) sekaligus metodologi yang bertujuan untuk mengungkap bahwa realitas sosial, budaya politik, dan sebagainya terdapat ketimpangan gender, relasi yang timpang antara laki-laki dan perempuan, ketertindasan perempuan, stereotipe yang tidak benar yang dilekatkan kepada kaum perempuan. (Hollow, Joanne, 2010, Arivia, 2003; Tong, 1998)

Feminisme tidak semata-mata dimengerti secara teori, cara pandang  
namun sebuah **GERAKAN**



- ***Tujuan Feminisme***

- a. Menyediakan informasi dan analisis (penelitian) mengenai kehidupan kaum perempuan
- b. Mengupayakan perubahan sosial serta menghilangkan ketidaksetaraan gender dan subordinasi kaum perempuan
- c. Menjadikan diri sebagai sebuah bentuk kritik terhadap ilmu pengetahuan yang telah ada (Positivisme)
- d. Memperlihatkan bagaimana perspektif kaum perempuan mengenai ilmu pengetahuan yang belum terlihat dalam ilmu pengetahuan sebelumnya.

## ***Gelombang Gerakan Feminisme***

- **Gelombang pertama 1890-1950-an**
- Fokus Gerakan : Hak perempuan untuk memilih dan mencalonkan diri dalam Pemilu serta hak property untuk perempuan.
- Wilayah Gerakan : Persia, Swedia, Denmark, Selandia Baru, Inggris, AS

## ***Gelombang Gerakan Feminisme***

- **Gelombang kedua 1960-1980-an**
- Fokus Gerakan : Mengurangi ketidakadilan seksual dalam keluarga (anti KDRT), tempat kerja (hak cuti, menstruasi), lingkungan social (anti pemerkosaan)
- Wilayah Gerakan : AS (berpusat di Michigan, Los Angeles, dan daerah sentra kultur AS lainnya), Eropa, dan mulai menyebar ke Asia



## ***Gelombang Gerakan Feminisme***

- **Gelombang ketiga 1990-2008**

- Fokus Gerakan : Mempromosikan nilai-nilai individualistik dan keberagaman identitas dalam femonisme, melawan opresi berlapis terhadap perempuan.

- Wilayah Gerakan : AS, Eropa, dan mulai menguat di Asia dan Afrika.

## ***Gelombang Gerakan Feminisme***

- **Gelombang keempat 2008 - sekarang**
- Fokus Gerakan : Melawan pelecehan seksual fisik dan verbal serta melawan misogini.
- Wilayah Gerakan : AS, Eropa, dan secara khusus menyebar di negara-negara mayoritas muslim.

# GELOMBANG GERAKAN FEMINISME

Maret adalah bulan perempuan internasional. Karenanya, kamu harus tahu bagaimana perjuangan perempuan untuk mendapatkan keadilan di tengah masyarakat.

## GELOMBANG PERTAMA 1890AN-1950AN

### Fokus gerakan

Hak perempuan untuk memilih dan mencalonkan diri dalam Pemilu, serta hak properti untuk perempuan.

### Wilayah gerakan

Persia, Swedia, Denmark, Selandia Baru, Inggris, AS

## GELOMBANG KEDUA 1960AN-1980AN

### Fokus gerakan

Mengurangi ketidakadilan seksual di keluarga (anti-KDRT), tempat kerja (hak cuti menstruasi), lingkungan sosial (anti-pemeriksaan),

### Wilayah gerakan

AS (berpusat di Michigan, Los Angeles, dan daerah sentra kultur AS lainnya), Eropa, dan mulai menyebar ke Asia.

## GELOMBANG KETIGA 1990AN-2008

### Fokus gerakan

Mempromosikan nilai-nilai individualistik dan keberagaman identitas dalam feminisme, serta melawan “opresi berlapis” terhadap perempuan.

### Wilayah gerakan

AS, Eropa, dan mulai menguat di negara-negara Asia dan Afrika

## GELOMBANG KEEMPAT 2008-SEKARANG

### Fokus gerakan

Melawan pelecehan seksual fisik dan verbal, serta melawan misogini

### Wilayah gerakan

AS, Eropa, dan secara khusus menyebar di negara-negara mayoritas Muslim

## ***Aliran Feminisme***

- **1. Feminisme liberal**, aliran ini memiliki dasar pemikiran bahwa manusia adalah otonom dan dipimpin oleh rasio (reason). Dengan rasio yang dimiliki, manusia mampu untuk memahami prinsip – prinsip moralitas dan kebebasan individu.
- Isu – isu yang diangkat : akses pendidikan, hak-hak sipil dan politik (Arivia,2003)

# Aliran Feminisme

- **2. Feminisme radikal**, mempunyai dasar pemikiran bahwa sistem gender merupakan dasar penindasan terhadap perempuan.
- Isu yang diangkat : persoalan reproduksi, gender atau hubungan kekuasaan antara perempuan dan laki-laki, konsep keibuan

## ***Aliran Feminisme***

- **3. Feminisme marxis/sosialis**, dasar pemikiran yang beranjak dari pemikiran Marx. Kerap kali ketertindasan yang dialami oleh kelas tertindas tersebut tidak mereka sadari karena adanya penanam kesadaran palsu yang ditanamkan oleh kelas dominan ke dalam kelas tertindas tersebut.
- Isu yang diangkat : ketimpangan ekonomi, kehidupan domestik di bawah kapitalisme, kepemilikan properti dan sebagainya

## •Aliran Feminisme

- **4. Feminisme eksistensialis**, isu dan tema yang diangkat bahwa tidak hanya perempuan berbeda dengan laki-laki melainkan juga bahwa perempuan lebih rendah daripada kaum laki-laki
- 5. Feminisme postmodernisme**, aliran ini menolak universalisme, absolutisme, dan esensialisme. Tokoh – tokoh aliran ini mendekonstruksikan wacana universal dan menolak dualisme maskulin-feminim

## • *Aliran Feminisme*

**6. Feminisme multikulturalisme dan global**, isu dan tema yang diangkat penindasan terhadap perempuan tidak dapat dijelaskan melalui budaya patriarkhis akan tetapi ada keterhubungannya dengan masalah ras dan etnisitas.

Di dalam feminis global penindasan terhadap perempuan tidak hanya masalah ras dan etnisitas melainkan juga merupakan hasil kolonialisme dan dikotomi “dunia pertama” dan “dunia ketiga”





MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 6**

**Review Materi & Isu  
Feminisme**



# **Review Materi & Isu Feminisme**

## • *Isu Feminisme*

- **Feminisme** adalah sebuah gerakan dan ideologi yang memperjuangkan kesetaraan bagi perempuan dalam politik, ekonomi, budaya, ruang pribadi, dan ruang publik.

## • *Isu Feminisme*

- Di Indonesia isu feminisme dalam bentuk paling sederhana dikenal sejak adanya Hari Kartini. Di mana tiap tahun di tanggal 21 April Indonesia memperingati perjuangan seorang perempuan asli kota Jepara, Jawa Tengah bernama Kartini. Ia dikenal dunia karena memperjuangkan kesetaraan gender.



## • *Isu Feminisme*

- Isu kesetaraan gender yang jadi concern Kartini memang belum sekomplek masalah gender di era kekinian. Kartini hanya memperjuangkan kesetaraan dalam tataran sederhana. Mempertanyakan mengapa anak perempuan pribumi tidak mendapat kesempatan pendidikan yang sama dengan anak bangsa lainnya.

## • *Isu Feminisme*

- Pemikiran Kartini yang dituliskan dalam bentuk surat ke seorang Wanita Belanda itulah yang kemudian mengubah banyak hal. Ada 'pemberontakan' pemikiran seorang wanita Jawa yang melihat ketidakadilan gender, khususnya dalam kesempatan meraih pendidikan.



## • *Isu Feminisme*

- Isu kesetaraan gender dalam konteks Kartini adalah perjuangannya dalam hal mendapatkan akses pendidikan bagi kaum pribumi, khususnya bagi perempuan.
- Karena pada masa itu perempuan sulit memperoleh akses Pendidikan. Pendidikan masih dianggap hanya diperuntukkan bagi kaum priyayi, khususnya orang barat.

## • *Isu Feminisme*

- Sedangkan orang pribumi, siapapun itu masih harus bermimpi mendapatkan akses pendidikan yang lebih baik di masa itu.
- Itulah mengapa Kartini memperjuangkan kesetaraan pendidikan bagi perempuan melalui pemikiran yang dituangkan dalam surat pada para sahabatnya yang berkebangsaan Belanda.

## • *Isu Feminisme*

- Pemikiran Kartini tergolong sangat maju di zamannya. Karena pada saat itu baru kaum pria yang mendapatkan akses pendidikan lebih tinggi. Sementara perempuan relatif tersisihkan oleh cara berpikir bahwa perempuan hanya beraktivitas di bidang domestik sehingga dianggap tidak membutuhkan pendidikan tinggi.

## • *Isu Feminisme*

- ‘Pemberontakan’ pemikiran Kartini kemudian mengilhami banyak pergerakan perempuan di Indonesia yang turut memperjuangkan nasib perempuan. Nasib di sini tidak hanya sekedar dalam urusan pekerjaan domestik di rumah tangga saja, namun meluas ke sektor lain.

## • *Isu Feminisme*

- Meski dengan jalan yang berliku, namun perjuangan kaum Wanita di Indonesia dalam memperjuangkan kesetaraan tak hanya berhenti di situ saja. Gerakan ini mengilhami kaum perempuan modern Indonesia untuk berkarya di berbagai bidang, mulai dari seni, budaya, sosial hingga politik serta pemerintahan.

## • *Isu Feminisme*

- Saat ini isu feminisme bukan hanya berhenti di masalah Pendidikan, karena isu tersebut berkembang seperti dalam hal kesertaan perempuan dalam bidang politik, misalnya menaikkan jumlah legislator dari perempuan. Isu ini sempat mengemuka pasca reformasi. Parpol berduyun-duyun mengemas ini menjadi isu yang seksi. Parpol yang tak memberikan angka kongkret di parlemen dianggap tidak sensitif gender.

## • *Isu Feminisme*

- Dalam beberapa tahun terakhir isu KDRT juga menjadi isu feminisme yang kencang disuarakan di media massa.
- Karena dunia dianggap sangat laki-laki maka persoalan kekerasan terhadap perempuan menjadi isu sangat media darling, yang disenangi oleh media. Sementara kekerasan terhadap pria oleh perempuan tidak diangkat ke permukaan karena dianggap tidak mewakili isu ini.

## • *Isu Feminisme*

- Isu posisi dan peran buruh perempuan juga menjadi agenda (isu) nasional yang diperjuangkan banyak pihak. Bukan hanya hak cuti haid dalam perusahaan, peran lainnya pun disandingkan dengan persoalan krusial perburuhan dengan bingkai besar persoalan kesetaraan gender.
- Meski Indonesia pernah dipimpin seorang Presiden perempuan yakni Megawati Sukarnoputri, namun persoalan gender ini belum juga tuntas hingga kini.



# GELOMBANG GERAKAN FEMINISME

Maret adalah bulan perempuan internasional. Karenanya, kamu harus tahu bagaimana perjuangan perempuan untuk mendapatkan keadilan di tengah masyarakat.

## GELOMBANG PERTAMA 1890AN-1950AN

### Fokus gerakan

Hak perempuan untuk memilih dan mencalonkan diri dalam Pemilu, serta hak properti untuk perempuan.

### Wilayah gerakan

Persia, Swedia, Denmark, Selandia Baru, Inggris, AS

## GELOMBANG KEDUA 1960AN-1980AN

### Fokus gerakan

Mengurangi ketidakadilan seksual di keluarga (anti-KDRT), tempat kerja (hak cuti menstruasi), lingkungan sosial (anti-pemeriksaan),

### Wilayah gerakan

AS (berpusat di Michigan, Los Angeles, dan daerah sentra kultur AS lainnya), Eropa, dan mulai menyebar ke Asia.

## GELOMBANG KETIGA 1990AN-2008

### Fokus gerakan

Mempromosikan nilai-nilai individualistik dan keberagaman identitas dalam feminisme, serta melawan "opresi berlapis" terhadap perempuan.

### Wilayah gerakan

AS, Eropa, dan mulai menguat di negara-negara Asia dan Afrika

## GELOMBANG KEEMPAT 2008-SEKARANG

### Fokus gerakan

Melawan pelecehan seksual fisik dan verbal, serta melawan misogini

### Wilayah gerakan

AS, Eropa, dan secara khusus menyebar di negara-negara mayoritas Muslim



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 9**

**Isu Sosial Politik di  
Media Massa**

# **Isu Sosial Politik di Media Massa**

## • *Isu Sosial Politik*

- Media massa merupakan salah satu sarana yang paling efektif dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi opini publik. Namun, media massa juga seringkali menjadi sumber isu kontemporer sosial politik yang dapat memicu konflik dan perpecahan di masyarakat.
- Beberapa isu kontemporer sosial politik yang sering dibahas di media massa antara lain isu kekerasan, intoleransi, korupsi, dan pengungsi. Isu-isu ini seringkali menjadi topik utama di berbagai media massa seperti televisi, radio, dan internet.

## •Isu Kekerasan di Media Massa

•Isu kekerasan seringkali menjadi salah satu isu kontemporer sosial politik yang banyak dibahas di media massa. Berbagai bentuk kekerasan seperti kekerasan terhadap perempuan, anak-anak, dan pelanggaran hak asasi manusia seringkali menjadi headline di berbagai media massa.

•Namun, tidak semua pemberitaan tentang kekerasan di media massa bersifat positif. Beberapa media massa cenderung mengambil sudut pandang yang sensational dan hanya fokus pada kasus-kasus tertentu saja tanpa memberikan pemahaman yang lebih luas tentang masalah kekerasan secara keseluruhan.

- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) mencatat, sebanyak 25.050 perempuan menjadi korban kekerasan di Indonesia sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 15,2% dari tahun sebelumnya sebanyak 21.753 kasus.
- Kekerasan terhadap anak tahun 2019 sebanyak 12.285 anak. Angka ini mengalami peningkatan pada tahun 2020 menjadi 12.425 anak. Tidak berhenti pada angka tersebut pada tahun 2022 angka kekerasan terhadap anak meningkat tajam menjadi 15.972 anak.

- **Contoh Pelanggaran HAM di Masyarakat**
- Penganiayaan.
- Pencemaran Nama Baik.
- Perusakan Fasilitas Umum.
- Main Hakim Sendiri.
- Tidak Toleran pada Perbedaan.
- Penyiksaan Orang Tua Pada Anggota Keluarganya.
- Eksploitasi Anak.
- Pemaksaan Kehendak Terhadap Anak.





## ▪ **Isu Kontemporer Politik**

- Problematika dunia politik selalu menjadi isu kuat di media, baik itu media konvensional maupun media sosial
- Dalam pemerintahan era Jokowi misalnya banyak sekali isu panas yang mengemuka dan bertahan cukup lama di media
- Isu-isu ini jika tak ditangani dengan baik bukan saja berpotensi mengganggu jalannya pemerintahan, bisa juga membuat tidak produktifnya pemerintah

## • **Isu Kontemporer Soal Personal Presiden**

- Di awal pemerintahannya isu mengenai siapa sosok seorang Joko Widodo masih santer terdengar.
- Contohnya isu mengenai latar belakang Jokowi yang dituding oleh lawan politiknya sebagai anak seorang anggota PKI atau Partai Komunis Indonesia.
- Isu PKI tergolong cukup kuat untuk menggusur ambisi seseorang di dunia politik di Indonesia. Meskipun partai ini sudah lama tidak lagi eksis di bumi Indonesia, namun bayang-bayang mengenai persoalan ini masih kuat menancap.

## • Isu Kontemporer PKI

- Di awal Munculnya isu PKI bisa jadi dikarenakan asal daerah Jokowi yakni dari kota Solo. Di mana di era tahun 60-an kota ini disebut sebagai basis dari PKI.
- Isu ini sebenarnya sudah mulai dilemparkan para lawan politik Jokowi sejak masa kampanye. Segala macam bukti (meski tidak otentik sekalipun) dimunculkan dan coba dihubung-hubungkan oleh kubu lawan.
- Asal melontarkan bukti menjadi boomerang bagi lawan politik Jokowi. Karena waktu membuktikan tidak ada kebenaran apapun dalam isu ini.



Widjiatno

Dokumen Negara

**Rahasia**

**Komandan  
Underbow Pki 1965**



Ko Hong Guan ▸ INDONESIA  
BERSUARA

- 5 hrs · 🌐

Akhirnya Bocor juga

A.1

Bpk-nya Jokowi yg asli.

Mirip Banget..!!!

Klw Cebong Ngebantah, Gua Gampar muka  
jelek-nya satu-satu.!!!

[See Translation](#)



4 Comments 1 Share



Like



Share



Kristiawati Kris What??gampar.bkn  
nya lu yg sebentar lg nangis2...bawa  
meterei 😄 😄

Like · [See Translation](#) · 5h



Alam Nuansa usted kaum cebong



Like · [See Translation](#) · 5h



## • **Isu Presiden Non Muslim**

- Tidak laku melempar isu PKI, lawan politik Jokowi kemudian mengemas isu bahwa keluarga Jokowi adalah non muslim.
- Namun lagi-lagi kemasan isu ini tidak cantik dimainkan, sehingga berkesan hanya mencari-cari celah.
- Di kubu Jokowi bahkan sampai mengeluarkan foto-foto saat keluarga mereka menjalankan ibadah umroh.

## • **Isu Intoleransi di Media Massa**

• Isu intoleransi juga seringkali menjadi topik yang hangat dibicarakan di media massa. Beberapa bentuk intoleransi seperti rasisme, diskriminasi, dan kebencian terhadap kelompok minoritas seringkali menjadi sorotan utama di berbagai media massa.

• Namun, pemberitaan tentang isu intoleransi di media massa juga seringkali menjadi polemik karena beberapa media massa cenderung memperkeruh suasana dengan menyebarkan informasi yang tidak akurat atau hanya mengambil sisi satu pihak saja tanpa memberikan sudut pandang yang lebih luas.

•

## • **Isu Korupsi di Media Massa**

- Isu korupsi merupakan salah satu isu kontemporer sosial politik yang selalu menjadi perhatian di media massa. Berbagai kasus korupsi yang melibatkan pejabat publik seringkali menjadi headline di berbagai media massa.
- Namun, pemberitaan tentang isu korupsi di media massa juga seringkali menjadi kontroversial karena beberapa media massa cenderung memojokkan pihak tertentu atau hanya mengambil sisi satu pihak saja tanpa memberikan sudut pandang yang lebih luas.





## •Isu Pengungsi di Media Massa

- Isu pengungsi seringkali menjadi topik yang hangat dibicarakan di media massa. Berbagai kasus pengungsi yang datang ke suatu negara seringkali menjadi headline di berbagai media massa.
- Namun, pemberitaan tentang isu pengungsi di media massa juga seringkali menjadi polemik karena beberapa media massa cenderung memperkeruh suasana dengan menyebarkan informasi yang tidak akurat atau hanya mengambil sisi satu pihak saja tanpa memberikan sudut pandang yang lebih luas.

## •Kesimpulan

- Isu kontemporer sosial politik di media massa dapat mempengaruhi opini publik dan memicu konflik serta perpecahan di masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi media massa untuk memberikan pemberitaan yang objektif dan berimbang serta memberikan pemahaman yang lebih luas tentang masalah yang dibahas.
- Dengan demikian, masyarakat dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu kontemporer sosial politik dan dapat berpartisipasi dalam mencari solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 9**

**Isu Sosial Politik di  
Media Massa**

# **Isu Sosial Politik di Media Massa**

## • *Isu Sosial Politik*

- Media massa merupakan salah satu sarana yang paling efektif dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi opini publik. Namun, media massa juga seringkali menjadi sumber isu kontemporer sosial politik yang dapat memicu konflik dan perpecahan di masyarakat.
- Beberapa isu kontemporer sosial politik yang sering dibahas di media massa antara lain isu kekerasan, intoleransi, korupsi, dan pengungsi. Isu-isu ini seringkali menjadi topik utama di berbagai media massa seperti televisi, radio, dan internet.

## •Isu Kekerasan di Media Massa

•Isu kekerasan seringkali menjadi salah satu isu kontemporer sosial politik yang banyak dibahas di media massa. Berbagai bentuk kekerasan seperti kekerasan terhadap perempuan, anak-anak, dan pelanggaran hak asasi manusia seringkali menjadi headline di berbagai media massa.

•Namun, tidak semua pemberitaan tentang kekerasan di media massa bersifat positif. Beberapa media massa cenderung mengambil sudut pandang yang sensational dan hanya fokus pada kasus-kasus tertentu saja tanpa memberikan pemahaman yang lebih luas tentang masalah kekerasan secara keseluruhan.



- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) mencatat, sebanyak 25.050 perempuan menjadi korban kekerasan di Indonesia sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 15,2% dari tahun sebelumnya sebanyak 21.753 kasus.
- Kekerasan terhadap anak tahun 2019 sebanyak 12.285 anak. Angka ini mengalami peningkatan pada tahun 2020 menjadi 12.425 anak. Tidak berhenti pada angka tersebut pada tahun 2022 angka kekerasan terhadap anak meningkat tajam menjadi 15.972 anak.

- **Contoh Pelanggaran HAM di Masyarakat**
- Penganiayaan.
- Pencemaran Nama Baik.
- Perusakan Fasilitas Umum.
- Main Hakim Sendiri.
- Tidak Toleran pada Perbedaan.
- Penyiksaan Orang Tua Pada Anggota Keluarganya.
- Eksploitasi Anak.
- Pemaksaan Kehendak Terhadap Anak.



## ▪ **Isu Kontemporer Politik**

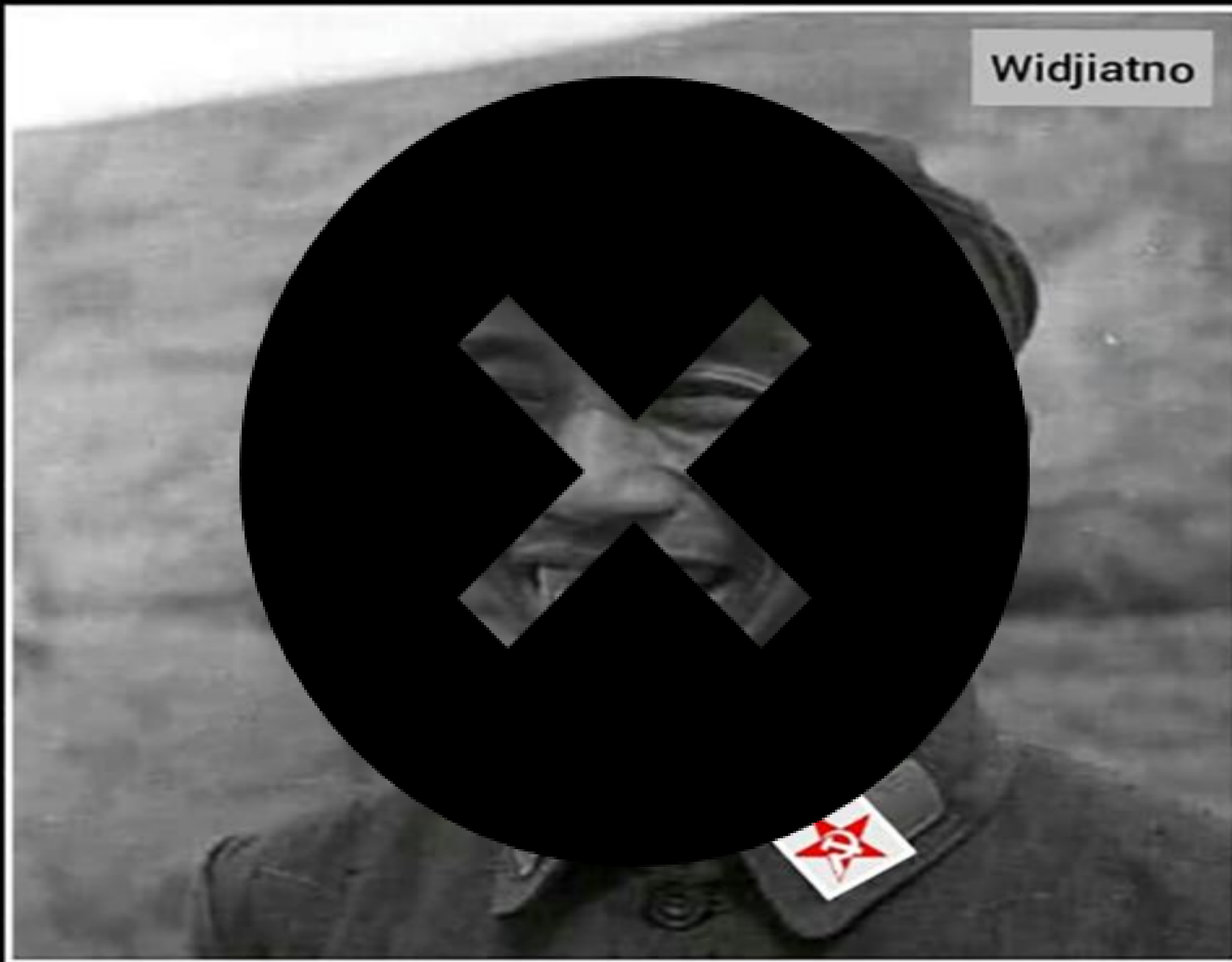
- Problematika dunia politik selalu menjadi isu kuat di media, baik itu media konvensional maupun media sosial
- Dalam pemerintahan era Jokowi misalnya banyak sekali isu panas yang mengemuka dan bertahan cukup lama di media
- Isu-isu ini jika tak ditangani dengan baik bukan saja berpotensi mengganggu jalannya pemerintahan, bisa juga membuat tidak produktifnya pemerintah

## • **Isu Kontemporer Soal Personal Presiden**

- Di awal pemerintahannya isu mengenai siapa sosok seorang Joko Widodo masih santer terdengar.
- Contohnya isu mengenai latar belakang Jokowi yang dituding oleh lawan politiknya sebagai anak seorang anggota PKI atau Partai Komunis Indonesia.
- Isu PKI tergolong cukup kuat untuk menggusur ambisi seseorang di dunia politik di Indonesia. Meskipun partai ini sudah lama tidak lagi eksis di bumi Indonesia, namun bayang-bayang mengenai persoalan ini masih kuat menancap.

## • Isu Kontemporer PKI

- Di awal Munculnya isu PKI bisa jadi dikarenakan asal daerah Jokowi yakni dari kota Solo. Di mana di era tahun 60-an kota ini disebut sebagai basis dari PKI.
- Isu ini sebenarnya sudah mulai dilemparkan para lawan politik Jokowi sejak masa kampanye. Segala macam bukti (meski tidak otentik sekalipun) dimunculkan dan coba dihubung-hubungkan oleh kubu lawan.
- Asal melontarkan bukti menjadi boomerang bagi lawan politik Jokowi. Karena waktu membuktikan tidak ada kebenaran apapun dalam isu ini.



Widjiatno

Dokumen Negara

**Rahasia**

**Komandan  
Underbow Pki 1965**



Ko Hong Guan ▸ INDONESIA  
BERSUARA

- 5 hrs · 🌐

Akhirnya Bocor juga

A.1

Bpk-nya Jokowi yg asli.

Mirip Banget..!!!

Klw Cebong Ngebantah, Gua Gampar muka  
jelek-nya satu-satu.!!!

See Translation



4 Comments 1 Share



Like



Share



Kristiawati Kris What??gampar.bkn  
nya lu yg sebentar lg nangis2...bawa  
meterei 😄 😄

Like · See Translation · 5h



Alam Nuansa usted kaum cebong



Like · See Translation · 5h



## • **Isu Presiden Non Muslim**

- Tidak laku melempar isu PKI, lawan politik Jokowi kemudian mengemas isu bahwa keluarga Jokowi adalah non muslim.
- Namun lagi-lagi kemasan isu ini tidak cantik dimainkan, sehingga berkesan hanya mencari-cari celah.
- Di kubu Jokowi bahkan sampai mengeluarkan foto-foto saat keluarga mereka menjalankan ibadah umroh.



## • **Isu Intoleransi di Media Massa**

• Isu intoleransi juga seringkali menjadi topik yang hangat dibicarakan di media massa. Beberapa bentuk intoleransi seperti rasisme, diskriminasi, dan kebencian terhadap kelompok minoritas seringkali menjadi sorotan utama di berbagai media massa.

• Namun, pemberitaan tentang isu intoleransi di media massa juga seringkali menjadi polemik karena beberapa media massa cenderung memperkeruh suasana dengan menyebarkan informasi yang tidak akurat atau hanya mengambil sisi satu pihak saja tanpa memberikan sudut pandang yang lebih luas.

•

## • **Isu Korupsi di Media Massa**

- Isu korupsi merupakan salah satu isu kontemporer sosial politik yang selalu menjadi perhatian di media massa. Berbagai kasus korupsi yang melibatkan pejabat publik seringkali menjadi headline di berbagai media massa.
- Namun, pemberitaan tentang isu korupsi di media massa juga seringkali menjadi kontroversial karena beberapa media massa cenderung memojokkan pihak tertentu atau hanya mengambil sisi satu pihak saja tanpa memberikan sudut pandang yang lebih luas.



## •Isu Pengungsi di Media Massa

- Isu pengungsi seringkali menjadi topik yang hangat dibicarakan di media massa. Berbagai kasus pengungsi yang datang ke suatu negara seringkali menjadi headline di berbagai media massa.
- Namun, pemberitaan tentang isu pengungsi di media massa juga seringkali menjadi polemik karena beberapa media massa cenderung memperkeruh suasana dengan menyebarkan informasi yang tidak akurat atau hanya mengambil sisi satu pihak saja tanpa memberikan sudut pandang yang lebih luas.

## •Kesimpulan

- Isu kontemporer sosial politik di media massa dapat mempengaruhi opini publik dan memicu konflik serta perpecahan di masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi media massa untuk memberikan pemberitaan yang objektif dan berimbang serta memberikan pemahaman yang lebih luas tentang masalah yang dibahas.
- Dengan demikian, masyarakat dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu kontemporer sosial politik dan dapat berpartisipasi dalam mencari solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 10**

**Teori Kritis :  
Cultural Studies**



# **Teori Kritis : Cultural Studies**



## • *Teori Cultural Studies*

- Kajian tentang hubungan (relasi) antara kebudayaan dan kekuasaan
- Kajian tentang seluruh praktik, institusi dan sistem klasifikasi yang tertanam dalam nilai-nilai partikular, kepercayaan, kompetensi, kebiasaan hidup, dan bentuk-bentuk perilaku yang biasa dari sebuah populasi
- Kajian tentang berbagai kaitan antara bentuk kekuasaan, gender, ras, kolonialisme dan sebagainya
- Kajian mengenai berbagai kaitan wacana di luar akademis dengan gerakan-gerakan sosial dan politik, para pekerja di lembaga-lembaga kebudayaan, manajemen kebudayaan dan lainnya (Barker, 2008)

## • ***Karakteristik Cultural Studies***

- Bertujuan meneliti atau mengkaji berbagai kebudayaan dan praktik budaya serta kaitannya dengan kekuasaan
- Kajian ini tidak membahas kebudayaan yang terlepas dari konteks sosial- politik melainkan mengkajinya di dalam konteks sosial politik (di mana masalah kebudayaan itu tumbuh dan berkembang).

## • *Karakteristik Cultural Studies*

- Budaya dikaji baik dari aspek objek, lokasi tindakan dan selalu dalam tradisi kritis
- Cultural studies berupaya **mendekonstruksikan** (membongkar/mendobrak) aturan-aturan dan pengkotak-kotakan ilmiah konvensional lalu berupaya mendamaikan pengetahuan yang memilah antara objektif dan subjektif, antara universal dan partikular (lokal).

- ***Karakteristik Cultural Studies***
- Cultural studies tidak merasa harus steril dari nilai-nilai (tidak bebas nilai) akan tetapi melibatkan diri dengan nilai dan pertimbangan moral masyarakat serta tindakan politik dan konstruksi sosial
- Cultural studies menjadi kajian yang lintas disipliner

## • *Cultural Studies & Studi Komunikasi*

- Terdapat dua pandangan dalam memaknai komunikasi menurut Fiske.
- **Pertama, pandangan transmission.** Pandangan ini adalah pandangan yang melihat (memaknai) komunikasi sebagai proses penyampaian atau pengiriman pesan yang cenderung melihat komunikasi sebagai proses yang statis, mekanitis dan linier (bersifat satu arah)

- ***Cultural Studies & Studi Komunikasi***
- **Kedua, pandangan *generating* atau *exchanging of meaning*.** Komunikasi dilihat sebagai proses produksi dan pertukaran makna (*meaning*). Komunikasi dilihat sebagai proses yang dinamis, interpretatif dan interaksional (bersifat dua arah)

## • *Cultural Studies & Studi Komunikasi*

- Berdasarkan pandangan tersebut, pandangan **generating** terlihat kaitan antara cultural studies dan komunikasi.
- Cultural studies memberikan penekanan pada **faktor agensi**. Bahwa individu dalam relasi dan interaksi sosial budaya termasuk juga relasi dan interaksi komunikasi, tidak dilihat semata-mata sebagai “konsumen makna” (bersifat pasif) melainkan dilihat terlebih sebagai “produsen makna” (bersifat aktif) (Sheridan ,1995)

## • *Cultural Studies & Studi Komunikasi*

- Keterkaitan lainnya cultural studies dan komunikasi memiliki kajian yang sama yaitu **media** (disamping objek kajian yang lain)
- Media merupakan representasi sebuah budaya dalam masyarakat. Isi media terkait dengan segala sesuatu yang dilakukan sebuah masyarakat.
- Sehingga media tak bisa dipisahkan dari studi budaya dan komunikasi itu sendiri.



- ***Pandangan Cultural Studies tentang Media***
- 1. Cultural studies memandang bahwa teks media (berita, iklan, dan lainnya) adalah realitas atau kenyataan yang dikonstruksi (*constructed of reality*) oleh kepentingan kelompok dominan dan bukan cermin dari realitas sesungguhnya (*mirror of reality*) (Hall, 1982)

## • *Pandangan Cultural Studies tentang Media*

- 2. Cultural studies memandang bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral (di mana semua pihak dan kepentingan bisa menyuarakan atau mengartikulasikan pandangan mereka secara bebas dan menegaskan posisi mereka pula secara leluasa).
- Sebaliknya media adalah instrumen dari kelompok dominan (baik secara politik, ekonomi, budaya, sosial dan sebagainya) untuk memproduksi ideologi dominan, menyebarkan gagasan mereka dan mengontrol kelompok lain

## • *Pandangan Cultural Studies tentang Media*

- 3. Cultural studies memandang posisi wartawan atau pencari berita tidak dapat dilepaskan dari kepentingan media tersebut.
- 4. Cultural studies memandang bahwa penggunaan bahasa yang ada dalam teks media tidaklah murni bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan belaka, namun lebih dari itu untuk membentuk, membangun dan menggiring pesan sebuah persepsi, opini atau wacana sesuai dengan kepentingan media tersebut.

## • *Pandangan Cultural Studies tentang Media*

- 3. Cultural studies memandang posisi wartawan atau pencari berita tidak dapat dilepaskan dari kepentingan media tersebut.
- 4. Cultural studies memandang bahwa penggunaan bahasa yang ada dalam teks media tidaklah murni bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan belaka, namun lebih dari itu untuk membentuk, membangun dan menggiring pesan sebuah persepsi, opini atau wacana sesuai dengan kepentingan media tersebut.



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 11**

**Isu Kontemporer  
Bidang PR**



# **Isu Kontemporer di Bidang PR**

## • *Isu Kontemporer dan PR*

- Problematika dunia bisnis, sosial dan politik tak bisa dipisahkan dengan peran PR dalam setiap kesempatan. Terutama saat terjadinya krisis dalam perusahaan. PR memainkan peran penting dalam penyelesaian sebuah krisis.
- Tugas PR selain sebagai “pemadam api”, juga sebagai problem solver.
- Oleh karenanya seorang PR Officer harus mengerti isu kontemporer di media




## • *Isu Kontemporer dan PR*

- PR officer harus bisa mengendalikan isu kontemporer yang disesuaikan dengan kepentingan perusahaan.
- Contoh isu kontemporer yang terkait tugas PR misalnya : kasus Freeport, PHK di Unilever, Penutupan Hollywing, Isu lemak babi di Indomie, Galon kotor Aqua.
- PR harus bisa memetakan persoalan sehingga bisa memberikan solusi kepada perusahaan dan bicara dengan tepat pada pers dan public.

## • *Teori Sistem*

- Teori sistem memfokuskan perhatian untuk memahami bagaimana kualitas fungsi yang dijalankan setiap sistem dalam suatu relasi dinamis dengan sistem-sistem lainnya (Kriyantono, 2014: 77).
- Hal yang penting dari teori ini adalah hubungan sosialnya. Hubungan sosial yang baik merupakan hasil (*output*) dari suatu interaksi sosial yang dalam hal ini adalah interaksi antara organisasi dengan publiknya.




 **Finansialku.com**  
Your Personal Finance Assistant

**NEWS**

**Waduh,  
Unilever Pecat  
1.500 Karyawan!  
Ada Apa?**

Penulis: Hesti Retno W.



## • *Boundary Spanning*

- *Boundary spanning* merupakan salah satu ciri dari sifat organisasi yang merupakan sistem terbuka (Kriyantono, 2014: 88). Sistem terbuka disini adalah terdapatnya interaksi antara organisasi dengan lingkungannya untuk melakukan monitoring, seleksi, dan menghimpun informasi.
- “Organisasi tidak dapat bergantung hanya pada proses dan interaksi internal seperti yang dilakukan sistem tertutup. Organisasi harus berinteraksi dengan kelompok lainnya.”

## • *Relationship Management Theory*

- Teori ini terkait dengan fungsi dasar *public relations*, yaitu aktivitas komunikasi yang menghubungkan organisasi dan publik (Kriyantono, 2014: 276).
- Ledingham (2005; Botan & Hazleton, 2006; dikutip di Kriyantono, 2014: 276) mengatakan bahwa teori ini berfokus untuk membahas proses manajemen relasi antara organisasi dan publiknya, internal maupun eksternal, sehingga teori ini dikenal sebagai pusat atau inti dari *public relations*

## • *Teori Matematika Komunikasi*

- SMCR (Source, Message, Channel, Receiver)
- Dalam praktiknya, teori informasi atau matematika komunikasi ini dapat diterapkan untuk mengukur gangguan atau hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi antara organisasi dan publiknya (Kriyantono, 2014: 136).
- Karena, adanya gangguan dapat menyebabkan penerimaan persepsi yang berbeda antara praktisi *public relations* dengan publiknya, sehingga dapat berdampak pada organisasi.

## • *Uncertainty Reduction Theory*

- *Uncertainty Reduction Theory* (URT), atau Teori Pengurangan Ketidakpastian ditemukan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975.
- Teori ini menjelaskan bagaimana komunikasi digunakan untuk mengurangi adanya ketidakpastian ketika dua orang asing atau lebih bertemu dan terlibat dalam suatu pembicaraan untuk pertama kalinya.





## • *Uncertainty Reduction Theory*

- Sebagai contoh ketika seorang PR officer perusahaan bertemu dengan calon klien baru untuk pertama kalinya guna mempresentasikan *project sponsorship* perusahaan.
- Tentu masing-masing pihak akan merasa kurang nyaman dan saling bertanya-tanya tentang kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi.
-

## • *Uncertainty Reduction Theory*

- Berger dan Calabrese mengemukakan bahwa ketika orang asing bertemu, fokus utama mereka adalah mengurangi tingkat ketidakpastian dalam situasi tersebut, karena ketidakpastian menyebabkan ketidaknyamanan.
- Selain itu, mereka juga berusaha untuk memahami dan memprediksi apa yang akan terjadi selanjutnya.

## • *Uncertainty Reduction Theory*

- Manusia dapat mengalami ketidakpastian dalam dua level yang berbeda, yaitu :
  1. *Cognitive Uncertainty* (Ketidakpastian Kognitif) : Mereka tidak yakin apa yang mereka pikirkan tentang orang lain dan apa yang orang lain pikirkan tentang mereka.
  2. *Behavioral Uncertainty* (Ketidakpastian Perilaku) : Mereka tidak yakin bagaimana harus berperilaku atau bagaimana orang lain akan berperilaku. Perilaku ini mencakup verbal dan non verbal.



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 12**

**Isu Kontemporer  
Marketing Komunikasi**



# **Isu Kontemporer Marketing. Komunikasi**

## • Isu Kontemporer Marketing Komunikasi

- Pada era globalisasi yang semakin kompetitif, banyak perusahaan yang terus berinovasi dan berpikir secara kreatif untuk mengeluarkan ide-ide segar agar bisa menarik atensi pelanggannya terhadap produknya.
- Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marcomm) sebagai salah satu bagian dari strategi bisnis menjadi salah satu alternatif solusi bagi banyak perusahaan dalam mencari siasat untuk meningkatkan penjualan produknya.

## •Isu Kontemporer Marketing Komunikasi

- Dengan adanya penggabungan beberapa aspek komunikasi di dalamnya, turut memberikan kemudahan perusahaan dalam Menyusun strategi bisnisnya.
- Marketing komunikasi yang berlaku di era teknologi informasi sangat berbeda dengan markom di era sebelum ini.
- Marketing bukan melulu soal “menjual” produk untuk saat ini. Bukan melulu soal produk terjual saja.



## • Marketing Komunikasi di Era Teknologi Informasi

- Munculnya internet di era 20 tahun terakhir di Indonesia telah mengubah peta markom di bidang bisnis.
- Cerita mengenai penjualan bukan hanya soal selling, namun lebih jauh dari itu. Marketing juga terkait dengan image, branding, yang tak bisa selesai di satu dua tahun, atau satu dua bulan.
- Menegakkan image sebuah brand butuh waktu berkelanjutan, tidak selesai dalam kurun waktu tertentu.

## •1. Isu Kontemporer Pandemi di Industri F&B

- Munculnya Sebuah brand harus adaptif terhadap segala perubahan yang terjadi di sekitarnya. Misalnya saat isu pandemic mencuat, nyaris semua sector harus berubah. Isu kesehatan dan kebersihan menjadi fakta yang tidak hanya harus diserap namun juga diterapkan di semua lini.
- Misalnya di industri F&B, banyak resto yang kemudian harus memberikan tambahan biaya untuk membuat alat makan di restonya terlihat lebih bersih. Akhirnya perusahaan menyediakan plastik pembungkus sendok, garpu dan menyediakan tissue dalam satu paket.

- Apakah ini cuma sekedar ikut-ikutan? Tentu tidak. Karena ini tuntutan untuk berubah karena keadaan. Masyarakat konusmen di luar sana habitnya berubah dalam makan di luar rumah. Mereka hanya mau makan di tempat di luar rumah jika ada jaminan bersih.
- Dan pihak resto harus adaptif dengan menyediakan paket sendok garpu yang dikemas lebih bersih. Tidak seperti sebelumnya yang langsung ditaruh dalam wadah nampan saat penyajian makanan.

- Bisa dikatakan isu ini kemudian viral dan membuat banyak pelaku usaha mengikuti cara ini. Bahkan berlaku hingga setelah pandemi berakhir.
- Bagi pelaku usaha yang tak peduli pada hal ini taruhannya adalah reputasi perusahaan dan siap ditinggalkan pelanggan jika tak adaptif pada perubahan ini.

## •2. Isu Kontemporer Lingkungan

- Kesadaran akan perubahan iklim, kerusakan lingkungan menjadikan banyak perusahaan juga berubah strategi bisnisnya. Mulai dari tak lagi menyediakan kantong plastic dan menyediakan tas kain untuk membawa belanjaan.
- Atau tetap menyediakan kantong plastik namun dicharge dengan harga selangit agar masyarakat bersiap membawa tas kain sendiri.
- Selain itu ada pula aksi beberes membersihkan bekas makanan secara mandiri. Jika sebelumnya semua dilakukan oleh waiter, maka kini beberapa brand resto cepat saji minta pengunjung beberes sendiri dan memasukkan sampah pada wadahnya yang sudah disediakan.

- Selain demi menghemat pekerjaan dari kru resto, cara ini terbukti ampuh mengikat loyalitas pengunjung pada brand.
- Ada pula yang memberikan benefit harga yang lebih murah jika konsumen membawa sendiri tumbler saat beli kopi. Cara ini cukup ampuh mengurangi penggunaan plastik. Jadi bagi yang ingin minum di kedai kopi waralaba harus membawa wadah sendiri jika ingin berhemat. Sebuah win win solution.

## •2. Isu Kontemporer Word of Mouth

- Cara memperkenalkan usaha pun kini bisa dilakukan dengan bujet minimal namun hasil maksimal. Misal dengan mendekor resto sedemikian rupa sehingga menggerakkan pelanggan untuk menggunakannya sebagai tempat berfoto. Tanpa diminta oleh pengelola resto kemudian kontennya menyebar dan viral.

- Ini adalah cara berpomosi yang hanya menggunakan bujet sangat rendah, bahkan bisa zero bujet. Dana promo bisa dikurangi untuk hal-hal lainnya.
- Melibatkan netizen atau pelanggan sebagai bagian dari pengembangan resto adalah kuncinya. Dengan cara-cara seperti itu pelanggan secara tak sadar sebenarnya dijadikan sebagai pelaku promosi, namun ia lakukan dengan sukarela, demi konten.



- Dalam dunia digital ini dinamakan Electronic word of mouth atau promo mulut ke mulut secara elektronik (digital).
- Buat orang Indonesia sebenarnya bukan barang baru. Kita sebelumnya sudah mengenal istilah getok tular.
- Prinsipnya sama, sebuah informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut. Hasilnya kadang lebih dahsyat dari cara pemasaran lainnya, namun WOM digital ini bisa dilakukan lebih massif dan terukur.

- Contoh WOM yang berhasil adalah Starbuck. Gerai kopi ini sukses membangun reputasi selama ini di seluruh dunia salah satunya adalah melalui WOM.
- Banyak pelanggan secara sukarela berbagi konten mengenai brand ini secara organic. Berbagi foto, video maupun experience dengan brand ini dari mulut ke mulut, baik cara tradisional maupun digital.
- Efek WOM bagi kedai ini begitu kuat, sehingga banyak yang beranggapan kopi ya Starbuck. Meski di luaran banyak brand sejenis, yang mungkin lebih enak dan murah.



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**



SYAIFUDDIN S.SOS., M.Si

# **MEDIA MASSA & ISU KONTEMPORER 13**

**Teori & Model  
Marketing Komunikasi**



# **Teori dan Model Marketing. Komunikasi**

## •Komunikasi Pemasaran (Marketing Komunikasi)

- Komunikasi pemasaran memiliki tujuan utama yaitu untuk mempersuasi target khalayak untuk merubah sikap dan perilaku terhadap organisasi. Dapat dikatakan bahwa komunikasi pemasaran terkait erat dengan perilaku konsumen.
- Hal ini ditegaskan oleh **Richard J. Varey** (2002) yang menyatakan bahwa konsep sentral *marketing* atau pemasaran dan perilaku konsumen menitikberatkan pada konsep pertukaran

## •Komunikasi Pemasaran (Marketing Komunikasi)

- Menurut **Chahid Fournali** teori komunikasi pemasaran yang diterapkan dalam perilaku konsumen cenderung untuk fokus pada model-model persuasi dibandingkan dengan pendekatan pemasaran.
- Teori komunikasi pemasaran mengadopsi teori komunikasi persuasi untuk menjelaskan perilaku konsumen.

## • Teori dan Model Marketing Komunikasi

- **Model- model Hierarki Efek (*Hierarchy-of-Effects Models*)**
- Bentuk-bentuk model hierarki efek meliputi model AIDA, model efektivitas periklanan, model tujuan periklanan, model hierarki komunikasi persuasi, model hierarki belajar, model hierarki atribusi disonan, dan model hierarki pelibatan yang rendah.



## • Model Marketing Komunikasi

- Dalam model hierarki belajar, efek kognitif terjadi lebih dulu, kemudian diikuti oleh efek afektif dan selanjutnya efek konatif.
- Misalnya hierarki pelibatan yang rendah, yang terjadi lebih dulu adalah efek kognitif, kemudian efek konatif, dan terakhir efek afektif.
- Pada hierarki atribusi disonan, yang terjadi lebih dahulu adalah efek konatif, diikuti dengan efek afektif, dan terakhir adalah efek kognitif.

## • Model AIDA

- Menurut Kotler dan Keller formula AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini yang terdiri atas: (Attention), membuat ketertarikan produk (Interest), membuat keinginan untuk memiliki produk (Desire), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (Action).

## • Model AIDA

- Dengan menggunakan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) akan memperjelas konsep perubahan, sikap, dan perilaku dalam kaitannya dengan sebuah kerangka tindakan. Menurut Kotler dan Keller menjelaskan Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action) merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat, dan mengambil tindakan.

## • Model Kemungkinan Elaborasi – *Elaboration Likelihood Model*

- *Elaboration Likelihood Model* (ELM) adalah salah satu teori proses ganda yang menggambarkan perubahan bentuk sikap.
- Model ini dikembangkan oleh **Richard E. Petty** dan **John Cacioppo** pada tahun 1986. Model ini bertujuan untuk menjelaskan berbagai acara dalam memproses rangsangan, alasan penggunaannya, serta hasilnya pada perubahan sikap.

## •Teori Semiotika

- Sebagai sebuah ilmu tentang komunikasi merek maka semiotika dapat digunakan sebagai alat untuk meneliti efektivitas komunikasi merek.
- Untuk mengidentifikasi trend dalam budaya pop, memahami bagaimana sikap serta perilaku konsumen dibentuk melalui hubungannya dengan budaya pop serta kemampuan program-program pemasaran dan periklanan dapat memenuhi kebutuhan konsumen

## • Attribution Theory

- Dasar teori atribusi adalah orang akan melakukan sesuatu karena alasan tertentu., orang memiliki berbagai alasan untuk mengembangkan kesan mereka terhadap orang lain.
- **Fritz Heider** tertarik pada bagaimana seorang individu mengembangkan sebuah kesan terhadap orang lain. Kesan-kesan ini dibangun dan dikembangkan melalui 3 (tiga) tahapan proses yaitu **pengamatan perilaku, determinasi apakah perilaku disengaja, dan kategorisasi perilaku yang termotivasi secara internal dan eksternal.**

## • Model Pengetahuan Persuasi – *Persuasion Knowledge Model*

- Model ini pertama kali dikenalkan pada tahun 1994 oleh **Marian Friestad** dan **Peter Wright** sebagai sebuah model yang menjelaskan bagaimana pengetahuan taktik persuasi pemasar berdampak pada respon konsumen terhadap taktik tersebut.
- Model ini menegaskan bahwa setiap saat konsumen mengembangkan pengetahuan tentang taktik persuasi pemasar dan karenanya menjadi lebih baik dalam beradaptasi dan merespon untuk usaha semacam itu dalam rangka untuk mencapai tujuan pribadi dirinya

- **Teori Perilaku Terencana – *Theory of Planned Behavior***
- **Icek Ajzen** menyajikan sebuah teori yang dinamakan dengan *theory of planned behavior* untuk mengembangkan model prediksi perilaku yang tidak berada di bawah kendali kehendak.
- Teori ini memiliki kesamaan dengan teori *reasoned action* dengan penambahan sebuah komponen yang disebut dengan kontrol perilaku yang dirasakan untuk memprediksi baik intensi perilaku maupun perilaku itu sendiri.



## • Teori Komunikasi Lain yang digunakan

- Teori Persepsi Diri – *Self-perception Theory*
- Teori Belajar Sosial – *Social Learning Theory*
- Teori Interaksi Simbolik – *Symbolic Interactionism*
- Teori Disonansi Kognitif – *Cognitive Dissonance Theory*
- Teori Tindakan Beralasan – *Theory of Reasoned Action*
- Teori Pertukaran – *Exchange Theory*
- Diffusion of innovations



MEDA MASSA & ISU  
KONTEMPORER

**THANK  
YOU!**

# Isu Kontemporer Multikulturalisme

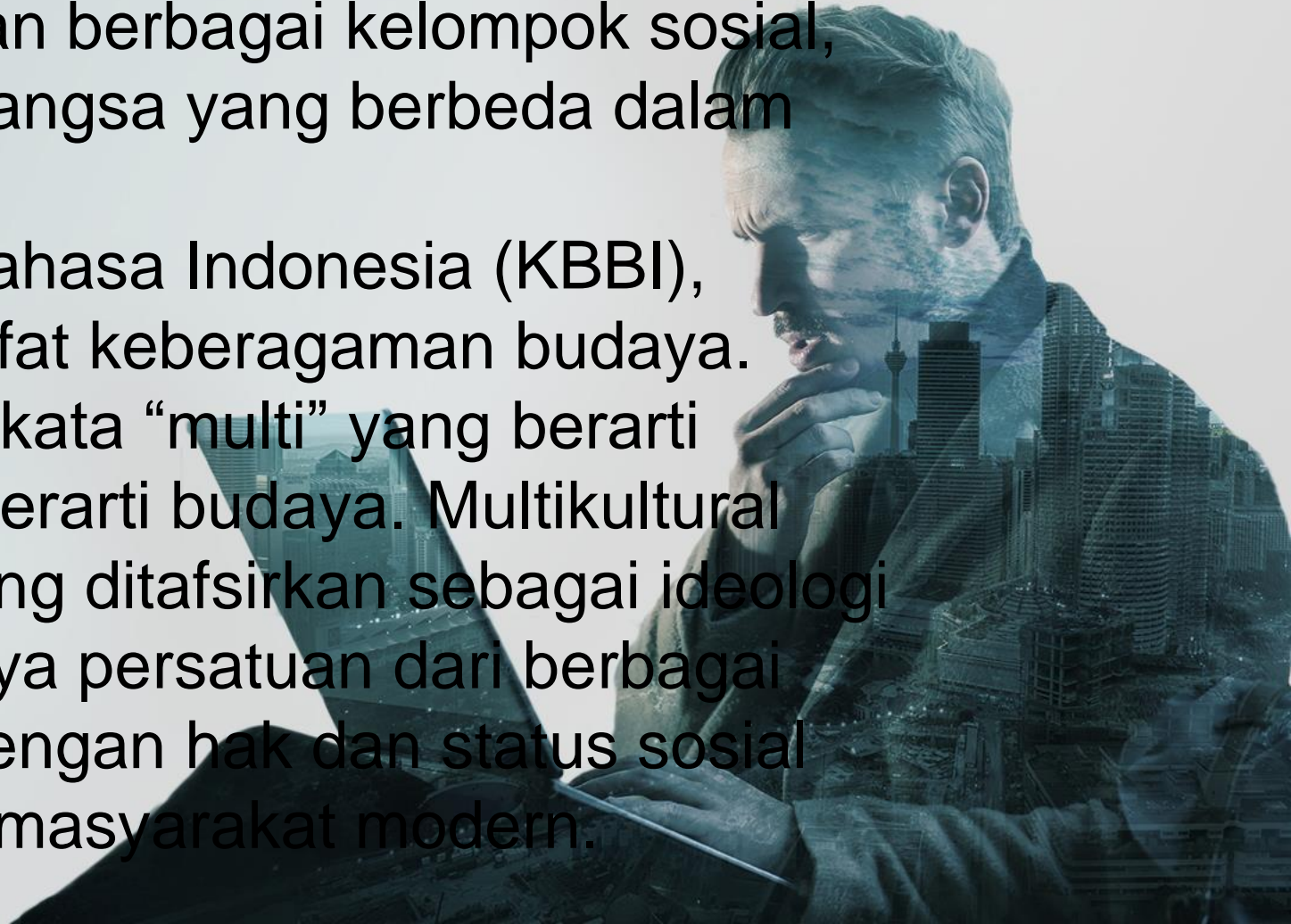
Syaifuddin S.Sos., M.Si

A man in a dark suit and white shirt is shown from the waist up, smiling and looking to his right. The right side of his body is overlaid with a dense, vertical stack of various skyscrapers and buildings, creating a digital or architectural effect. The background is a hazy, high-angle view of a city skyline, with the Empire State Building being a prominent feature. The overall color palette is muted, with greys, blues, and whites, and a dark teal bar at the top and bottom.

# Isu Kontemporer Multikulturalisme

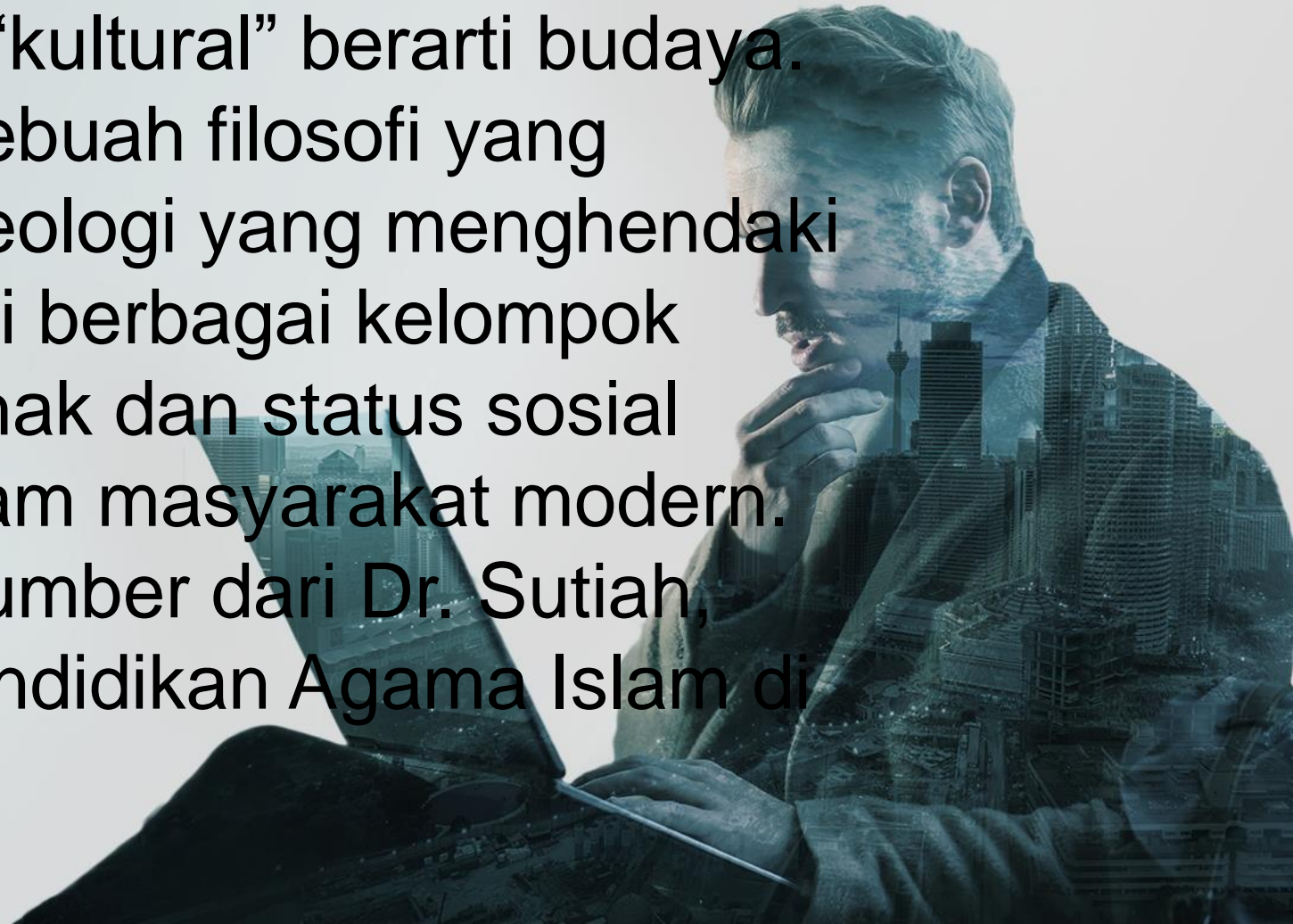
# Multikultural

- Multikultural adalah keberagaman budaya yang menggambarkan kesatuan berbagai kelompok sosial, kebudayaan, dan suku bangsa yang berbeda dalam suatu negara.
- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), multikultural adalah bersifat keberagaman budaya.
- Multikultural berasal dari kata “multi” yang berarti “banyak”, dan “kultural” berarti budaya. Multikultural adalah sebuah filosofi yang ditafsirkan sebagai ideologi yang menghendaki adanya persatuan dari berbagai kelompok kebudayaan dengan hak dan status sosial politik yang sama dalam masyarakat modern.



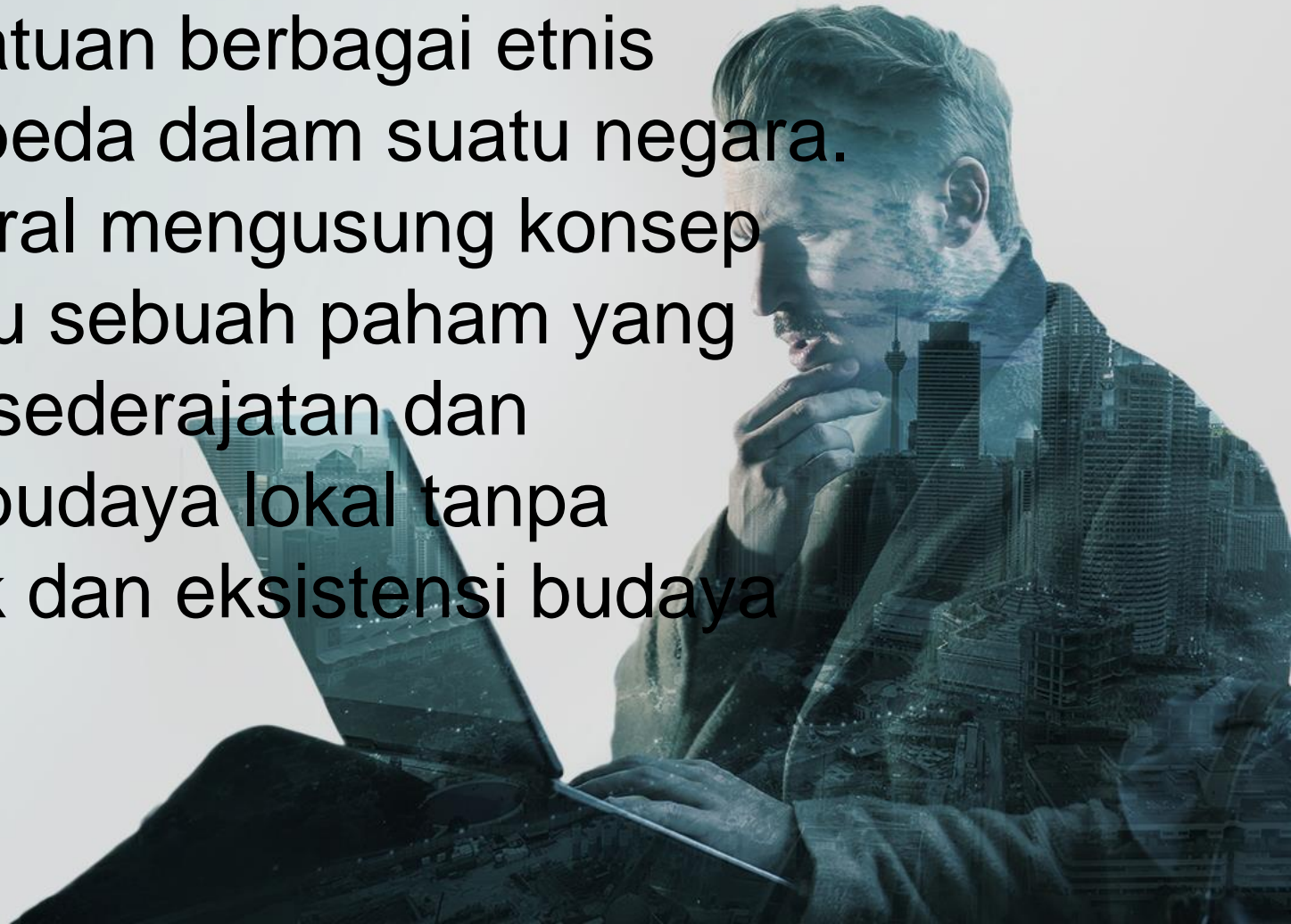
# Multikultural

- Multikultural berasal dari kata “multi” yang berarti “banyak”, dan “kultural” berarti budaya.
- Multikultural adalah sebuah filosofi yang ditafsirkan sebagai ideologi yang menghendaki adanya persatuan dari berbagai kelompok kebudayaan dengan hak dan status sosial politik yang sama dalam masyarakat modern. Definisi tersebut bersumber dari Dr. Sutiah, M.Pd. dalam buku Pendidikan Agama Islam di Desa Multikultural.



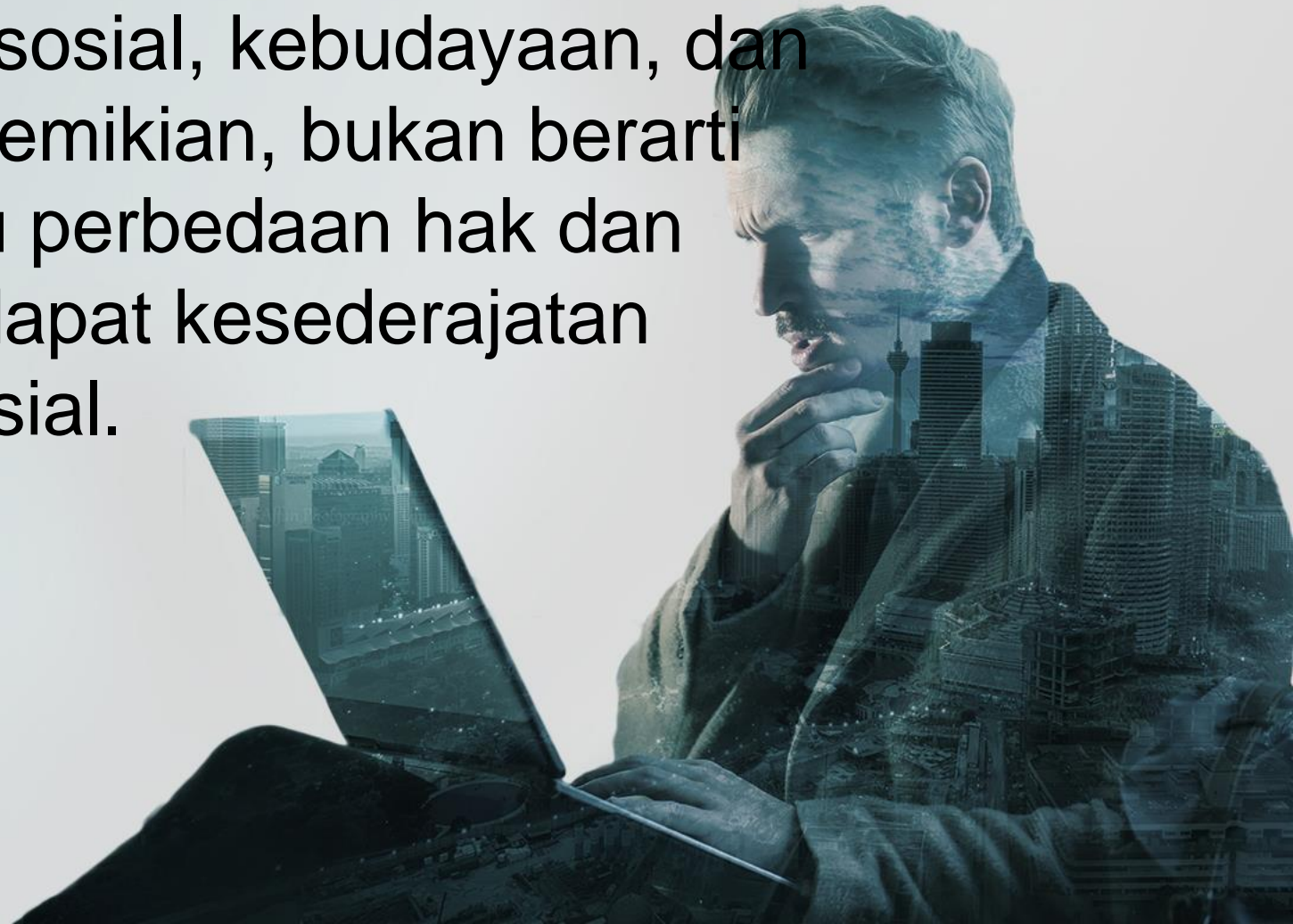
# Multikultural

- Istilah multikultural juga sering digunakan untuk menggambarkan kesatuan berbagai etnis masyarakat yang berbeda dalam suatu negara.
- Masyarakat multikultural mengusung konsep multikulturalisme, yaitu sebuah paham yang menekankan pada kesederajatan dan kesetaraan berbagai budaya lokal tanpa mengabaikan hak-hak dan eksistensi budaya lain.



# Multikultural

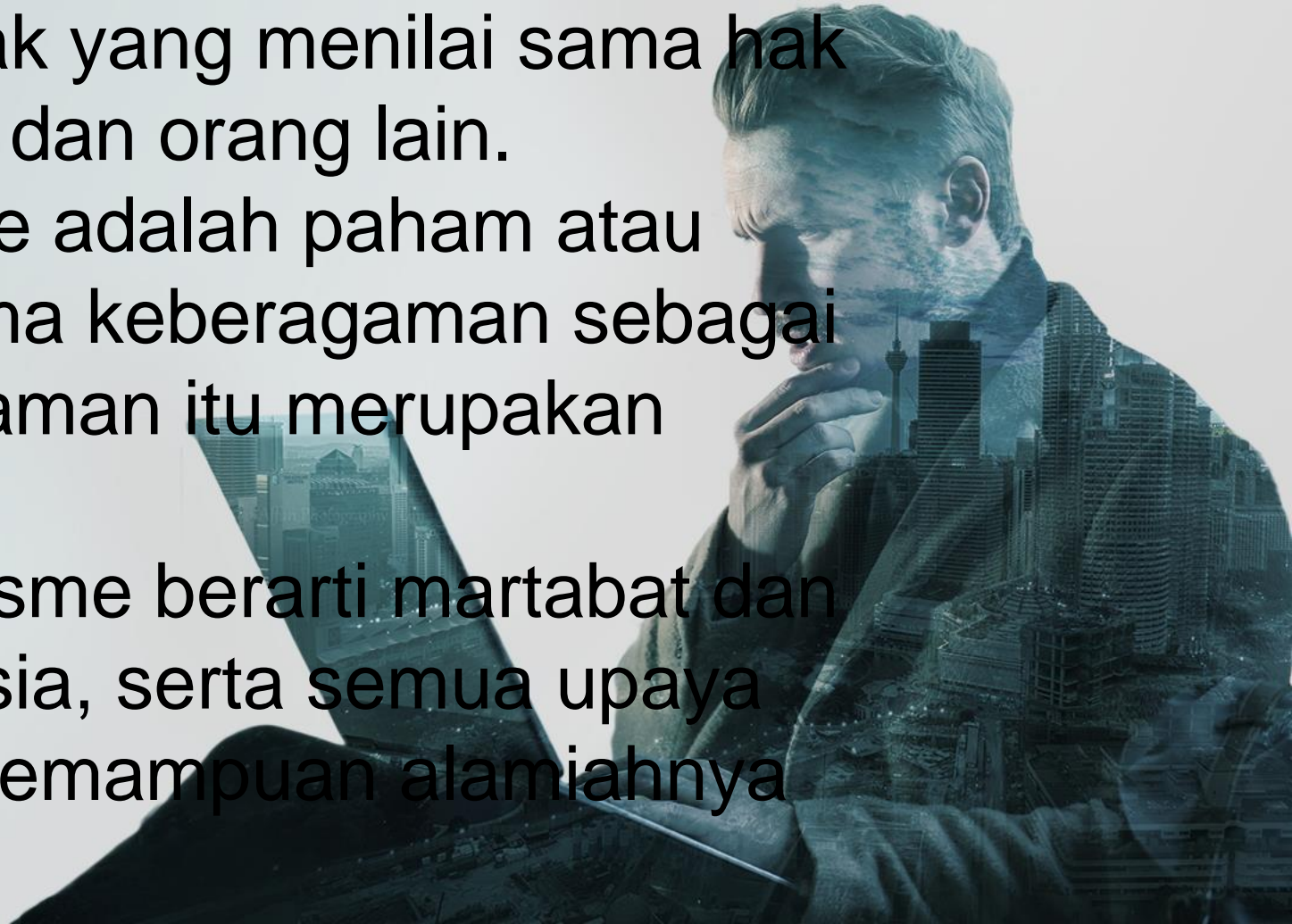
- Masyarakat multikultural menjunjung tinggi perbedaan kelompok sosial, kebudayaan, dan suku bangsa. Meski demikian, bukan berarti ada kesenjangan atau perbedaan hak dan kewajiban karena terdapat kesederajatan secara hukum dan sosial.





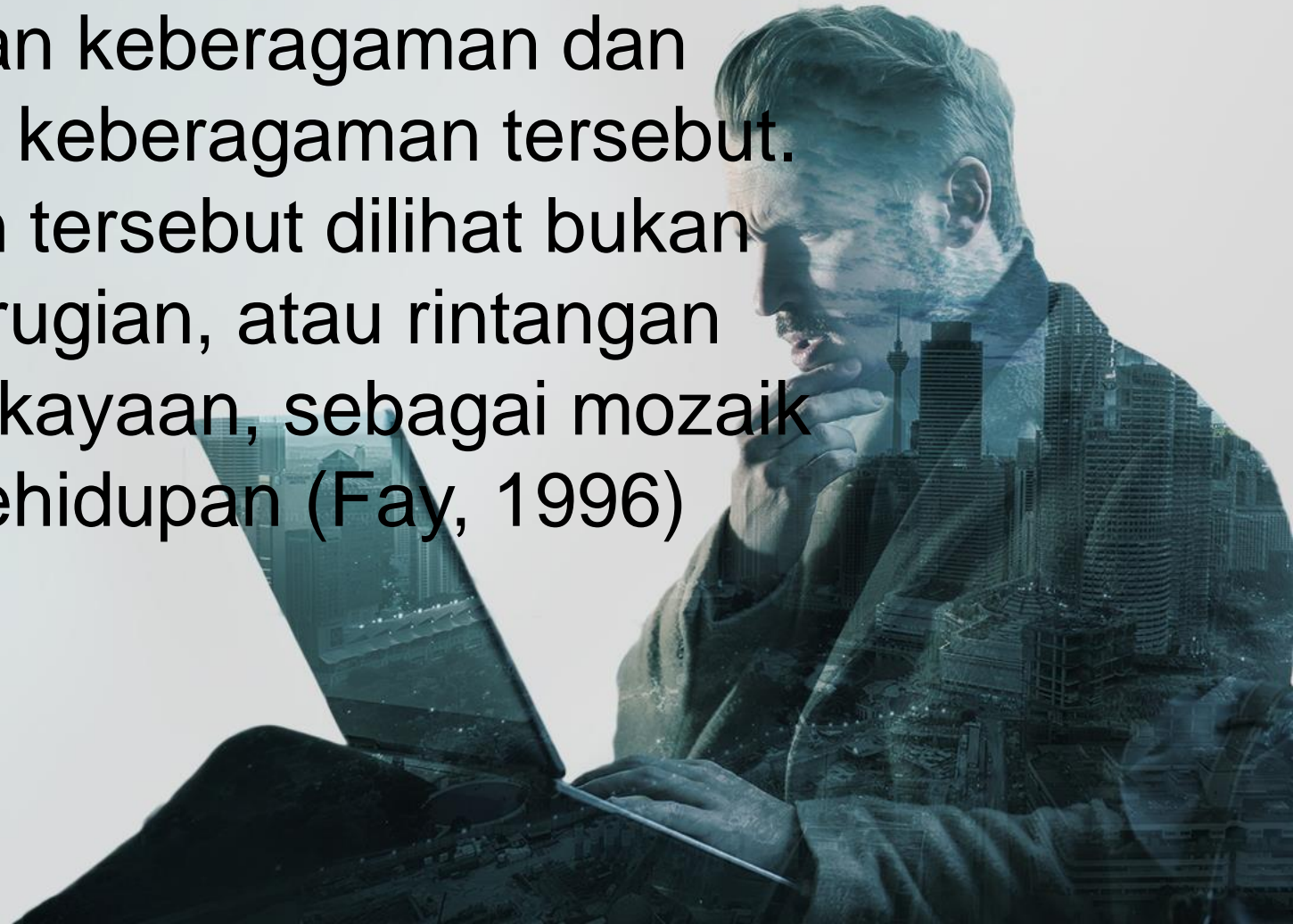
# Nilai-nilai Multikultural

- Demokratis : Demokratis adalah cara berfikir, bersikap, dan bertindak yang menilai sama hak dan kewajiban dirinya dan orang lain.
- Pluralisme : Pluralisme adalah paham atau ideologi yang menerima keberagaman sebagai nilai positif dan keragaman itu merupakan sesuatu yang empiris.
- Humanisme : Humanisme berarti martabat dan nilai dari setiap manusia, serta semua upaya untuk meningkatkan kemampuan alamiahnya secara penuh.



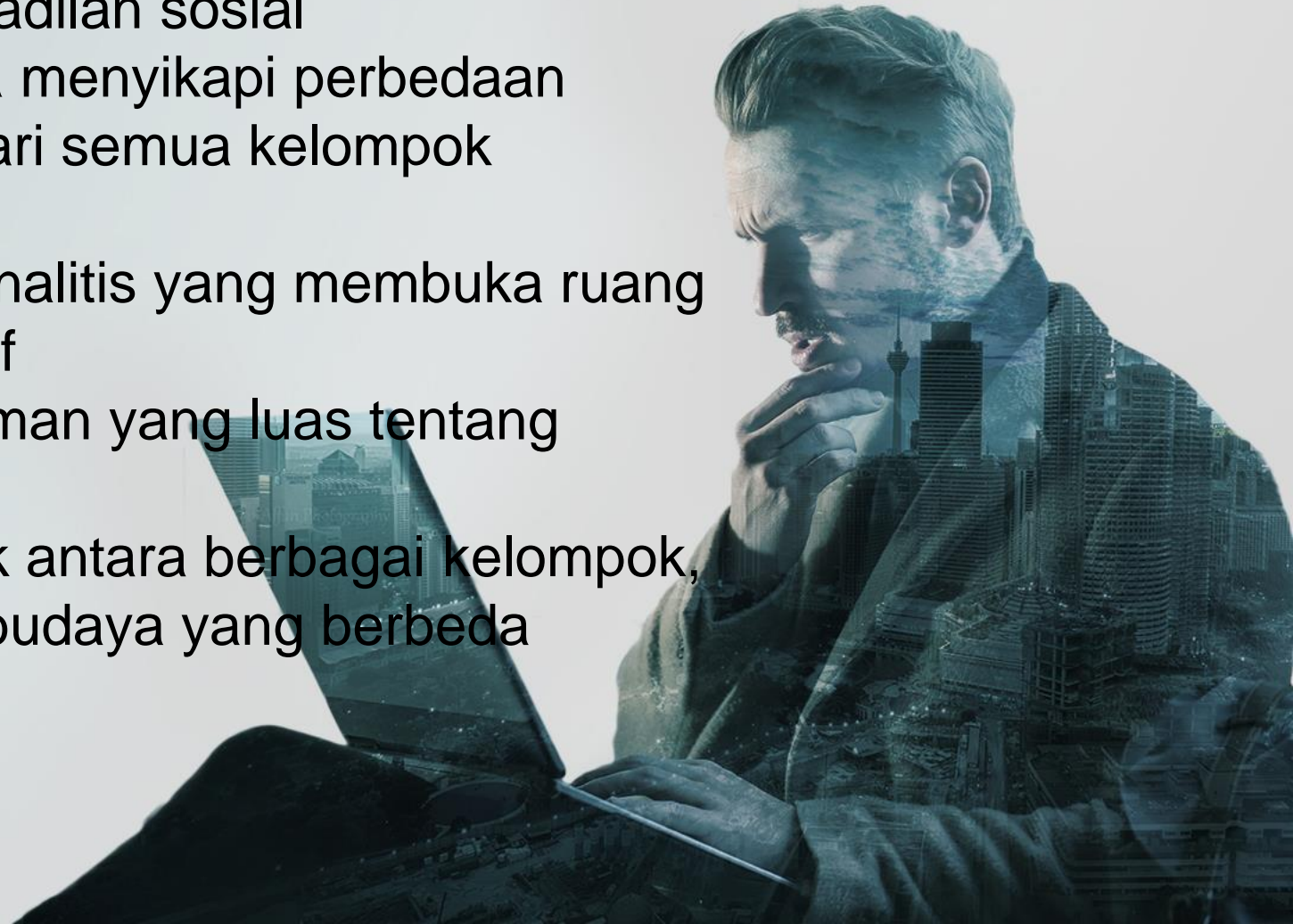
# Multikulturalisme

- Sebuah perspektif untuk melihat kehidupan manusia penuh dengan keberagaman dan bagaimana merespon keberagaman tersebut. Adapun keberagaman tersebut dilihat bukan sebagai ancaman, kerugian, atau rintangan melainkan sebagai kekayaan, sebagai mozaik yang memperindah kehidupan (Fay, 1996)



# Karakteristik Multikulturalisme

- Adanya keberagaman atau pluralitas budaya
- Adanya penerimaan pada keadilan sosial
- Adanya pelajaran bagaimana menyikapi perbedaan
- Adanya hak dan kontribusi dari semua kelompok masyarakat
- Adanya paradigma berpikir analitis yang membuka ruang pada keberagaman perspektif
- Adanya definisi dan pemahaman yang luas tentang keberagaman
- Adanya kerja sama yang baik antara berbagai kelompok, ras, etnis, seks, gender dan budaya yang berbeda



# Multikulturalisme, Teori kritis dan Postmodernisme

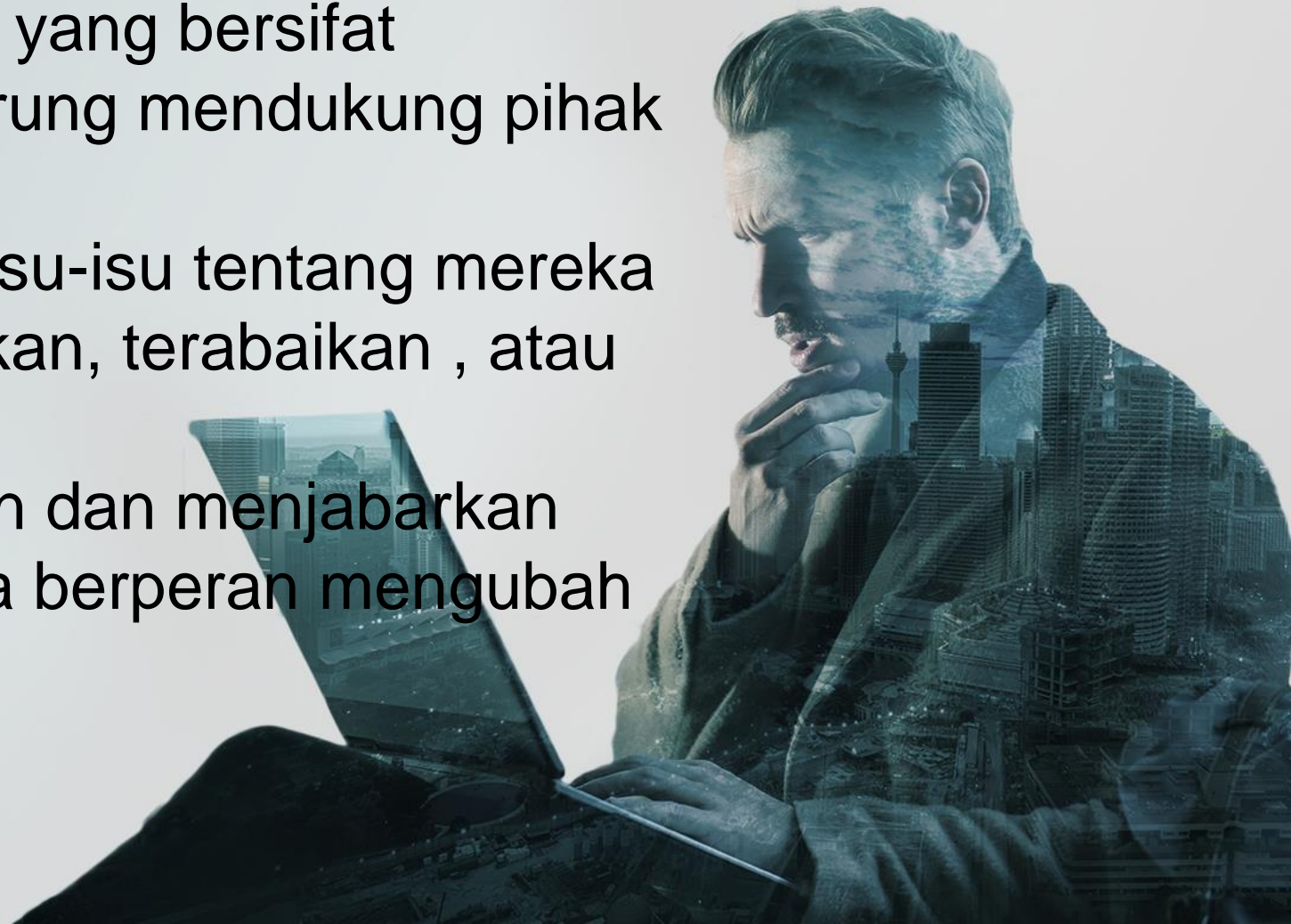
- Bentuk-bentuk Multikulturalisme, Teori kritis, dan feminisme (khusus feminisme gelombang ketiga) dan postmodernisme adalah sama-sama bertolak dari “ politik perbedaan”
- Ciri utama dari politik perbedaan adalah penghargaan terhadap “yang lain”



# Multikulturalisme, Teori kritis dan Postmodernisme

Kaitan tersebut antara lain:

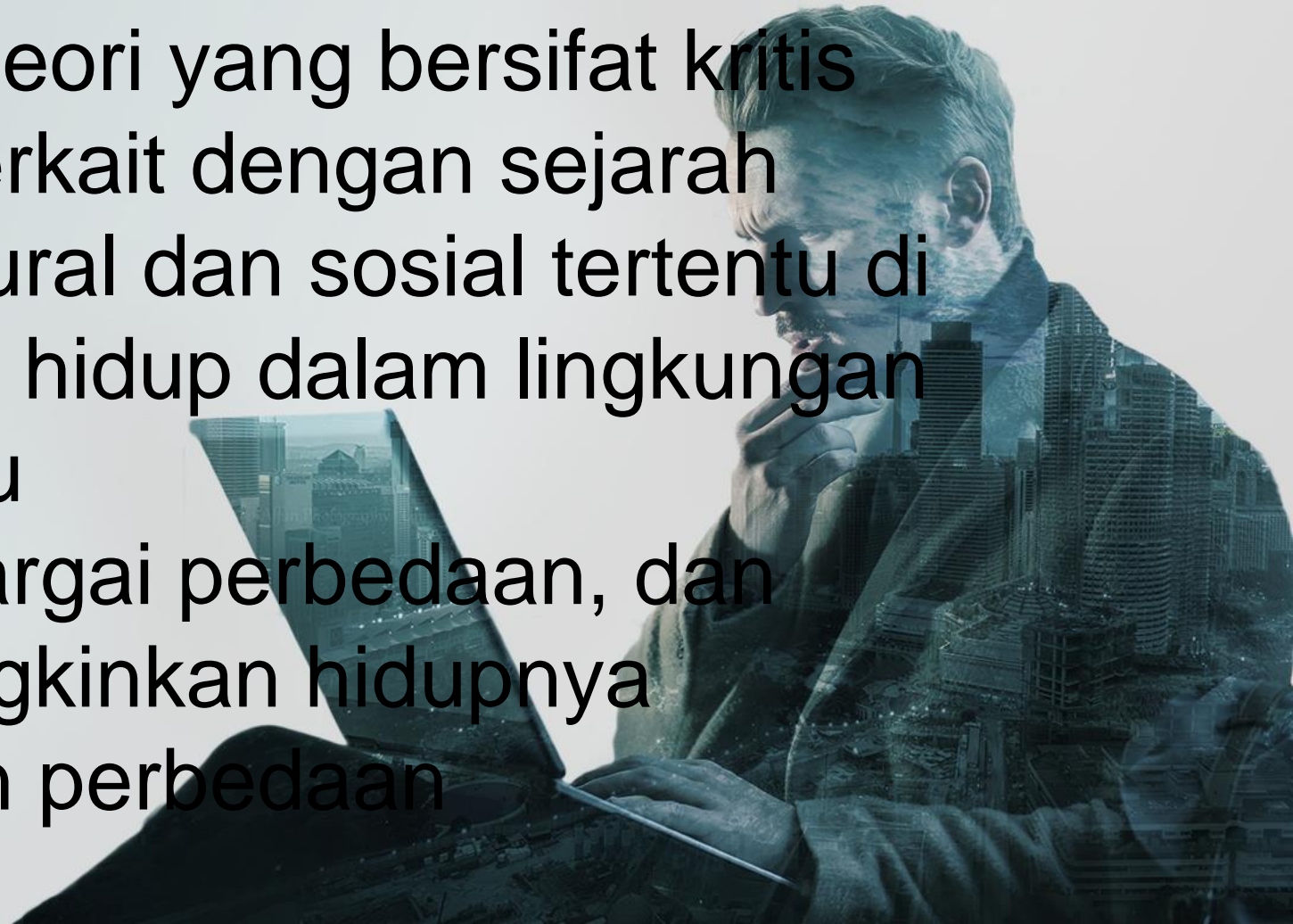
1. Sama-sama menolak teori yang bersifat universalistik (yang cenderung mendukung pihak yang kuat dan superior)
2. Sama-sama mengangkat isu-isu tentang mereka yang selama ini terpinggirkan, terabaikan, atau kaum minoritas
3. Tidak sekedar menjelaskan dan menjabarkan realitas belaka namun juga berperan mengubah struktur sosial



# Multikulturalisme, Teori kritis dan postmodernisme

Kaitan tersebut antara lain:

4. Menggunakan teori-teori yang bersifat kritis
5. Teori dibatasi atau terkait dengan sejarah tertentu, konteks kultural dan sosial tertentu di mana mereka pernah hidup dalam lingkungan sosial budaya tertentu
6. Sama-sama menghargai perbedaan, dan prinsip yang memungkinkan hidupnya keanekaragaman dan perbedaan



# Isu-isu Multikulturalisme

- Tragedi Sampit di Kalimantan Tengah (2001).
- Konflik antar agama di Ambon (1999)
- Kerusuhan Jakarta → konflik antar etnis (1998)
- Konflik separatisme → GAM di Aceh (1990-an), OPM di Papua (90-an sampai kini), dan RMS di Maluku (90-an).



A person in a dark suit is holding a newspaper. The background is a hazy, high-angle view of a city with many skyscrapers. The newspaper is the central focus, with its masthead and main article clearly visible.

# BUSINESS

Learn from the best to  
ensure success  
Reasons we will be  
successful

Issue 764  
Monday, Jun 14, 2018  
#Citydailynews

## Economy of the European Union



World is  
all-time to

# Thank You



# Review Isu-isu Kontemporer

Syaifuddin S.Sos., M.Si

A man in a dark suit and light-colored shirt is shown from the waist up, smiling and looking to his right. The right side of his body is replaced by a dense, vertical stack of various skyscrapers and buildings, creating a digital or architectural overlay effect. The background is a hazy, high-angle view of a city skyline, with the Empire State Building being a prominent feature. The overall color palette is muted, with greys, blues, and whites, and a dark teal bar at the top and bottom edges.

# Review Isu Kontemporer

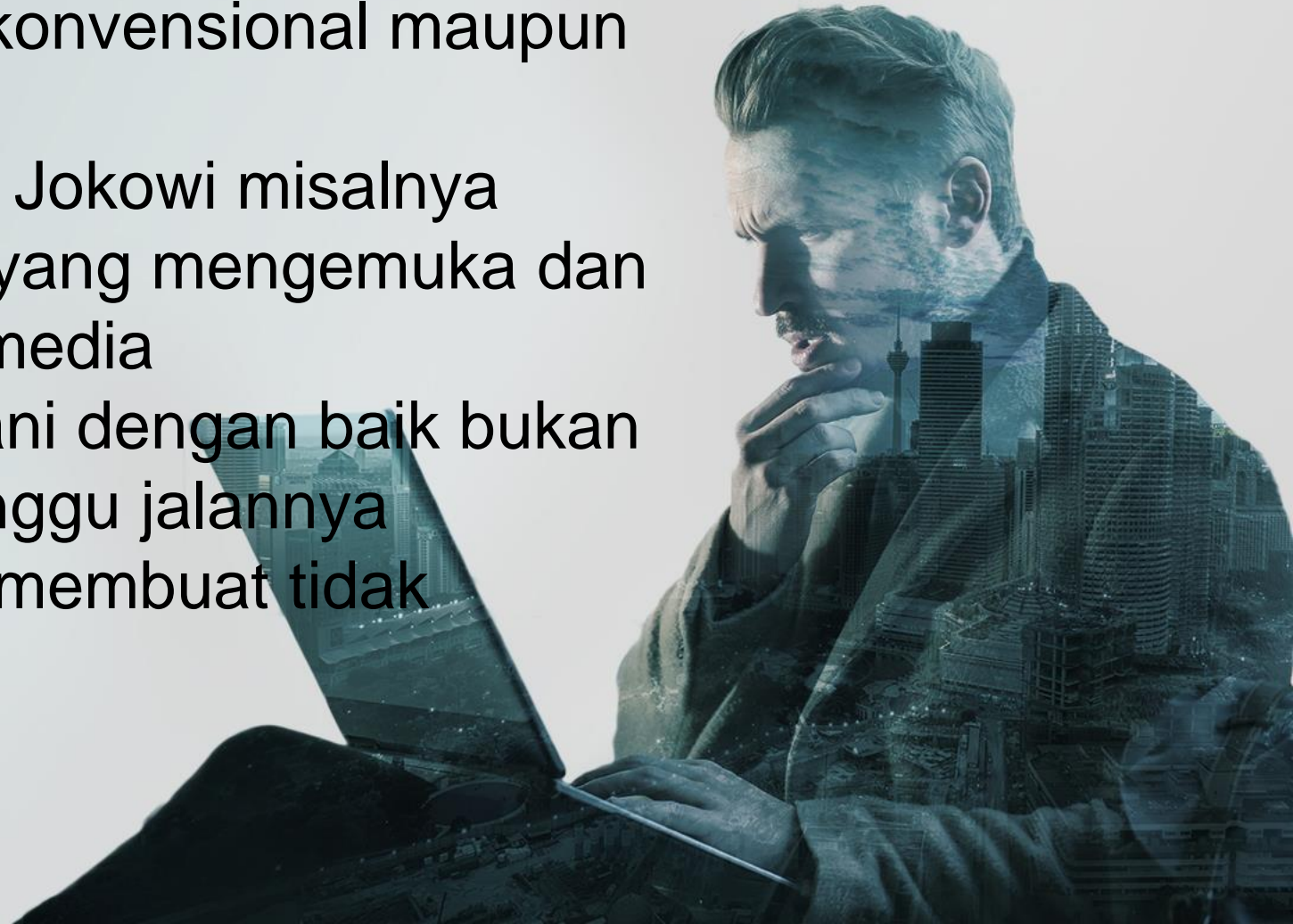
# Isu Kontemporer Media

- Isu Sosial Politik
- Isu Budaya
- Isu Public Relation (Kehumasan)
- Isu Marketing Communication
- Isu Multikultural



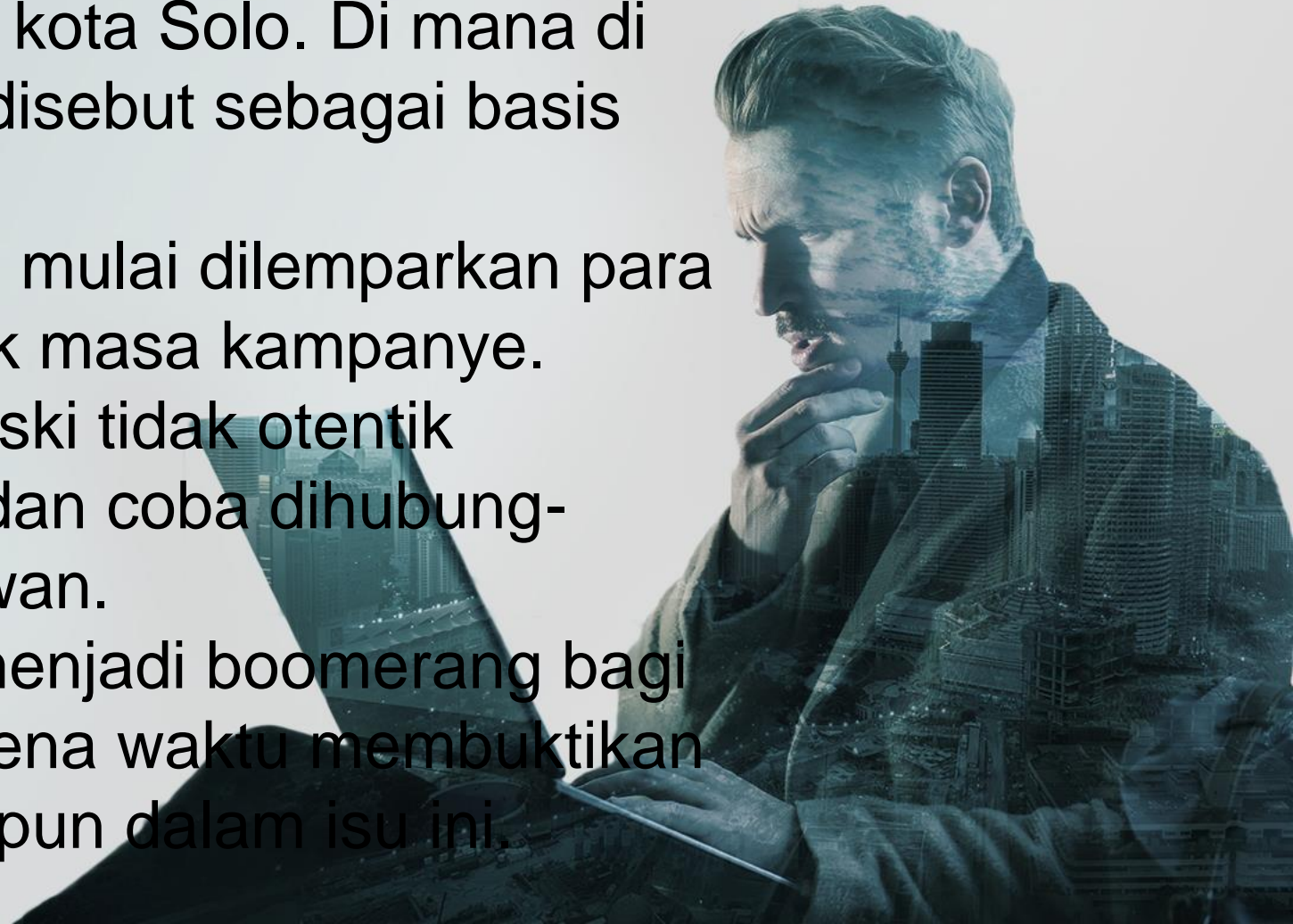
# Isu Kontemporer Politik

- Problematika dunia politik selalu menjadi isu kuat di media, baik itu media konvensional maupun media sosial
- Dalam pemerintahan era Jokowi misalnya banyak sekali isu panas yang mengemuka dan bertahan cukup lama di media
- Isu-isu ini jika tak ditangani dengan baik bukan saja berpotensi mengganggu jalannya pemerintahan, bisa juga membuat tidak produktifnya pemerintah



# Isu Politik - PKI

- Munculnya isu PKI bisa jadi dikarenakan asal daerah Jokowi yakni dari kota Solo. Di mana di era tahun 60-an kota ini disebut sebagai basis dari PKI.
- Isu ini sebenarnya sudah mulai dilemparkan para lawan politik Jokowi sejak masa kampanye. Segala macam bukti (meski tidak otentik sekalipun) dimunculkan dan coba dihubungkan oleh kubu lawan.
- Asal melontarkan bukti menjadi boomerang bagi lawan politik Jokowi. Karena waktu membuktikan tidak ada kebenaran apapun dalam isu ini.



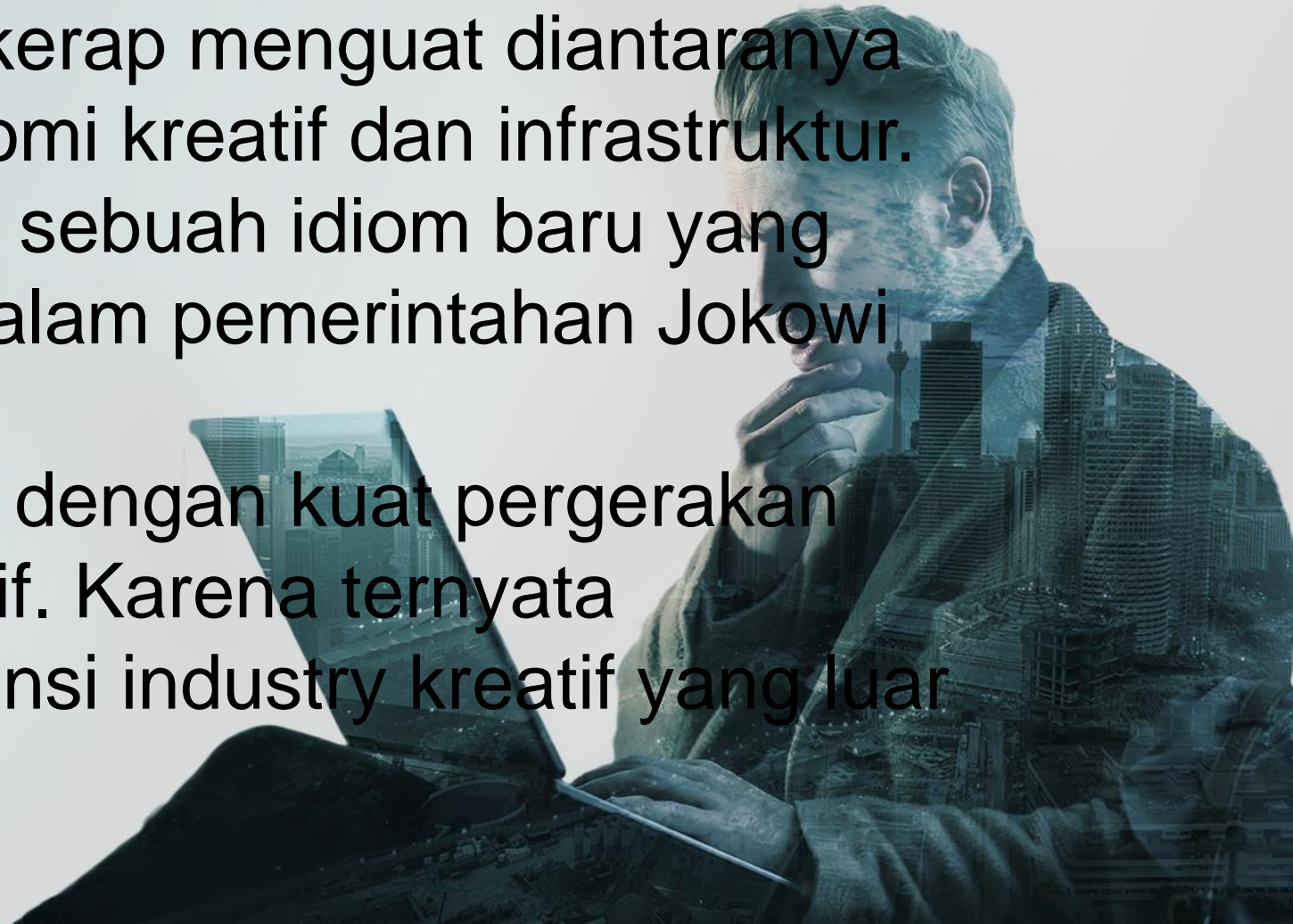
# Isu Politik - Presiden Non Muslim

- Tidak laku melempar isu PKI, lawan politik Jokowi kemudian mengemas isu bahwa keluarga Jokowi adalah non muslim.
- Namun lagi-lagi kemasan isu ini tidak cantik dimainkan, sehingga berkesan hanya mencari-cari celah.
- Di kubu Jokowi bahkan sampai mengeluarkan foto-foto saat keluarga mereka menjalankan ibadah umroh.



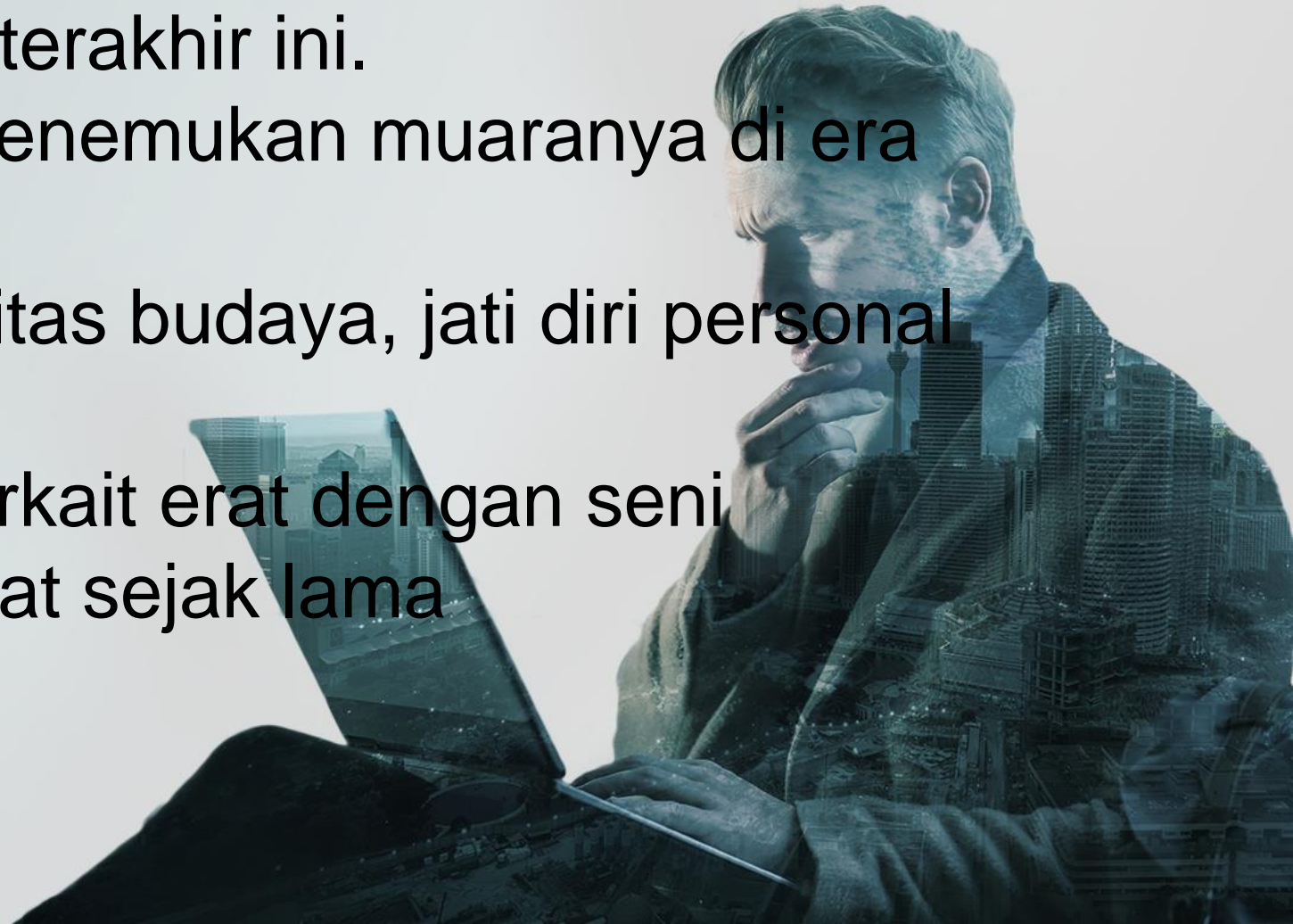
# Isu Kontemporer Industri Kreatif

- Di lima tahun pemerintahan Jokowi dan Jusuf Kalla, isu pemerintahan yang kerap menguat diantaranya adalah: persoalan ekonomi kreatif dan infrastruktur.
- Ekonomi kreatif menjadi sebuah idiom baru yang paling banyak disebut dalam pemerintahan Jokowi di lima tahun pertama.
- Pemerintah mendukung dengan kuat pergerakan ekonomi di bidang kreatif. Karena ternyata Indonesia memiliki potensi industry kreatif yang luar biasa.



## Isu Kontemporer - Budaya

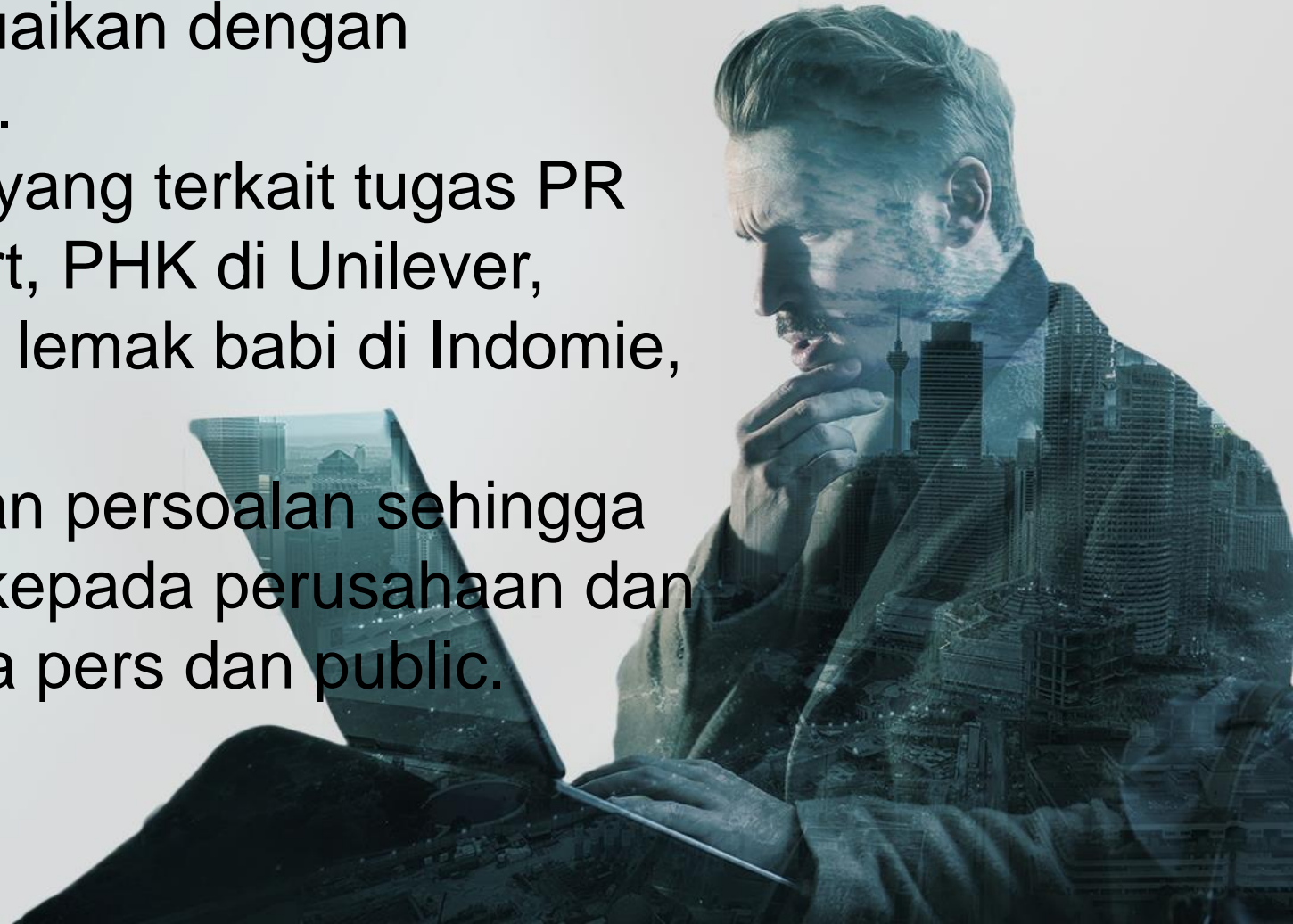
- Persoalan budaya menjadi isu kontemporer yang kuat sepanjang 5 tahun terakhir ini.
- Identitas budaya juga menemukan muaranya di era pemerintahan sekarang.
- Kebanggaan akan identitas budaya, jati diri personal dan komunal
- Identitas budaya juga terkait erat dengan seni budaya yang melekat erat sejak lama





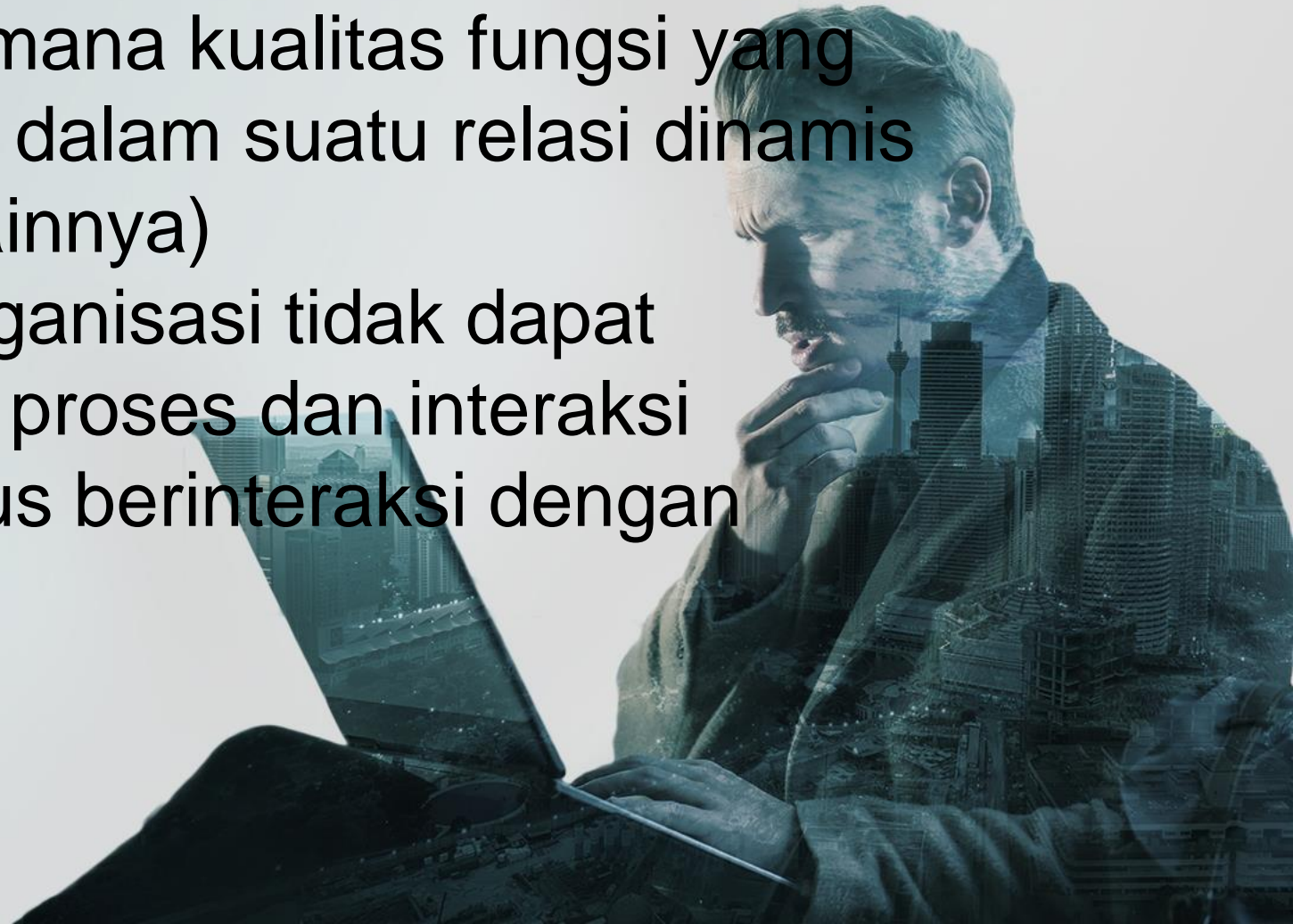
# Isu Kontemporer dan PR

- PR officer harus bisa mengendalikan isu kontemporer yang disesuaikan dengan kepentingan perusahaan.
- Contoh isu kontemporer yang terkait tugas PR misalnya : kasus Freeport, PHK di Unilever, Penutupan Holywing, Isu lemak babi di Indomie, Galon kotor Aqua.
- PR harus bisa memetakan persoalan sehingga bisa memberikan solusi kepada perusahaan dan bicara dengan tepat pada pers dan public.



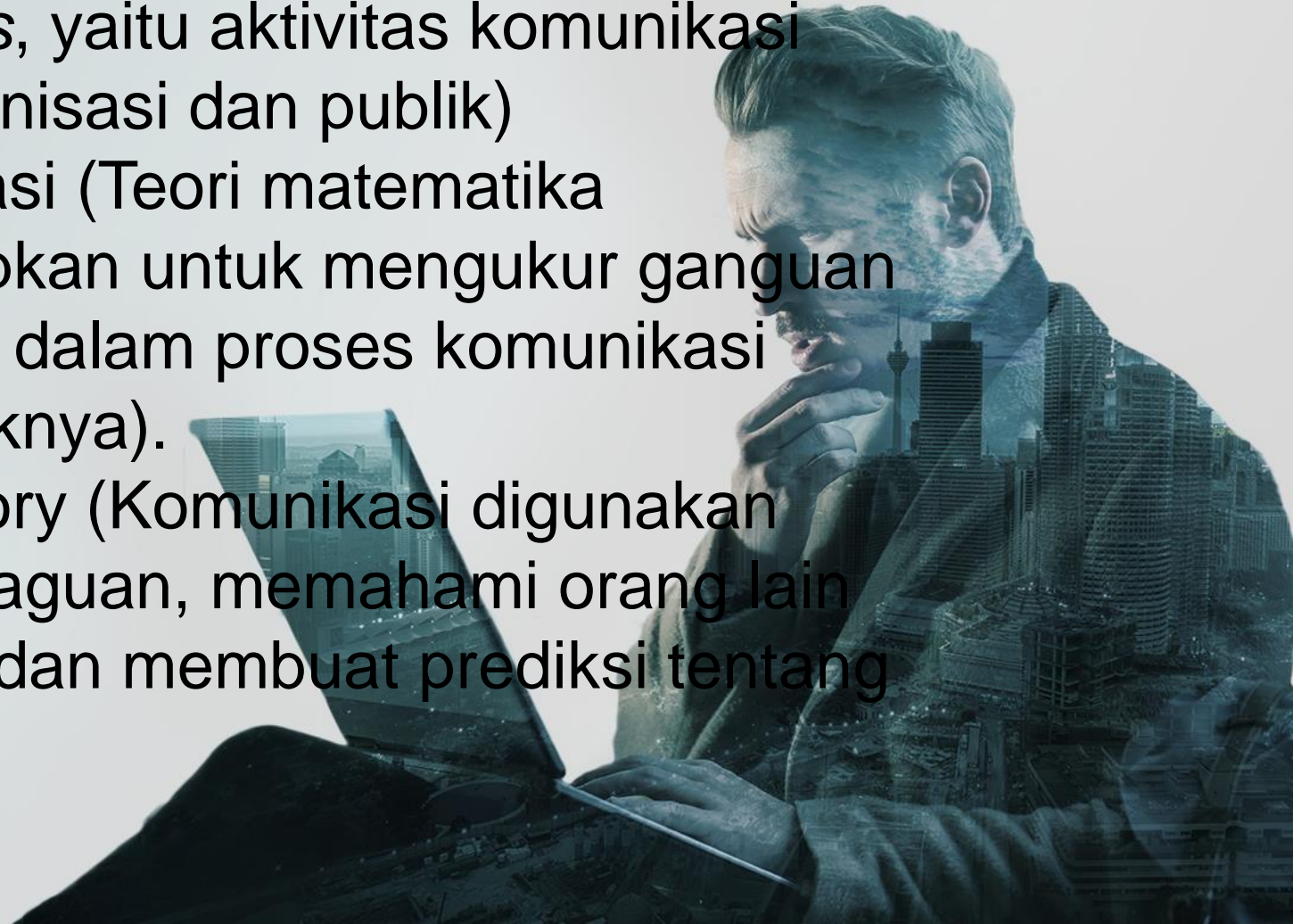
# Teori Komunikasi Isu Kontemporer - PR

- Teori Sistem (Teori sistem memfokuskan perhatian untuk memahami bagaimana kualitas fungsi yang dijalankan setiap sistem dalam suatu relasi dinamis dengan sistem-sistem lainnya)
- Boundary Spanning (Organisasi tidak dapat bergantung hanya pada proses dan interaksi internal. Organisasi harus berinteraksi dengan kelompok lainnya)



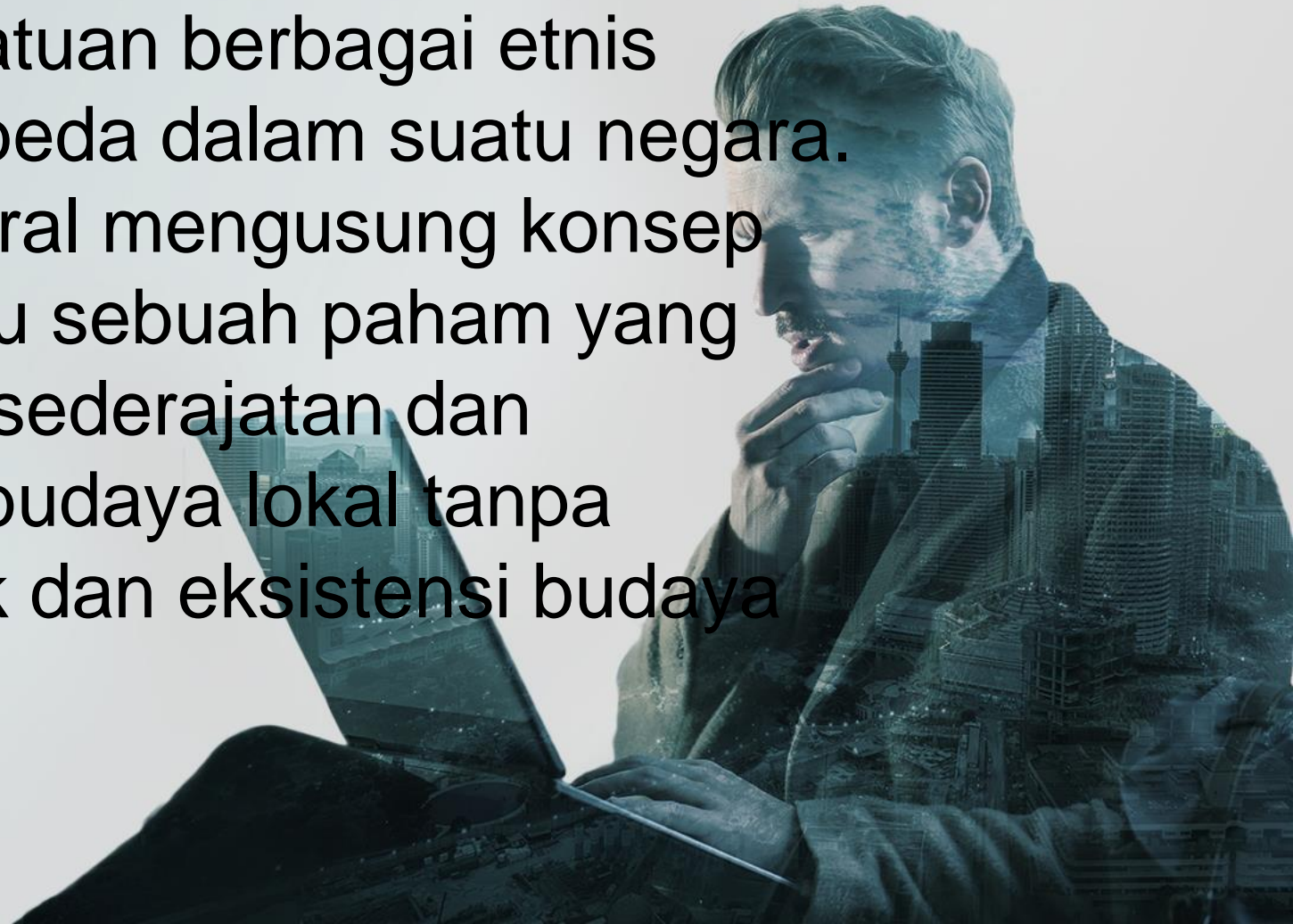
# Teori Komunikasi – Isu Kontemporer PR

- Relationship Management Theory (Teori ini terkait dengan fungsi dasar *public relations*, yaitu aktivitas komunikasi yang menghubungkan organisasi dan publik)
- Teori Matematika Komunikasi (Teori matematika komunikasi ini dapat diterapkan untuk mengukur gangguan atau hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi antara organisasi dan publiknya).
- Uncertainty Reduction Theory (Komunikasi digunakan untuk mengurangi keragu-raguan, memahami orang lain dan diri individu itu sendiri, dan membuat prediksi tentang perilaku orang lain)



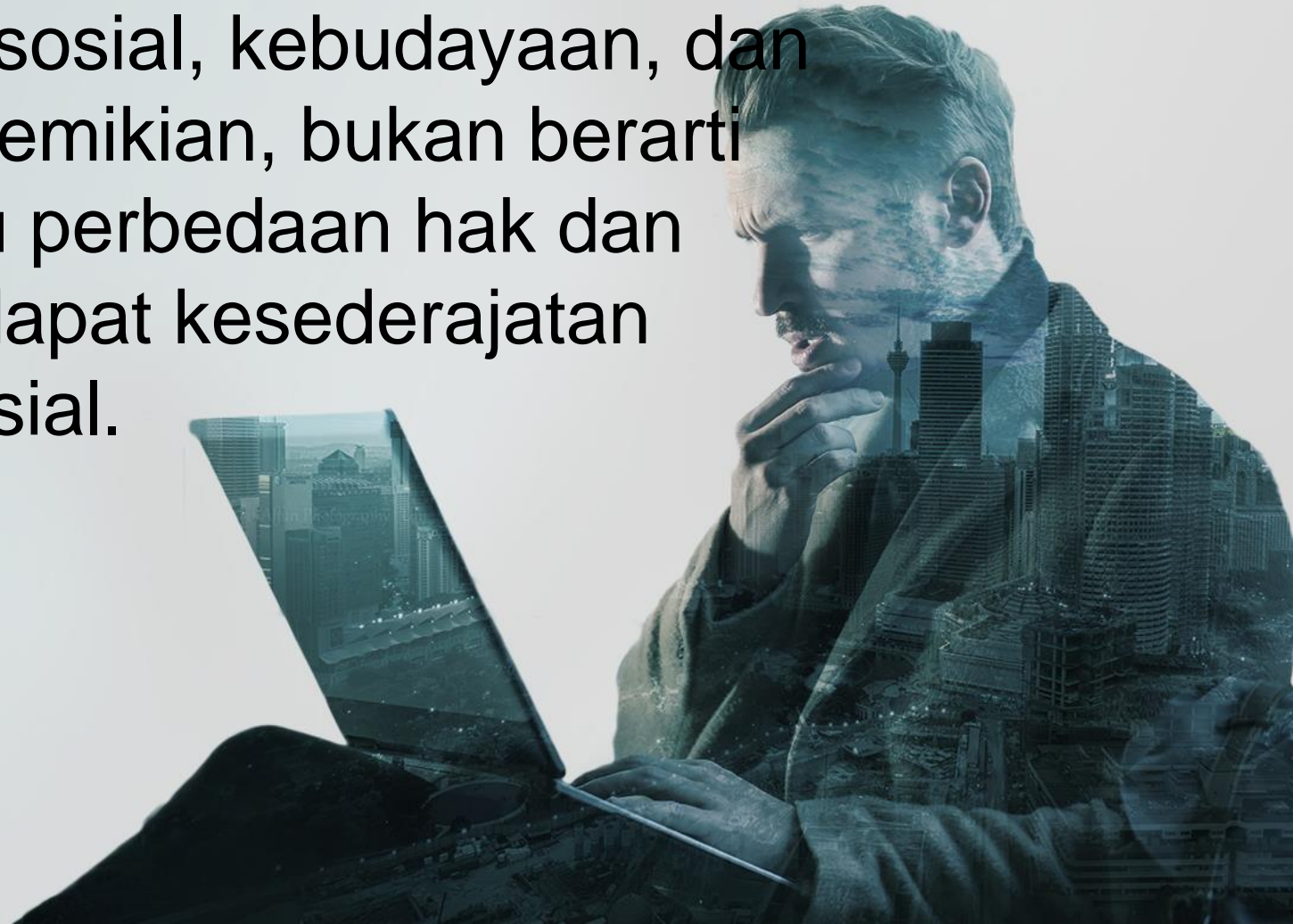
# Multikultural

- Istilah multikultural juga sering digunakan untuk menggambarkan kesatuan berbagai etnis masyarakat yang berbeda dalam suatu negara.
- Masyarakat multikultural mengusung konsep multikulturalisme, yaitu sebuah paham yang menekankan pada kesederajatan dan kesetaraan berbagai budaya lokal tanpa mengabaikan hak-hak dan eksistensi budaya lain.



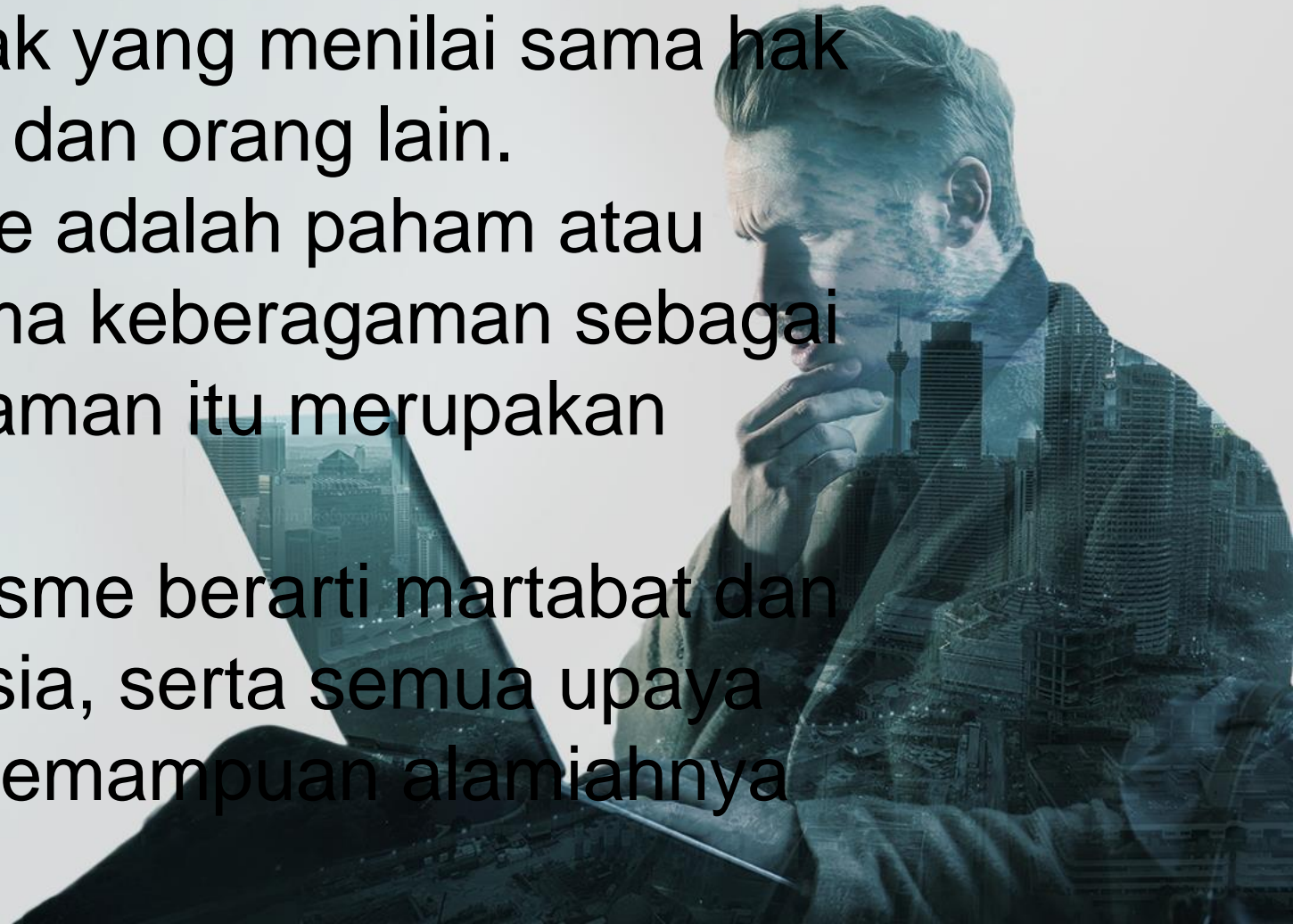
# Multikultural

- Masyarakat multikultural menjunjung tinggi perbedaan kelompok sosial, kebudayaan, dan suku bangsa. Meski demikian, bukan berarti ada kesenjangan atau perbedaan hak dan kewajiban karena terdapat kesederajatan secara hukum dan sosial.



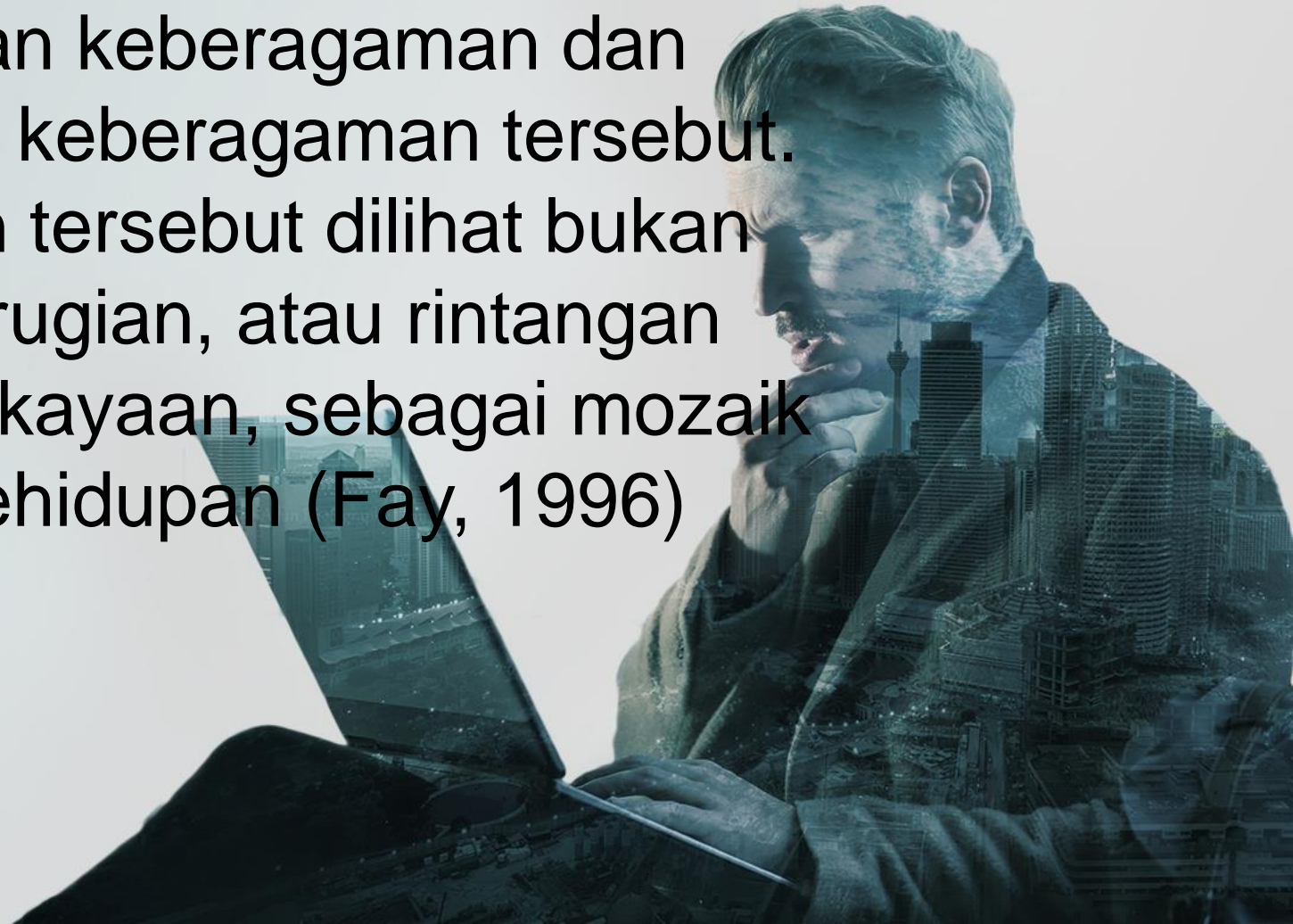
# Nilai-nilai Multikultural

- Demokratis : Demokratis adalah cara berfikir, bersikap, dan bertindak yang menilai sama hak dan kewajiban dirinya dan orang lain.
- Pluralisme : Pluralisme adalah paham atau ideologi yang menerima keberagaman sebagai nilai positif dan keragaman itu merupakan sesuatu yang empiris.
- Humanisme : Humanisme berarti martabat dan nilai dari setiap manusia, serta semua upaya untuk meningkatkan kemampuan alamiahnya secara penuh.



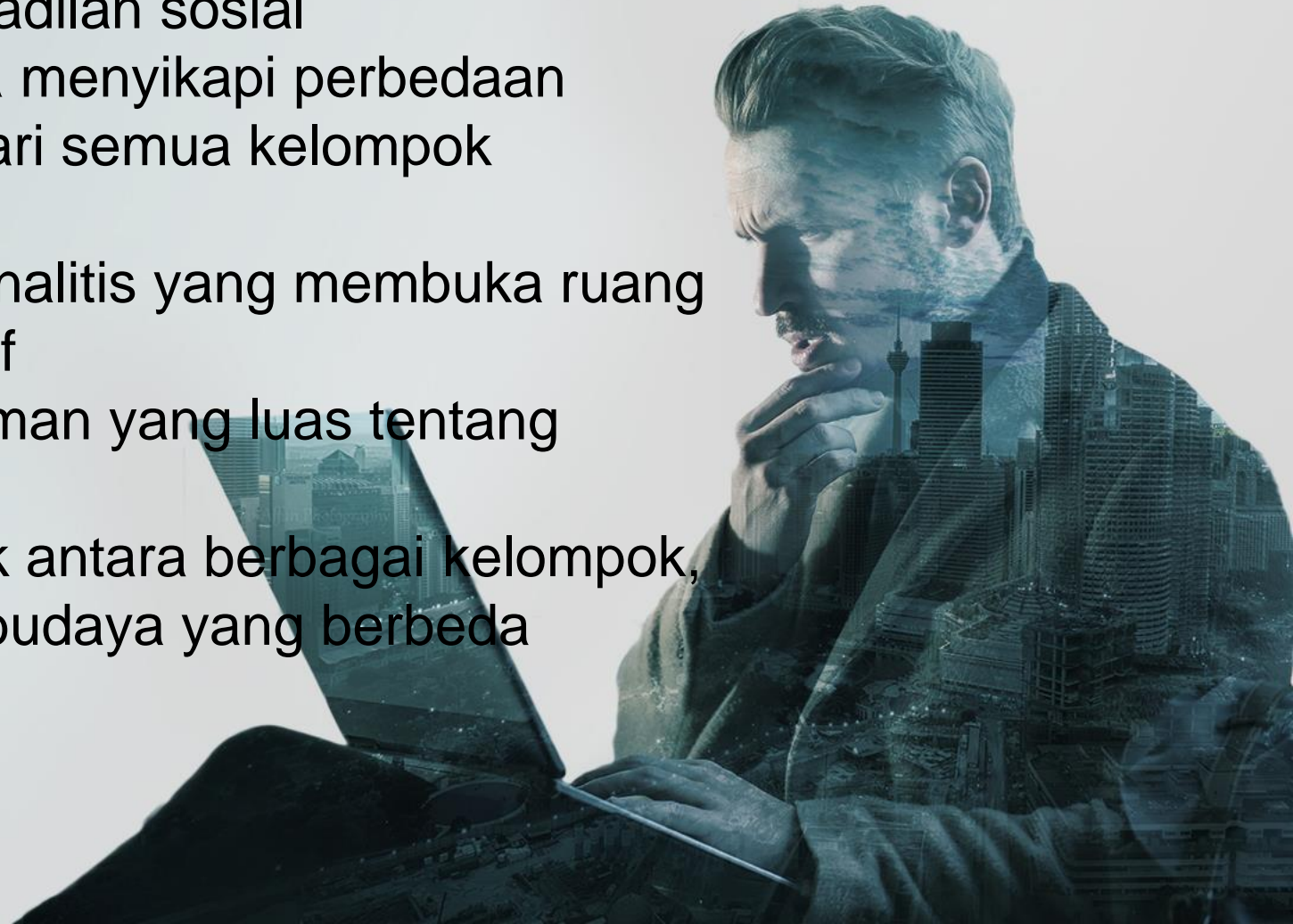
# Multikulturalisme

- Sebuah perspektif untuk melihat kehidupan manusia penuh dengan keberagaman dan bagaimana merespon keberagaman tersebut. Adapun keberagaman tersebut dilihat bukan sebagai ancaman, kerugian, atau rintangan melainkan sebagai kekayaan, sebagai mozaik yang memperindah kehidupan (Fay, 1996)



# Karakteristik Multikulturalisme

- Adanya keberagaman atau pluralitas budaya
- Adanya penerimaan pada keadilan sosial
- Adanya pelajaran bagaimana menyikapi perbedaan
- Adanya hak dan kontribusi dari semua kelompok masyarakat
- Adanya paradigma berpikir analitis yang membuka ruang pada keberagaman perspektif
- Adanya definisi dan pemahaman yang luas tentang keberagaman
- Adanya kerja sama yang baik antara berbagai kelompok, ras, etnis, seks, gender dan budaya yang berbeda





# Multikulturalisme, Teori kritis dan Postmodernisme

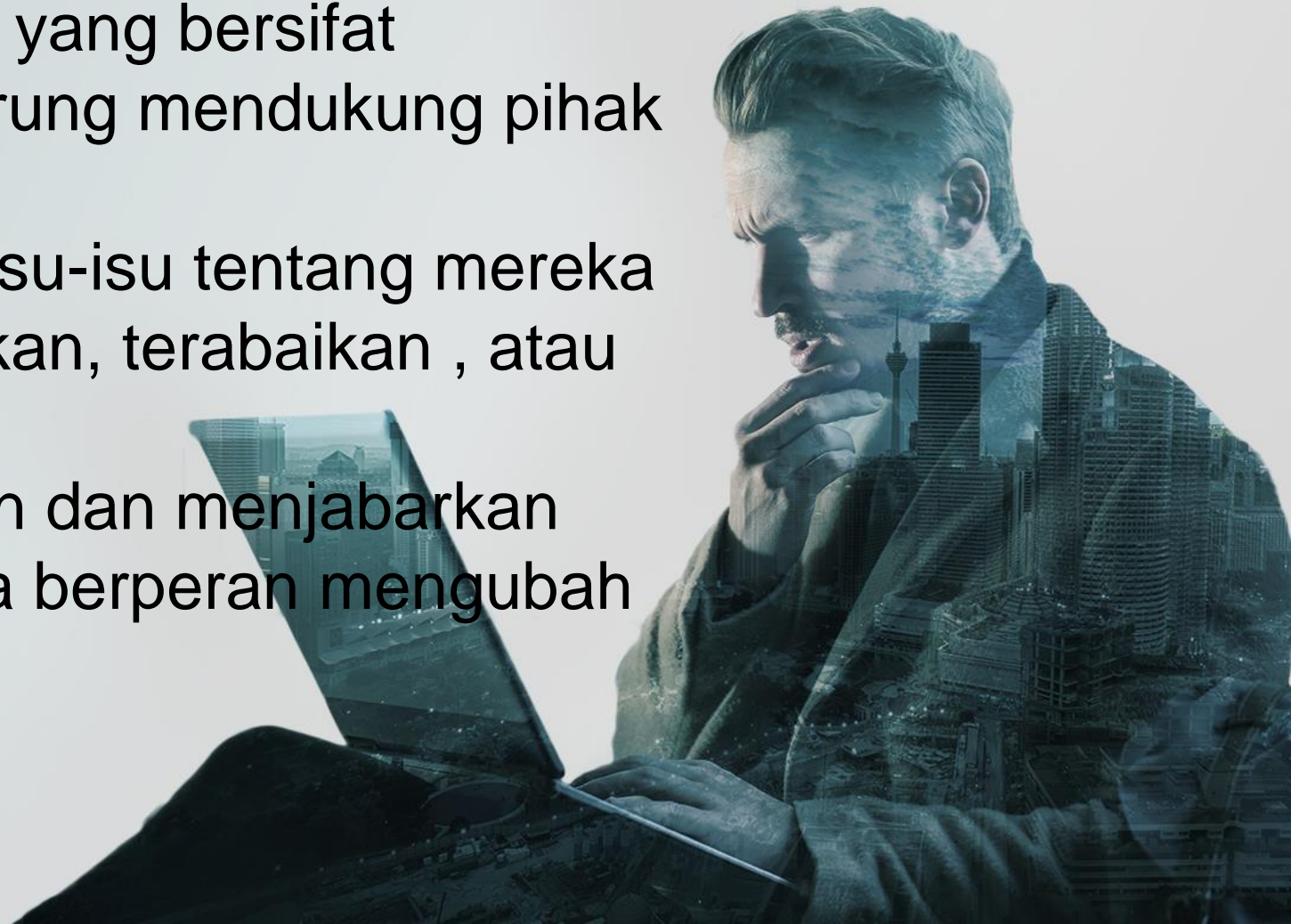
- Bentuk-bentuk Multikulturalisme, Teori kritis, dan feminisme (khusus feminisme gelombang ketiga) dan postmodernisme adalah sama-sama bertolak dari “ politik perbedaan”
- Ciri utama dari politik perbedaan adalah penghargaan terhadap “yang lain”



# Multikulturalisme, Teori kritis dan Postmodernisme

Kaitan tersebut antara lain:

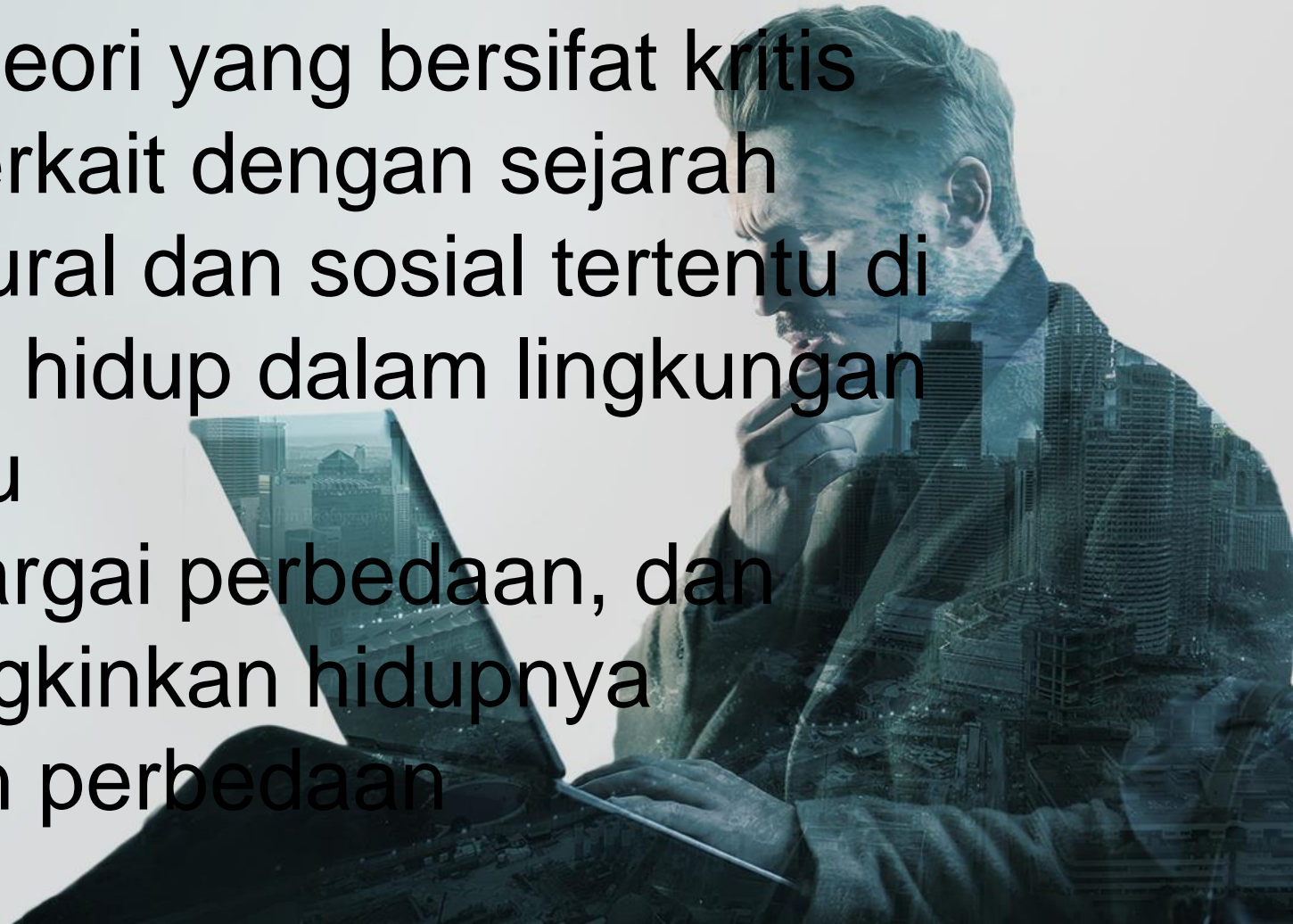
1. Sama-sama menolak teori yang bersifat universalistik (yang cenderung mendukung pihak yang kuat dan superior)
2. Sama-sama mengangkat isu-isu tentang mereka yang selama ini terpinggirkan, terabaikan , atau kaum minoritas
3. Tidak sekedar menjelaskan dan menjabarkan realitas belaka namun juga berperan mengubah struktur sosial



# Multikulturalisme, Teori kritis dan postmodernisme

Kaitan tersebut antara lain:

4. Menggunakan teori-teori yang bersifat kritis
5. Teori dibatasi atau terkait dengan sejarah tertentu, konteks kultural dan sosial tertentu di mana mereka pernah hidup dalam lingkungan sosial budaya tertentu
6. Sama-sama menghargai perbedaan, dan prinsip yang memungkinkan hidupnya keanekaragaman dan perbedaan



# Isu-isu Multikulturalisme

- Tragedi Sampit di Kalimantan Tengah (2001).
- Konflik antar agama di Ambon (1999)
- Kerusuhan Jakarta → konflik antar etnis (1998)
- Konflik separatisme → GAM di Aceh (1990-an), OPM di Papua (90-an sampai kini), dan RMS di Maluku (90-an).



# Kurang Nilai Tugas

- Farhan Sidqi
- Zahran Putra
- M. Nurul Iksan



A person in a dark suit is holding a newspaper. The background is a hazy, high-angle view of a city with many skyscrapers. The newspaper is the central focus, with its masthead and main article clearly visible.

# BUSINESS

Learn from the best to  
ensure success  
Reasons we will be  
successful

Issue 764  
Monday, Jun 14, 2016  
#Citydailynews

## Economy of the European Union

World is  
all-time to

# Thank You