

Komunikasi Massa

Dra. Dwi Pangastuti Marhaeni, M.Si

Pengertian Komunikasi Massa

- Bittner dalam bukunya “Mass Communications: An Introduction” (1980) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.
- Komponen-komponen itu mencakup adanya pesan-pesan, media massa (Koran, majalah, TV, radio dan Film), dan khalayak.

- Defleur dan Dennis dalam bukunya “understanding Mass Communication” (1985) mengatakan bahwa komunikasi masa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.

Karakteristik kpmunikasi massa

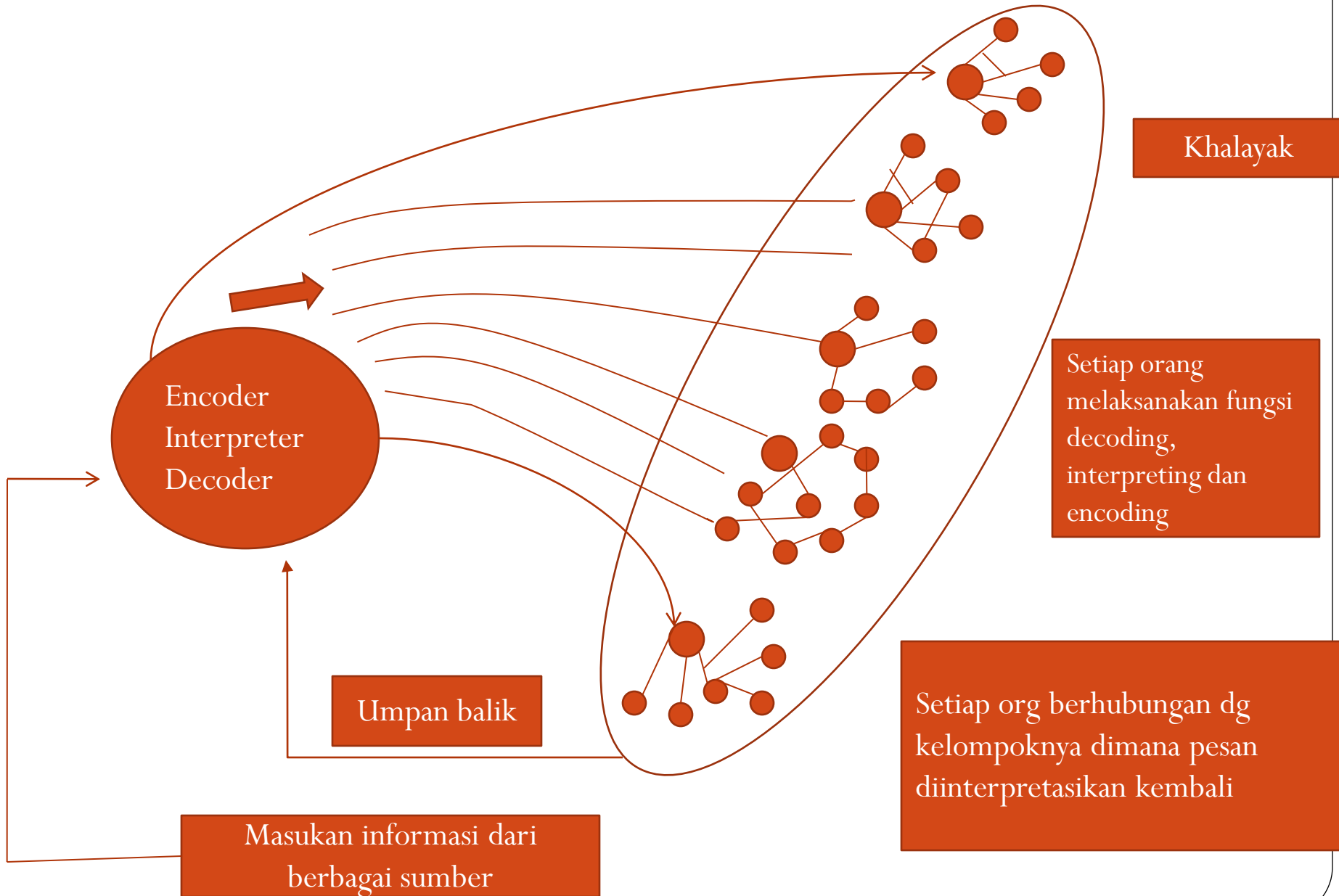
1. Komunikasi melalui media massa pada dasarnya ditujukan ke khalayak yang luas, heteroden, anonym, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis-kultural.
2. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum, bukan perorangan atau pribadi.

3. Pola penyampaian pesan media massa berjalan secara cepat dan mampu menjangkau khalayak luas, bahkan mungkin tidak terbatas baik secara geografis maupun cultural. Karena karakteristiknya yang demikian, media massa disebut sebagai messages multiplier(memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat dan menjangkau khalayak luas).
4. Penyampaian pesan media massa cenderung satu arah

5. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi. Komunikator pada media massa bekerja melalui aturan organisasi dan pembagian kerja yang jelas. Identitas yang dibawakan bukan semata-mata identitas pribadi, tetapi yang justru ditonjolkan adalah identitas organisasi atau kelompok.
6. Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
7. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa dapat mencakup berbagai aspek kehidupan manusia (social, ekonomi, budaya dan lain-lain), baik bersifat informative dan edukatif maupun hiburan.

Proses dan Karakteristik Isi Pesan Komunikasi Massa

Proses Komunikasi Massa (model Schramm)



Karakteristik Isi Pesan Media Massa

1. Novelty (sesuatu yang baru)
2. Jarak (dekat atau jauh)
3. Popularitas
4. Pertentangan
5. Komedi (humor)
6. Seks dan keindahan
7. Emosi
8. Nostalgia
9. Human interest

Fungsi Komunikasi Massa

Memiliki dua fungsi pokok yaitu fungsi terhadap masyarakat dan fungsi terhadap individu

1. Fungsi terhadap masyarakat

Menurut Lasswell dan Wright, ada empat fungsi komunikasi massa:

- 1) pengawasan lingkungan;
- 2) korelasi antar bagian didalam masyarakat untuk menanggapi lingkungannya;
- 3) sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai; dan
- 4) hiburan

Pengawasan Lingkungan

- Fungsi ini menunjuk pada upaya pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi didalam dan diluar lingkungan suatu masyarakat. Media massa menyebarkan segala kejadian atau peristiwa yang ada sehingga menjadi informasi bagi masyarakat luas. Kejadian –kejadian yang berkaitan dengan aspek-aspek social, politik, ekonomi dan budaya akan selalu dilaporkan setiap media massa.

Korelasi antara bagian dalam masyarakat untuk menanggapi lingkungannya.

- Fungsi korelasi meliputi interpretasi terhadap informasi dan preskripsi (member petunjuk atau alternatif) untuk mencapai consensus dalam upaya mencegah konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan terjadi, karena adanya informasi tentang lingkungan tersebut.
- Setiap sajian berita, akan menjadi stimuli bagi khalayak untuk memberikan tanggapan atau berbuat sesuatu.

Lanjutan..

- Apabila berita disajikan dengan publisitas yang berlebihan dapat menimbulkan mobilisasi yang berlebihan pula.
- Disinilah media massa dituntut untuk berperanan dalam menghubungkan setiap kejadian dengan tanggapan yang dapat muncul dari khalayak. Pelaksanaan fungsi korelasi ini dilakukan media massa melalui aktifitas editorial.

Sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai

- Fungsi ini menunjuk pada upaya transmisi dan pendidikan nilai-nilai serta norma-norma dari suatu generasi kepada generasi yang berikutnya atau dari satu kelompok masyarakat terhadap para anggota kelompoknya yang baru.
- Dalam fungsi ini media massa, telah memberikan kerangka berpikir umum yang sangat penting bagi masyarakat. Disini proses transmisi nilai-nilai dan norma-norma social yang penting dalam kehidupan akan selalu terjadi.

Hiburan

Fungsi hiburan menunjuk pada upaya-upaya komunikatif yang bertujuan memberikan hiburan pada khalayak luas

2. Fungsi terhadap individu

1. Pengawasan atau pencarian informasi
2. Mengembangkan konsep diri
3. Fasilitasi dalam hubungan social
4. Substitusi dalam hubungan social
5. Membantu melegakan emosi
6. Sarana pelarian dari ketegangan dan keterasingan
7. Sebagai bagian dari kehidupan rutin atau ritualisasi

Dampak pesan media massa

- Dampak kognitif
- Dampak afektif
- Dampak konatif

TERIMAKASIH