

---

# Komunikasi Massa

---

Dra. Dwi Pangastuti Marhaeni, M.Si

---

# Pengertian komunikasi massa

1. BITTNER : Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Definisi tersebut memberikan batasan pada komponen-komponen komunikasi massa yaitu mencakup pesan-pesan, media massa ( koran, majalah, tv, film dan radio) dan khalayak.

---

---

# Cont'd

2. DEFLEUR dan DENNIS: Komunikasi massa 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.

---

---

## Cont'd

Definisi tsb. Memiliki gambaran yang lebih luas.  
Penonjolan definisi ini terutama pada bagaimana sumber informasi (media massa) mengemas dan menyajikan pesan.

Dengan cara dan gaya tertentu menciptakan makna terhadap suatu peristiwa, sehingga mempengaruhi khalayak.

Contoh koran Kompas.

---

---

# Karakteristik Komunikasi Massa

1. Ditujukan kekhlayak yang luas, heterogen, anonim, tersebar dan tidak mengenal batas geografi kultural
  2. Bentuk kegiatan komunikasi bersifat umum
-

---

# Cont'd

3. Pola penyampaian pesan berjalam cepat dan mampu menjangkau khalayak luas
  4. Penyampaian pesan cenderung satu arah-  
→ umpan balik sifatnya tertunda
-

---

# Cont'd

5. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal dan terorganisir
  6. Pesan disampaikan secara berkala
  7. Isi pesan yang disampaikan dapat mencakup berbagai aspek kehidupan manusia menyangkut social, politik, ekonomi dan budaya
-

---

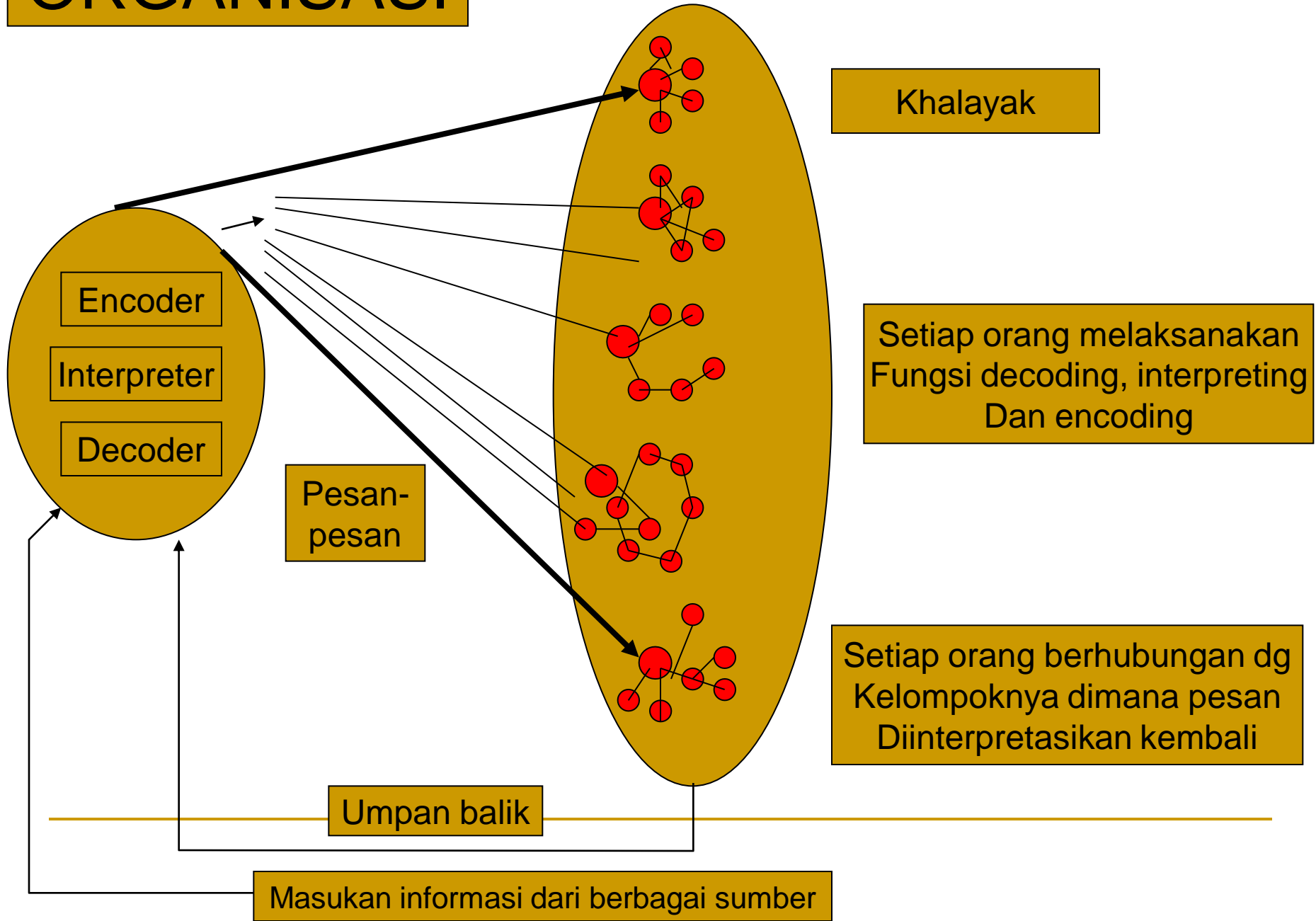
# Proses Komunikasi Massa

Model proses komunikasi massa dari Wilbur Schramm adalah pengorganisasian media, yang menggambarkan tentang fungsi-fungsi yang dilaksanakan oleh komunikator (organisasi media) dan penerima (khalayak), yakni fungsi encoding, interpreting dan decoding.

---



# ORGANISASI



---

# Karakteristik Isi Pesan Media Massa

1. Novelty → sesuatu yang baru atau ada fakta baru
  2. Jarak → dekat atau jauh
  3. Popularitas → peliputan tentang tokoh-tokoh yang terkenal akan menarik perhatian
-

---

# Cont'd

4. Pertentangan -→ hal-hal yang menyangkut pertentangan baik dalam bentuk kekerasan dan perbedaan pendapat, biasanya disukai masyarakat
  5. Komedi (humor)-→ lazim disenangi masyarakat
-

---

# Cont'd

6. Seks dan Keindahan -→ bersifat universal dan menarik perhatian khalayak, oleh karena itu media massa sering menonjolkan kedua unsur ini
  7. Emosi -→ hal-hal yang berkaitan dengan basic needs manusia, sering bisa menimbulkan emosi dan simpati khalayak
-

---

# Cont'd

8. Nostalgia-→ menunjuk pada hal-hal pengungkapan masa lalu
  9. Human Interest-→ bisa dalam bentuk biografi atau feature
-

---

# Fungsi Komunikasi Massa

1. Fungsi terhadap masyarakat
  2. Fungsi terhadap individu
-

---

# Fungsi terhadap masyarakat

1. Pengawasan lingkungan
  2. korelasi antar bagian dalam masyarakat untuk menanggapi lingkungannya
  3. sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai
  4. Hiburan
-

---

# Fungsi terhadap individu

1. Pengawasan dan pencarian informasi
  2. mengembangkan konsep diri
  3. Fasilitas dalam hubungan sosial
  4. Substitusi dalam hubungan sosial
-



---

# Cont'd

5. membantu melegakan emosi
  6. Sarana pelarian dari ketegangan dan keterasingan
  7. Sebagai bagian dari kehidupan rutin atau ritualisasi
-

---

# Dampak Pesan Media Massa

- kognitif
  - afektif dan
  - konatif
-

---

Dampak sampai ke aspek konatif, apabila ditunjang oleh beberapa kondisi al:

1. Exposure ( jangkauan pengenaan)
  2. Kredibilitas → dipercaya kebenarannya
  3. Signifikansi → berkaitan secara langsung dengan kepentingan dan kebutuhan khalayak
-

---

# Cont'd

4. Sensitif
  5. Situasi kritis → akibat ketidakstabilan struktural. Misal, bencana alam, pperubahan sosial yang cepat, kudeta dsb.
  6. Dukungan komunikasi antarpribadi.
-

---

**TERIMAKASIH**

---