MASS COMMUNCATION



DEFINISI KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang.
(Bittner:1980)

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.
(Gerbner:1967)

Pernyataan manusia yang ditujukan kepada media massa, dapat dilakukan secara langsung maupun tidak.
(M.O. Palapah:1986)



Karakteristik Komunikasi Massa

Secara Universal

1. Bersifat tetrbuka
2. *Audience heterogen*
3. Bersifat massal/nonPribadi.

Menurut
Onong Uchjana Effendy

1. Bersifat terbuka
2. Bersifat heterogen
3. Menimbulkan keserampakan
4. Bersifat nonpribadi.

TEORI JENDELA JOHARI (JOHARI WINDOW THEORY)

Teori ini menjelaskan bahwa terdapat empat bingkai(jendela) yang berfungsi untuk menjelaskan setiap keadaan.

MEDIA,EFEK DAN AUDIEN

- Konsep Mc. Luhan;

1. Organisasi media memproduksi, menyebarkan pesan kepada publik secara luas
2. Proses dimana pesan dicar, digunakan dan dikonsumsi oleh audience.

DIMENSI ANALISIS MEDIA

1. Memandang dari sisi media kepada masyarakat luas beserta stimulasi-stimulasinya, yang memandang keterkaitan antar media dengan berbagai instistusi, seperti: EKOPOLISOSBUD.
2. Melihat hubungan media dengan audience

TEORI DASAR KOMUNIKASI

Lasswell

1. “Bahwa komunikasi massa adalah seseorang mengirimkan pesan kepada orang lain melaui saluran, untuk mendapatkan efek.”

   Ini merupakan pedekatan secara, phycologis dan sicologis
2. Pendekatan transmisional (Claude Shannon)

   Proses komunikasi dengan melihat omponen-komponen yang terkandung didalamnya dan rangkaian aktivitas yang terjadi antara satu komponen dengan komponen lainnya (mengalirnya pesan/informasi)

3. Pendekatan sociologis (John W. Rilley)

   manusia sebagai makhluk yang berkomunikasi merupakan bagian dari struktur sosial yang berbeda. Teori ini mengasumsikan komunikasi massa merupakan satu diantara berbagai sistem sosial yang ada di masyarakat (proses komunikasi massa dipengaruhi oleh proses sosial yang lebih luas).

TEORI PENGARUH KOMUNIKASI MASSA TERHADAP INDIVIDU

1. Stimulus respon. Efek merupakan efek dari stimulus tertentu (prinsipnya pesan disampaikan kepeda audience melalui media langsung diterima dan akan bereaksi seperti yang diharapkan).
2. Komukasi 2 tahap dan pengaruh antar pribadi (Paul Lazerfield)

   Bahwa pesan yang disampaikan kepada media, diterima oleh pemuka pendapat dan disebarkan kepada masyarakat yang kurang aktif.

PENGARUH KOMUNIKASI MASSA TERHADAP MASYARAKAT DAN BUUDAYA

- Bahwa media tidak hanya memiliki efek langsung terhadap individu terhadap individu, tetapi juga mempengaruhi kultur, pengetahuan kolektif, dan norma serta nilai-nilai dari suatu masyarakat.
- Karateristik efek dari teori tersebut, yaitu efek yang berlangsung dalam waktu lama, umumnya tidak terencana, lebih bersifat tidak langsung dan kolektif.

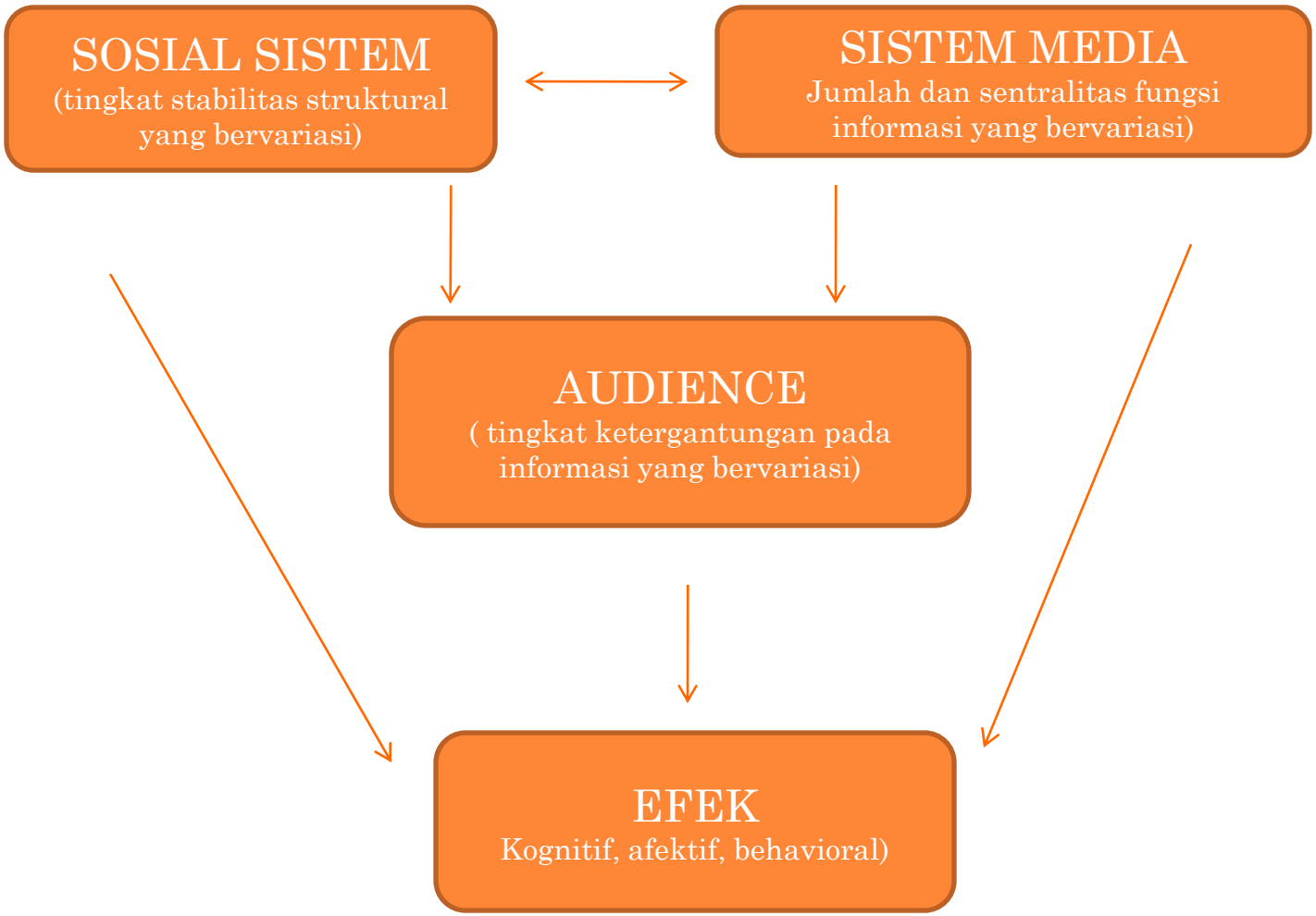
EFEK KOMUNIKASI MASSA TERHADAP BUDAYA

1. Teori agenda setting (Maxwell)

   bahwa media massa dengan memberikan isu-isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum.

2. Teori dependensi mengenai efek komunikasi massa (Melvin L. Defleur)

   Media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik, pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas sosial.


SOSIAL SISTEM
(tingkat stabilitas struktural yang bervariasi)
SISTEM MEDIA
Jumlah dan sentralitas fungsi informasi yang bervariasi)
AUDIENCE
(tingkat ketergantungan pada informasi yang bervariasi)
EFEK
Kognitif, afektif, behavioral)

Kognitif

- Menciptakan atau menghilangkan ambiguitas
- Penentuan sikap
- Agenda setting
- Perluasan sistem keyakinan masyarakat
- Penegasan/ penjelasan nilai-nilai

Afektif

- Menciptakan katakutan dan kecemasan
- Menciptakan atau menurunkan dukungan moral

BEHAVIORAL

- Mengaktifkan/mengerakan atau meredakan
- Pembentukan issue tertentu atau penyelesaian
- Menjangkau atau menyediakan strategi untuk aktivitas
- Menyebabkan perilaku dermawan

3. Teori Spiral (Elizabeth Noulle)

   spiral of silence berkaitan dengan proses terbentuknya pendapat yang dominan dalam masyarakat. Dijelaskan bahwa orang cenderung untuk tidak mengungkapkan pendapat yang berbeda dari mayoritas. Melalui pengaruh-pengaruh media massa dan komunikasi antar pribadi, pendapat yang dominan akan semakin meluas dan pendapat yang lainya akan berangsu-angsur melemah.

4. *Information gaps* (*knowleges gaps*)

   teori ini akan muncul karena komunikasi yang dimiliki oleh berbagai orang atau kelompok dalam masyarakat adalah tidak sama dalam menyerap informasi dari lingkungannya. Faktor yang menentukan perbedaan proses komunikasi sehingga menimbulkan knowledge gaps adalah status ekonomi seseorang)

PENGARUH AUDIENCE TERHADAP KOMUNIKASI MASSA

- Audience menjadi pusat dari titik awal dalam memahami kamunikasi massa
- Tiga teori efek dari audience terhadap komunikasi massa

1. Use and gratifications, proses dimana kondisi psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan yang menciptakan harapan-harapan terhadap media, yang membawa kepada perubahan penggunaan media, yang akhhirnya menghasilkan pemenuhan kebutuhan.

2. Used and effect, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media, dan tingkat akses pada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa. Jika isi media kaan menghasilkan efek tertentu, maka penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi tertentu dan keduannya akan terjadi secara simultan.

3. Teori information seeking yang menjelaskan tentang pencarian, penghindaran dan pemrosesan informasi, disebut memiliki akar pemikiran psikologi sosial tentang kesesuaian sikap. Salah satu asumsi utamanya adalah bahwa ketika mencari atau memperoleh informasi, orang akan cenderung mengindari informasi yang tidak sesuai dengan ‘image of reality’nya karena akan dianggap mengganggu dan mengecam keseluruhan sistem yang ada pada dirinya.