BAB II
TINJAUAN UMUM MEDIA MASSA

2.1. Komunikasi Massa

2.1.1 Arti Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Contohnya; surat kabar, film, radio, dan televisi.

Jadi yang diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang dituukan kepada *massa yang abstrak*, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya "satu arah" (one way traffic). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator, tidak diketahuinya apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan.

Salah satu alat komunikasi adalah dengan menggunakan media. Saluran dengan media dapat dibagi ke dalam dua golongan menurut jumlah komunikan yang dapat dicapai yaitu non mass media. Mass media artinya, alat-alat perantara yang digunakan untuk menyampaikan isi pertanyaan kepada banyak orang.

Lebih lanjut, saluran komunikasi mdia massa terbagi kedalam dua golongan menurut perioditasnya: yaitu media massa periodik dan media massa non periodik. Penggolongan ini berdasarkan pada perbedaan hubungan antara komunikator media massa periodic dengan komunikan dibanding hubungan antara komunikan media massa non periodic dengan komunikannya.

Dengan demikian, media massa periodik artinya media yang digunakan untuk menyampaikan isi pertanyaan kepada banyak orang pada waktu yang telah ditentukan

sebelumnya. Yang termasuk media massa periodic adalah pers (surat kabar, majalah, bulletin kantor berita, dan tabloid), radio, televisi dan film.

Fungsi manajemen media massa.

Fungsi manajemen media massa adalah dengan melalui pemanfaatan 6M.

1. Meneliti

   Tujuan penelitian adalah mengumpulkan data (keterangan-keterangan). Penelitian dilakukan 2 tahap: penelitian sebelum terbit dan penelitian sesudah terbit.

2. Merencanakan

   Perencanaan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan untuk menentukan tujuan-tujuan dan arah tindakan yang akan dilakukan. Pembatasan yang agak kompleks merumuskan perencanaan sebagai penetapan jawaban terhadap enam pertanyaan mendasar.

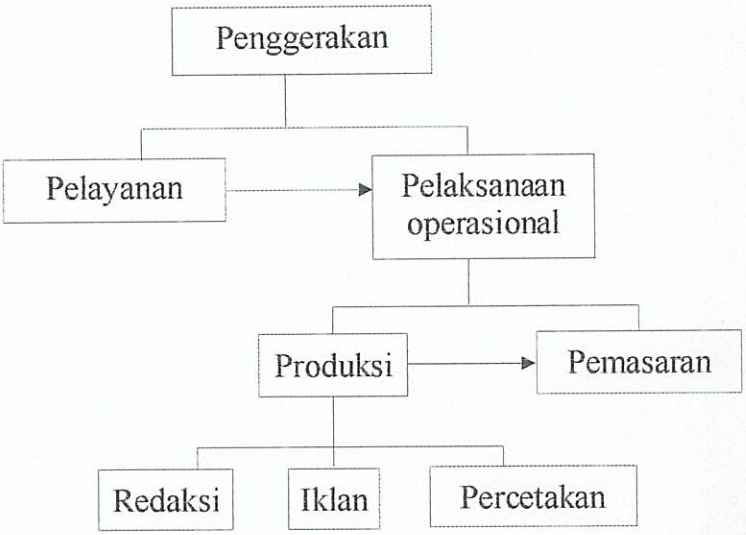
3. Mengorganisasikan

   Organisasi adalah bentuk setiap kerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama. Menurut Sondang P. Siagian, organisasi " Setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama, serta secara formal terikat dalam pencapaian sesuatu tujuanyang telah ditentukan dimana tempat sesorang atau lebih yang disebut atasan".

4. Menggerakan

   Penggerakan merupakan usaha untuk menggerakan anggota kelompok sedemikian rupa hingga media berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran perusahaan yang bersangkutan dan sasaran anggota perusahaan tersebut oleh karena para anggota itu ingin mencapai sasaran tersebut.

Proses pergerakan dalam manajemen media massa



5. Mengawasi

Pengawasan merupakan langkah untuk menentukan apa yang telah dicapai, mengadakan evaluasi dan mengambil tindakan-tindakan koraktif bila diperlukan untuk menjamin agar hasilnya sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Sasaran pengawasan meliputi:

1. perencanaan
2. pelaksanaan
3. hasil pekerjaan

dalam pelaksanaan kegiatan pengawasan, atasan mengadakan pemeriksaan, mencocokkan serta mengusahakan agar kegiatan yang telah dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan serta tujuan yang ingin dicapai.

6. Menilai

Penilaian merupakan evaluasi resmi dan periodik tentang hasil pekerjaan seorang pekerja yang diukur dengan syarat pekerjaan, tujuannya ada dua yaitu :

1. Mengukur kekuatan manajerial.
2. Menentukan kebutuhan pengembangan yang bersangkutan.

2.1.2 Ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa ditentukan oleh sifat unsur-unsur yang dicakupinya, yakni :

a. sifat komunikan

Yang pertama adalah komunikan yang jumlahnya besar tidak sama, berganti-ganti setiap periode waktu yang singkat, bergantung pada selera masing-masing.

Yang kedua adalah komunikan komuniksi massa sifatnya heterogen. Mereka bukan saja berada pada tempat yang berbeda tapi terpencar-pencar letaknya, tetapi berbeda satu sama lain dalam hal umur, pendidikan, pekerjaan, pengalaman, agama, suku bangsa dan sebagainya. Tetapi dalam heterogenitasnya itu terdapat pengelompokan komunikan yangmempunyai minat yang sama terhadap suatu pesan diantara sekian banyak pesan yang disebarkan oleh media masa.

Sifat komunikan yang ketiga adalah anonim. Komunikator bukan saja tidak mengenal komunikan. Ia tidak tahu apakah pesan yang disampaikannya itu menarik mereka atau tidak.

b. Sifat media massa

Sifat media masa adalah serempak cepat. Yang dimaksudkan dengan keserempakan di sini adalah keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya.

Lain daripada itu, sifat media massa adalah cepat, dalam arti kata memungkinkan pesan yang disampaikan kepada begitu banyak orang dalam waktu yang cepat.

c. Sifat pesan

Sifat pesan melalui media massa adalah umum (public). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk sekelompok orang tertentu. Karena pesan komunikasi melelui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi universal, mengenai segala hal dan dari berbagai tempat diseluruh jagat.

d. Sifat komunikator

karena media massa adalah lembaga atau organisasi, maka komunikator pada komunikasi massa, seperti wartawan, sutradara, penyiar radio, atau penyiar televise, adalah komunikator terlembagakan (institutionalized communicator).

e. Sifat efek

Efek komunikasi yang timbul pada komunikan bergantung kepada tujuan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator. Apakah tujuannya agar komunikan hanya tahu saja, atau agar komunikan berubah sikapnya dan pandangannya atau agar komunikan berubah tingkah lakunya ?

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa adalah menyebarkan informasi, mendidik, dan menghibur. Ketiga fungsi tersebut mencangkup juga mempengaruhi, membimbing, mengeritik dan sebagainya.

2.2 Media Massa Cetak (Pers)

Pers adalah lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari system kemasyarakatan yang kompleks. Ia dipengaruhi dan mempengearuhi oleh subsistem lainnya dan system politik Negara tempat ia hidup.

Pers di dunia dikategorikan menjadi empat berdasarkan Authoritarian Theory, Libertarian Theory, Social Responsibility Theory dan Soviet Communist Theory. Pers di Indonesia mempunyai kecenderungan untuk menganut system sendiri, yakni Pers Pancasila sebagai pers yang bebas dan bertanggung jawab.

Pers dalam arti sempit adalah surat kabar dengan ciri-ciri : publisitas, periodisitas, universalitas dan aktualitas ; sedangkan fungsinya ialah menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi.

Jurnalistik adalah keterampilan mengelola bahan berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada khalayak. Dalam menyusunnya harus didasarkan pada rumus 5W & 1H dan pemilihan bentuk yang sesuai dengan isi berita.

2.2.1 Berita

Berita merupakan bentuk utama dalam media cetak dimana berita inilah yang nantinya akan disampaikan kepada masyarakat. Dalam mencari suatu berita jumlah wartawan yang terlibat didalam proses mencari berita terbaru sangat bergantung kepada besar atau kecilnya peristiwa yang akan diliput. Dalam sehari seorang wartawan dapat mengirimkan lebih dari satu berita.

Berdasarkan Undang-undang No. II/1966 tentang ketentuan-ketentuan pokok Pers Bab I pasal 1 ayat (4) yang disebut wartawan adalah karyawan yang melakukan pekerjaan kewartawanan secara kontinu. Sementara itu kewartawanan adalah "pekerjaan atau kegiatan atau usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan, dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar dan lain-lain sebagainya untuk perusahaan pers, radio, televisi dan film".

Jadi wartawan pada dasarnaya adalah setiap orang berhubungan dengan warta atau berita.

2.2.2 Redaksi

Perusahaan media massa mempunyai dua bidang pokok yaitu bidang redaksi (yang mengatur cara penyampaian isi pertanyaan dalam surat kabar) dan bidang perusahaan (yang mengatur usaha bidang redaksi). Tugas bidang redaksi adalah mengisi surat kabar dengan berita dan pendapat setiap terbit yang dapat menarik para pembaca.

2.3 Iklan di Media Massa Cetak (Pers)

salah satu kegiatan yang ada dalam bidang perusahaan pers adalah bagian iklan. Bagian ini menjual kolom-kolom dalam halaman-halaman yang ada pada surat kabar atau majalah kepada masyarakat sebagai tempat memasang iklan dalam bentuk advertensi (advertising). Sasaran bagian iklan adalah menyediakan tiap terbit copy iklan sesuai dengan sasaran yang ditetapkan sebelumnya.

Unsur-unsur periklanan :

1. Pengusaha dan produsen (klien)
2. Perusahaan Periklanan (biro iklan)
3. Kelompok konsuman (sasaran produsen)
4. Media
5. Pemerintah: dalam hal ini Departemen Penerangan dan Departemen Perdagangan.

Iklan yang ada dalam surat kabar sangat variatif dari mulai iklan satu halaman penuh sampai iklan baris yang selalu ada dalam setiap surat kabar bisa menyertakan materinya sendiri (dalam bentuk kertas atau film maupun digital) atau meminta dibuatkan oleh pelaksana di bagian iklan. Selanjutnya materi-materi tersebut disusun pada ruang-ruang halaman.

Umumnya desain iklan yang akan dimuat pada surat kabar dibuat berdasarkan keinginan si pemasang iklan tersebut (klien).

Iklan dalam penerbitan pers dibagi dalam dua jenis, yaitu iklan umum dan iklan khusus. Iklan umum, artinya iklan yang benar-benar untuk kepentingan bisnis.

Misalnya, perusahaan-perusahaan, lembaga-lembaga bisnis, instansi pemerintah dan siapa saja yang ingin mempromosikan hasil usahanya dengan sasaran untuk mencari keuntungan. Iklan khusus, artinya iklan yang sasarannya diperuntukan bagi kegiatan

social. Misalnya, pengumuman-pengumuman, iklan keluarga, iklan layanan masyarakat dan sebagainya. Yang membedakan antara iklan umum dan iklan khusus adalah harga dari iklan-iklan tersebut. Biasanya iklan umum lebih mahal dari iklan khusus.

Dilihat dari bentuknya, iklan pada penerbitan surat kabar atau majalah dibagi dalam 3 (tiga) bentuk. Masing-masing bentuk mempunyai aturan dan harga sendiri-sendiri. Ketiga bentuk iklan tersebut adalah :

a. Iklan Display

   Iklan display memakai ukuran millimeter/kolom. Ukuran ini pula yang menentukan harganya. Misalnya harga iklan Rp. 10.000,00 per mm/kolom. Artinya harga tersebut adalah untuk ukuran tiap satu millimeter, dalam satu kolom. Materi iklan display iklannya bisa gabungan antara hutuf dan gambar.

b. Iklan Baris

   Iklan baris adalah iklan yang hanya terdiri dari baris huruf-huruf. Iklan baris bisa dikemas dalam beberapa bentuk seperti "Iklan baris dengan huruf biasa", "Iklan baris dengan huruf lebih besar", "Iklan baris positif"atau "Iklan baris negative (dasar hitam tulisan putih)". Iklan baris jumlah kata-kata yang diiklankan, dibatasi barisnya dalan satu kolom. Misalnya minimal 4 baris, maksimal 8 atau 10 baris.

   Harga iklan baris ditentukan bukan berdasarkan jumlah "kata" dalam iklannya, tetapi menurut jumlah baris dalam kolom surat kabar atau majalah.

c. Iklan Pariwara

   Pariwara, iklan yang berbentuk berita atau artikel. Itu sebabnya pariwara disebut juga sebagai advertorial. Istilah advertorial merupakan gabungan dari advertensi dan editorial.

klan pariwara juga memakai ukuran millimeter/kolom. Ukuran ini pula yang menentukan harganya. Bentuknya bisa berupa berita atau artikel. Untuk membedakan bahwa ini iklan pariwara, redaktur memberi inisial (kode) pada akhir tulisannyaberupa tanda bintang atau langsung disebut pariwara / advertorial.

2.4 Percetakan

Organisasi penerbit pers mempunyai tiga bidang kegiatan utama yaitu :

1. Bidang redaksi
2. Bidang perusahaan
3. Bidang percetakan

Ketiga bidang tersebut mempunyai tujuan yang sama sehingga dapat disatukan dibawah bidang produksi.

Sebagian dari kegiatan produksi adalah bagian percetakan menetapkan sasarannya sebagai berikut :

1. Mencetak copy berita.
2. Pendapat dan iklan menjadi surat kabar atau majalah sesuai dengan objective yang ditetapkan oleh rapat pemegang saham.

Untuk mencapai sasaran tersebut harus dilaksanakan tugas-tugas penelitian, perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan penilaian.

Pada bagian percetakan ini semua materi berita yang sudah diatur sedemikian rupa pada proses pracetak diolah lagi sebelum akhirnya diterbitkan.