# BAB II

# PERUSAHAAN MEDIA MASSA ( PENERBIT )

## II. 1 Pengertian Perusahaan Media Massa

Perusahaan adalah suatu badan usaha yang sumber modalnya berasal dari satu atau beberapa orang pemilik modal. Investasi mereka berupa saham, oleh karena itu, seringkali kita mendengar istilah pemegang saham dalam sebuah perusahaan, yang artinya adalah pemilik atau orang yang ikut menanamkan modal dalam sebuah perusahaan.

Perusahaan media massa adalah perusahaan yang menyediakan informasi atau berita mengenai suatu hal kepada khalayak umum, atau perusahaan yang bergerak di dunia jurnalistik ( pers ). Dilihat dari jenisnya, Media Entrepreneur Indonesia termasuk kedalam perusahaan Media Massa. Media Massa ( pers ) adalah lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem kemasyarakatan yang kompleks. Pers dipengaruhi dan memperngaruhi subsistem lainnya dan sistem politik negara tempat ia hidup.

Pers di dunia dikategorikan menjadi empat berdasarkan *Authotarian Theory, Libertarian Theory, Social; Responsibility Theory* dan *Soviet Commmunist Theory.* Pers di Indonesia

mempunyai kecenderungan untuk menganut sistem sendiri, yakni Pers Pancasila sebagai pers yang bebas da bertanggung jawab.

Media cetak ( pers ) dalam arti sempit adalah sirat kabar dengan ciri-ciri : publisitas, periodisitas, universalitas dan aktualitas; sedangkan fungsinya ialah menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Jurnalistik adalah keterampilan dalam mengelola bahan berita, mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada khalayak umum.

Dalam menyusunnya harus didasarkan pada rumus 5W & 1H dan pemilihan bentuk yang sesuai dengan isi berita.

## II. 2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, 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 diturunkan 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

Jadi yang diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang diturunkan 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 dimengerti atau dilakukan oleh komunikan.

Ciri-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 komunikan komunikasi massa sifatnya heterogen. Mereka saja berada pada tempat yang berbeda tepi terpencar-pencar letaknya, tapi berbeda satu sama lain dalam hal umur, pendidikan, pekerjaan, pengalaman, agama, suku bangsa dan sebagainya. Tetapi dalam heterogenitasnya itu terdapat pengelompokkan komunikan yang mempunyai minat yang sama terhadap suatu pesan diantara sekian banyak pesan yang disebarkan oleh media massa.

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 massa adalah serempak cepat. Serempak artinya keserempakan kontak anatara komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya. Sedangkan cepat artinya 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 melalui 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 televisi, adalah komunikator terlembagakan ( Institutionalized communicator ).

e. Sifat efek

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