

# MEDIA MASSA



(Wilbur Schramm) media massa sebagai organisasi yang mengatur dan mengelola aliran informasi dalam masyarakat. Media massa bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

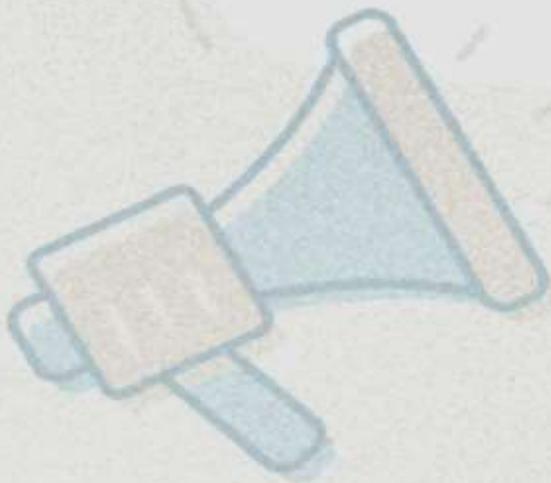
(Denis McQuail) media massa sebagai sumber informasi dan hiburan yang dihasilkan oleh organisasi media dan disampaikan melalui berbagai platform seperti cetak, elektronik, dan digital.

(Bungin) media massa didefinisikan sebagai sarana yang digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara sinkron dan mudah diakses.

- Dalam arti, media massa adalah alat atau media untuk menyebarkan konten informasi, opini, komentar, hiburan, dan lain-lain.

Media massa adalah alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak yang luas.

- Istilah “massa” dalam media massa mengacu pada jumlah orang yang dapat dijangkau oleh media tersebut.
- Media massa meliputi berbagai bentuk media seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet.



# Jenis Media Massa

## 1. Media Cetak

Media massa yang paling populer dan masih relevan hingga saat ini adalah media cetak (koran, buletin atau majalah).

- Media cetak juga sering disebut dengan surat kabar dengan jadwal penerbitan rutin (harian, mingguan, atau bulanan). Surat kabar menyediakan informasi terkini mengenai berita politik, ekonomi, olahraga, budaya, dan lain-lain.
- Majalah adalah publikasi periodik yang diterbitkan secara mingguan, bulanan umumnya berfokus pada topik khusus seperti fashion, hiburan, kesehatan, atau teknologi.

## **2. Media Elektronik**

Media dalam bentuk elektronik (radio dan televisi) dapat mencakup berbagai program berita, musik, ceramah, dan acara hiburan lainnya. Sedangkan televisi, drama, dokumenter, olahraga, hiburan, dan program visual kepada khalayak.

## **3. Media Siber**

Media siber di era teknologi yaitu internet

- Melalui internet orang dapat mengakses berbagai situs web, platform media sosial, dan konten online lainnya.
- Internet memungkinkan pengguna untuk mencari, berbagi, dan mengakses informasi dengan cepat dan mudah.

# Peran Media Massa

## 1. Memberikan Informasi

Media massa bertanggung jawab memberikan informasi yang akurat, terkini, dan berimbang kepada khalayak.

- Masyarakat mengandalkan media massa untuk memperoleh berita dan fakta penting dalam berbagai bidang kehidupan.

## 2. Membentuk Opini Publik

Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik melalui pemberitaan, editorial, dan program-programnya.

- Opini publik yang terbentuk melalui media massa dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah, pandangan masyarakat, dan perkembangan sosial.

### **3. Hiburan**

Media massa juga menyediakan hiburan bagi khalayaknya. Program-program televisi, radio, dan konten online yang menarik dan menyediakan hiburan bagi masyarakat.

### **4. Mendorong Partisipasi Masyarakat**

Media massa dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai isu dan masalah sosial.

- Dengan melibatkan masyarakat dalam diskusi dan perdebatan, media massa dapat membangun kesadaran dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kehidupan.

## Fungsi media massa

- Fungsi utama media massa adalah penyebar informasi ke khalayak ramai.
- Pengantar atau pembawa berbagai macam pengetahuan.
- Media massa menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik yang pada dasarnya dapat dijangkau oleh masyarakat secara sukarela, umum, dan murah.
- Hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan seimbang.
- Media massa menjangkau lebih banyak orang dari pada institusi lainnya.



## **Teori komunikasi massa :**

1. Teori Jarum Hipodermik atau dikenal juga dengan Teori Peluru (salah satu teori komunikasi massa khususnya teori efek media massa) **Harold Lasswell** 1920
  - Pesan digambarkan seperti sebuah peluru ajaib yang memasuki pikiran khalayak dan menyuntikkan beberapa pesan khusus.
  - Pesan-pesan media adalah seperti peluru yang ditembakkan dari senjata media ke dalam kepala khalayak.

- Istilah jarum dan peluru adalah untuk menggambarkan ketidakberdayaan Masyarakat sebagai dampak adanya pendapat umum atau opini publik yang dibangun oleh media massa sehingga menyebabkan perubahan perilaku pada Masyarakat.

**Teori Jarum Hipodermik/  
Teori Peluru**



## 2. Metode DAGMAR

Pendekatan DAGMAR (Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results) artinya memilih dan menentukan tujuan.

- Menentukan sasaran iklan dan mengukur hasil dari penggunaan sebuah kampanye iklan.
- Metode komunikasi yang terdiri proses mulai dari langkah-langkah yang harus dilalui suatu produk untuk sampai pada tujuan yang dikehendaki yaitu berupa tindakan yang diambil konsumen.

Tujuan Metode DAGMAR : periklanan melibatkan communication task yang spesifik dan terukur didasarkan pada model hierarki dari empat tahap proses komunikasi :

1. **Awariness** (membuat konsumen aware atas keberadaan suatu merek atau perusahaan).
2. **Compherension** (membangun pemahaman kepada konsumen tentang produk dan kegunaannya).
3. **Conviction** (membangun mental disposition (watak) konsumen agar membeli produk).
4. **Action** (tindakan mengajak konsumen untuk membeli produk).

### 3. Teori S-O-R (*Stimulus Organism Respon*) yang di kemukakan oleh Houland (1953).

- Karena pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi dan memiliki objek kajian yang sama yaitu jiwa manusia meliputi : sikap, opini, kognisi, afeksi dan konasi.
- Asumsi dasar teori S-O-R adalah penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung adanya kualitas stimulus yang berkomunikasi dengan organisme (komunikasikan).
- Model ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses aksi-reaksi.

Hovland (dalam Effendy,2003:255) beranggapan bahwa perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar.

Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut :

1. Perhatian.
2. Pengertian.
3. Penerimaan.

## Model S-O-R

**stimulus**



**Organism :**  
- perhatian  
- pengertian  
- penerimaan



**Response :**  
Perubahan sikap