

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Massa dan Fungsinya

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan dimana komunikan akan memberikan umpan balik kepada komunikator sebagai umpan balik atau tanggapan dari pesan yang di terimanya, komunikasi dapat berupa komunikasi internal merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan sebuah individu terhadap dirinya sendiri mengenai apa yang hendak dilakukan.

Disisi lain terdapat juga sebuah komunikasi yang disebut komunikasi massa yakni sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan media massa atau dapat juga komunikasi secara langsung seperti halnya pada acara seminar-seminar atau diskusi panel.

Dalam istilah lain, komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama sama dalam pengertian di atas adalah sama maknanya.¹ dari pengertian komunikasi yang telah di kemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan terjuan tertentu.

¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT.Radja Grafindo Persada), h.4.

artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika di dukung oleh sumber, pesan, media, penerima, efek.

Kemunculan istilah komunikasi massa dapat dikatakan merupakan hasil perkembangan panjang dari proses komunikasi manusia yang sejalan dengan perkembangan manusia itu sendiri artinya keinginan manusia untuk maju dan berkembang telah membawa peningkatan kualitas komunikasi sehingga melahirkan penemuan, modifikasi dan perkembangan bentuk komunikasi yang kita gunakan hingga saat ini.

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) Artinya sebuah komunikasi dapat dikatakan sebagai komunikasi massa apabila dihasilkan dari saluran teknologi-teknologi modern. Komunikasi massa sendiri berasal dari pengembangan kata, *media of mass communication*. Massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, pendengar, atau pembaca.

2. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa dapat dibedakan antara lain:²

a. Fungsi informasi

Fungsi ini merupakan fungsi saling utama dalam setiap komunikasi massa.

² Ibid, h.7.

b. Fungsi hiburan

Fungsi hiburan ini muncul dengan hadirnya media massa yang mampu memenuhi kebutuhan akan hiburan masyarakat.

c. Fungsi persuasi

Jika diperhatikan secara mendalam, komunikasi massa mencoba untuk memberitahu dan mengajak seseorang untuk paham atas informasi tersebut.

d. Fungsi transmisi budaya

Dalam komunikasi massa, transmisi budaya menjadi hal yang sangat memiliki nilai tambah. Secara pribadi, umat manusia akan menambahkan pengalaman baru dari budaya lain.

e. Fungsi sosial,

Komunikasi massa dianggap sebagai proses untuk dengan mudah menyamarkan pola pikiran atau perilaku manusia.

f. Fungsi pengawasan

Komunikasi massa menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian sekitar.

B. Efek Komunikasi Massa

Salah satu hal yang tidak terlepas dari komunikasi massa adalah komunikasi massa memiliki efek, efek muncul dapat diketahui melalui tanggapan khalayak yang digunakan sebagai umpan balik dari komunikan (audience).

Nurudin mengutip dari *Keith R dan John E Bowes*, Berikut merupakan tingkatan efek komunikasi:³

1. Primer

Komunikasi massa dapat mempengaruhi sikap seseorang, Media pula yang menentukan pembentukan persepsi karena sumber informasi dalam pembentukan persepsi berasal dari media.

2. Sekunder

- a. Kognitif (perubahan pengetahuan dari sikap). Efek sekunder kognitif lebih menyangkut pada kesadaran dari pengetahuan. Menjadi tahu, sadar, ingat dan kenal.
- b. Perubahan perilaku (menerima dan memilih) efek perubahan perilaku yang dihasilkan oleh penerima menjadi sama atau bahkan berbeda sama sekali dengan apa yang dikomunikasikan.

³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* "efek- efek komunikasi massa, (Jakarta : Rajawali Press, 2007), h.205-210.

Nurudin mengutip dari *Steven M Chafle*, efek media Massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal dengan sebagai perubahan kognitif, efektif, dan behavioral.

1) efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul dari komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif ini membahas bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan ketrampilan kognitifnya.

Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda atau orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas ketrampilan yang media adalah realitas ketrampilan yang media adalah realitas yang sudah di seleksi. Televisi memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh-tokoh lain.

2) Efek afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan memberitahukan khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak dapat turut merasakan perasaan sedih, iba, terharu, gembira, marah, setelah menerima pesan dari media massa.

Adapun faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan dari media massa yang pertama adalah suasana emosional, respon individu terhadap sebuah film atau sinetron televisi akan dipengaruhi oleh emosional individu. Yang menjelaskan alur peristiwa. Dan ketiga, suasana terapan adalah perasaan individu setelah menerima terpaan informasi dari media massa.

3) Efek behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk tindakan atau kegiatan. Dampak sosial media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, bukti sederhana terjadi pada seseorang remaja laki-laki yang mengenakan topi seperti yang dipakai aktor dalam suatu tayangan komedi di televisi, anak-anak lainnya pun dengan segera menirunya. Budaya, sosial, dan politik bahkan semua aspek kehidupan di pengaruhi media.

C. Televisi

1. Sejarah Televisi

Dalam buku Empat Windu TVRI disebutkan, televisi merupakan media temuan orang-orang eropa. Perkembangan Pertelevisian di dunia ini sejalan dengan kemajuan teknologi elektronika yang bergerak pesat sejak ditemukannya transistor oleh Willam Sockley dan kawan-kawan pada tahun 1946.⁴

⁴ Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), h.7.

Pada tahun 1923 Vladimir Katajev Zworykin berhasil menciptakan sistem televisi elektis, dan tahun 1930 Philo T. Farnsworth menciptakan sistem televisi. Penemuan dasar televisi ini terus berkembang sampai akhirnya Paul Nipkow melahirkan televisi mekanik, hal ini di buktikan ketika di *New York Wolrd's Fair* 1939 dipamerkan pesawat televisi berukuran 8 x 10 inci. Dari sinilah akhirnya berkembang pesawat televisi yang kita kenal sekarang. Sementara untuk pertama kalinya gambar televisi mulai terlihat tahun 1920 di Amerika Serikat.

2. Siaran Televisi

Pada prinsipnya penyelenggaraan siaran di stasiun televisi umum terbagi menjadi dua, yakni siaran karya artistik dan karya jurnalistik merupakan produksi acara televisi mengutamakan kecepatan penyampaian informasi, realitas, atau peristiwa yang terjadi. Sedangkan Karya siaran artistik sesuai dengan namanya, merupakan produksi acara televisi yang menekankan pada aspek artistik (mempunyai nilai seni) dan estetik mempunyai keindahan menjadi unggulan dan daya tarik acara semacam ini.⁵

a.) Karya Artistik

Yang tergolong ke dalam karya artistik adalah:

1) Film

⁵ Ibid, h.79.

- 2) sinetron
- 3) Pergelaran music, tari, pantonim, lawak, sirkus, sulap, dan teater
- 4) Acara keagamaan, variety show, kuis.
- 5) Ilmu pengetahuan dan teknologi

b) Karya Jurnalistik

Yang tergolong dalam katagori karya jurnalistik adalah:

- 1) Berita aktual yang bersifat *timeconcern*
- 2) Berita nonaktual yang bersifat *timeless*
- 3) Penjelasan yang bersifat aktual atau sedang hangat-hangatnya yang tertuang dalam acara :
 - A. Monolog (seperti pengumuman harga BBM, pidato kepala Negara)
 - b. Dialog (bisa berupa wawancara atau diskusi)
 - c. Laporan
 - d. Siaran langsung (Komentor, reportase)

3. Pengaruh Televisi

Pengaruh, *Rakhmat Jalaludin* mengutip dari *Stuart* yaitu perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.⁶

Pengaruh dalam tinjauan psikologi adalah daya yang ada atau timbul dari (sesuatu orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang, saat sekarang ini, penyebaran informasi dan pengiriman pesan-pesan sudah semakin mudah yaitu salah satunya dengan pesawat televisi. Jadi dalam hal ini, tidak dapat dipungkuri lagi bahwasanya televisi merupakan gedung informasi dan sesuatu wadah tempat pembelajaran bagi manusia yang juga penanaman nilai yang terus menerus.

Menurut *Rakhmat Jalaludin* adapun tentang adanya pengaruh media massa (komunikasi massa) dari kehadirannya sebagai benda fisik. *Rakhmat Jalaludin* mengutip dari *Steven H Chaffe* menyebut lima hal, yaitu:⁷

1. Efek Ekonomis

Efek ekonomis kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi jasa media massa.

⁶ Rakhmad Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), h.220.

⁷ Ibid, h. 222.

2. Efek Sosial

Efek sosial, berkenaan dengan perubahan pola struktur atau interaksi social akibat kehadiran media massa. Kehadiran televisi meningkatkan status social pemiliknya. Diperdesaan, televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi social yang baru. Pemilik televisi sekarang menjadi pusat jaringan social yang menghimpun di sekitarnya hubungan yang baru.

3. Efek pada penjadwalan kegiatan

Rakhmat Jalaludin mengutip dari *Schramm, Lyle Parker* menunjukkan dengan cermat bagaimana kehadiran televisi telah mengurangi waktu bermain, tidur, membaca, dan menonton film pada sebuah kota di Amerika.

4. Efek pada penyaluran atau penghilangan perasaan tertentu

Sering terjadi orang menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian marah, kecewa, sedih dan sebagainya. Kehadiran media massa bukan hanya sebagai penghilang perasaan tertentu pula. Tambahnya perassan atau percaya pada apa yang disampaikan oleh media massa tersebut mungkin erat kaitannya dengann pengalaman individu tersebut.

5. Efek perasaan orang terhadap media

Efek media massa dengan melihat jelas perubahan yang terjadi pada diri khalayak yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

D. Jurnalis

Jurnalistik atau *journalisme* berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari atau bisa juga berarti surat kabar, *journal* berasal dari perkataan latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari.

dari perkataan itulah lahir kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan kegiatan jurnalistik.⁸ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat mengutip dari Mac Dougall menyebutkan bahwa journalism adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta dan melaporkan peristiwa. Journalisme sangat penting dimanapun dan kapanpun.

Untuk menjadi seorang jurnalis professional tentu saja membutuhkan segala sesuatu yang mendukung kearah seperti skil, minat, wawasan yang luas, yang dimana skil bisa di tumbuhkan dengan latihan-latihan yang datang dari minat yang kuat sedangkan untuk wawasan kita dapat mengambil dari berbagai sumber

⁸ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h.15.

diantaranya buku-buku yang berhubungan dengan kerjurnalisian, berbagai macam media baik media massa maupun elektronik serta bekal mata kuliah jurusan.

Mahasiswa Jurnalistik Uin Raden Fatah Palembang menjadi kajian penting dalam melihat seberapa besar perhatian ini dalam hal ini menimbulkan pengaruh tayangan Metro TV News Room dalam diri mahasiswa. Terutama seberapa besar menimbulkan minat mahasiswa menjadi seorang jurnalis.

E. Implementasi Teori Kultivasi Pada Penelitian Ini

Dalam penelitian ini teori yang menunjang yaitu Teori kultivasi (*cultivation theory*), Teori ini pertama kali dikenalkan oleh George gerbner ketika ia menjadi *Dekan Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania Amerika serikat (AS)*.⁹

Teori Kultivasi atau disebut juga “analisis kultivasi” merupakan teori yang memperkirakan dan menjelaskan mengenai pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengkonsumsi pesan media dalam jangka panjang.¹⁰

Menurut teori ini televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun dibenak pemirsa tentang masyarakat dan

⁹ *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT.Radja Grafindo Persada), h.166.

¹⁰ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Prenada media Group, 2013), Cet, Ke-2, h. 519

budaya sangat ditentukan oleh televisi, ini artinya, melalui kontak pemirsa dengan televisi, mereka belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai sosial serta adat dan tradisi.

Analisis kultivasi memberikan perhatian pada totalitas dari pola komunikasi yang disajikan TV melalui berbagai tayangannya secara kumulatif dalam jangka panjang, misalnya Program berita kriminalitas yang ditayangkan sebagian besar stasiun TV setiap hari di Indonesia dapat memberikan gambaran simbolis mengenai lingkungan yang tidak aman. penuh dengan orang jahat dan hal-hal negatif lainnya walaupun angka statistik resmi dari kepolisian, misalnya menunjukkan angka kejahatan yang berkurang secara signifikan, namun tetap saja orang akan merasa tidak aman ketika ia berada sendirian di suatu tempat.

Bagaimana TV mampu mempengaruhi penonton dalam memandang dunia, atau bagaimana kultivasi dapat terjadi? Dalam hal ini, Gerbner mengemukakan dua alasan yang menjelaskan bagaimana kultivasi dapat terjadi yang menurutnya disebabkan oleh dua hal, dengan kata lain proses kultivasi terjadi dalam dua cara yang terdiri atas *mainstreaming* dan *resonansi*.¹¹

Mainstreaming Menurut bahasa, salah satu pengertian populer *Mainstream* adalah “ arus utama” sedangkan *Mainstreaming* adalah proses mengikuti arus

¹¹ Ibid, h. 523.

utama yang terjadi ketika berbagai simbol, informasi, dan ide yang berasal dari sumber lain.¹²

Resonansi. Cara kedua yaitu bagaimana kultivasi berkerja melalui resonansi (*resonance*) yang terjadi ketika apa yang disajikan oleh televisi sama dengan realitas aktual sehari-hari yang dihadapi oleh penonton. Dengan kata lain realitas eksternal objektif masyarakat bergema atau bergaung di televisi, jadi apa yang terjadi di masyarakat terdengar gema atau gaungnya di TV dan diterima oleh penonton, namun keadaan ini tetap menimbulkan kultivasi.

Dalam kaitannya dengan penelitian yang akan penulis lakukan tentang Pengaruh Tayangan Metro TV News Room Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Jurnalis, maka uraiannya dengan teori kultivasi yang sudah di jelaskan di atas Teori Kultivasi atau disebut juga “analisis kultivasi” merupakan teori yang memperkirakan dan menjelaskan mengenai pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengkonsumsi pesan media dalam jangka panjang, terutama dalam penelitian ini mahasiswa yang pernah menonton acara ini. Jangka panjang yang dimaksud disini yaitu setelah menonton tayangan ini menimbulkan efek jangka panjang dalam diri mahasiswa terutama ingin menjadi seorang jurnalis.

¹² *Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI)*