

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) massa. Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of massa communication* (media komunikasi massa). Jadi komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan berbentuk informasi yang disampaikan kepada khalayak melalui media, media massa menunjukkan pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Komunikasi yang melalui media massa seperti media cetak dan elektronik. Dalam perkembangan komunikasi massa yang modern, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni di temukannya internet jadi media massa itu antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film.¹

Komunikasi massa secara sederhana sebagai pesan yang di komunikasikan melalui media massa, istilah massa menggambarkan suatu (orang atau barang) dalam jumlah besar sementara 'komunikasi' mengacu pada pemberian dan penerimaan pesan. Definisi komunikasi massa oleh Janoeitz menyatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dimana kelompok-kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebar luaskan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan heterogen.²

Secara umum siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut program *infotainment* dan informasi disebut juga program berita (*news*). Program informasi yaitu program yang sangat terikat

¹Nurdin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.4.

²Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 186.