**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbicangkanm bukan hanya di kalangan ilmuan komunikasi tetapi juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin yaitu *communis* yang berarti ”sama,” *communico, comunicatio, atay communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainya yang mirip.

Komunikasi Menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi adalah “interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih” kemudian menurut Tubbs dan Moss komunikasi adalah proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih

Meskipun komunikasi menyangkut perilaku manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi. Menurut Pace dan Faules perbedaan tersebut sederhana tapi rumit sebagai contoh apakah bernayanyi sendirian di kamar mandi itu merupakan komunikasi? Akantetapi sebenarnya jawaban atas pertanyaan tersebut kembali lagi dengan bagaimana kita mendefinisikan komunikasi.

Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental dan persuasif kita berkomunikasi untuk mengajak baik itu orang lain dan sebenarnya bisa juga berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika kita ingin melakukan suatu hal yang menjadi dilema bagi kita, kita akan berusaha mempertimbangkan apa tindakan yang akan dilakukan, hal tersebut juga disebut sebuah komunikasi.

Lebih dalam lagi menurut **Ross** dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Mulyana** bahwa Komunikasi adalah sebagai berikut:

**Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol. Simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikiranya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.(2001:69)**

Intinya apa yang disampaikan oleh Ross adalah adanya respon balik dari pesan yang disampaikan komunikator agar sama dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi sebenarnya belum ada persetujuan antara ahli-ahli sebagai definisi yang paling utama dan disetuijui oleh para ahli-ahli tersebut.

Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, Menurut **Rogers dan Kincaid** pada 1981 dalam Pengantar ilmu komunikasi karya **Cangara** bahwa:

**Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain-nya, yang pada giliranya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.(2006:19)**

Rogers mendoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi(pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari-orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

* + 1. **Unsur - unsur Dasar Komunikasi**

**1. Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khlayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, source, encoder. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

**2. Pesan**

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Menurut **Cangara** dalam Pengantar Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut:

**Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak - gerik, bahas lisan, dan bahasa tulisan (2006 : 23).**

Dari definisi diatas dapat kita pahami bahwa sebuah pesan yang disampaikan tidak dapat langsung dimengerti. Oleh sebab itu diciptakanlah sejumlah lambang-lambang yang membantu mempermudah sebuah pesan agar dapat diterima dengan baik.

**3. Media**

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara**,** media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga.

Dalam Pengantar Ilmu komunikasi **Cangara** dikatakan bahwa :

**Pesan - pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentikan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. (2006 : 119)**

Sedangkan dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Vardiansyah** ,

**Media bentuk jamak dari medium medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (2004 : 24 - 26)**

Dalam hal ini, komunikator memerlukan sebuah media untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikannya kepada komunikan. Media ini disebut juga sebagai alat atau perantara antara komunikator dan komunikan.

**4. Komunikan**

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

**5. Efek**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasn, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

* + 1. **Fungsi Komunikasi**

**1. Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyarakan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelansungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

a. Pembentukan konsep diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang - orang dekat lainnya dekat sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan significan

others.

b. Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri.

c. Untuk keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan Komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

**2. Komunikasi Ekspresif**

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakuakan baik sendirian ataupun dalam kelompok.. komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan - perasaan (emosi) kita.

**3. Komunikasi Ritual**

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

**4. Komunikasi Instrumental**

Komunikasi istrumental mempunyai beberapa tujuan umum seperti yang dimaksudkan oleh **Mulyana** Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut:

**Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui. (2005:5-30)**

Dari beberapa tujuan komunikasi instrumental yang dijelaskan diatas, dalam komunikasi mengandung pula muantan persuasive atau keadaan dimana komunikator memiliki tujuan agar komunikan mempercayai informasi yang disampaikannya.

* + 1. **Proses Komunikasi**

Komunikasi dapat berlangsung dengan abaik apabila proses komunikasinya berjalan dengan baik dan lancar. Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal - hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama (selaras, serasi), serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Effendy** proses komunikasi adalah sebagai berikut:

**Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat. (1989 : 63-64)**

Menurut **Courtland L. Bovee dan John V. Thil** dalam Business Communication Today **Purwanto** Komunikasi Bisnis, proses komunikasi (communication process) terdiri atas enam tahap, yaitu :

**1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan Sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan idea tau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide - ide yang ada dalm benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan**.

**2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan.Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna.. proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah ke dalam bentuk pesan - pesan seperti dalam bentuk kata - kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.**

**3. Pengirim menyampaikan pesan .Setelah mengubah ide - ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan.**

**4. Penerima menerima pesan. Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan tersebut. Pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja.**

**5. Penerima menafsirkan pesan. Setelah penrima menerima suatu pesan, tahap berikutnya ialah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaiman yang dimaksud oleh pengirim pesan.**

**6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik (feedback) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan member tanggapan dengan cara tertentu dan member sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia memberi kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Di samping itu, adanya umpan balik dapat menunjukan adanya faktor - faktor penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata -kata, dan perbedaan reaksi secara emosional. (2003 : 11 - 14)**

Dari ke enam tahap proses komunikasi yang dijelaskan diatas Dapat kita garis bawahi bahwasaanya dalam memulai sebuah proses kumunikasi, seorang komunikator harus mempunyai suatu ide atau gagasan yang jelas. Hal ini tentu harus menjadi perhatian karena ini merupakan tahapan awal sebuah proses kumunikasi berlangsung.

* 1. **Komunikasi Massa**

**2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa sendiri berasal dari istilah bahasaa Inggris yakni *Mass Communication*. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bitter** (Ardianto, dkk. 2007:3) yakni *“komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number people).*

Definisi Komunikasi massa dalam buku **Psikologi Komunikasi** karya **Jalaluddin Rakhmat** adalah sebagai berikut:

**Komunikasi massa diartikan sebagai 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. (Rakhmat, 2008:189)**

Pendapat lain mengenai komunikasi massa diungkapkan oleh **Hikmat** dalam bukunya **Etika & Hukum Pers** mengartikan :

**Komunikasi massa atau *mass communication* ialah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, dan televisi, bahkan internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media massa. (2011:71)**

Dari beberapa pengertian komunikasi massa, dapat di simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menyampaikan pesan kepada komunikan berjumlah banyak berupa informasi, gagasan dan sikap dengan menggunakan media massa sebagai saluran masal.

**2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto dkk,** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

1. **Komunikator terlembaga. Komuniaksi itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Misalnya, proses penyusunan pesan itu diterima oleh komunikan, jika pesan itu sisampaikan melalui surat kabar, maka komikatornya adalah redaksi surat kabar tersebut.**
2. **Pesan bersifat umum. Artinya komunikasi massa itu ditunjukan untuk semua orang dan tidak ditunjukan untuk kelompok orang tententu. Oleh karenya, pesan komunikasi mass bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.**
3. **Komunikannya anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Komunikan komunikasi massa juga adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yangh berbeda-beda.**
4. **Media massa menimbulkan keserempakan. Kelebihan komunikasi massa dengan komunikasi lain, adalah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak memperoleh pesan yang sama pula.**
5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbangan hubungan. Deimensi ini menujukan muatan atau isi komuniksi, yaitu apa yang dikatakan,sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.**
6. **Komunikasi bersifat satu arah. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komuniakto dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator lebih aktif menyampaikan pesan, komunkanpun aktif menerima pesan, namun diantara keduannya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antar personal. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.**
7. **Stimulus alat indra terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan penglihatan dan pendengaran.**
8. **Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*). Dalam prose komuniksi massa, unpan balik bersifat tidak langsung (indeirct) dan tertunda (delayed). Artinya komunikator komunikasi massa tidak dapt dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan.**

Komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya **Cangara,** yaitu :

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanin. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.**
2. **Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik sperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.**
3. **Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasai jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998: 36).**

Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

**2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi menurut Dominick (2001) dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karangan **Ardianto** dkk yakni :

1. ***Surveilance* (pengawasan)**

**Fungsi pengawasan komunikasi dibagi dalam bentuk utama: warning or bewere surveillance (pengawasan peringatan), instrumental suveilance (pengawansan instrumental)**

1. ***Interpretation* (penafsiran)**

**Fungsi penafsiran hamper mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian – kejadian penting. Organisasi atau industry media memilih dan menentukan peristiwa – peristiwa yang dimuat atau ditanyangkan.**

1. ***Linkage* (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkpage* (pertalian) berdasarkan kepentingan da minat yang sama tentangsesuatu.**

1. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**

**Fungsi ii juga disebut *socialization* (sosialisasi) mengacu pada cara, individu mengadopsi perlaku dan nilai kelompok yang mewakili gambaran masyarakat itu di tonton, didengar dan dibaca**

1. ***Entertainment* (Hiburan)**

Dari ke beberapa fungsi komunikasi diatas, di zaman sekarang ini dapat kita ketahui bersama bahwasannya fungsi *Entertainment* atau hiburan memang lebih dominan diantara fungsi-fungsi yang lain.

Sedangkan menurut **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** (2011) komunikasi massa dapat berfungsi sebagai berikut :

1. **Informasi; yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan bergagai pesan berupa opini komentar. Sehingga orang bisa mengetahui lingkungan sekitar nasional hingga internasional.**
2. **Sosialisasi; yaitu menyediakan mengajarkan ilmu pengetahuan sehingga orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada sebagai anggota mansyarakat.**
3. **Motivasi; yaitu mengikuti kemajuan orang lain, malalui apa yang mereka lihat, baca, dengar lewat media massa.**
4. **Bahgan Diskusi; menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk memcapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai nilai-nilai yang menyangkut orang banyak.**
5. **Pendidikan; yaitu membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan seluas-luasnya, baik formal maupun informal. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi di sekolah.**
6. **Memajukan Kebudayaan; yaitu bisa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televise ataupun cetak.**
7. **Hiburan; sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahsa, membawa orang menikmati hiburan seperti kebutuhan pokok.**
8. **Intergritas;komuniikasi seperti satelit dapat dimaafaatkan untuk memjembatani perbedaan-perbedaan itu dalma memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.**

Sarana seperti televisi, radio film serta surat kabar ataupun media online memang merupakan sarana yang paling baik untuk menyampaikan informasi dalam bentuk komunikasi massa. Pesan berupa informasi yang disampaikan melalui media massa dapat diserap dengan baik oleh masyarakat secara luas.

Dewasa ini, arus informasi memang tak bisa dibendung lagi. Informasi memang sangat di butuhkan untuk menunjang segala aspek kehidupan masyarakat mulai dari sosial, politik, ekonomi, hukum hingga gaya hidup. Namun tidak semua informasi yang sampaikan melalui media massa bersifat positif, ada informasi yang bersifat negative yang dikhawatirkan bisa merusak moral bangsa. Apalagi sekarang mansyarakat Indonesia lebih condong kebaratannya. Oleh karena itu masyarakat yang berperan sebgaia khalayak baik itu pendengar, pembaca, penonton atau pemirsa di tuntut agar lebih bisa memilih dan memilah informasi mana yang baik untuk di serap.

* + 1. **Model Komunikasi Massa**

Di dalam buku karangan **Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah** berjudul **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** **Masyarakat** ada beberapa model komunikasi massa yang terkenal yakni:

1. **Model Satu Tahap.**

**Model ini didasarkan atas anggapan bahwa media massa secara langsung sampai pada komunikannya. Tidak menggunakan pemuka sebagai penerus pesan arti media massa tersebut. Namun model ini juga mengakui bahwa media bukan merupakan alat yang teramat kuat pengaruhnya dan efek bagi tiap komunikannya berbeda satu sama lain.**

1. **Model Komunikasi Dua Tahap.**

**Model komunikasi ini beranggapan bahwa dalam penyampaian melalui media massa, tidak dapat langsung kepada publiknya tetapi pemuka pendapat. Artinya dari media massa sampai pada pemuka pendapat kemudian baru para pemuka inilah yang meneruskannya kepada komunikan yang dimaksud oleh media massa tadi. Di sini sering terjadi erosi dari pada volume informasi atau juga dapat terjadi penambahan volume informasi dari yang sebenarnya oleh para pemuka pendapat.**

1. **Model Komunikasi Banyak Tahap.**

**Model yang menyatakan lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terhadapa semua saluran yang berganti-ganti.**

1. **Model komunikasi Uses and gratifications.**

**Merupakan model pengembangan dari jarum hipodermik. Namun, model ini tidak tertarik kepada apa yang dilakukan orang-orang terhadap media. Khalayak hanya dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.**

1. **Model Genda Setting**

**Dengan memperhatikan beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan mempengaruhi opini public. Artinya membentuk persepsi khalayak apa yang dianggap penting. Jadi, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting juga oleh khalayak**

Beberapa pernyataan model komunikasi, menunjukan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang diajukan kepada khalayak yang terbesar, heterogen dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau sesaat. Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh pakar komunikasi bisa disimpulkan bahwa model komunikasi massa dibuat dan dikembangkan secara berbeda sesuai dengan pemahaman para pakar.

* 1. **Pengertian Jurnalistik**

Pengertian jurnalistik baik itu dari pakar ataupun dari praktisi pada dasarnya adalah sama akan tetapi perbedaanya terletak dari bagaimana mereka memaknai arti kata jurnalistik itu sendiri. Banyak ahli atau pakar yang mengutarakan definisi dari jurnalistik akan tetapi konsep dari jurnalistik itu tidak jauh berbeda. Secara etimologis, jurnalistik berasal dari bahasa Prancis, “*journ”* , bahasa Belanda “*journalistiek”* atau dalam bahasa Inggris “*journalism”* yang bersumber pada perkataan “*journal”* sebagai terjemahan dari bahasa Latin “*diurnal”* yang berarti “harian” atau “setiap hari”atauberarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari .

Jurnalistik merupkan kegiatan yang dilakukan setiap hari dan bisa di katakan bahwa jurnlistik itu memiliki faktor aktualitas, dimana ke aktualitasan adalah pendorong berkembangan dunia jurnalistik itu sendiri. Kegiatan jurnalistik sendiri terkgantung pada media massa sebagai saluranya. Khalayak sebagai audience yang selalu berhubungan dengan kegiatan setiap hari, selalu terkait dengan fenomena-fenomena yang menyangkut hidup mereka akan selalu ingin mengetahui berita atau informasi yang aktual melalui media massa. Di dalam jurnalistik mencari, menyunting, mengolah, menumpulkan, menyebarkan adalah termasuk kegiatan jurnalistik.

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewodarminta,**:

**Jurnalistik berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).**

Kemudian menurut **Assegaff dalam** Jurnalistik Indonesia **Sumadiria**, Jurnalistik adalah

**Kegiatan untuk menyiapkan, mengedit dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkala lainya (1983:9)**

. Menurut **Sumadiria** dalam bukunya Jurnalistik Indonesia Jurnalistik didefiniskan Sebagai :

**Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2005:3)**

Adapun pengertian jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku Jurnalistik Praktis **,** mengemukakan:

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita *(news)* dan pandangan *(views)* kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)**

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Sudirman Tebba, Jurnalistik Baru**, yakni:

* 1. **Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
  2. **Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
  3. **Unsure 5W + 1H tetap ada.**
  4. **Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
  5. **Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005: 3).**

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang menngandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada sajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsif yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik, maupun internet.

* + 1. **Bentuk Jurnalistik**

Menurut **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnlaitik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line *(internet*) (2006: 4).**

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini tejadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

**2.4 Tinjauan Tentang Presepsi**

Presepsi (dari bahasa Latin *preciption*) adalah tindakan menyusun, mengenali, menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Presepsi meliputi dalam system saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya mengenai retina pada mata, penciuman yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Presepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Presepsi bergantung pada fungsi kompleks system saraf, tetapi tampak tisak ada karena terjadi di luar kesadaran.

**2.4.1 Definisi Presepsi**

Ada beberapa batasan yang diberikan oleh para ahki mengenai persepsi. Pengertian persepsi dapat dijelaskan bahwa persepsi adalah kemampuan membedak-bedakan, mengelompokan memfokuskan perhatian terhadapa suatu obyek rangsangan

Jalaludin rakhmat (2007:51) menyatakan bahwa persepsi adalah pengamatan tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperolehdengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan informasi.

Selain itu juga, persepsi adalah proses aktid pemilihan, pengorganisasian dan interpretasi objek orang, kejadian, situasi, dan kegiatan. Hal yang pertama harus diingat tentang definisi ini bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Manusia tidak pasif dalam menerima rangsangan stimuli. Sebaliknya, manusia aktif berinteraksi dan merspon suatu pesan dalam memaknai suatu objek atau fenomena. Dalam prosesnya, ketika orang menerima suatu pesan, ia akan menyeleksi (memusatkan perhatian dari apa yang ia anggap penting dalam beberapa hal), kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberikan makna pada suatu objek atau peristiwa.

Persepsi terdiri dari tiga proses: memilih, pengorganisasian, dan interpretasi. Proses ini tumpang tindih dan berkesinambungan, sehingga mereka berbaur, dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, sehingga setiap mempengaruhi satu sama lain.

Menurut Julia T.Wood dalam bukunya Communication in our lives fourth edition. Terjadi sebuah presepsi terbagi menjadi 3, yaitu:

1. **Selecting**

**Pada situasi orang memusatkan pribadinya pribadinya pada apa yang ia anggap penting, dia tidak peduli pada beberapa hal lain yang ada disekitar objek orang menyeleksi pesan, dari stimuli yang diterima, tidak secara keseluruhan. Setiap apa yang terjadi di bumi ini, orang tidak melihatnya secara utuh, melainkan hanya sebagian dari objek tersebut.**

1. **Organizing**

**Orang atau masyarakat mengorganisasikan pesan itu dengan cara yang berbeda, dan pesan tersebut harus dipahaminya. Setelah menyeleksi suatu pesan, kemudian dia akan menyusun dalam beberapa macam kategori. Teroi yang menjelaskan bagaimana kita mengorganisasikan persepsi adalah contructivisme, yang mana situasi yang telah diorganisasikan, dan pengalaman menginterpretasikan dari percobaan struktur kognitif yang disebut schemata.**

1. **Interpretasi**

**Interpretasi adalah proses subjektif dari penjelasan persepsi untuk membiarkan orang memberikan maknanya kepada suatu objek. Untuk mengartikan makna, orang membangun penjelasan dari apa yang mereka katakan dan lakukan.**

Pendapat diatas sangat berbeda dengan apa yang diungkapkan oleh Jalaludin Rahmat yang mengungkapkan tahapan munculnya atau terjadinya suatu prespsi didasari oleh empat faktor yaitu selecting, organizing, interpretating, dan meaning.

**2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu factor internal dan factor eksternal.

1. Factor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu factor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:

**-Fisiologis** : Informasi yang masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi arti pada tiap orang-orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

**-Perhatian** : Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan dan memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek. Energi setiap orang berbeda-beda sehingga perhatian sesorang terhadap objaek juga berbeda juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek.

**-Minat : Persepsi** terhadap suatu onjek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energy atau *perceptual vigilance* yang digerkkan untuk mempersepsi. *perceptual vigilance* merupakan keecenderungan sesorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

**-Kebutuhan Yang Searah :** Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

**-Pengalaman Dan Ingatan :** Pengalamandan ingatan dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana sesorang dapat mengingat kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsangan dalam pengertian luas.

**-Suasana Hati :** Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukan bagaimana perasaan sesorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2. Faktor eksternal yang mempengaruhi presepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlihat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut panadang sesorang terhadap dunia sekitarnya dan memoengaruhi bagaimana sesorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi prespsi adalah :

**-Ukuran Dan Penempatan Dari Obyek Atau Stimulus :** Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

**-Warna Dari Obyek-Obyek Mempunyai Cahaya Lebih Banyak:** Ini akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

**-Keunikan Dan Kekontrasan Stimulus :** Stimulus luar dan penampilanya dengan latar belakang dan sekelilingya yang sama sekali di luar sangkaan indivisu yang lain akan banyak menarik perhatian.

**-Intensitas Dan Kekuatan Dari Stimulus :** Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila sering diperhatikan, dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

**-Motion Atau Gerakan :** Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Sedangkan menurut **Krech dan Crutch Field** sebagaimana dikutip oleh Jalaludin Rakhmad empat faktor yang mempengaruhi presepsi adalah :

1. **Kebutuhan : merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita**
2. **Kesiapan mental : kesanggupan penyesuaian atau penyesusaian sosial keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.**
3. **Suasana emosional : kondisi perasaan yang berkesinambungan, dicirikan dengan selalu timbuknya perasaan-perasaan yang senang atau tidak senang latar belakang atau tata nilai yang dianut oleh sesorang.**
4. **Latar belakang budaya merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.**

**2.3.3 Faktor Yang Menentukan Presepsi**

**David krech dan Richard s. cruthfield (1997)** dalam bukunya Rakhmat psikologi komunikasi menyebutkan bahwa faktor faktor menentukan persepsi adalah faktor fungsional dan faktor structural. Adapun penjelasannya adalah sebagai berilut:

1. **Faktor fungsional : faktor fungsuional berasal dari kebtuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu.**
2. **Faktor stuktural : faktor stuktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. (2008:55-58).**

Dari penjelasan diatas kita juga dapat mengetahui bahwa adanya dua faktor yang bisa menentukan presepsi. Tentu kedua faktor tersebut memiliki perbedaan yang mana ada yang bersal dari pengalaman masa lalu dan juga berasal dari stimuli fisik.

Dalam sebuah persepsi jika tidak ada faktor-faktor yang mempengaruhinya maka sebuah persepsi itu ouin tidak akan timbul dala invidu tertentu ataupun sebuah kelompok public yang lain, sehingga individu harus mampu mengerti tentang terjadinya sebuah presepsi dalam dirinya ataupun orang lain.

* + 1. **Perbedaan Persepsi Dan Sensasi**

Istilah persepsi sering disamakan dengan sensasi, melibatkan penilaian, inferesi, interpretasi, bias atau prakonseptualisasi, sehingga bisa salah, sensasi dipandang sebagai pasti, ditentukan secara mendasar, fakta kasat. Menurut beberapa pendapat persepsi lebih berhubngan dengan kognitif, sedangkan senasasi lebih berkonotasi pada sebuah hubngan dengan perasaan (tetapi bukan dengan emosi)

Jadi, proses presepsi dan sensansi itu berbeda. Dalam ungkapan lain disebutkan, persepsi ialah menafsirkan stimulus yang telah ada didalam otak sedangkan sensasi adalah penerimaan stimus lewat alat indera. (Mahmud, 1990:4).

**Krenneth E, Andersen (1972:51-52)** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi adalah :

1. **perhatian itu merupakan proses aktif dan dimanmis bukan dinamus dan refleksif.**
2. **Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol atau melibatkan kita.**
3. **Kita menaruh perhatian kepada hal-hal tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan da kepentingan kita.**
4. **Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian, tetatpi juga apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita.**
5. **Dalam situasi tertentu kita secara sengaja menstrukturkan prilaku untuk menghindari terapan stimuli tertentu yang ingin kita abaikan.**
6. **Walaupun perhatian kepada stimuli berarti stimuli tersebut lebih kuat dan lebih hidup dalam kesadaran kita, tidaklah berarti bahwa persepsi kita akan betul-betul cermat.**
7. **Perhatian tergantung kepada kesiapan mental kita**
8. **Tenaga-tenaga motivasional sangatpenting ddalam menentukan perhatian dan persepsi.**
9. **Intensitas perhatian tidak konstan**
10. **Dalam hal stimuli yang menerima perhatian, perhatian juga tidak konstan.**
11. **Usaha untuk mencurahkan perhatian sering tidak menguntungkan karena usaha itu sering menuntut perhatian.**
12. **Kita mamou menaruh perhatian pada stimuli secara serentak.**
13. **Perubahan atau variasi penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian. (2008:54-55)**

Ada beberapa perbedaan antara persepsi objek dengan interpersonal yaitu :

1. Pada persespi objek, stimuli ditangkap oleh alat indera kita melalui benda-benda fisik: gelombang, cahaya, gelombang suara, temperature dan sebagainya. Pada persepsi interpersonal, stimuli mungkin sampai kepada kita melalui lambing-lambang verbak atau grafis yang disampaikan pihak ketiga.
2. Bila kita menanggapi objek, kita hanya menanggapi sifat-sifat luar objek itu, kita tidak meneliti sifat-sifat di dalam objek terssebut. Pada persepsi interpersonal, kita mencoba memahami apa yang tidak nampak pada alat indera kita. Kita tidak hanya melihat prilakunya, kita juga melihat mengapa ia berprilaku seperti itu,. Kitu mencoba memahami bahkan saja tindakan, tetapi juga motif tindakan itu.