

**JURNAL PROSIDING
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DHARMAWANGSA**

PENGARUH KOMUNIKASI MASSA TERHADAP KHALAYAK

Indra Wati

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dharmawangsa Medan, Indonesia

indrawati@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi kehidupan masyarakat baik secara negatif maupun positif. Karena berbagai jenis teknologi komunikasi massa yang dimiliki orang saat ini, dimungkinkan untuk memengaruhi khalayak dan individu. Pengaruh media massa terhadap individu dapat terjadi dalam satu langkah dan dua langkah. Dampak komunikasi terjadi pada suatu tahap (stage following) dimana komunikasi massa dapat langsung mempengaruhi individu tanpa menelaah opinion leader atau opinion leader. Di sisi lain, Two Step Flow adalah proses komunikasi di mana media memengaruhi individu melalui para pemimpin opini. Model aliran dua fase adalah studi yang berorientasi pada efek. Asumsi model aliran dua tahap adalah efektivitas komunikasi massa terjadi pada tahap pertama melalui pemimpin opini. Tanpa peran seorang opinion leader, efektivitas komunikasi massa dengan publik sangat terbatas. Langkah selanjutnya bagi para opinion leader adalah membawa ide-ide yang mereka pahami dari media arus utama ke masyarakat luas.

Kata kunci: Pengaruh, Media, Publik

Abstract

Technological developments have affected people's lives both negatively and positively. Due to the various types of mass communication technologies that people have today, it is possible to influence audiences and individuals. The influence of the mass media on individuals can occur in one step and two steps. The impact of communication occurs at a stage (stage following) where mass communication can directly influence individuals without examining opinion leaders or opinion leaders. On the other hand, Two Step Flow is a communication process in which the media influence individuals through opinion leaders. The two-phase flow model is an effect-oriented study. The assumption of the two-stage flow model is that the effectiveness of mass communication occurs in the first stage through opinion leaders. Without the role of an opinion leader, the effectiveness of mass communication with the public is very limited. The next step for opinion leaders is to bring the ideas they understand from the mainstream media to the wider community.

Keywords: Influence, Media, Public

A. Pendahuluan

Era globalisasi mempengaruhi kompleksitas sistem sosial budaya masyarakat. Perkembangan media semakin cepat seiring dengan perubahan dramatis yang terjadi dalam teknologi komunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan dampak positif dan negatif terhadap perubahan global dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat.

Komunikasi massa adalah komunikasi massa, baik cetak maupun elektronik, yang dikelola oleh suatu lembaga atau pendirinya dan ditujukan kepada banyak orang secara tersebar, anonim, dan heterogen. Laju perkembangan komunikasi massa yang begitu pesat, memiliki nilai tersendiri dalam setiap aspek kehidupan sosial budaya yang sarat dengan perubahan perilaku manusia. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikatif dan komunikasi pada gilirannya mendefinisikan, mempertahankan, mengembangkan atau menyampaikan budaya. Pengaruh model media satu tingkat mengasumsikan bahwa masyarakat mengalami perubahan sikap setelah melihat pesan media

secara langsung tanpa perantara, yaitu opinion leader. Aliran dua fase (aliran dua fase), menyatakan bahwa pesan media menjangkau publik melalui para pemimpin opini. Teori ini menjelaskan bahwa pengaruh media massa terhadap masyarakat tidak secara langsung, melainkan melalui perantara, yaitu. Opinion Influencer Opinion Influencer tidak hanya menyampaikan konten media tetapi juga interpretasi mereka. Pemimpin opini sangat efektif dalam membujuk orang untuk mengubah perilaku dan sikap mereka. Kata communication atau dalam bahasa inggris communication berasal dari bahasa latin Communicatio dan berasal dari Communis, artinya sama. Sama artinya sama artinya disini (Effendy, 2011: 9). Terminologi komunikasi menurut Kincaid adalah proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih, yang pada gilirannya menciptakan saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2005: 19). Onong Uchjana Effendi berpendapat bahwa paradigma komunikasi sangat luas yaitu proses dimana seseorang

menyampaikan suatu pesan kepada orang lain untuk menginformasikannya (untuk menyampaikan pesan kepada klien) atau untuk menyatakan sikap, pendapat atau tingkah laku atau langsung mengubah secara verbal. maupun tidak langsung melalui media (Effendy, 2000:

5). Komunikasi digunakan untuk mencapai berbagai tujuan termasuk kesenangan, kasih sayang, inklusi, melarikan diri, relaksasi dan kontrol. Komunikasi telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Keberhasilan komunikasi adalah ketika kita mengetahui dan mempelajari unsur-unsur proses komunikasi. Elemen terkait adalah sumber, pesan (Stewart L. Tubbs:

1996:

9), saluran (channels, media) dan penerima (receiver), publik. Komunikasi dianggap efektif ketika penerima pesan menerima pesan yang disampaikan dan memiliki arti yang sama. Membangun hubungan yang efektif dalam komunikasi kelompok tidak semudah dalam komunikasi interpersonal. Karena semakin

banyak anggota suatu kelompok, semakin banyak distorsi yang terjadi. Dalam menyampaikan pesan kepada suatu medium, medium biasanya memikirkan teknik komunikasi apa yang harus digunakan agar tujuan komunikasi itu efektif. Tanpa menimbang dan memilih teknologi komunikasi yang tepat, maka tujuan yang diinginkan tidak akan tercapai secara maksimal. Sebuah proses dalam arti kata yang sebenarnya

Komunikasi yang terwujud gagal karena tidak ada yang mengerti apa yang sedang dikomunikasikan. Berbicara mengenai teknik komunikasi, Onong Uchjana Effendy membaginya menjadi empat bentuk, yaitu komunikasi informasi. (komunikasi informasional), komunikasi persuasif (persuasive communication), komunikasi persuasif/educational (komunikasi persuasif/pendidikan) dan interpersonal (Human Relation) (A.W. Widjaja, 1986:

14). Pendapat di atas nampaknya kurang sejalan dengan Hafied Cagara yang mengklasifikasikan teknik komunikasi ke

8). Komunikasi preskriptif adalah suatu proses dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikator berupa instruksi atau instruksi dengan maksud untuk menimbulkan perubahan perilaku komunikator (kognitif, afektif, dan perilaku). Karena istilah dapat diajarkan berasal dari kata instruction, yang artinya petunjuk, pelajaran atau perintah atau instruksi. Komunikasi yang bisa disebut sebagai contoh praktik komunikasi yang menciptakan tren (Yusuf, 2008: 8)

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan kepada media yang bersifat persuasif dan memberikan sanksi jika tidak dilaksanakan. Ancaman atau sanksi tertentu biasanya digunakan dalam komunikasi paksa, mis. perintah, arahan, arahan baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang berlangsung antara orang-orang dengan menggunakan media massa. Tujuannya adalah agar pendengar, pembaca, dan profesional media dapat secara bersamaan memahami tujuan isi pesan media bagi individu maupun bagi pesan

yang mewakili lembaga atau institusi. Komunikasi massa dapat didefinisikan oleh tiga karakteristik:

- 1) komunikasi massa menargetkan audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim; 2) Pesan-pesan kunci seringkali diatur waktunya untuk menjangkau sebanyak mungkin audiens sekaligus dan bersifat sementara; 3) komunikator pada umumnya atau bekerja dalam organisasi yang kompleks, yang dapat menimbulkan biaya tinggi (Wright, 20). 15).

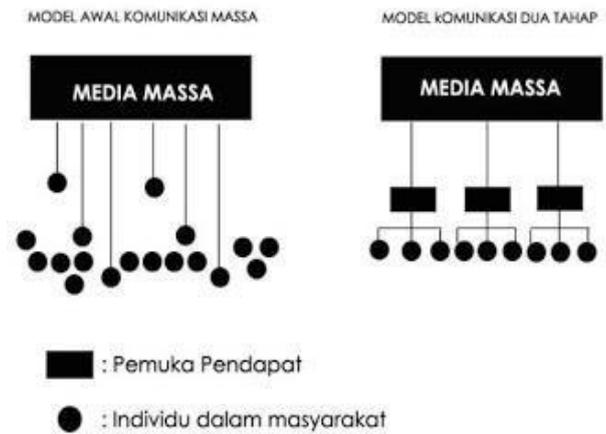
PEMBAHASAN

Pengaruh terpaan media adalah pengaruh terpaan media terhadap kita. Ada tiga media: Efek media, perubahan audiens media, dan deskripsi penelitian tentang efek media, namun penulis hanya membahas lima efek efek media pada individu. makhluk fisik. Pertama, dampak ekonomi dari produksi, distribusi, dan penggunaan berbagai layanan media menciptakan lapangan kerja yang tidak terisi. Kehadiran media jelas mendorong berbagai bisnis. Misalnya, bisnis restoran, mulai dari pedagang, dapat membayar iklan untuk menarik para ahli kuliner melalui media, baik elektronik maupun

cetak. Dan Anda dapat yakin bahwa ada lebih banyak penghibi daripada non-promotor. tentang kemungkinan membuka pekerjaan untuk memperbaiki restoran

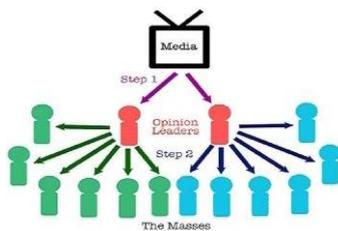
Kedua, pengaruh sosial mengacu pada pengaruh itu Bagaimana kita bisa menghargai seseorang yang telah mempengaruhi alam? Efek

komunikasi massa merujuk pada masalah efek komunikasi massa, efek inilah yang menjadi pusat perhatian publik melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh kelompok sasaran. Sehingga mereka dapat mencoba mencari cara atau saluran yang dapat mempengaruhi publik. Model komunikasi unilevel ini menyatakan bahwa saluran media berkomunikasi langsung dengan media tanpa mentransmisikan pesan melalui individu lain, tetapi pesan tidak mencapai dan mempengaruhi semua media dengan cara yang sama. Model komunikasi satu langkah adalah model jarum halus. Selain itu, model kesatuan memungkinkan saluran komunikasi massa untuk secara langsung memediasi efek komunikasi. Para ilmuwan berpendapat bahwa efek media massa bersifat langsung seperti yang disarankan oleh teori jarum suntik. Lazarsfeld menggunakan pemilihan presiden Amerika tahun 1940 untuk ini. Lazarsfeld dan beberapa rekan memilih kabupaten Erie, Ohio, dan Elmira



Dalam analisis penelitiannya, Lazarsfeld kemudian mengusulkan gagasan "aliran dua tahap" dan konsep "pemimpin pendapat", yang pengamatannya tentang kegagalan media massa untuk mempengaruhi kontak antar orang menyebabkan. pada gagasan bahwa "informasi sering mengalir dari radio dan surat kabar ke pemimpin opini dan dari mereka ke orang lain yang kurang aktif dalam masyarakat". Penelitian itu kemudian dilanjutkan dengan penelitian yang lebih serius dan evaluasi ulang terhadap teori komunikasi massa awal dengan teori yang mereka kembangkan. Secara umum, menurut teori ini, media massa tidak beroperasi dalam ruang hampa sosial, tetapi memiliki akses ke jaringan relasi sosial yang sangat kompleks dan bersaing. Sumber ide, pengetahuan dan kekuatan. Model aliran komunikasi dua fase menggambarkan proses mempengaruhi penyebaran informasi melalui media massa kepada publik. Model ini dimulai oleh Katz dan Lazarsfeld. Menurut model

ini, penyebaran dan pengaruh informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui media tidak terjadi secara langsung (one step), melainkan melalui perantara seperti “opinion leader”. Oleh karena itu, pengaruh media massa terhadap penyebaran informasi terjadi dalam dua tahap: Pertama, informasi mengalir dari media ke para pemimpin opini; Kedua, opinion leader menyampaikan informasi (opini) kepada banyak orang yang menjadi pengikutnya.



sumsi di balik model komunikasi dua tingkat ini adalah: 1) anggota masyarakat pada dasarnya tidak hidup menyendiri, tetapi secara aktif berinteraksi satu sama lain dan menjadi anggota dari satu atau lebih kelompok sosial; 2) Tanggapan dan reaksi terhadap komunikasi massa tidak terjadi secara langsung dan seketika, melainkan melalui perantara yaitu. hubungan sosial; 3) Opini influencer biasanya adalah sekelompok orang yang secara aktif menggunakan media dan bertindak sebagai sumber pengaruh dan sumber informasi. Negara-negara berkembang (termasuk Indonesia) cenderung mengikuti model “komunikasi dua tingkat”. Penyebaran

informasi kepada khalayak luas melalui media massa memang benar, namun dalam perkembangan selanjutnya para ahli melihat adanya perbedaan dalam proses penyebaran informasi. Model penyebaran informasi tidak selalu dua tingkat, tetapi bisa satu tingkat atau lebih dari dua tingkat, tergantung pada keadaan individu masyarakat. Model ini kemudian disebut komunikasi multifase atau komunikasi polifasik (Schramm, 1973). Wiryanto dalam bukunya *Communication Theory* berpendapat bahwa tidak semua pesan media sampai ke khalayak massa secara langsung, tetapi sebagian besar terjadi secara bertahap. Fase pertama dari media kepada anggota masyarakat massa tertentu (opinion leader) yang bertindak sebagai gatekeeper (penyaring berita) dan dari sana pesan media disiarkan kepada anggota masyarakat massa lainnya sehingga pesan media akhirnya sampai. seluruh penduduk (Wiryanto, 2000: 3). Ini membantu kita fokus pada hubungan yang saling melengkapi antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal. Pemuka pendapat atau opinion leader memiliki peran aktif dan metode komunikasi tatap muka yang melihat peran penting

dalam setiap situasi komunikasi. Menyediakan fasilitas untuk mempelajari fenomena komunikasi massa yang sangat kompleks. Penelitian yang lebih dalam didorong untuk berhasil memupuk munculnya teori-teori komunikasi massa lainnya. Kelemahan dari teori aliran satu fasa adalah:

1) Media massa tidak memiliki banyak

Kelebihan komunikasi dua langkah, yaitu:

1) Dapat membantu kita memusatkan perhatian pada adanya hubungan yang saling melengkapi atau komplementer antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal; 2) Opinion leader memiliki peran aktif dan sumber daya untuk berkomunikasi secara tatap muka, yang dianggap memiliki peran penting dalam setiap situasi komunikasi, terutama bagi masyarakat di negara berkembang; 3) menyediakan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk mempelajari fenomena komunikasi yang kompleks; 4) Model dua tahap ini menunjukkan dua hal yang menonjol, yaitu: a) Perhatian khusus diberikan pada peran para pemimpin opini sebagai sumber informasi; b) Beberapa penyempurnaan model komunikasi dua fasa sebagaimana diketahui dari model komunikasi satu fasa dan model komunikasi multi fasa. Kelemahan komunikasi dua langkah, yaitu: 1) Model tersebut menyatakan bahwa

kekuatan;

2) Kemunculan, penerimaan dan retensi adalah aspek pilihan yang secara selektif mempengaruhi pesan;

3) Setiap media memiliki efek yang berbeda. Keuntungan Teori Aliran Fase Tunggal Individu dapat menerima informasi langsung dari media tanpa batasan ruang atau waktu.

orang yang aktif dalam mengumpulkan informasi hanya menjadi opinion leader, sedangkan anggota masyarakat lainnya hanya pasif. Kegiatan opinion leader dianggap sebagai upaya untuk mendapatkan kesempatan bertindak sebagai inisiator komunikasi. Namun kenyataannya ada opinion leader yang juga pasif; 2) Pandangan bahwa proses komunikasi massa pada hakekatnya terdiri dari dua fase sebenarnya membatasi proses analitis, karena komunikasi dapat berlangsung dalam dua fase atau lebih. Dalam kasus-kasus tertentu dapat terjadi proses komunikasi satu langkah, misalnya media massa yang secara langsung mempengaruhi publik. Dalam kasus lain, komunikasi massa mengarah pada banyak proses komunikasi massa; 3) Proses komunikasi dua langkah menunjukkan betapa ketergantungan para pemimpin opini terhadap informasi yang disebarkan oleh media. Sekarang informasi ini tersedia tidak hanya dari media, tetapi juga

media lain; 4) Model komunikasi dua tingkat mengabaikan perilaku publik berdasarkan “waktu” gagasan baru; 5) Model ini menunjukkan tidak adanya perbedaan peran saluran komunikasi yang berbeda dalam kaitannya dengan tahapan inovasi; 6) Publik dibagi menjadi pemimpin opini dan pengikut. Meski tidak selamanya, mereka yang bukan pemimpin (non leader) adalah pengikut dari opinion leader.

Model ini didasarkan pada asumsi bahwa (1) masyarakat tidak hidup menyendiri tetapi aktif berinteraksi dan merupakan bagian dari kelompok sosial (2) opinion leader cenderung merupakan orang yang aktif menggunakan media dan berperan sebagai sumber informasi yang berpengaruh. Namun, beberapa model awal dianggap tidak efisien, sehingga lahirlah kombinasi yang disebut model aliran multifase. Model aliran multifase merupakan kombinasi dari model aliran satu fasa dan model aliran dua fasa. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh sosiolog Paul Lazarsfeld pada tahun 1944 dan dikembangkan oleh Elihu Katz dan Lazarsfeld pada tahun 1955. Keunggulan dari model ini adalah terdapat banyak jaringan antara media dan publik, saling menyampaikan pesan. dalam menyebarkan pesan media kepada publik. Namun kelemahan dari model ini adalah kurangnya komunikasi dalam

penyampaian pesan dari kelompok sasaran pertama ke kelompok sasaran lainnya, yang membuat pesan yang diterima oleh kelompok sasaran lain berbeda dengan pesan yang dipancarkan oleh kelompok sasaran.

SIMPULAN

Media massa memiliki pengaruh yang besar terhadap individu. Pengaruh media dapat bermigrasi melalui model aliran satu langkah, artinya pesan media mengalir secara langsung.

Media mungkin bereaksi berbeda terhadap media. Kekuatan media dibatasi oleh selektivitas khalayak, pengaruh media diakui cukup besar dan tidak sesuai dengan aliran dua fase. Dalam model aliran dua tahap, terdapat orang-orang tertentu di masyarakat yang memiliki pengaruh signifikan terhadap anggota masyarakat lainnya, yaitu para pemimpin opini, yang tanpanya komunikasi massa tidak dapat mencapai banyak hal. Tugas opinion leader adalah membawa pesan media kepada publik. Kelemahan one step flow theory adalah pesan tidak menjangkau semua kelompok sasaran dan memberikan pengaruh yang berbeda pada setiap kelompok sasaran. Model kedua adalah model aliran dua tahap, di mana pesan media mencapai publik melalui pemimpin opini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H., (2005), Pengantar Ilmu Komunikasi. Cet. 6 Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O.U., (2011), Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosydakarya, 2011
- _____ (2000), Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosydakarya, 2000.
- Katz, E. (1957), The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis', Public Opinion Quarterly. American Association for Public Opinion Research.
- Stewart, T., et.al.(1996), Human Communication. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar, H. (2002), Metode Riset Komunikasi Organisasi: Sebuah Pendekatan Kualitatif Dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Hasil riset Komunikasi Organisasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jhon, V., (2008), Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wiryanto. (2000), Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Grasindo.
- Widjaja, A.W. (1986), Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bina Aksara
- Wright, C.R. (1989), Mass Communication: A Sociological Perspektif. New York: Random House.
- Yusuf. (2008), Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional. Jakarta: Kencana.
- Fauzi, (2014), Pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Pascasarjana UIN Sumatera Utara.