



bahwa komunikasi massa berupa komunikasi yang dilakukan oleh radio, televisi, majalah, surat kabar, film dan juga buku.

Sementara itu, Grebner menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki pada masyarakat industri.

Disisi lain, Jay Black dan Federich G juga berpendapat mengenai pandangannya terhadap definisi komunikasi massa. Mereka menganggap bahwa komunikasi massa adalah proses dimana pesan-pesan diproduksi secara massal dan disampaikan kepada penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2007: 79).

Istilah media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat dalam skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu pada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu tetap digunakan hingga saat ini seperti surat kabar, majalah film, radio televisi dan internet.

Menurut Denis McQuail (2000) media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini. Dari perspektif politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratisasi karena menyediakan arena dan saluran bagi



debat publik, menjadikan calon pemimpin politik dikenal luas masyarakat dan juga berperan menyebarkan berbagai informasi dan pendapat.

Dari perspektif budaya media massa telah menjadi acuan utama untuk menentukan definisi definisi terhadap suatu perkara dan media massa memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa juga menjadi perhatian utama masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan menyediakan lingkungan budaya bersama bagi semua orang. Peran media massa dalam ekonomi juga terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya pertumbuhan industry media, diversifikasi media massa dan konsolidasi kekuatan media massa di masyarakat.

Peran media massa yang besar tersebut menyebabkan media massa telah menjadi perhatian penting masyarakat bahkan sejak kemunculannya pertama kali. Media massa juga menjadi objek penelitian hingga menghasilkan berbagai teori komunikasi massa. Dalam bidang politik, penentuan sikap tindak demokratis atau tidak demokratis suatu organisasi atau individu sudah semakin tergantung pada media massa. Keputusan atau pembahasan atau berbagai isu tergantung pada media massa. Keputusan atau pembahasan atas berbagai isu sosial penting, saat ini sudah harus memperhitungkan peranan media massa baik itu untuk tujuan baik atau sebaliknya.

Dapat disimpulkan kalau komunikasi massa adalah singkatan komunikasi media massa dan yang disebarkan melalui sebuah media massa yang ditunjukkan kepada masyarakat.

Media merupakan lembaga sosial yang terpisah namun berada dalam masyarakat. Media memiliki aturan-aturan yang terpisah namun berada dalam masyarakat. Media memiliki aturan-aturan dan tindakannya sendiri, namun demikian, media massa harus memiliki definisi atau Batasan (ruang lingkup) yang jelas terhadap masyarakat yang lebih luas. Selain itu, media pada akhirnya akan tetap tergantung pada masyarakat walaupun

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lembaga ini memiliki kedudukan indepen, sejalan dengan semakin meningkatnya aktivitas media, peran ekonominya yang semakin besar dan kekuatannya secara informal. (Morrison,

489)

Peran dan fungsi media massa begitu penting dalam perkembangan komunikasi masyarakat. Media massa mengacu pada teknologi yang digunakan sebagai saluran untuk sekelompok kecil orang untuk berkomunikasi dengan lebih banyak orang. Media massa digunakan untuk menjangkau perhatian khalayak luas.

Peran dan fungsi media massa memasuki berbagai aspek kehidupan masyarakat. Media massa adalah bentuk transportasi komunikasi massa, yang dapat didefinisikan sebagai penyebaran pesan secara luas, cepat, dan terus menerus kepada audiens yang besar dan beragam dalam upaya untuk mempengaruhi mereka dalam beberapa cara.

Peran dan fungsi media massa kini tak dapat terpisahkan dari kehidupan khalayak. Bentuk media massa pun kian berkembang. Peran dan fungsi media massa menjadi kebutuhan penting dalam komunikasi manusia. Peran dan fungsi media massa digunakan untuk menyampaikan berbagai tujuan dan urusan banyak pihak.

Media memberikan pendidikan dan informasi berdampingan. Media memberikan pendidikan dalam berbagai mata pelajaran kepada orang-orang dari semua tingkatan. Media mencoba mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten.

Program pendidikan jarak jauh, misalnya, adalah pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, fitur cerita dan banyak program lainnya disiapkan untuk mendidik orang secara tidak langsung. Terutama di negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk kesadaran massa.



Penting untuk memahami peran dan fungsi media massa agar masyarakat mengetahui sisi baik dan buruknya media ini. Berikut peran dan fungsi media massa yang berhasil Liputan6.com rangkum dari berbagai sumber, Senin(23/9/2019).

Penyebaran informasi adalah fungsi utama media massa. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menawarkan fakta dan pendapat yang otentik. Informasi ini tepat waktu dan berisi berbagai peristiwa dan situasi yang penting untuk dibagi kepada khalayak ramai sebagai item informatif.

Informasi yang diberikan oleh media massa dapat berupa pendapat, obyektif, subyektif, primer dan sekunder. Fungsi informatif dari media massa juga membuat audiens mengetahui tentang kejadian dan kebenaran di sekitar mereka. Media menyebarkan informasi sebagian besar melalui siaran berita di radio, TV, serta kolom surat kabar atau majalah. kini media kian berkembang dengan adanya media online.

Tak cuma informasi seputar peristiwa tertentu, iklan juga masuk dalam pesan media massa untuk tujuan informasi. Media massa tidak hanya menyediakan fakta dan data tetapi juga penjelasan dan interpretasi peristiwa dan situasi. Media menawarkan berbagai penjelasan yang menghubungkan dan menafsirkan informasi untuk membuat kenyataan menjadi jelas.

Media memberikan pendidikan dan informasi berdampingan. Media memberikan pendidikan dalam berbagai mata pelajaran kepada orang-orang dari semua tingkatan. Media mencoba mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten.

Program pendidikan jarak jauh, misalnya, adalah pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, fitur cerita dan banyak program lainnya disiapkan untuk

mendidik orang secara tidak langsung. Terutama di negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk kesadaran massa.

Media massa memenuhi fungsi ini dengan menyediakan hiburan dan membantu mengurangi ketegangan sampai batas tertentu. Surat kabar dan majalah, radio, televisi, dan media online menawarkan cerita, film, serial, dan komik untuk menghibur audiens. Olahraga, berita, ulasan film, kolom seni dan mode adalah contoh lainnya.

Cara ini membuat waktu rekreasi dan rekreasi penonton lebih menyenangkan. Beberapa media juga telah memasukkan informasi dan pendidikan dalam program hiburan. Perpaduan hiburan dan informasi disebut infotainment. Demikian pula, dimasukkannya pendidikan dalam program hiburan dianggap sebagai edutainment.

Persuasi melibatkan membuat pengaruh pada pikiran orang lain. Media massa memengaruhi audiens dalam berbagai cara. Konten media membangun opini dan menetapkan agenda di benak publik. Ini memengaruhi suara, mengubah sikap dan perilaku moderat.

Editorial, artikel, komentar, dan lainnya dibuat untuk memberi fungsi persuasi audiens. Banyak dari mereka menjadi terpengaruh atau termotivasi tanpa sadar terhadapnya. Iklan adalah contoh yang dirancang untuk meyakinkan audiens.

Fungsi media massa adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan memperingatkan tentang tindakan-tindakan yang mengancam audiens massa yang kemungkinan akan terjadi di masa depan untuk mengurangi kemungkinan kerugian.

Media massa juga menginformasikan tentang kesalahan yang terjadi di masyarakat kepada otoritas terkait dan mencegah malpraktek di antara khalayak ramai di masyarakat.





Peringatan pengawasan terjadi ketika media memberi tahu tentang ancaman dari badai, meletusnya gunung berapi, kondisi ekonomi yang tertekan, meningkatnya inflasi atau serangan militer. Demikian pula, berita meningkatnya *deforestasi*, penyalahgunaan narkoba, perdagangan anak perempuan, dan kejahatan.

Media adalah reflektor masyarakat. Mereka menyosialisasikan orang, terutama generasi muda. Sosialisasi adalah proses dimana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya atau masyarakat mereka.

Setiap kali seseorang membaca koran atau menonton televisi, individu tahu bagaimana orang bereaksi terhadap hal-hal dan jenis norma dan nilai apa yang mereka rasakan pada peristiwa, masalah atau situasi tertentu.

Fungsi media massa adalah untuk menggabungkan bersama berbagai elemen masyarakat yang tidak terhubung secara langsung. Misalnya iklan massal berupaya menghubungkan kebutuhan pembeli dengan produk penjual.

Demikian pula, dengan menyiarkan berita tentang mereka yang menderita penyakit atau bencana alam, media dapat membantu dalam mengumpulkan bantuan dan memberikan jumlah yang dikumpulkan kepada para korban.

Dengan cara ini, media menjadi jembatan antara berbagai kelompok yang mungkin atau mungkin tidak memiliki koneksi langsung. (hot.liputan 6.com)

Menurut Burhan Bungin dalam bukunya Sosiologi Komunikasi, peran media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigm utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan : 1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai

media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju. 2. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi, masyarakat yang terbuka dengan informasi, sebaliknya pula masyarakat akan menjadi informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. Selain itu, informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat, menjadikan masyarakat sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya. 3. Terakhir media massa sebagai media hiburan. Sebagai agent of change, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *agent of change* yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakat. Sehingga kalau dihubungkan dengan hal peran media massa diatas dapat kita katakan bahwa dalam masa pandemi covid 19 ini sangat penting sekali perannya untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya dalam mengatasi pandemi saat ini dan bisa terhindar dari paparan virus ini.

Denis McQuail (1987) mengemukakan sejumlah peran yang dimainkan media massa selama ini, yakni:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan/promosi.
2. Sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat.





3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.
4. Wahana pengembangan kebudayaan –tatacara, mode, gaya hidup, dan norma.
5. Sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Di Indonesia, menurut UU No. 40/1999 tentang Pers, peran media adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;
2. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi
3. Mendorong terwujudnya supremasi hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM)
4. Menghormati kebhinnekaan;
5. Mengembangkan pendapat umum (*public opinion*) berdasarkan informasi yang cepat, akurat, dan benar;
6. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum;
7. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Fungsi Komunikasi Massa Bagi Masyarakat

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsukensi komunikasi melalui media massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari surveillance (pengawasan), interpretation (penafsiran), linkage (keterkaitan), transmission of values (penyebaran nilai) dan entertainment (hiburan).

1. Surveillance (Pengawasan)



Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama:

- a. Warning or beware surveillance (pengawasan peringatan);
- b. Instrumental surveillance (pengawasan instrumental.)

Fungsi pengawasan peringatan terjadi Ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung Merapi, kondisi yang memprihatinkan tayangan inflasi aatau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman. Sebuah stasiun televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan atau menayangkannya dalam jangka Panjang. Sebuah surat kabar memmuat secara berseri, bahaya polusi udara dan pengangguran. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula orang yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep makan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental. Majalah people dan Reader's Digest menampilkan sebuah fungsi pengawasan instrumental.

2. Intepretation (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hamper mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberkan penafsiran terhadap kejadian-

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kejadian penting. Organisasi atau industry media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

Contohnya nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak pembaca, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya.

Penafsiran tidak terbatas pada tajuk rencana. Rubrik artikel yang disajikan pun memberikan analisis kasus di belakang peristiwa yang menjadi berita utama, misalnya tentang kebijakan pemerintah, pemilihan umum dan lainnya. Selain surat kabar, radio siaran dan televisi pun memiliki fungsi penafsiran, seperti tayangan acara “Derap Hukum” di SCTV, dan tayangan penafsiran sejenis lainnya.

Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.

3. Linkage (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

Contoh kasus di Indonesia adalah kasus Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang sebelumnya menjabat Menko Polkam dalam jajaran Kabinet Gotong Royong Presiden Megawati Soekarnoputri. Ketika beliau jarang diajak rapat kabinet, dan kemudian



mengundurkan diri, maka tayangan beritanya di televisi, radio siaran dan surat kabar telah menaikkan pamor Partai Demokrat yang mencalonkan SBY sebagai presiden. Dalam pemilu 2004 lalu, perolehan suara Partai Demokrat mencuat dan mengalahkan partai besar sebelumnya, seperti Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Bulan Bintang (PBB). Masyarakat yang tersebar telah dipertalikan oleh media massa untuk memilih Partai Demokrat. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

4. Transmission of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain media mewakili kita dengan model peran yang kita amati, dan harapan untuk menirunya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa banyak remaja belajar tentang perilaku berpacaran dari menonton film dan acara televisi yang mengisahkan tentang pacarana, termasuk pacaran yang agak liberal atau bebas.

Diantara semua media massa, televisi sangat berpotensi untuk terjadinya sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) pada anak muda, terutama anak-anak yang telah melampaui usia 16 tahun, yang banyak menghabiskan waktunya menonton televisi dibanding kegiatan lainnya kecuali tidur. Beberapa pengamat memperingatkan kemungkinan terjadinya disfungsi jika televisi menjadikan salurannya terutama untuk sosialisasi (penyebaran nilai-nilai). Sebagai contoh, maraknya tayangan kekerasan di stasiun televisi dapat membentuk



sosialisasi bagi anak muda yang menontonnya, yang membuat anak muda berpikir bahwa metode kekerasan adalah wajar dalam memecahkan persoalan hidup.

5. Entertainment (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitu pun radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan. Memang ada beberapa stasiun televisi, dan radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. Demikian pula halnya dengan majalah. Tetapi, ada beberapa tayangan berita. Demikian pula halnya dengan majalah. Tetapi, ada beberapa majalah yang lebih mengutamakan berita seperti Time dan News Week, Tempo dan Gatra.

Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. Sementara surat kabar dapat melakukan hal tersebut dengan memuat cerpen, komik, teka teki silang (TTS), dan berita yang mengandung human interest (sentuhan manusiawi).

Berdasarkan hasil penelitian siaran langsung olah raga yang ditayangkan televisi dan media massa telah meningkatkan jumlah penonton yang menyaksikan olahraga. Pernyataan ini diperkuat oleh pendapat seorang ahli sosiologi John Tulinan dan Charles Page (dalam Rakhmat, 1996) yang menyatakan bahwa meningkatnya olahraga secara luar biasa sebagai hiburan massa setelah berakhirnya Perang Dunia II, Sebagian besar merupakan hasil dari televisi. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

Sebagian informasi didapat bukan dari sekolah atau tempat bekerja, melainkan dari media. Kita belajar musi, politik, ekonomi, hukum, seni, sosiologi, psikologi komunikasi dan lain-lain dari media. Kita belajar keterampilan menggunakan komputer, memasak, menjahit, dan sebagainya dari media. Kita mengenal tempat-tempat bersejarah yang ada di dunia juga dari media elektronik (terutama film) dan media cetak yaitu buku-buku sejarah.

Khalayak media massa berlangganan surat kabar, majalah mendengarkan radio siaran atau menonton televisi karena mereka ingin mendapatkan informasi tentang peristiwa yang terjadi di muka bumi, gagasan atau pikiran orang lain apa yang dilakukan, diucapkan atau dilihat orang lain.

1. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana Pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-



aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media mass melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel. Contohnya, dalam televisi swasta ada acara Pendidikan bagi ibu dan balita yang dipandu oleh orang-orang yang berkompeten dalam bidang-bidang yang ada kaitannya dengan Pendidikan anak-anak.

Semua situasi ini, nilai-nilai yang harus dianut masyarakat, tidak diungkapkan secara langsung, tetapi divisualisasikan dengan contoh-contoh tentang bagaimana mendidik anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan, apa makanana yang layak, bagaimana merawat bayi yang baik, bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan anak balita, dan sebagainya.

1. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan ataupun surat kabar, seperti contoh berikut:

Keluarga petani yang hidup di desa mempunyai kebiasaan mencuci rambut dengan menggunakan dan air rendaman sapu merang yang telah dibakar lebih dahulu. Apa yang terjadi setelah keluarga petani tersebut memiliki pesawat televisi dan menonton tayangan iklan shampo yang dibintangi artis favoritnya? Kebiasaan yang sudah berlangsung sejak lama, sekarang mengalami perubahan. Dari mencuci rambut dengan memakai air rendaman sapu merang yang dibakar diganti dengan sampo yang ada dalam iklan di televisi.

Contoh lain, misalnya media cetak surat kabar, fungsi memengaruhi dapat dilihat antara lain dalam ruang atau kolom khusus, iklan atau artikel yang disusun sedemikian rupa sehingga tidak terlihat artikel yang isinya mempromosikan suatu produk. Artikel

tersebut biasanya memuat tulisan tentang suatu analisis terhadap produk makanan, atau suatu analisis tentang produk elektronik yang baru (komputer, internet, dan sebagainya).

Khalayak terpengaruh oleh pesan-pesan dalam tulisan tersebut sehingga tanpa sadar khalayak melakukan tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh media tersebut.

Menurut DeVito dalam bukunya Komunikasi Antar Manusia (1996), ada tiga masalah pokok yang harus diperhatikan dalam memahami fungsi-fungsi media massa. Pertama, setiap kali kita menghidupkan pesawat televisi, radio siaran maupun membaca surat kabar, kita melakukannya karena alasan tertentu yang unik, Kedua komunikasi massa menjalankan fungsi berbeda bagi setiap pemirsa secara individual. Program televisi yang sama dapat menghibur satu orang, mendidik yang lain, memengaruhi seseorang atau sekelompok orang. Ketiga, fungsi yang dijalankan komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu ke waktu yang lain. Produk rekaman tertentu bisa dirasakan sebagai penghibur pada suatu saat, tetapi pada saat yang lain rekaman tersebut dirasakan sebagai sosialisasi atau alat pemersatu.

Selanjutnya DeVito (1996) menyebutkan fungsi komunikasi massa secara khusus, adalah, meyakinkan (to persuade), menganugerahkan status, membius (narcoctization), menciptakan rasa kebersatuan, privatisasi, dan hubungan parasosial.

1. Fungsi Meyakinkan

Fungsi komunikasi massa secara umum antrara lain memberikan hiburan kepada khalayaknya. Namun ada fungsi yang tidak kalah penting dari media massa yaitu fungsi meyakinkan atau perusasi. Menurut Devito (1996), persuasi bisa dating dalam bentuk:

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;





- c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan
- d. Memperkenalkan etika atau menawarkan system nilai tertentu.

Mengukuhkan. Usaha untuk melakukan persuasi, kita pusatkan pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak agar mereka bertindak dengan cara tertentu. Menurut Mar'at (1984), sikap adalah kecenderungan berperilaku dengan cara tertentu. Sikap merupakan produk dari proses sosialisasi, di mana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsang yang diterimanya. Jika kita bersikap pada objek tertentu, berarti terjadi penyesuaian diri terhadap objek tersebut dan dipengaruhi oleh lingkungan sosial sehingga muncul kesediaan orang itu untuk bereaksi dari pada objek.

Sebagai contoh , jika kita memunyai sikap menyukai ilmu komunikasi, kita akan cenderung memilih kuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi, membaca tulisan tentang komunikasi, berbicara tentang komunikasi dan melakukan penelitian-penelitian dalam bidang komunikasi. Tetapi, apabila kita tidak menyukai ilmu komunikasi, maka kita akan menghindari kuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi dan kita tidak tertarik untuk meneliti masalah-masalah komunikasi.

Media dengan semua sumber daya dan kekuatan yang ada tidak terkecuali, lebih sering mengukuhkan atau membuat kepercayaan sikap, nilai dan opini khalayak yang menjadi kuat. Sebagai contoh, orang yang religious akan tertarik mendengarkan pesan-pesan yang sesuai dengan keyakinan mereka dan akan lebih kuat dalam meyakini kepercayaannya. Komunikasi yang dikira dapat mengubah sikap seringkali hanya merupakan pengukuhan terhadap sikap yang sudah seringkali hanya merupakan pengukuhan terhadap sikap yang sudah ada. Misalnya, serial “All in The Family” telah lama dianggap dapat mengubah sikap terhadap prasangka dan stereotip. Keseluruhan



program ini dianggap sebagai sindiran terhadap prasangka. Archie (salah satu tokoh dalam program ini), misalnya dianggap mewakili orang idiot yang selalu dieremehkan oleh anak dan menantunya.

Mengubah. Media akan mengubah orang yang tidak memihak pada suatu masalah tertentu. Jadi mereka yang terjepit di antara orang Republik dan Demokrat (di Amerika) akhirnya akan terseret ke salah satu pihak juga menghasilkan banyak perubahan yang kita anggap sepele. Sebagai contoh, perubahan pada perilaku untuk membeli kertas tisu mungkin sangat dipengaruhi oleh media. Kecuali untuk pabrik dan penjual kertas tisu, pilihan kita akan kertas tisu tidaklah penting. Preferensi politik, sikap religious dan komitmen sosial, khususnya yang sangat kita yakini, tidak mudah diubah.

Menggerakkan. Dilihat dari sudut pengiklan (advertiser), fungsi teroenting media massa adalah menggerakkan (activating) konsumen untuk mengambil Tindakan. Media berusaha mengajak pembaca atau pemirsa untuk membeli dan menggunakan produk merek tertentu. Setelah suatu sikap dibentuk atau pola perilaku dimantapkan, media berfungsi menyalurkan dan mengendalikannya kearah tertentu. Kita ambil contoh, setelah pola membayarkan 60 dolar untuk sebotol parfum merek tertentu dimantapkan, media dapat dengan mudah mengarahkan perilaku ini kepada merek lainnya atau merek apapun yang berharga mahal. Lebih baik lagi jika label harga trampak terlihat dengan jelas.

Menawarkan etika. Fungsi persuasive dari media massa lainnya adalah mengetikakan (ethisizing). Dengan mengungkapkan secara terbuka tentang adanya penyimpangan tertentu dari suatu norma yang berlaku (misalnya skandal pangeran Charles dengan Camila), media merangsang masyarakat untuk mengubah situasi. Mereka menyajikan etik kolektif kepada pembaca dan pemirsa.



Sebagai contoh, tanpa dipublikasikan, percintaan pangeran Charles dengan Camila, tidak mungkin akan memunculkan tuntutan masyarakat yang akhirnya mencoreng muka Kerajaan Inggris. Contoh lain adalah Skandal Watergate yang memunculkan tuntutan masyarakat yang akhirnya menjatuhkan Presiden Richard Nixon.

Dalam satu artikel yang ditulis sekitar 20 tahun sebelum skandal Watergate, Lazarsfeld, dan Merton seperti yang dikutip pemaparan terbuka ini dilembagakan dalam komunikasi media massa. Pers, radio siaran dan televisi memaparkan penyimpangan dari opini publik secara cukup terbuka dan akibatnya, pemaparan ini menggerakkan masyarakat untuk bertindak menantang apa yang secara pribadi dapat ditoleransi.

Media massa dapat mengungkapkan ketegangan akibat diskriminasi rasial dengan menarik perhatian masyarakat atas praktik-praktik yang bertentangan dengan norma-norma nondiskriminasi. Ada kalanya, media dapat mengorganisasikan kegiatan-kegiatan terbuka menjadi suatu “perang suci”.

1. Fungsi Menganugerahkan Status

Penganugerahkan status (status conferral) terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu tertentu sehingga prestise (gengsi mereka meningkat. Misalnya Harian Ekonomi Bisnis Indonesia menyajikan rubrik profil dan views pengusaha-pengusaha. Dengan memfokuskan kekuatan media massa pada orang-orang tertentu, masyarakat menganugerahkan kepada orang-orang tersebut suatu status publik (public status) yang tinggi. Kegiatan ini dalam dunia public relations disebut publicity (publitas).

Lebih lanjut dikatakan bahwa “komunikasi massa mempunyai fungsi mengahhlakan kalau komunikasi itu memperkuat control sosial atas anggota-anggota masyarakat yang



membawa penyimpangan perilaku ke dalam pandangan masyarakat, Surat kabar misalnya mempublikasikan informasi mengenai pelanggaran norma-norma. Fakta-fakta seperti itu sudah seharusnya diketahui oleh anggota masyarakat. Tetapi keterbukaan melalui komunikasi massa menciptakan kondisi sosial di mana orang banyak harus menolak pelanggaran-pelanggaran itu dan mendukung standar moralitas yang sudah umum. Sifat kepedulian masyarakat menghimpun dana melalui “SCTV Peduli”, misalnya untuk memberikan bantuan kepada keluarga korban bencana Tsunami di Aceh menunjukkan kepedulian masyarakat terhadap atau fenomena yang terjadi di sekitarnya.

1. Fungsi membius (Narcotization)

Salah satu fungsi media massa yang menarik dan paling banyak dilupakan adalah fungsi membiusnya (narcotization). Ini berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa Tindakan tertentu harus diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan pasif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotik (DeVito, 1996).

Misalnya, televisi telah menayangkan tentang kematian tragis Putri Diana. Media membuat tayangan sedemikian rupa sehingga pemirsa seolah-olah terbius oleh tayangan tersebut. Seluruh masyarakat dunia tercurah perhatiannya pada peristiwa prosesi pemakaman Putri Diana. Suasana begitu terharu dan mencekam. Suasana tersebut sangat berpengaruh terhadap pola perilaku kehidupan masyarakat dunia.

Surat kabar, majalah, dan tabloid-tabloid memuat berita-berita di halaman depan dengan judul yang berbeda, foto-foto Diana menghiasi media cetak dengan memberikan tekanan-tekanan pada judul berita utamanya. Media massa disini seolah-olah berlomba-lomba untuk menarik perhatian pembacanya dengan menulis berita tentang Diana dari

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berbagai sudut pandang. Akhirnya, pemirsa atau pembaca sadar bahwa mereka sudah terbius atau sudah tak berdaya terhadap berita-berita tentang kematian Diana.

1. Fungsi Menciptakan Rasa Kebersatuan

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak disadari oleh kita semua adalah kemampuannya untuk membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok. Sebagai contoh, seseorang yang sedang sendirian, kesepian di rumah yang besar, duduk diruang keluarga sambil minum teh dan menonton televisi. Acara yang ditayangkan televisi membuat orang tersebut merasa menjadi anggota keluarga, karena merasa terhibur dan menyatu dengan acara tersebut. Seorang gadis yang menderita penyakit leukimia hampir putus asa karena penyakitnya tidak kunjung sembuh. Namun, setelah membaca surat kabar yang memuat kisah seorang anak kecil yang menderita penyakit leukimia, yang sangat optimis dalam menempuh hari-harinya, maka gadis itu merasa terhibur karena merasa ada teman yang senasib sehingga dia tidak lagi putus asa dalam menjalani hari-hari kehidupannya. Program televisi, berita-berita di surat kabar membuat seseorang yang kesepian ini merasa menjadi anggota sebuah kelompok yang lebih besar.

1. Fungsi privatisasi

Privatisasi adalah kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunianya sendiri. Beberapa ahli berpendapat bahwa berlimpahnya informasi yang dijejalkan kepada kita telah membuat kita merasa kekurangan. Laporan yang gencar tentang perang, inflasi, kejahatan, dan pengangguran membuat sebagian orang merasa begitu putus asa sehingga membuat mereka menarik diri ke dalam dunia mereka sendiri.



Dalam banyak hal, ini dilakukan dalam bentuk memusatkan perhatian pada masalah-masalah sepele (DeVito, 1996), contohnya baju atau kosmetik apa yang harus dibeli, restoran mana yang akan dikunjungi untuk makan malam atau film apa yang akan ditonton dan di bioskop mana dan sebagainya.

Hubungan antara media dan masyarakat pada dasarnya akan tergantung pada waktu dan tempat di mana media berada.

2. BERITA

Menurut Dean M. Lyle Spencer Berita adalah kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.

Menurut J. B Wahyudi Berita adalah sebuah uraian tentang fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui media massa periodik.

Menurut Nasution dalam Alief (2008:1), Berita merupakan laporan tentang peristiwa yang terjadi yang ingin disampaikan ke masyarakat dengan sifat aktual, terjadi di lingkungan pembaca, dan juga mengenai tokoh terkemuka, sebab peristiwa tersebut berpengaruh besar terhadap pembaca.

Menurut Djuraid, Berita merupakan suatu laporan maupun pemberitahuan tentang terjadinya suatu peristiwa maupun kondisi yang bersifat umum dan juga baru saja terjadi serta disampaikan oleh wartawan di media massa.

Menurut Neil McNeil Berita merupakan gabungan fakta dan peristiwa-peristiwa yang menimbulkan perhatian atau kepentingan bagi para pembaca surat kabar yang memuatnya.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Doug Newson dan James A. Wollert dalam News for the Mass Media (1985:11) Berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui seseorang atau lebih luas lagi oleh masyarakat.

Menurut Robert Tyell Berita merupakan informasi yang baru, menarik perhatian, mempengaruhi orang banyak dan mampu membangkitkan selera masyarakat untuk mengikutinya.

William S Maulsby (Romli, 2009:35) berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut. Sedangkan Eric C Hepwood (Romli, 2009:35) mengemukakan bahwa berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum.

Kesimpulannya adalah, berita merupakan kenyataan atau fakta, yang dibagikan kepada publik, dan yang tercepat dan ingin diketahui oleh seseorang atau lebih luas lagi yaitu oleh masyarakat. Tanpa adanya pemberitahuan kepada masyarakat melalui media massa, berita hanyalah menjadi sebuah informasi yang tersimpan maupun tersembunyi, dan bukan menjadi sebuah berita.

3. CHANNEL YOUTUBE

Berasal dari 2 kata, yaitu *Channel*, dan Youtube. *Channel* adalah sebuah akses dan YouTube adalah situs web yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan video, menonton, dan membagikan video kepada publik. *Channel* YouTube adalah, akses untuk membagikan video kepada publik milik *website* bernama YouTube.



Di zaman perkembangan teknologi ini, tembok channel YouTube dan televisi semakin kabur. Hal tersebut terjadi karena peminat YouTube yang terus meningkat. Menurut YouTube, pengguna YouTube diseluruh dunia sudah menghabiskan waktu 1 miliar tiap hari menonton video. Walaupun masih terpaut jauh dengan televisi yang disaksikan 1,25 miliar jam setiap hari di wilayah Amerika Serikat, menurut Nielsen, di periode yang sama seperti yang dilansir CNBC durasi penonton YouTube semakin meningkat sampai 10 kali lipat dibandingkan lima tahun sebelumnya pada 2012. Durasi waktu di YouTube juga cenderung terus meningkat, sebaliknya dengan televisi.

Menurut survey Comscore. Kaum millennial YouTube pada usia 18 sampai 35 tahun lebih menyukai YouTube ketimbang televisi dalam penyedia video.

Selain itu, studi dari Millward Brown menunjukkan pengguna smartphone tanah air yang berjumlah 30 persen populasi lebih banyak menonton video dari perangkat internet (ponsel, tablet, atau komputer, ketimbang televisi.

Menurut Neistat, batas antara TV dan YouTube akan semakin kabur. Menurutnya, media sosial termasuk YouTube adalah sarana demokratisasi teknologi yang menghilangkan *barrier of entry*, atau penghalang untuk memulai kiprah dibidang kreatif. Kini tak harus mengandalkan media conventional untuk mempublikasikan kreasinya. Semua orang bisa menjadi bintang. Selain itu, tentunya dalam hal penyediaan video.

Selain itu alasan *channel* YouTube merupakan hasil migrasi dari media elektronik konvensional. Terdapat stasiun TV melakukan konvergensi karena angka penggunaan media massa siber yang terus meningkat, sedangkan media massa elektronik konvensional yang semakin menurun menimbulkan kekhawatiran untuk stasiun TV.



Persepsi berasal dari serapan bahasa Inggris yaitu perception. Sedangkan kata perception itu sendiri berasal dari bahasa latin yaitu Percepto dan Percipio. Artinya penerjemahan dari informasi yang diterima melalui panca indra manusia dengan tujuan untuk mendapatkan pengertian dan pemahaman akan lingkungan sekitar.

Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, pengertian persepsi adalah suatu proses kognitif yang memungkinkan individu dapat menafsirkan dan memahami lingkungan sekitarnya.

Menurut KBBI, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu.

Menurut Triato dan Titik Triwulan, T (2006:53), pengertian persepsi adalah suatu proses identifikasi atau pengenalan sesuatu dengan menggunakan panca indera manusia.

Dalam hal ini, kesan individu terhadap objek yang diindera sangat tergantung pada keseluruhan pengalaman yang didapatkan dari proses belajar dan berpikir, serta berbagai faktor yang berasal dari diri individu tersebut.

Sedangkan menurut Walgito (2002 : 69), "Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan yaitu merupakan proses diterimanya stimulasi oleh individu melalui alat indera namun proses itu tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Persepsi sendiri adalah sebuah proses yang mana seseorang tersebut dapat memilih, mengelola, menyimpan, serta menginterpretasikan informasi-informasi yang telah dikumpulkan melalui kelima indera tersebut.

Berdasarkan beberapa teori dari beberapa tokoh diatas, dapat disimpulkan kalau persepsi adalah proses perubahan informasi yang sudah dikelola di otak, dari sebuah



informasi yang belum diterima oleh sensor yang ada ditubuh kita. Dan informasi tersebut dikelola di otak dan menjadi sebuah informasi yang bermakna.

Informasi yang bermakna tersebut dapat mempengaruhi perilaku khalayak.

B. PENELITIAN TERDAHULU

1. Terdapat penelitian milik Zisi Lioni Argista, tahun 2021. Mahasiswi di Universitas Sriwijaya Dengan judul, **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP VAKSIN COVID-19 di SUMATERA SELATAN**. Penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap vaksin Covid-19 di provinsi Sumatra Selatan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dan studi desain *cross sectional*. Hasil penelitian ini menyebutkan kalau di Sumatera Selatan adalah positif. (Percaya dengan vaksin Covid-19).

2. Penelitian kedua adalah milik Filibertus, mahasiswa Universitas Sanata Dharma, tahun 2020. Dengan judul, **SIKAP MAHASISWA TERHADAP BERITA DAN HOAKS DI MEDIA SOSIAL**. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan secara kuantitatif sikap mahasiswa terhadap berita dan hoaks di media sosial. Penelitian ini menggunakan teori media sosial, dan metode survei. Dan hasil penelitiannya adalah ciri-ciri hoax di media sosial adalah penggunaan bahasa yang tidak baku, huruf kapital yang tidak tepat, tidak memiliki narasumber yang jelas, tidak memiliki wartawan yang jelas, penulis tidak melihat konteks, tidak ada gambar pendukung berita, tidak ada hubungan antara berita dan gambar pendukung, serta waktu dan tempat kejadian yang tidak jelas (Fatmawati, Salzabila, Rizkitama, & Nugroho, 2019).



3. Penelitian ketiga adalah milik Deanna, mahasiswi Kwik Kian Gie School of Business, tahun 2019. Dengan judul, **PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA TERHADAP PERILAKU FEMINIM HOST ACARA BROWNIS TRANS TV**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi ibu rumah tangga terhadap komunikasi verbal host, acara talkshow Brownis TransTV. Untuk mengetahui persepsi ibu rumah tangga terhadap komunikasi nonverbal host acara talkshow Brownis TransTV. Untuk mengetahui persepsi ibu rumah tangga terhadap kredibilitas komunikator host talkshow Brownis Trans TV. Metode penelitian ini menggunakan

Hal Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

B. KERANGKA PEMIKIRAN

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Setiap individu memiliki perilaku dan cara pandang yang berbeda terhadap COVID-19. Terdapat individu-individu yang percaya dengan adanya bahaya COVID-19, tetapi ada juga yang membantah keberadaan COVID-19. Walaupun begitu, hal tersebut bisa diselesaikan, yaitu dengan adanya pemberitaan tentang COVID-19. Masih banyak masyarakat yang belum tahu tentang kondisi COVID-19 di Indonesia yang sesungguhnya. Hal ini terjadi karena distorsinya berita mengenai COVID-19. Kurang jelas, kurang dalam, dan kurang terbuka terhadap publik. Masyarakat kurang teredukasi. Terdapat juga hoax yang beredar. Untuk itu, masyarakat butuh informasi yang kredibel. Informasi yang kredibel, berasal dari



media yang kredibel. Setelah itu, masyarakat mampu memberikan persepsinya terhadap COVID-19.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Menerima informasi Sensor (Indera)
2. Disaring sesuai harapan, motivasi, dan sikap individu

Informasi
(Berita)



3. Pengorganisasian sensasi

Tahapan ini diolah sistem syaraf diotak kita

4. Tahap intepretasi galaman, proses belajar, dan kepribadian

Sesudah itu, informasi-informasi yang kredibel itu diterima oleh sensor atau indera kita. Kemudian, diolah dipikiran kita, disaring dengan berdasarkan harapan, motivasi, dan sikap kita. Kemudian, akan muncul sebuah sensasi. Sensasi itu diorganisasikan lagi sehingga menjadi informasi yang lebih teratur. Setelah itu, diintepretasikan, dan kita mengalami, dan proses belajar serta dipengaruhi oleh kepribadian individu. Setelah proses itu selesai, akan muncul persepsi kita.