



## **Teori-Teori dalam Komunikasi Massa**

**Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Arofah Sri Mulyani MZ Siregar<sup>2</sup>, Frisca Nabila<sup>3</sup>, Khairunisa Harani Harahap<sup>4</sup>, Latifah Aini<sup>5</sup>, Nugi Lahuddini Pulungan<sup>6</sup>, Yughni Faidah<sup>7</sup>**

*Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan 20371, Sumatera Utara, Indonesia*

**Corresponding Author:** [windakustiawan@gmail.com](mailto:windakustiawan@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Perbedaan perspektif dengan lahirnya keragaman teori-teori komunikasi merefleksikan betapa kompleksnya komunikasi itu sendiri. Hal ini mengingat, komunikasi bukan hanya sekedar aktifitas pertukaran pesan, tapi lebih merasuk pada aspek-aspek kehidupan manusia yang lebih luas dan bersifat kompleks. Itu pula sebabnya, setiap teori komunikasi yang dikembangkan oleh tokohnya memiliki tingkat relatifitas dan subjektivitas yang tinggi, tergantung dari perspektif dan pendekatan yang digunakannya. Penulisan ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Data Sekunder. Tidak menggunakan hipotesis, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel yang diteliti. Dengan kata lain, data yang diperoleh melalui studi literatur berupa buku untuk mencari teori yang relevan dengan Teori dalam Komunikasi Massa. Adapun data sekunder lainnya untuk mendukung penulisan ini internet adalah jurnal online dan berita. Hasil dari observasi atau penelitian pada akhirnya mencetuskan suatu teori, yang pada nantinya teori ini dapat mengembangkan ilmu itu sendiri, dibantah, digugurkan, atau menciptakan berbagai pertanyaan atau permasalahan keilmuan yang lainnya. Teori bukan sekedar sebuah penjelasan semata. Lebih dari itu teori merupakan sebuah cara pandang bagaimana melihat suatu fenomena, melihat realitas, dan bagaimana cara memahami realitas tersebut. Pengetahuan tentang teori akan membantu memperluas persepsi kita secara objektif dalam melihat suatu fenomena komunikasi dalam kehidupan manusia sehari-hari. Hal yang tak kalah pentingnya lagi adalah bahwa pengetahuan yang lebih komprehensif tentang perbedaan-perbedaan teori komunikasi dapat menambah referensi dalam memahami seluk beluk dan dinamika komunikasi secara utuh.*

**Kata Kunci:** *Teori, Komunikasi, Massa*

## A. PENDAHULUAN

Perbedaan perspektif dengan lahirnya keragaman teori-teori komunikasi merefleksikan betapa kompleksnya komunikasi itu sendiri. Hal ini mengingat, komunikasi bukan hanya sekedar aktifitas pertukaran pesan, tapi lebih merasuk pada aspek-aspek kehidupan manusia yang lebih luas dan bersifat kompleks. Karenanya bisa dimaklumi bila para ahli dan peneliti memiliki perspektif dan sudut pandang yang berbeda-beda ketika mencermati dan menganalisis suatu fenomena komunikasi. Disamping itu, perbedaan cara pandang itu bisa jadi dikarenakan faktor keragaman bidang keilmuan yang melatari para ahli serta kondisi yang bersifat kontekstual dimana suatu peristiwa komunikasi berlangsung. Itu pula sebabnya, setiap teori komunikasi yang dikembangkan oleh tokohnya memiliki tingkat relatifitas dan subjektivitas yang tinggi, tergantung dari perspektif dan pendekatan yang digunakannya.

Teori adalah peta dari kenyataan atau realitas. Ibarat seseorang memasuki sebuah kawasan yang belum diketahui, maka ia memerlukan sebuah peta guna menghindari kemungkinan untuk tersesat di jalan. Secara sederhana itulah manfaat sebuah teori. Teori adalah sebuah panduan guna menapaki sebuah perjalanan, dalam hal ini perjalanan kita dalam mendalami ilmu komunikasi. Teori adalah pilar utama ilmu pengetahuan. Melalui teori, ilmu komunikasi menjadi terus hidup, dan terus berkembang, dalam sebuah siklus sirkuler yang kontinu. Teori menciptakan pertanyaan atau permasalahan tentang suatu realitas. Dari suatu permasalahan kemudian memicu terjadinya berbagai macam penelitian atau observasi untuk mencari suatu jawaban dari pertanyaan atau permasalahan tersebut.

Hasil dari observasi atau penelitian pada akhirnya mencetuskan suatu teori, yang pada nantinya teori ini dapat mengembangkan ilmu

itu sendiri, dibantah, digugurkan, atau menciptakan berbagai pertanyaan atau permasalahan keilmuan yang lainnya. Teori bukan sekedar sebuah penjelasan semata. Lebih dari itu teori merupakan sebuah cara pandang bagaimana melihat suatu fenomena, melihat realitas, dan bagaimana cara memahami realitas tersebut.

## B. METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Data Sekunder (ADS). Tidak menggunakan hipotesis, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel yang diteliti. Dengan kata lain, data yang diperoleh melalui studi literatur berupa buku untuk mencari teori yang relevan dengan Teori dalam Komunikasi Massa. Adapun data sekunder lainnya untuk mendukung penulisan ini internet adalah jurnal online dan berita. Tujuannya untuk memperoleh informasi-informasi mengenai kondisi saat ini dan melihat kaitan antara variabel yang ada.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengertian Komunikasi Massa

Dalam era teknologi yang berkembang saat ini, kian mendukung berbagai aktifitas masyarakat urban dalam memperoleh informasi secara cepat. Revolusi komunikasi ini apabila diurutkan dimulai dari tahap pralisan, lisan, hingga media massa (media cetak dan elektronik). Massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa, pendengar, atau pembaca.<sup>1</sup> Dengan begitu, dapat dipahami bahwa Komunikasi Massa adalah suatu proses melalui mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas dan terus-menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai cara.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h.4.

<sup>2</sup> McQuail, Denis, *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*

## 2. Teori-Teori dalam Komunikasi Massa Menurut Para Ahli

### a. Teori Kultivasi

*Cultivation theory* pertama kali dikenalkan oleh Professor George Gerbner, Dekan emiritus dari Annenberg School for Communication di Universitas Pennsylvania. Riset pertamanya pada awal tahun 1960-an tentang Proyek Indikator Budaya (Cultural Indicators Project) untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Dimana Gerbner dan koleganya di Annenberg School for Communication ingin mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan dan dipersepsikan penonton televisi.

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para pemirsa televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur lingkungannya. Dengan kata lain untuk mengetahui dunia nyata macam apa yang dibayangkan, dipersepsikan oleh pemirsa televisi. Atau bagaimana media televisi mempengaruhi persepsi pemirsa atas dunia nyata. Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Artinya, selama pemirsa kontak dengan televisi, mereka akan belajar tentang dunia (dampak pada persepsi), belajar bersikap dan nilai-nilai orang.

### b. Cultural Imperialism Theory

Dikemukakan oleh Herb Schiller tahun 1973. Teori ini berguna untuk menjelaskan bahwa bangsa Barat mendominasi media di hampir semua bagian di dunia ini sehingga pada gilirannya mempunyai kekuatan pengaruh yang sangat kuat terhadap budaya dunia ketiga (negara-negara yang belum dan yang sedang berkembang). Caranya adalah dengan mengganggu dan menetapkan pandangan-pandangan mereka atas kondisi budaya lokal sehingga budaya lokal semakin rusak. Media, khususnya media massa seperti film, surat kabar, web dan situs-situs informasi dari internet, komik, dan juga novel dan sejumlah media massa lainnya, umumnya diproduksi secara besar-besaran oleh orang Barat, karena mereka mempunyai modal untuk melakukannya. Tentu

pengaruh budaya barat terhadap budaya lokal sudah pasti ada, karena adanya proses transfer budaya dan adanya akulturasi, terutama yang tampak sekali adalah yang terjadi pada anak-anak hingga menjelang dewasa. Sebab pada usia inilah terjadinya masa-masa mencari dan berpetualang secara sangat agresif. Sedangkan orang tua, apalagi yang tergolong berpendidikan, tidak begitu saja mengadopsi budaya-budaya luar yang tidak sesuai dengan budaya dan kepercayaannya selama ini.

### c. Teori Spiral Of Silence

Teori ini dikemukakan oleh Elisabeth Noelle-Neumann. Dalam ilmu komunikasi, teori spiral of silence adalah salah satu teori komunikasi massa di mana seseorang memiliki opini dari berbagai isu namun terdapat keraguan dan ketakutan untuk memberikan opininya karena merasa terisolasi, sehingga opini tidak bersifat terbuka alias tertutup. Jadi arti dari "*spiral of silence theory*" adalah "*teori spiral keheningan*", ada juga yang lebih suka menyebutnya dengan kata "*teori spiral kebisuan*". Teori spiral of silence yang dikemukakan Elisabeth Noelle-Neumann mencoba menunjukkan bagaimana komunikasi interpersonal dan pesan yang disampaikan oleh media massa bekerja secara bersama dalam mengembangkan opini publik (Morissan, 2010).

Kelemahan teori spiral of silence juga dibuktikan oleh Eriyanto (2012). Berdasarkan penelitiannya ia mengemukakan bahwa teori ini tidak sesuai dalam negara transisi demokrasi karena lahir dalam konteks negara maju yang berasumsi bahwa warga negaranya memiliki akses media dan kebebasan mengeluarkan pendapat. Selain itu, saat ini juga sudah banyak khalayak yang aktif, selektif dan cerdas dalam menilai setiap isu yang disajikan oleh media. Banyak khalayak yang sadar bahwa betapa media saat ini sangat tidak objektif. Berbagai kepentingan yang dilatarbelakangi oleh motif bisnis, politik dan ideologis telah mengendalikan perilaku media.

#### d. Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratification awal mula dilahirkan oleh tiga ilmuwan yakni Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Fenomena awal lahirnya teori uses and gratification yakni karena ketiga ilmuwan tersebut melihat bahwa audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka inginkan dari adanya terpaan media. Didalam teori uses and gratifications khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selanjutnya, teori uses and gratifications juga memberi pengertian bahwa penggunaan media diarahkan oleh motif tertentu. Motif merupakan sekumpulan kepentingan dari individu, oleh karena itu mereka menggunakan media masa untuk memenuhi kepentingan-kepentingan mereka. Menurut Mc.Quail, terdapat empat kategori motif pengonsumsi media yaitu:<sup>3</sup>

- 1) Motif Informasi Pengguna dikatakan memiliki motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
- 2) Motif Identitas Pribadi Pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.
- 3) Motif Integrasi dan Interaksi sosial Pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.

- 4) Motif Hiburan Pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila ingin melepaskan diri dari permasalahan.

Terpenuhinya motif tersebut menciptakan kepuasan atau tidak kepuasan khalayak setelah kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu memilih suatu media<sup>4</sup>.

#### e. Agenda Setting Theory

Agenda-setting diperkenalkan oleh Maxwell Mc.Combs dan Donald L. Shaw. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Teori ini mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih. Adapun agenda yang dapat ditentukan oleh media massa adalah:

- a) Apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat;
- b) Menentukan fakta yang harus dipercayai oleh masyarakat;
- c) Menentukan penyelesaian terhadap suatu masalah ;
- d) Menentukan tumpuan perhatian terhadap suatu masalah;
- e) Menentukan apa yang perlu diketahui dan dilakukan masyarakat (Kholil, 2007: 36).

#### D. KESIMPULAN

Pembelajaran dan pengetahuan tentang teori-teori komunikasi sangat bermanfaat dalam membantu dan memahami realitas

<sup>3</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. h. 215-216

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 217

komunikasi yang demikian kompleks. Pengetahuan tentang teori juga akan membantu memperluas persepsi dan sudut pandang serta akan membukakan mata kita secara objektif dalam melihat suatu fenomena komunikasi dalam kehidupan manusia sehari-hari. Seperti peta atau bagan, teori-teori komunikasi menyediakan alat

pandang dalam melihat dan menemukan hal-hal baru. Hal yang tak kalah pentingnya lagi adalah bahwa pengetahuan yang lebih komprehensif tentang perbedaan-perbedaan teori komunikasi dapat menambah referensi dalam memahami seluk beluk dan dinamika komunikasi secara utuh.

### DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Muhammad Qadaruddin. 2013. Teori komunikasi Massa, *Jurnal komunikasi* 1 (1), 5

Alder, Peter S. 1975. The Transitional Experience: An Alternative View of Cultural Shock. *Journal of Humanistic Psychology* 15 (4) 13-23.

Detaq, A. 2019. *Spiral of Silence Dalam Kasus Intoleransi di Indonesia*

Eriyanto, 2012. Teori Spiral Kesunyian dan Negara Transisi Demokrasi: Sebuah Pengujian di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. 1 (1) ISSN 2301-9816, 13.

Fibafitriani, (2011). Spiral of Silence Theory. <https://pakarkomunikasi.com/teori>

spiralkeheningan/ diakses pada Tanggal 21 September 2022 Pukul 22.00 WIB.

Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.

Hans Karunia H, dkk. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification . *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* 3 (1)

<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

ISSN : 2655-8238

Hamdani. 2011. *Teori Agenda Setting. Teori Komunikasi Massa*. Medan: Cita Pustaka Media Perintis.

McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Diterjemahkan oleh: Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.

Malik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Universityalauddin press

Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta

: Raja Grafindo Persada.

Putri Subarsa Yuliaty, Kinkin. (2017). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Nerbitbuku.com

Ritonga, Elfi Yanti. 2018. Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Simbolika* 4 (1). 34-41 doi:

<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>

Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Grasindo

Severin, Werner J and James W. Tankard. 2001. *Communication Theories; Origin, Methods, and Uses in the Mass Media. Fifth Edition*.

University of Texas at Austin: Addison Wesley Longman Inc.