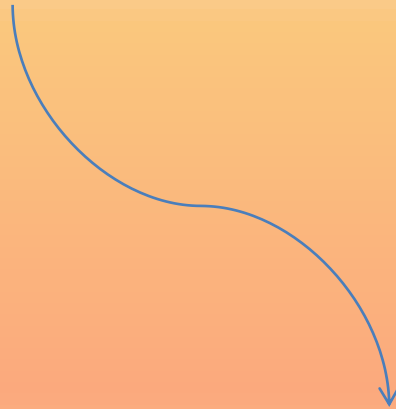


HAMBATAN, EFEK dan TEORI EFEK KOMUNIKASI MASSA dalam SOSIOLOGI KOMUNIKASI

Hambatan dalam kegiatan komunikasi



Efektivitas proses komunikasi

Beberapa Hambatan dalam Komunikasi Massa

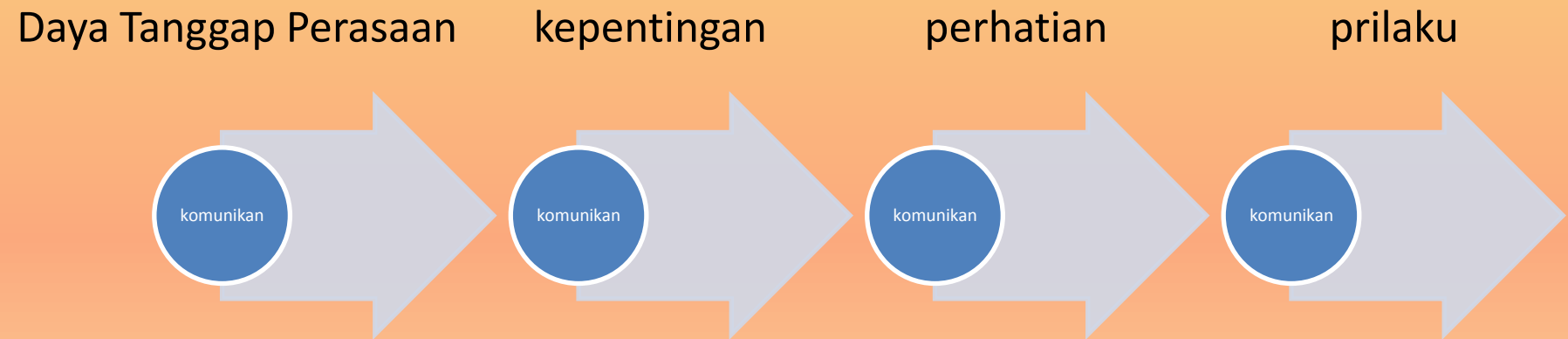
- Hambatan Psikologis
- Hambatan Sosiokultural
- Hambatan Interaksi Verbal

HAMBATAN PSIKOLOGIS

Dikatakan hambatan psikologis karena terkait dengan unsur-unsur dari kegiatan psikis manusia.

1. Kepentingan (*Interest*)
2. Prasangka (*Prejudice*)
3. Stereotip (*Stereotype*)
4. Motivasi (*Motivation*)

❏ Perbedaan Kepentingan (*Interest*)

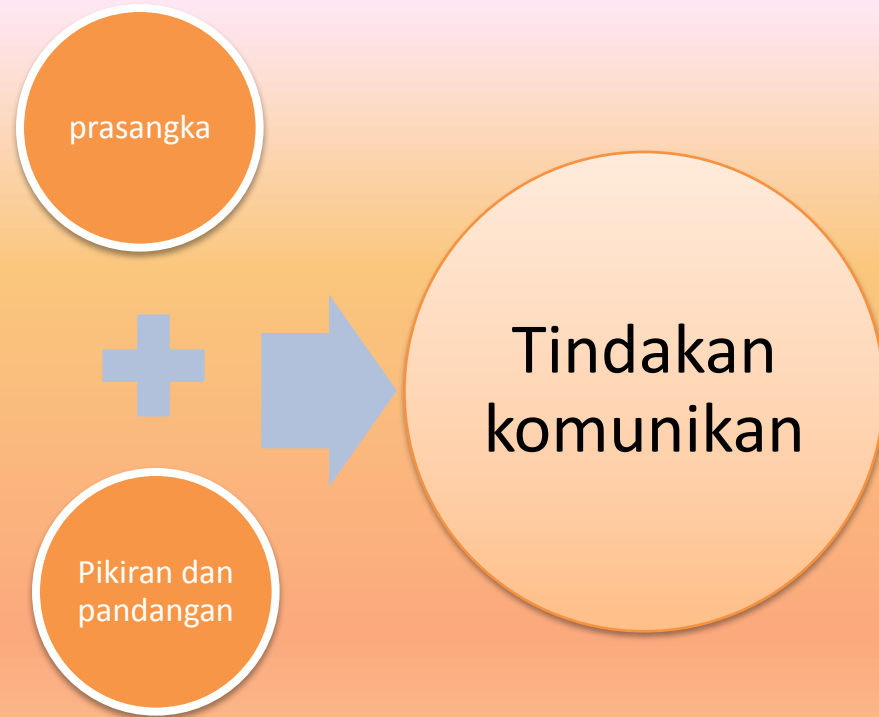


- Komunikasikan melakukan seleksi terhadap pesan yang diterimanya.
- Kepentingan dipengaruhi sikap reaktif komunikasikan terhadap pesan Komunikasi yang diterimanya.

❑ Prasangka (Prejudice)

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau kelompok lain dan sikap serta prilakunya terhadap mereka.

Persepsi : pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.



Komunikator harus bersikap
Netral tidak kontroversial
Dan mempunyai kredibilitas

❑ Stereotip (*Stereotype*)

Merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif.

Stereotip sering terbentuk dari orang yang berprasangka meskipun belum saling mengenal. Data-data pun kurang lengkap dan subjektif.

❑ Motivasi (Motivation)

Merupakan pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu.

Semakin sesuai pesan komunikasi dengan motivasi seseorang, semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh komunikan .

HAMBATAN SOSIOKULTURAL

❑ Aneka Etnik

Terkait dengan kebudayaan, suku, adat istiadat.
Budaya itu sendiri merupakan tradisi yang biasa terjadi secara turun temurun,
Dan biasanya sadar atau tidak sadar mengalami pelestarian.

Keanekaragaman etnik antara wilayah sumatra, kalimantan, dsb
Terkadang menjadi hambatan dalam kegiatan komunikasi massa.

❑ Perbedaan Norma sosial

- Dilatar belakangi karena perbedaan budaya
- Perbedaan budaya menyebabkan perbedaan norma sosial yang berlaku di suatu daerah.
- Norma sosial terkait dengan cara, kebiasaan, tata krama, dan adat istiadat yang disampaikan secara turun temurun, yang dapat memberikan petunjuk bagi seseorang untuk bersikap dan bertingkah laku dalam masyarakat.
- Dalam penyusunan pesan, komunikator harus mengkaji apakah pesan tidak melanggar norma sosial.

❑ ketidakmampuan Berbahasa Indonesia.

Pesan yang disampaikan melalui media massa distandarkan menggunakan bahasa indonesia, kecuali program acara tertentu.

❑ Faktor Semantik

Semantik merupakan pengetahuan tentang pengertian
Atau makna kata sebenarnya.

Beberapa hambatan semantik :

1. Pengucapan kata yang salah oleh komunikator akibat terlalu cepat dalam berbicara.
2. Perbedaan makna dan pengertian untuk kata atau istilah yang sama sebagai akibat aspek psikologis
3. Pengertian yang konotatif

❑ Pendidikan belum Merata

❑ Hambatan Mekanis

Terkait dengan gangguan teknis pada stasiun pemancar
Ataupun kerusakan mesin cetak.

HAMBATAN INTERAKSI VERBAL

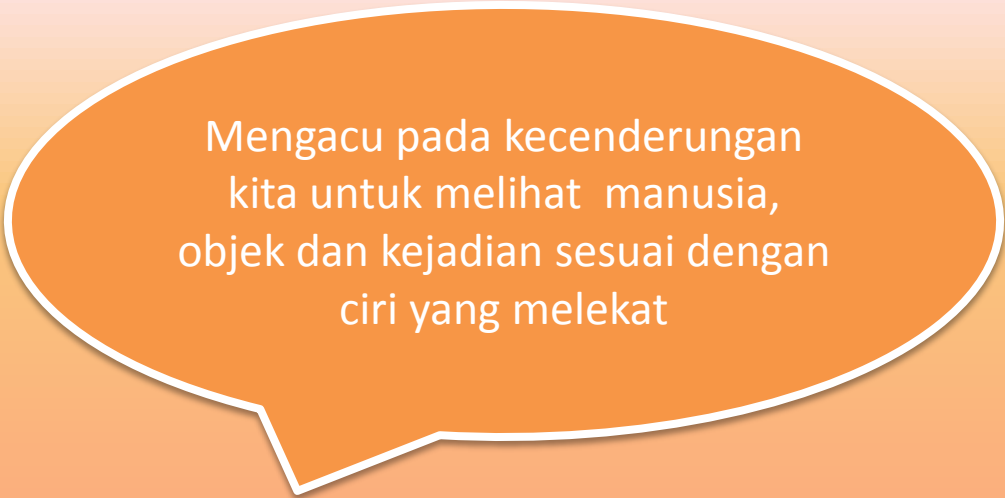
❑ polarisasi

Kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrem.

Ex. Pemberitaan media massa yang tidak netral,
Berpihak pada satu konstituen



❑ Orientasi Intensional

An orange speech bubble with a white outline, containing text about intentional orientation.

Mengacu pada kecenderungan
kita untuk melihat manusia,
objek dan kejadian sesuai dengan
ciri yang melekat

Ex. Presenter acara televisi dalam membawakan acara agama,
Penampilan tidak mewakili, biasanya audiens cenderung untuk
Berpindah channel.

❑ Evaluasi Statis



komunikator



Berbicara melalui televisi
dengan topik tertentu, cara
berkomunikasi dan materi yang
Disampaikan tidak baik



informasi

komunikasikan



Abstraksi tentang komunikator
Menjadi tidak baik.

❑ Indiskriminasi

Komunikan dihadapkan dengan seorang komunikator, reaksi pertama komunikan Adalah memasukkan komunikator itu kedalam kategori tertentu. Bisa berdasarkan bangsa, agama, ataupun disiplin ilmu.

Misalnya dalam tayangan televisi menampilkan seorang pengacara. Dalam benak kita sudah langsung membuat analisa, pengacara orang yang paham hukum, kaku, dan mengacu pada UU.

EFEK KOMUNIKASI MASSA

Efek merupakan perubahan perilaku manusia
Setelah diterpa pesan media massa.

Efek komunikasi massa dibagi dua:

1. Efek primer , yang terdiri dari terpaan, perhatian, dan pemahaman
2. Efek sekunder, terdiri dari perubahan tingkat kognitif, dan perubahan perilaku.

Oleh Keith R. Stamm dan Jhon E.Bowes

Efek primer

- ❑ Efek ini terkait dengan media massa dan pesan yang disampaikan.
- ❑ Terpaan media massa yang mengenai audiences, merupakan salah satu bentuk efek primer.
- ❑ efek primer melekat pada diri audience, terlihat ketika seseorang membicarakan program acara yang disiarkan televisi.

Efek Sekunder

- Efek ini lebih menggambarkan realitas konkrit yang terjadi dalam masyarakat.
- Uses and Gratification merupakan salah satu bentuk efek sekunder, terkait dengan pengukuran tingkat kegunaan dan kepuasan audience dalam memanfaatkan media massa.
- Fokus utama efek ini adalah tidak hanya bagaimana media mempengaruhi audiens, tetapi bagaimana audience mereaksi pesan-pesan media.

Efek kehadiran media massa oleh Steven M. Chaffee

1. Efek ekonomi

terkait dengan pertumbuhan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi jasa media.



2. Efek sosial

Terkait dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa.

Kehadiran
Koran
Masuk
desa



Memudahkan
Mendengarkan
Informasi
hiburan



Dengan berbagai
Acara hiburan dan
informasi



3. Penjadwalan Kegiatan sehari-hari

Mengkonsumsi media menjadi salah satu kewajiban yang diagendakan oleh audiens.

4. Efek hilangnya perasaan tidak nyaman.

Ex. Mendengarkan lagu- lagu di radio untuk mengusir perasaan jenuh dsb.

5. Efek menumbuhkan perasaan tertentu.

Ex. Kecenderungan seseorang dalam memilih mengkonsumsi majalah, misal ibu-ibu lebih senang membaca majalah kartini, anak muda lebih senang membaca majalah Hai, dsb

Efek Pesan Media Massa

- Efek Kognitif
munculnya akibat yang timbul pada diri
komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.
- Efek Afektif
lebih tinggi daripada kognitif, ini lebih jauh
melibatkan perasaan komunikan terhadap suatu
peristiwa yang disampaikan melalui media massa.
- Efek Behavioral
merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak
dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

TEORI EFEK KOMUNIKASI MASSA

Dalam Pendekatan Sosiologi
Komunikasi

Beberapa Teori Efek Komunikasi Massa

- Stimulus-Respons
- Komunikasi dua tahap dan pengaruh antar pribadi
- Difusi inovasi
- Agenda setting
- Teori dependensi efek komunikasi massa
- Spiral of silence
- Information gaps
- Uses and gratifications
- Teori uses and effects
- Information seeking
- Konstruksi sosial media massa
- Laswell model.