**BAB 1**

**KOMUNIKASI MASSA**

**PENDAHULUAN**

Manusia pada hakekatnya adalah mahkluk sosial, yang dalam kehidupan sehari- hari tidak bisa lepas dari kegiatan interaksi dan Komunikasi merupakan bagian integral kehidupan manusia, apapun statusnya di masyarakat. Sebagai mahkluk sosial, kegiatan sehari- hari selalu berhubungan dengan orang lain dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup.

Komunikasi adalah hubungan antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak disadari komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri, paling tidak sejak ia dilahirkan sudah berhubungan dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah tanda komunikasi . Komunikasi merupakan aktivitas yang paling esensial dalam kehidupan manusia.Kurang lebih 70% dari waktu bangun kita dipergunakan untuk berkomunikasi.Keberhasilan seseorang pun dapat dilihat dari keterampilannya dalam berkomunikasi. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian.

Komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Atau dengan kata lain, ilmu komunikasi juga berkaitan erat dengan ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia, yaitu Psikologi. Akan tetapi, komunikasi bukanlah subdisiplin ilmu dari psikologi. Justru komunikasi dipelajari oleh disiplin-disiplin ilmu yang lain, seperti psikologi dan sosiologi.Sebenarnya, apakah yang dimaksud dengan “komunikasi” itu? Ada banyak sekali definisi dari “komunikasi“.Definisi-Definisi yang timbul tersebut dilatarbelakangi oleh berbagai perspektif seperti mekanistis, sosiologistis, atau psikologistis.

Sederhananya, komunikasi merupakan proses penyampaian informasi yang diterima oleh alat-alat indera, ke bagian otak.Informasi itu bisa berasal dari lingkungan, organisme lainnya, atau dari diri sendiri. Ditinjau dari sudut pandang ilmu Biologi, proses penyampaian informasi itu sendiri merupakan suatu proses yang teramat rumit dan kompleks. Hasil dari sinergi otak dengan berbagai alat indera dan organ-organ tubuh, serta melibatkan jutaan sel syaraf di otak dan seluruh bagian tubuh. (Rakh Komunikasi, dalam sekian banyak bentuknya, memiliki peran dan fungsi yang cukup besar dalam kehidupan manusia.

Watzalawick dalam Bradac and Bowers (1980) bahkan mengungkapkan bahwa *human being cannot not communicate*. Setiap manusia memiliki potensi untuk berkomunikasi satu sama lain saat dia terdiam sekalipun. Komunikasi manusia memiliki beberapa konteks tergantung dari jumlah komunikator, derajat kedekatan fisik, saluran indrawi yang tersedia hingga kesegeraan umpan balik (Cassandra dalam Mulyana, 71;2002).

Salah satu konteks komunikasi ini antara lain adalah komunikasi massa. Cassandra (dalam Mulyana, 71;2002) menyebutkan bahwa jika konteks komunikasi massa dibandingkan dengan konteks komunikasi lainnya maka dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah bentuk komunikasi yang memiliki jumlah komunikator yang paling banyak, derajat kedekatan fisik yang paling rendah, saluran indrawi yang tersedia sangat minimal dan umpan balik yang tertunda.

1. **PENGERTIAN KOMUNIKASI MASSA**

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi - organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi masa, media masa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

Unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah

1. Komunikator,
2. Media massa
3. Informasi (pesan).
4. Gatekeeper.
5. Khalayak (publik) dan
6. Umpan balik.

Komunikator dalam komunikasi massa adalah:

1. Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi komunikasi modern, sehingga dapat dengan cepat diakses oleh publik.
2. Pihak yang berusaha memberikan jasa melalui penyebaran informasi dan sekaligus menjadi agen perubahan dalam pemahaman, wawasan dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar dimanapun tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka.
3. Pihak yang menjadi sumber informasi atau pemberitaan yang mewakili institusi formal yang sifatnya mencari keuntungan  dari penyebaran informasi itu.

Media massa adalah saluran/alat komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.

Informasi massa adalah informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan hanya informasi yang hanya dikonsumsi secara pribadi. Dengan demikian  informasi massa adalah milik publik, bukan individu.  Misalnya berita, iklan, sinetron, film, infoteinment, dsb.

Gatekeeper adalah penyeleksi informasi.  Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disebarkan kepada masyarakat. Bahkan mereka memiliki kewenangan untuk memperluas atau membatasi informasi yang akan disebarkan tersebut. Mereka adalah wartawan, editor, sutradara, dsb.

Khalayak adalah massa yang menjadi tujuan dari penyebaran informasi dari media massa. Mereka bersifat heterogen dan luas.

Umpan balik. Awalnya umpan balik bersifat tertunda namun dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi, maka komunikasi interaktif dapat dilakukan secara langsung melalui media massa.

1. **CIRI – CIRI KOMUNIKASI MASSA**
   1. Menggunakan media masa dengan organisasi (lembaga media) yang jelas.
   2. Komunikator memiliki keahlian tertentu
   3. Pesan searah dan umum, serta melalui proses produksi dan terencana
   4. Khalayak yang dituju heterogen dan anonym
   5. Kegiatan media masa teratur dan berkesinambungan
   6. Ada pengaruh yang dikehendaki
   7. Dalam konteks sosial terjadi saling memengaruhi antara media dan kondisi masyarakat serta sebaliknya.
   8. Hubungan antara komunikator (biasanya media massa) dan komunikan (pemirsanya) tidak bersifat pribadi.
2. **KONSEP MASSA**  
   Massa memiliki unsur-unsur penting, yaitu:
3. Terdiri dari sekelompok masyarakat dalam jumlah yang sangat besar, yang menyebar dimana-mana dan satu dengan lainnya tidak saling mengenal atau pernah bertemu atau berhubungan secara personal.
4. Jumlah massa yang besar menyebabkan massa tidak dapat dibedakan satu dengan lainnya. Misalnya penonton RCTI dengan Anteve.  Karenanya konsep massa dari segmentasi sulit diprediksi dengan angka-angka pasti (akurat).
5. Karena jumlah yang besar maka massa juga sukar diorganisir.  Jumlah massa yang besar itu cenderung bergerak sendiri-sendiri berdasarkan sel-sel massa yang dapat dikendalikan oleh orang-orang dalam sel itu.  Gerakan-gerakan massa akan semakin besar apabila sel-sel itu bertemu dan bergerak berdasarkan kondisi sesaat yang terjadi di lapangan.  Interaksi yang terjadi biasanya bersifat emosional.
6. Massa merupakan refleksi dari kehidupan sosial secara luas. Setiap bentuk kehidupan sosial merefleksikan suatu kondisi masyarakat secara keseluruhan.
7. **PROSES KOMUNIKASI MASSA**  
    Komunikasi massa dalam prosesnya melibatkan banyak orang yang bersifat kompleks dan rumit.  Menurut McQuail (1999)  proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:
8. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala yang besar, sekali siaran atau pemberitaan jumlahdan lingkupnya sangat luas dan besar.
9. Proses komunikasi massa cenderung dilakukan melalui model satu arah yaitu dari komunikator kepada komunikan atau media kepada khalayak.  Interaksi yang terjadi sifatnya terbatas.
10. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris antara komunikator dengan komunikan.  Ini menyebabkan komunikasi antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Kalau terjadi sensasi emosional sifatnya sementara dan tidak permanen.
11. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal atau non pribadi dan anonim.
12. Proses komunikasi massa juga berlangsung didasarkan pada hubungan kebutuhan-kebutuhan di masyarakat. Misalnya program akan ditentukan oleh apa yang dibutuhkan pemirsa.  Dengan demikian media massa juga ditentukan oleh rating yaitu ukuran di mana suatu program di jam yang sama di tonton oleh sejumlah khalayak massa.
13. **BUDAYA MASSA**  
     Komunikasi massa berproses  pada level budaya massa sehingga sifat-sifat komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh budaya massa yang berkembang di masyarakat di mana  proses komunikasi itu berlangsung. Dengan demikian, maka budaya massa dalam dalam komunikasi massa memiliki karakter sebagai berikut:
14. Non-tradisonal, yaitu umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer.  Acara-acara infoteiment, variety show, Indonesian idol merupakan contohnya.
15. Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa sehingga tidak mengerucut pada tingkat elit, namun apabila ada elit yang terlibat dalam proses ini, maka itu bagian dari proses dari basis massa itu sendiri.
16. Budaya massa juga memproduksi produk-produk massa.  Semua orang dapat memanfaatkan sebagai hiburan umum.
17. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa.  Bahkan secara tegas dikatakan bahwa bukan populer kalau bukan budaya massa, artinya budaya tradisional juga dapat menjadi populer apabila menjadi budaya massa.  Misalnya srimulat, campursari atau ludruk.  Pada mulanya kesenian tradisional ini berkembang di masyarakat tradisional dengan karakter-karekter tradisional, namun ketika kesenian ini dikemas di media massa maka sentuhan-sentuhan populer mendominasi seluruh kesenian itu baik cerita, kostum, latar dan tidak lagi menjadi sebatas konsumsi masyarakat pedesaan.
18. Budaya massa terutama diproduksi oleh media massa dengan biaya yang cukup besar dengan harapan menghasilkan keuntungan yang lebih besar sebagai kelanjutan budaya massa itu sendiri.  Karena itu budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi kapital yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut.
19. Budaya massa juga diproduksi secara eksklusif dengan simbol-simbol kelas sosial atas sehingga terkesan modern dan prestisius, namun sebenarnya budaya massa untuk siapa saja yang ingin menikmatinya.  Syarat utama dari ekslusifitas budaya massa ini adalah keterbukaan dan kesediaan terlibat dalam budaya secara massal.
20. **FUNGSI KOMUNIKASI MASSA**  
     Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat.  Robert K.Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (manifest function) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function), yaitu fungsi tidak diinginkan.  Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional.  
     Selain manifest function dan latent function, setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (beiring function) fungsi-fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna.  Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan dirinya, maka ia akan mengubah fungsi-fungsi sosial yang ada.  Contohnya pemberantasan korupsi yang dilakukan oleh pemerintah, disatu sisi adalah untuk membersihkan masyarakat dari praktik korupsi, namun di sisi lain tindakan pemberantasan korupsi yang tidak diikuti dengan perbaikan sistem justru akan menimbulkan ketakutan bagi aparatur pemerintah secara luas tentang masa depan mereka karena merasa tindakannya selalu diawasi, ditakuti dan ditindak.  Tak adanya perbaikan sistem yang baik dan ketakutan justru akan melahirkan (beiring) model-model korupsi baru yang lebih canggih.  Dengan demikian, aktivitas sosial lama itu ketika mendapat tekanan sosial, kemudian mengalami metamorfosa dan kemudian melahirkan aktivitas sosial.  
     Begitu pula dengan fungsi komunikasi media massa, sebagai aktivitas sosial masyarakat, komunikasi media massa juga mengalami hal yang serupa.  Seperti pemberitaan bahaya Tsunami terhadap kehidupan masyarakat pantai.  Di satu sisi pemberitaan tersebut adalah informasi mengenai bagaimana masyarakat pantai dapat menghindari bahaya Tsunami ketika bencana itu datang, tapi pemberitaan itu juga sekaligus menciptakan ketakutan dan kecemasan yang amat sangat bagi masyarakat yang hidup di pesisir pantai.  Bahkan pemberitaan itu juga berdampak buruk bagi orang-orang pegunungan yang akan merencanakan pindah tempat tinggal ke daerah pesisir.
21. Fungsi pengawasan  
    Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif.  Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas preventif untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.  Seperti, pemberitaan bahaya narkoba bagi kehidupan manusia yang dilakukan melalui media massa dan ditujukan kepada masyarakat, maka fungsinya untuk kegiatan preventif agar masyarakat tidak terjerumus dalam pengaruh narkoba.  Sedangkan fungsi persuasif sebagai upaya memberi reward dan punishment kepada masyarakat sesuai dengan apa yang dilakukannya.  Medai massa dapat memberi reward kepada masyarakat yang bermanfaat dan fungsional bagi anggota masyarakat lainnya,  namun sebagainya akan memberikan punishment apabila aktivitasnya tidak bermanfaat bahkan merugikan fungsi-fungsi sosial lainnya di masyarakat.
22. Fungsi social learning  
    Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat.  Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat   di mana komunikasi massa itu berlangsung.  Komunikasi massa itu dimaksukan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif dan efisien dan menyebar secara bersamaan di masyarakat secara luas.  Fungsi komunikasi massa ini merupakan sebuah andil yang dilakukan untuk menutupi kelemahan fungsi-fungsi paedogogi yang dilaksanakan melalui komunikasi tatap muka, di mana karena sifatnya, maka fungsi paedogogi hanya dapat berlangsung secara eksklusif antara individu tertentu saja.
23. Fungsi penyampaian informasi  
    Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, emiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informai kepada masyarakat luas.  Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informasi tercapai dalam waktu cepat dan singkat.
24. Fungsi transformasi budaya  
    Fungsi informatif adalah fungsi-fungsi yang bersifat statis, namun fungsi-fungsi lain yang lebih dinamis adalah fungsi transformasi budaya.  Komunikasi massa sebagaimana difat-sifat budaya massa, maka yang terpentin adalah komunikasi massa menjadi proses transormai budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang dilakukan oleh media massa.  
    Fungsi transformasi budaya ini menjadi sangat penting dan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya terutama fungsi social learning, akan tetapi fungsi transformasi budaya lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari bidaya global.  Sebagaimana diketahui bahwa perubahan-perubahan budaya yang disebabkan karena perkembangan telematika menjadi perhatian utama semua masyarakat di dunia, karena selain dapat dimanfaatkan untuk pendidikan juga dapat dipergunakan untuk fungsi-fungsi lainnya, seperti politik, perdagangan, agama, hukum, militer, dan sebagainya.  Jadi, tidak dapat dihindari bahwa komunikasi massa memainkan peran penting dalam proses ini di mana hampir semua perkembangan telematika mengikut-sertakan proses-proses komunikasi massa terutama dalam proses transformasi budaya.
25. Hiburan  
    Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan, bahwa seirama dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komuniasi massa menggunakan media massa, adi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.  
    Transformasi budaya yang dilaksanakan oleh komunikasi massa mengikut-sertakan fungsi hiburan ini sebagai bagian penting dalam fungsi komunikasi massa.  Hiburan tidak terlepas dari fungsi media massa itu sendiri dan juga tidak terlepas dari tujuan transformasi budaya.  Dengan demikian, maka fungsi hiburan dari komunikasi massa saling mendukung fungsi-fungsi lainnya dalam proses komunikasi massa.
26. **KOMUNIKASI MASSA SEBAGAI  SISTEM SOSIAL**  
     Kata sistem berassal dari bahasa Yunani, yaitu systema.  Artinya sehimpunan dari bagian atau komponen yang saling berhubungan satu sama lain secara teratur dan merupakan suatu keseluruhan (Narwoko dan Suyanto, 2004:123).  Dalam tradisi ilmu sosial penggunaan istilah sistem lebih sering digunakan untuk merujuk pada pengertian sebuah sistem organik, yaitu sebuah sistem yang didalamnya terdiri dari beberapa komponen yang lebih kecil yang memiliki kehidupan (animate).  Istilah ini digunakan untuk membedakan penggunaan istilah yang sama pada ilmu-ilmu eksakta, di mana sebuah sistem anorganik terdiri dari beberapa komponen yang lebih kecil yang tak berjiwa (in-animate).  Walaupun demikian, kedua istilah sistem itu mengarah kepada pengertian sistem sebagai sebuah himpunan kehidupan sosial yang terdiri dari komponen-komponen yang saling berhubungan satu dengan lainnya secara teratur dan sistematis serta membentuk suatu kehidupan yang menyeluruh.

Di masyarakat, sistem digunakan untk beberapa pengertian sebagai berikut:

1. sistem ditujukan sebagai gagasan atau ide yang tersusun, terorganisir dan membentuk suatu kesatuan yang sistematis dan logis, umpanya adalah filsafat, nilai pemerintahan, demokrasi, kekerabatan, dan sebagainya.
2. sistem yang merujuk pada pengertian sebuah kesatuan, kelompok, sebuah himpunan dari beberapa unit atau komponen yang terpisah-pisah, memiliki hubungan-hubungan khusus sehingga membentuk sebuah keseluruhan yang utuh, seperti pesawat terbang, komputer, arloji, dan sebagainya.
3. sistem ditujukan untuk menyebutkan sebuah metod, cara, tehnik yang digunakan, seperti sistem belajar, sistem pelatihan, sistem bertindak, dan sebagainya.

Talcot Parson membagi karakter sistem sosial menjadi :

1. Karakter himpunan yaitu sistem terdiri dari beberapa komponen yang terdapat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.
2. Karakter equilibrium, yaitu sistem merupakan sebuah kehidupan yang seimbang diatur oleh norma dan aturan-aturan dalam masyarakat tersebut. (Ritzer dan Goodman, 2003)

Hal-hal yang dapat dimanfaatkan dari teori sistem adalah:

* 1. Sistem sebagai suatu teori dapat digunakan semua ilmu-ilmu sosial
  2. Sistem mengandung banyak tingkatan dan dapat diaplikasikan pada aspek dunia sosial berskala besar maupun kecil, ke aspek ruang paling subjektif dan objektif.
  3. Teori sistem tertarik pada keragaman hubungan dari berbagai aspek dunia sosial.
  4. Pendekatan sistem cenderung menganggap melihat semua aspek sosiokultural dari segi proses, khususnya jaringan informasi dan komunikasi.
  5. Teori sistem bersifat inherent dan integratif (Ritzer dan goodman; 2003)

Komunikasi massa sebagai sistem sosial memiliki komponen-komponen penting yaitu :

1. Narasumber sebagai sumber-sumber informasi bagi media massa.
2. Publik yang mengkonsumsi media massa.
3. Media massa meliputi, organisasinya, sumber daya manusia, fasilitas produksi, distribusi, kebijakan yang ditempuh, ideologi yang diperjuangkan, dsb.
4. Aturan hukum dan perundang-undangan, norma-norma dan nilai-nilai, serta kode etik yang mengatur pelaksanaan semua stakeholder komunikasi massa.
5. Institusi pendukung yang tumbuh untuk memberikan kontribusi terhadap kegiatan komunikasi massa, seperti percetakan, periklanan, production house, dll.
6. Pihak-pihak yang mengendalikan berlangsungnya komunikasi massa, permodalan, penguasa, kekuatan politik, maupun kelompok kepentingan.
7. Unsur-unsur penunjang lain yang memungkinkan berlangsungnya kegiatan komunikasi massa.  Contohnya perusahaan penghasil teknologi komunikasi, kondisi sosial, ekonomi, politik,  kondisi global internasional dan percaturan politik dunia.
8. **PERAN MEDIA MASSA**  
   Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agen of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan.  Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:
9. 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.
10. media massa menjadi media informasi bagi masyarakat. Dengan banyak informasi masyarakat menjadi lebih mampu berpartisipasi dalam setiap aktivitasnya.
11. media massa sebagai media hiburan.  Sebagai agent of change, media massa juga menjadi institusi budaya, menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya.
12. **EFEK KOMUNIKASI MASSA**

Berdasarkan teorinya, efek komunikasi masa dibedakan menjadi tiga macam efek, yaitu efek terhadap individu, masyarakat, dan kebudayaan.

* 1. Efek komunikasi masa terhadap individu

Menurut Steven A. Chafee, komunikasi masa memiliki efek-efek berikut terhadap individu:

1. Efek ekonomis: menyediakan pekerjaan, menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan)
2. Efek sosial: menunjukkan status (contoh: seseorang kadang-kadang dinilai dari media massa yang ia baca, seperti surat kabar pos kota memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar Kompas.
3. Efek penjadwalan kegiatan
4. Efek penyaluran/ penghilang perasaan
5. Efek perasaan terhadap jenis media

Menurut Kappler (1960) komunikasi masa juga memiliki efek:

1. Conversi, yaitu menyebabkan perubahan yang diinginkan dan perubahan yang tidak diinginkan.
2. Memperlancar atau malah mencegah perubahan
3. Memperkuat keadaan (nilai, norma, dan ideologi) yang ada.

Komunikasi Massa Yaitu proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi - organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat.

Komunikasi merupakan kunci utama dalam keberhasilan hidup bermasyarakat. Terutama pentingnya komunikasi massa yang efektif dengan menggunakan media sebagai alat perantara dalam membagi informasi kepada khalayak umum dengan baik dan jelas. Kedepan diharapkan media massa yang semakin canggih dan modern dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat Indonesia dalam mendapatkan informasi yang akurat.