

upload tugas disini

silahkan uoload tugas disini

TUGAS 4

ANDRIANSYAH
182910030

KARAKTERISTIK KOMUNIKASI MASSA

- a. Komunikator terlembagakan : Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
- b. Pesan bersifat umum : Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik bagi sebagian besar komunikannya.
- c. Komunikannya anonim dan heterogen : Komunikannya pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda yang dapat dikelompokkan berdasarkan usia atau jenis kelamin.
- d. Media massa menimbulkan keserempakan : Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayaknya atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Effendy (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 9) mengartikan keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan antar penduduk berada dalam keadaan terpisah.
- e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan : menunjukkan bahwa pada komunikasi massa yang paling utama adalah unsur isi daripada hubungan. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.
- f. Komunikasi massa bersifat satu arah : Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa komunikasi massa menggunakan media. Karena melalui media massa maka komunikator

dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog seperti halnya komunikasi antar pribadi.

- g. Stimulasi alat indra terbatas : Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya dapat mendengar, sedangkan pada media televisi dan film digunakan alat indera penglihatan dan pendengaran.
- h. Umpan balik tertunda : Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam komunikasi. Seringkali efektivitas komunikasi dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikannya. Karena komunikasi massa menggunakan media, maka feedback yang terjadi tidak secara langsung.

Soal.

1. Strategi Pendekatan dalam Komunikasi Hubungan Interpersonal Era Politik di Indonesia

Jawab :

1. Sejak tumbangnya orde baru, demokrasi di Indonesia berkembang sangat positif, semua kegiatan dalam memilih calon pemimpin dilalui secara demokratis, yaitu dengan menggelar sistem pemilihan umum secara langsung. Dalam pemilihan umum secara langsung ini proses menentukan calon pemimpinnya dipilih secara langsung oleh rakyat. Bentuk pemilihan langsung tersebut mulai dari pemilihan bupati ataupun walikota, gubernur, presiden dan bahkan calon anggota legislatif pun dipilih berdasarkan suara terbanyak yang diperoleh oleh masing-masing kandidat. Pemilu langsung diikuti oleh seluruh lapisan masyarakat yang memenuhi syarat sebagai pemilih. Dalam pemilihan langsung, rakyat menentukan pilihan politik secara langsung, bukan lagi elit tertentu dari partai politik yang berkuasa di parlemen seperti pada masa orde baru. Dengan sistem ini, ruang bagi masyarakat dalam menentukan pemimpin baik di tingkat kabupaten, propinsi ataupun pusat secara langsung. Untuk menghadapi persaingan tersebut setiap calon peserta harus memiliki strategi komunikasi yang baik agar tingkat keterpilihannya tinggi. Komunikasi yang dilakukan biasanya dalam bentuk sosialisasi program kerja, visi misi dan pesan lainnya. Pada hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, berupa pikiran atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang atau kelompok lain dengan menggunakan lambang-lambang yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak (Effendy, 1993 : 9)

Banyak cara komunikasi yang dapat dilakukan bagi para calon pimpinan dalam meraih simpati pemilih, berbagai macam pendekatan dilakukan terhadap pemilik suara seperti pendekatan komunikasi politik. Mueller (1973:73) mengetengahkan bahwa Komunikasi Politik didefinisikan sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi komunikasi politik jika menekankan pada fungsi komunikasi politik dalam sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Pada era sebelumnya, strategi komunikasi politik hanya ditujukan kepada kelompok tertentu saja, akan tetapi pada era reformasi sekarang bentuk komunikasi politik berubah dan diarahkan kepada calon pemilih sebagai rakyat yang memiliki hak suara dalam pemilu secara langsung. Berbagai strategi komunikasi politik dilakukan oleh setiap calon dalam meningkatkan citra yang bertujuan untuk membangun citra positif dimata para pemilih, sehingga dapat diharapkan para pemilih memberikan suaranya kepada calon tersebut. Semua calon berlomba-lomba dalam membangun citra positif dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi tentang diri calon agar dapat diterima oleh para pemilik suara dalam pemilihan umum. Salah satu bentuk dalam komunikasi adalah proses

penyampaian pesan politik yang berkaitan dengan Pemilihan umum sesuai gaya dari setiap calon peserta. Pengaruh komunikasi dalam sistem pemilihan umum secara langsung sangatlah besar, karena komunikasi mempunyai kemampuan membentuk persepsi dalam mempengaruhi perilaku memilih masyarakat. Persepsi adalah satu proses dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh (Bilson Simamora, 2004:102).

Di Indonesia pola komunikasi politik yang di terapkan saat ini di antaranya :

1. Pola komunikasi vertikal (top down, dari pemimpin kepada yang dipimpin).
2. Pola komunikasi horizontal (antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok).
3. Pola komunikasi formal (komunikasi melalui jalur-jalur organisasi formal).
4. Pola komunikasi informal (komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka, tidak mengikuti prosedur atau jalur-jalur organisasi).

Contoh kasus Joko Widodo tercatat sebagai walikota solo periode kedua, sedangkan Basuki Cahya Purnama merupakan mantan Bupati Belitung yang menjadi anggota DPRRI dari pemilihan Bangka Belitung. Dikarenakan mereka dari luar Jakarta, mereka berasal dari daerah yang tidak sebesar Jakarta, tentunya memiliki gaya kebanyakan dari masyarakat umumnya, mereka berdua dianggap sebagai perwakilan dari masyarakat kebanyakan yang hidup sederhana dan tidak mencerminkan birokrasi ketika mereka bertemu dengan masyarakat. Dari segi penampilan, Jokowi biasa-biasa saja. Nada bicara yang disampaikan pun biasa. Topik yang dibahas oleh Jokowi adalah masalah sehari-hari yang dialami masyarakat. Sebagai contoh, Jokowi berbicara masalah pedagang di pasar dengan bahasa yang sederhana. Gaya komunikasi Jokowi tidak emosional, tidak meledakledak, selalu menggunakan bahasa pada umumnya, sederhana dan digunakan banyak orang. Gaya komunikasi Jokowi orisinal tidak meniru gaya berbicara siapa pun. Jokowi menjadi dirinya sendiri. Jokowi selama menjabat Walikota soloh, memang lebih memilih untuk lebih JMA Vol. 18 No. 2 Oktober - November 2013 112 banyak bekerja ketimbang banyak bicara. Orientasinya bukan panggung politik, tidak berjarak dan menyatu dengan rakyat. Jokowi lebih suka blusukan ke masyarakat. Blusukan adalah aktifitas yang dilakukan seseorang untuk memasuki suatu tempat untuk mengetahui keadaan yang terjadi di tempat tersebut. Gaya Komunikasi yang dilakukan Jokowi tidak menjual retorika, mengejar panggung, tapi kedekatan dengan masyarakat. Tidak seperti pejabat kebanyakan yang lebih banyak menjual retorika, mengejar panggung, dan bahasa yang digunakanpun kadang-kadang awam di mata masyarakat. Dengan Strategi blusukan yang dilakukan oleh Jokowi, secara nyata pola komunikasi interpersonal yang terjadi antara Jokowi

dengan masyarakat berada pada jarak yang sangat dekat, tanpa ada halangan, walaupun terjadi noise, noise tersebut tidak menjadi halangan yang berarti. Apa yang dikemukakan dan diterima oleh si penerima pesan komunikasi tersebut. Pesan komunikasi yang disampaikanpun secara simultan dan spontan, baik secara komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal. Keberhasilan suatu komunikasi merupakan tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi interpersonal bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antar pribadi bisa saja didominasi oleh atasan.

2. JIKA dinamika sosial masyarakat tidak lagi dipahami sebagai dinamika tunggal tapi dipahami sebagai dinamika bersama, bagaimanakah keadaan tersebut

Jawab

Istilah sosial politik terdiri berasal dari dua kata, yaitu sosiologi dan politik. Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari masyarakat, kelompok – kelompok sosial, dan tingkah laku individu baik individual maupun kolektif dalam konteks sosial. Politik adalah ilmu yang mempelajari kekuasaan sebagai konsep inti. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sosiologi politik adalah ilmu tentang kekuasaan, pemerintahan, otoritas, dan komando di dalam semua masyarakat manusia, tidak hanya di dalam masyarakat nasional.

Sosial dan politik mempunyai hubungan dan ketekaitan yang sangat erat. Seperti yang kita ketahui, bahwa dunia politik pasti berkenaan dengan dunia sosial masyarakat. Masyarakat menjadi penghubung antara sosial dan politik itu sendiri. Di dalam kegiatan politik, kita tidak bisa lepas dari partisipasi masyarakat karena masyarakatlah yang menjadi pelaku politik tersebut. Begitu juga sebaliknya, dalam kehidupan sosial kita tidak bisa lepas dari unsur – unsur politik. Istilah sosial dan politik sudah dikenal oleh bangsa Indonesia sejak lama. Untuk urusan politik, Indonesia sudah melakukan banyak sekali kegiatan politik sejak kemerdekaan Indonesia. Dalam sejarahnya, Indonesia telah mencatat sebanyak tiga fase pemerintahan, yaitu Demokrasi Terpimpin atau Orde Lama yang dilaksanakan sejak kemerdekaan Indonesia di bawah kepemimpinan Ir. Soekarno, kemudian Orde Lama yaitu pada masa kepemimpinan Soeharto, dan Era Reformasi yang dimulai sejak lengsernya Soeharto pada tahun 1998.

Ketiga fase tersebut telah menorehkan berbagai macam sejarah baik dan buruk yang membentuk dan membekas di era reformasi sekarang ini. Pergantian fase itu sebenarnya adalah bertujuan untuk Indonesia yang lebih baik. Seluruh sistem pemerintahan di Orde Lama yang tidak sesuai

dengan rakyat Indonesia telah diubah. Namun terlepas dari itu semua, sebagai negara multikultur dan masyarakatnya yang sangat dinamis, Indonesia tidak bisa terlepas dari berbagai permasalahan khususnya dalam dunia perpolitikan.

Lantas, bagaimanakah kondisi sosial politik di Indonesia sekarang ini ?

Seperti yang kita ketahui, adanya persaingan dalam dunia perpolitikan adalah suatu masalah yang masih dirasakan dari dulu hingga sekarang. Persaingan tersebut dilakukan dalam bentuk persaingan sehat dan persaingan yang tidak sehat. Persaingan sehat akan memberikan dampak positif bagi siapapun, dan sebaliknya persaingan tidak sehat akan memberikan dampak negatif bagi pihak manapun. Persaingan tidak sehat ini, biasanya dilakukan dalam bentuk : saling menjatuhkan, menghina, memaki, bahkan saling menyakiti. Hal ini masih sering terjadi sampai sekarang ini. Ada banyak sekali tindakan – tindakan persaingan tidak sehat yang dilakukan antara partai politik yang satu dengan partai politik yang lainnya. Tindakan tersebut dilakukan oleh anggota partai politik, pengurus partai politik, pendukung partai politik, serta masyarakat yang sebenarnya tidak tahu menahu tentang politik tetapi memilih untuk mencoba melakukan tindakan tersebut. Sangat disayangkan jika masalah ini akan terus melanda negara yang kita cintai ini. Banyaknya partai merupakan bentuk dari kemajemukan bangsa yang seharusnya dijadikan pemersatu, bukan pemecah apalagi penghancur.

Masalah lain yang dihadapi oleh bangsa Indonesia di masa sekarang ini adalah banyaknya partai politik yang memilih selebritis tanah air untuk menjadi anggota partainya. Dengan maksud rakyat lebih banyak memilihnya karena kepopuleran. Padahal, kinerja dari para selebritis tersebut tidak bisa dijamin jika hanya mengandalkan kepopuleran. Yang dibutuhkan dalam dunia perpolitikan Indonesia bukanlah sebuah kepopuleran, akan tetapi kinerja optimal yang dapat membangun politik Indonesia menjadi sangat baik. Dan seharusnya, partai politik memilih dengan bijaksana siapa anggota yang mahir pada bidangnya, bukan asal – asalan.

Sangat diakui, bahwa kondisi politik yang ada di Indonesia saat ini mengalami tingkat 'buruk'. Keterpurukan ini disebabkan perpolitikan Indonesia yang tidak sehat. Banyak politisi di negara ini yang terlibat kasus korupsi. Mereka lebih mementingkan kepentingan pribadi dan lupa akan tugasnya sebagai pejuang rakyat. Bahkan saat ini, banyak pejabat dan tokoh yang hanya bisa bercuap – cuap berdiskusi di televise mencaci maki kinerja tanpa mengetahui jalan keluarnya. Bukankah lebih baik bertindak dibandingkan hanya berdiskusi di televisi? dan sebuah diskusi tidak akan berguna jika tidak ada solusinya.

Saat ini, Indonesia tengah mengalami masalah yang cukup serius. Hilangnya nilai Pancasila dalam kehidupan bermasyarakat dan dunia perpolitikan telah menimbulkan masalah yang sampai sekarang belum terpecahkan. Nilai – nilai Pancasila sudah tidak lagi menjadi dasar negara yang diamalkan dalam kehidupan sehari – hari. Nilai Pancasila sudah tidak lagi dijunjung tinggi. Dan nilai Pancasila sudah tidak dihiraukan lagi oleh masyarakat Indonesia. Pancasila seharusnya dijadikan landasan dalam dunia perpolitikan. Pancasila seharusnya diterapkan dalam segala macam kegiatan yang dilakukan di dunia perpolitikan. Namun yang terjadi sekarang ini adalah sebaliknya.

Hal ini sangat disayangkan, karena Pancasila adalah dasar negara yang menjadi simbol dari bangsa ini. Pancasila adalah alat pemersatu bangsa. Dan Pancasila adalah pedoman bagi kehidupan bermasyarakat.

Seperti yang kita ketahui, sampai sekarang ini masih banyak sekali masalah dalam dunia perpolitikan yang dialami oleh negara yang kita cintai ini. Dengan adanya beragam masalah, sudah seharusnya kita masyarakat Indonesia mulai melakukan perubahan. Kita harus memikirkan solusi dari semua masalah ini. Bukan hanya mampu menjadi pembuat, penyebab, bahkan penikmat dari setiap masalah yang tengah kita hadapi.

Kita tidak boleh menjadi bangsa yang lemah, menjadi bangsa yang hanya memikirkan nasib sendiri tanpa memikirkan orang lain. Kita tidak boleh menjadi bangsa yang hanya bisa ikut – ikutan dalam membuat masalah, menyebarkan suatu berita yang menimbulkan kerugian bagi orang lain, hanya berkomentar tanpa memberi solusi, bahkan malah menjadi penyebab dari masalah yang timbul.

Kita harus merubah pola pikir yang kita miliki, menjadi manusia yang berpikir kritis untuk kemajuan bangsa, dan harus bisa menemukan solusi, bukan hanya menanggapi. Kita tidak boleh bersikap acuh tak acuh terhadap persoalan yang ada di depan mata. Bukankah lebih baik kita membantu daripada hanya melihat suatu kesulitan yang dialami oleh orang lain?

Keberagaman yang kita miliki, adalah asset terbesar untuk menunjukkan pada dunia bahwa kita mampu bersatu. Dunia perpolitikan merupakan suatu wadah untuk menyalurkan aspirasi kita dalam mewujudkan kemajuan bangsa., dan masalah yang ada harus kita jadikan motivasi untuk menyatukan bangsa ini.

Persaingan tidak sehat dalam dunia perpolitikan sudah seharusnya kita kurangi, karena persaingan tidak sehat hanya akan menimbulkan dampak negatif yang dapat merugikan orang lain. Bukankah kita lebih suka menjalani kehidupan dengan tenang? Tanpa ada perkelahian, tanpa ada pemakian, pemecah belahan, bahkan pembunuhan.

Pemilihan selebritis menjadi anggota partai sebenarnya tidak ada masalah. Namun dalam pemilihan anggota, sebagai partai politik yang bijak sudah seharusnya kita tidak hanya memikirkan kepopuleran yang ada tanpa memikirkan kinerjanya. Menang karena kepopuleran tanpa memiliki kinerja yang baik, justru akan terasa sia – sia.

Sebagai anggota politisi yang baik, kita tidak boleh memikirkan kepentingan pribadi daripada kepentingan orang lain. Kita harus berpikir, bahwa tindakan korupsi akan menimbulkan banyak kerugian bagi siapa saja. Kesenangan yang kita alami jika melakukan korupsi hanya bersifat sementara.

Pancasila yang telah dibuat dengan darah dan air mata oleh para pejuang bangsa sejak dahulu harus kita jadikan landasan dalam berkehidupan. Pancasila harus menjadi pemersatu, bukan penghancur.

Mulailah berpikir kritis sejak dini. Memang tidak mudah untuk merubah sesuatu yang sudah rusak, namun bukankah semuanya masi bisa diperbaiki? Kita tidak akan mampu merubah pola pikir orang lain, apalagi sifat orang lain. Namun kita mampu untuk merubah pola pikir kita sendiri. Semuanya dimulai dari diri sendiri.

3. negara barat adalah perintis media keterkaitan negara barat dalam percaturan politik, ekonomi, militer internasional pada masanya, negara barat menguasai teknologi yang dibutuhkan. Sedangkan pemberitaan tentang negara-negara berkembang dianggap tidak propesional jumlahnya, Bagaimanakah saudara melihat ketimpangan dari situasi hubungan tersebut ?

Jawab

Arus informasi yang didominasi oleh Negara-Negara *super power* (maju) mampu mengoperasikan kantor-kantor berita raksasa yang dapat menyebarkan berita yang timpang. Arus informasi dari Negara-Negara Barat mengalir ke Negara-Negara berkembang dan kurang berkembang semakin deras, dalam struktur informasi dan komunikasi internasional, negara-negara maju berada pada posisi memimpin, memasok dan mendesak informasi, mereka memiliki dan mengoperasikan berbagai fasilitas, teknologi, dan segala sumber daya komunikasi dan informasi modern yang canggih untuk mendominasi komunikasi internasional. Saat ini sirkulasi arus berita International dikuasai Negara-Negara maju. Hal ini diwakili oleh dominasi empat kantor berita besar dalam arus

berita bagi media cetak yaitu: AP (*The Associated Press*), AFP (*Agence France Presse*), UPI (*United Press International*), Reuters, serta dominasi berita media televisi yaitu Wisnews, WTN, BBC, CNN, Sky News, Fox News, VOA dan Aljazeera.

Persoalan yang terjadi karena adanya dominasi berita International oleh sejumlah kantor berita Barat bukan sekedar ketimpangan arus informasi saja melainkan ketidakadilan isi arus beritanya, di mana isi berita mengenai Dunia ketiga jauh lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah berita tentang dunia maju, padahal proporsi penduduk di dunia ketiga jauh lebih besar dari proporsi penduduk di dunia maju, jumlah berita yang sedikit ini pun cenderung hanya berisikan berita-berita tentang konflik, bencana, kerusuhan, ataupun bisa disebut dengan berita-berita negatif dan sensasional, berita negatif itu cenderung ditempatkan sebagai berdiri sendiri tanpa ditempatkan sebagai bagian dari sebuah proses, cara pemberitaannya cenderung merefleksikan nilai-nilai Barat bukan nilai-nilai setempat, dan dimensi pembangunan dunia ketiga sangat diabaikan.

Oleh karena itu, ketimpangan arus informasi itu pada akhirnya bermuara pada terwujudnya, citra dan Opini Publik internasional yang timpang pula. Tidak dapat disangkal bahwa citra dan Opini Publik Internasional akhirnya tercipta berdasarkan arus informasi dunia yang tentu saja sesuai dengan kepentingan negara-negara maju karena informasi bukan saja bisa "diputar-balik", melainkan yang terpenting adalah informasi itu bisa "direkayasa" dan dibuat "lebih indah atau lebih buruk dari warna aslinya", tergantung kepada kepentingan pembuat informasi. Akhirnya citra dan Opini Publik Internasional dapat diciptakan seenaknya oleh negara maju sesuai kepentingan nasionalnya.

Jika arus informasi yang disalurkan oleh kantor-kantor berita Barat mengalami ketimpangan arus informasi dan dipandang adanya ketidakadilan isi berita, apa yang menjadi faktor-faktor yang menyebabkan hal ini bisa terjadi?

Faktor yang pertama adalah adanya perbedaan ideologi maupun sistem yang digunakan oleh negara-negara di dunia. Mengapa hal ini dapat mempengaruhi proses penyampaian informasi? karena sistem atau ideologi negara inilah yang kemudian menentukan batas-batas fleksibilitas, pola, serta proporsi penyampaian informasi melalui pers. Jika suatu negara menggunakan prinsip-prinsip demokrasi, negara tersebut akan memberlakukan kebijakan yang lebih mengutamakan kepada kebebasan pers untuk mencari informasi dan menyampaikannya dalam bentuk berita kepada masyarakat.

Pemerintahan demokrasi juga menggunakan pers sebagai check and balance terhadap kinerja pemerintah dengan memanfaatkan informasi yang dilaporkan pers melalui sudut pandang pers.

Di negara-negara demokratis cenderung tidak memperlihatkan ketimpangan arus maupun isi informasi. Memang, praktek-praktek seperti pers yang disponsori oleh kepentingan, media yang tidak objektif, maupun informasi yang *overlapping* sulit untuk dihindari. Akan tetapi, masyarakat tetap dapat memperoleh haknya dalam memperoleh informasi sebebaskan-bebasnya. Lain halnya dengan negara-negara yang cenderung otoriter dan tidak demokratis. Negara-negara ini pada umumnya kerap menggunakan tindakan kebijakan yang *opresif* terhadap wewenang media dalam memberikan ataupun meliput informasi. Masyarakat di negara ini cenderung mengetahui informasi-informasi yang "dilegalkan" oleh pemerintah yang *notabene* telah mengalami proses sensorship terlebih dahulu. Bahkan pemerintah tidak segan-segan *membrede* media yang tidak mengikuti peraturan pembatasan oleh pemerintah.

Hal ini menyebabkan terjadinya ketimpangan arus dan isi informasi, karena masyarakat di negara yang otoriter memperoleh informasi yang tidak sama dengan negara-negara demokratis lainnya. Contoh yang nyata terjadi di era Soekarno dan orde baru dimana media sangat dibatasi oleh pemerintah. Bahkan media pers Abadi *dibrede* oleh pemerintah karena tidak menandatangani 19 persyaratan pemerintah tentang aturan media pers.

Fenomena ketimpangan informasi ini juga terjadi di era perang dingin, di mana saat itu media dijadikan sebagai alat propaganda yang terpercaya. Fenomena seperti propaganda anti komunis yang dilancarkan Barat terhadap Negara-Negara strategis membuat arus informasi menjadi tidak seimbang. Hal ini juga terjadi di Indonesia di mana media massa hanya memuat informasi yang *Barat sentries* dan tidak menyajikan informasi yang proporsional tentang timur melalui propaganda Amerika Serikat. Oleh karena itu, di era *Cold War*, Negara-Negara yang berkiblat atau dibawah kekuasaan blok Barat tidak memperoleh informasi yang seimbang tentang dunia timur, begitupun sebaliknya.

Faktor kedua adanya muatan kepentingan karena media membentuk *opini public*. Memang, media massa sangat berperan dalam pembentukan *opini publik* melalui informasi, spekulasi, dan analisis yang disampaikan kepada masyarakat. Beberapa

media pers yang ditunggangi oleh kepentingan sang pemilik menyebabkan perbedaan informasi atau porsi pemberitaan yang berbeda pula dengan media pers lainnya. Karena menyadari perannya yang sangat signifikan dalam mempengaruhi pandangan dan pola pikir masyarakat, media massa kerap dijadikan sebagai alat bagi golongan tertentu yang sarat dengan kepentingan, khususnya kepentingan politis dan ekonomi. Contoh nyata adalah perbedaan antara CNN, Foxnews, dan Aljazeera dalam mempublikasikan berita maupun data temuan keduanya. Dalam meliput invasi AS ke Irak dan menyajikan data korban, kedua jaringan pemberitaan tersebut memiliki perbedaan data yang cukup kontras. Hal ini kemudian dianulir sebagai bentuk perbedaan kepentingan antara barat dan timur.

Faktor keempat karena munculnya konglomerasi media yang berambisi untuk memonopoli media. Para kapitalis sangat berorientasi pada keuntungan ekonomis dan komersial. Sehingga mereka memanfaatkan kekuatan media untuk menciptakan masyarakat yang konsumtif – agar penyerapan pasar terhadap produk-produk mereka dapat terjadi dengan sempurna. Bahkan para kapitalis kaya raya tersebut berupaya membuat Negara dunia ketiga sebagai “*dumping ground*” untuk semua produk yang dilarang beredar di Barat. Contoh yang paling biasa, misalnya mereka menggunakan media untuk memasarkan produk yang banyak dilarang beredar di Barat, seperti: pestisida, produk rokok, atau program TV “sampah” yang dilarang beredar di dunia Barat.

Kemudian, dari data yang diketahui bahwa saat ini, ada 6 konglomerat raksasa yang mendominasi media di dunia yaitu: AOL Time Warner, Viacom, Walt Disney, Bertelsmann, News Corp, Vivendi Universal, Sony.¹ Para korporasi ini menguasai begitu banyak majalah, koran, stasiun radio dan televisi, perusahaan film production, penerbit buku, dan semua major music *record companies* yang produknya terus dipasarkan untuk dikonsumsi oleh negara dunia ketiga. Bahkan para korporasi raksasa tersebut terus mengembangkan *online assets* mereka. Dan tidak satupun dari pemain utama dalam konstelasi media global tersebut yang dimiliki oleh negara berkembang. Jadi, tidak mengherankan apabila terjadi ketimpangan dalam arus dan konten informasi, karena negara-negara maju telah memiliki kapabilitas yang jauh meninggalkan negara berkembang di belakang. Dan tak mengherankan juga apabila banyak media mensirkulasikan berita yang “bias” dan condong kepada kepentingan tertentu – karena

memang kebanyakan media di “kangkangi” oleh suatu kepentingan, sehingga sulit bagi mereka untuk netral. Lalu, akhirnya fenomena ketimpangan dalam arus dan konten informasi tersebut tentunya membawa implikasi negatif bagi dunia berkembang. Sebagai objek pasif dalam dinamika konstelasi informasi global – negara berkembang adalah korban praktek *brainwashed* yang dilakukan media global. Media tersebut melakukan propaganda, doktrinasi, maupun menyebarkan berita bias untuk membuat negara-negara berkembang senantiasa tunduk pada kepentingan negara-negara maju.

Kesimpulan

Arus informasi yang disalurkan oleh kantor-kantor berita Barat bukanlah hanya sekedar ketimpangan arus informasi saja melainkan dipandang sebagai ketidakadilan isi berita. Kantor-kantor berita Barat yang dikuasai oleh Negara-Negara *super power* merupakan sebuah lembaga bisnis yang berpegang pada prinsip-prinsip bisnis, *profit oriented and politics*. Sudah dijelaskan sebelumnya bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi adanya ketimpangan arus dan ketidakadilan isi berita yang disalurkan oleh kantor-kantor berita Barat di antaranya adalah adanya perbedaan ideologi maupun sistem yang digunakan oleh negara-negara di dunia, adanya muatan kepentingan karena media membentuk *opini public*, konglomerasi media yang berambisi untuk memonopoli media.

Dominasi arus informasi Negara Barat membuat Negara berkembang mau tidak mau harus mengikut arus informasi yang hampir sudah dikuasai oleh Negara Barat tersebut. Seperti kita ketahui bahwa Negara berkembang memiliki banyak kelemahan dalam memasok arus informasi, kekurangan dalam sumber daya manusianya, *finansialnya*, jumlah wartawannya, jumlah berita yang dikumpulkan dan kualitas beritanya. Oleh karena itu, agar masyarakat Di Negara berkembang tidak disebut dengan masyarakat yang miskin informasi, kantor berita yang ada di Negara Berkembang seperti ABU (*Asia Pacifik Broadcasting Union*) membeli berita dari kantor berita Barat, walaupun sudah diketahui sebelumnya kantor Berita Barat selalu timpang dan tidak adil dalam menyalurkan isi beritanya. Kebutuhan akan informasi ini membuat negara berkembang selalu ketergantungan dengan Negara Barat dalam hal mendapatkan informasi. Persoalan siapa yang menguasai informasi maka ia akan menguasai dunia nampaknya disalah gunakan oleh kantor berita Barat yang selalu timpang dan tidak adil dalam menyalurkan isi berita. Memperkuat pertahanan Negara-Negara Barat dalam bidang ekonomi melalui

kantor berita Barat dengan melakukan segala cara untuk menjadi Negara *super power* dengan mempunyai kantor berita Raksasa yang merupakan sumber pertama keluarnya informasi.

Nama : Annisatul Mardiah

NIM : 182910029

TUGAS 10

Sebutkan ciri-ciri atau karakteristik komunikasi massa yang telah menjadi komunikasi massa baru, new media atau komunikasi massa zaman now, jelaskan?

Jawab :

- a. Komunikator terlembagakan : Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
- b. Pesan bersifat umum : Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik bagi sebagian besar komunikannya.
- c. Komunikannya anonim dan heterogen : Komunikasi pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda yang dapat dikelompokkan berdasarkan usia atau jenis kelamin.
- d. Media massa menimbulkan keserempakan : Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayaknya atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Effendy (dalam Ardianto dan Erdinaya, 2005: 9) mengartikan keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan antar penduduk berada dalam keadaan terpisah.
- e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan : menunjukkan bahwa pada komunikasi massa yang paling utama adalah unsur isi daripada hubungan. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

- f. Komunikasi massa bersifat satu arah : Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa komunikasi massa menggunakan media. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog seperti halnya komunikasi antar pribadi.
- g. Stimulasi alat indra terbatas : Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya dapat mendengar, sedangkan pada media televisi dan film digunakan alat indera penglihatan dan pendengaran.
- h. Umpan balik tertunda : Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam komunikasi. Seringkali efektivitas komunikasi dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikannya. Karena komunikasi massa menggunakan media, maka feedback yang terjadi tidak secara langsung.

Berikut ini adalah beberapa karakteristik *new media* yang dapat dipelajari.

1. Digital

Ciri khas atau karakteristik dari media baru yang pertama kali adalah digital. Maksudnya, semua data dan konten yang ada di dalam media baru sebenarnya merupakan data-data yang bersifat digital dan bukan fisik seperti layaknya media massa yang berupa koran, ataupun yang lainnya. Konten digital pada dasarnya adalah data komputer, atau data elektronik yang berupa angka-angka yang dapat diterjemahkan oleh komputer atau perangkat keras yang dapat mengubah data tersebut dapat dipahami oleh pengguna komputer.

2. Interaktivitas

Karakteristik kedua dari media baru adalah interaktif atau interaktivitas. Maksudnya, pada media baru memungkinkan semua orang, termasuk pembaca yang awam sekalipun dapat terlibat langsung dalam proses diskusi atau saling mengomentari sebuah berita atau sebuah komentar dari seseorang tertentu di dalam suatu berita tersebut. Tidak peduli apakah Anda orang ahli atau bukan, tidak peduli apa profesi Anda, dan tidak peduli apakah Anda sudah dewasa atau belum, ruang untuk terlibat dalam diskusi sangat luas karena terdapat fitur semacam komentar yang menyediakan akses untuk berinteraksi dengan media ataupun dengan orang lain.

3. Hipertekstual

Karakter berikutnya adalah hipertekstual. Maksudnya, pada media baru terdapat hiperteks-hiperteks yang memungkinkan pengguna untuk mengakses konten yang lain dengan cepat melalui mengklik teks tersebut dengan menggunakan perangkat *mouse* ataupun dengan disentuh langsung pada gawai telepon genggam pintar. Adanya hiperteks membuat orang dapat dengan mudah berpindah konten, melakukan pencarian konten, dan lain sebagainya. Pada semua media baru, hiperteks pasti terdapat pada hampir setiap halaman yang dimiliki oleh media baru.

4. Virtual

Media baru merupakan media virtual. Maksudnya, objek ataupun benda-benda yang kita klik, kita lihat dan seterusnya di media baru tidak memiliki objek fisik sebagaimana media massa yang lain seperti misalnya majalah, dan lain sebagainya. Identitas kita pun bisa dengan mudah kita buat dengan asal, ketika kita ingin berkomentar pada media tersebut. Dengan virtualisasi, kita dapat terhubung dan mengakses segalanya dengan mudah di dunia media baru.

5. Simulasi

Simulasi merupakan sebuah representasi dari suatu peristiwa atau suatu kejadian, objek, atau hal lain yang dapat menambah pemahaman terhadap hal tersebut tanpa harus memasuki atau mengalami kejadian atau benda asli secara langsung. Dengan adanya virtualisasi dan teknologi digital, media baru dapat menghadirkan sebuah simulasi terhadap suatu objek atau suatu peristiwa tertentu. Infografis, video reka ulang yang dibuat dengan teknologi CGI misalnya adalah wujud dari simulasi media baru.

6. Terhubung

Ciri khas berikutnya adalah terhubung, yang berarti baik konten ataupun pengguna di media baru dapat saling terhubung dengan media lain yang ada di internet. Misalnya, akun email yang terkoneksi dengan fitur media lain, atau akun sosial media yang dapat digunakan untuk berlangganan di salah satu media massa online, dan lain sebagainya. Dengan demikian pengguna dapat menggunakan satu akun email untuk terhubung ke berbagai jenis media dan melakukan aktivitas komentar, membaca, berlangganan, dan lain sebagainya.

7. Individualitas

Karakteristik berikutnya dari media baru adalah adanya individualitas, yang berarti hampir semua orang bertindak atas kemauannya sendiri. Tidak ada yang memaksa kita untuk berlangganan koran misalnya, dan tidak ada pula yang memaksa kita untuk tidak berkomentar. Selain itu, individualitas juga menunjukkan adanya kecenderungan pengguna media baru untuk menunjukkan pada dunia luas mengenai dirinya, tentang jati dirinya, tentang diri mereka, seolah-olah mereka adalah seorang selebriti.

8. Kebebasan Berekspresi

Kebebasan berekspresi dimiliki oleh semua orang yang terlibat dalam media baru, akan tetapi tetap ada batasnya. Misalnya dalam kolom komentar, Anda boleh tidak setuju atau setuju pada isi berita, menyampaikannya, dan lain sebagainya. Akan tetapi apabila isi komentar sudah mengarah pada topik-topik yang dapat memecah belah, menyerang karakter orang, dan lain sebagainya, dapat menyebabkan pengguna tersebut dikenai sanksi tertentu. Oleh karena itu etika komunikasi di internet tetap perlu diperhatikan.

9. Kecepatan

Karakteristik *new media* berikutnya adalah kecepatan. Kecepatan yang dimaksud di sini meliputi kecepatan akses dan kecepatan *update* berita yang dapat terjadi hampir setiap detik, sangat cepat apabila dibandingkan dengan media lama yang cenderung *update* paling cepat setiap satu hari.

10. Diversifikasi Konten

Media baru juga menghadirkan sebuah variasi konten yang sangat luas. Tidak hanya berita berupa teks, akan tetapi berita berupa video reportase, gambar, infografis, *live broadcast* dan lain sebagainya dapat diakses secara langsung tanpa perlu berpindah-pindah dari satu situs, misalnya. Oleh karena itu setiap orang dapat menggunakan media baru untuk melakukan banyak hal.

11. Akses Luas

Media baru yang memiliki media akses melalui internet, memungkinkan media ini untuk terhubung dan diakses oleh semua orang dari semua wilayah, dan semua orang dari kelompok

umur. Oleh karena itu, penetrasi informasi media baru sangat luas. Walaupun terkesan menguntungkan, akan tetapi hal ini juga perlu di waspadai karena informasi tertentu bisa diakses oleh orang yang tidak pantas mengakses informasi tersebut.

12. Gratis

Media baru pada umumnya tidak berbayar, kecuali untuk berlangganan misalnya. Dengan media baru semua orang dapat mendapatkan akses berita secara gratis, tidak perlu membayar untuk mengakses berita-berita pada hari tertentu.

13. Multilingual

Media baru juga menawarkan fitur alih bahasa yang sangat cepat berkat kemudahan dan kemajuan bahasa pemrograman yang ada di teknologi web. Oleh karena itu, setiap media baru yang sebenarnya berbahasa Inggris pun dapat dengan mudah diterjemahkan menjadi bahasa Indonesia selama fitur mereka diaktifkan.