

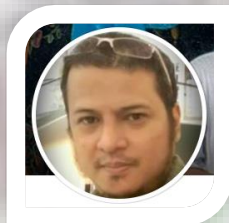


PARADIGMA, TEORI, KONSEP DAN MODEL

MODEL KOMUNIKASI MASSA



PUSAT STUDI
KOMUNIKASI DIGITAL



IRWAN DWI ARIANTO, M.I.KOM.

irwan_dwiarianto.ikom@upnjatim.ac.id

irwan.dwi.Arianto-2019@fisip.unair.ac.id

Hal dasar

DIDALAM PARADIGMA TERDIRI DARI TEORI-TEORI
DIDALAM TEORI TERDAPAT MODE-MODEL

TEORI MERUPAKAN HIMPUNAN KONSEP YANG SALING TERKAIT

MASING-MASING KONSEP DIDALAM SEBUAH TEORI MEMILIKI
PENJELASAN YANG BERBEDA-BEDA

KONSEP YANG SAMA DAPAT DIJELASKAN SECARA BERBEDA OLEH TEORI
YANG BERBEDA

PARADIGMA

paradigm (Inggris) paradigm (Prancis)

Bahasa Latin = para dan deigma

Etimologis

para (disamping, disebelah)

deigma (memperlihatkan, menunjukkan, mempertunjukkan sesuatu)

KAMPUS BELA NEGARA

Friedrichs

Pandangan mendasar dari satu disiplin ilmu tentang apa yang semestinya dipelajari

a fundamental image a discipline has of its subject matter

KAMPUS BELA NEGARA

Ritzer

What is the subject matter of science

Paradigma membantu merumuskan tentang apa yang harus dipelajari, persoalan-persoalan yang harus dijawab, bagaimana harus menjawabnya, serta aturan-aturan apa yang harus diikuti dalam menginterpretasikan informasi yang harus dikumpulkan dalam menjawab persoalan-persoalan tersebut.

Guba

Paradigma dapat dicirikan oleh respon terhadap tiga pertanyaan mendasar yaitu pertanyaan ontology, epistemology dan metodologi.

1. Ontologi : What is the nature of reality
(apakah hakekat dari realitas)
2. Epistemologi : What is the nature of the relationship between the knower (the inquirer) and the know (knowable)
(apa hakikat hubungan antara yang ingin mengetahui (peneliti) dengan apa yang dapat diketahui ?) – mengapa peneliti ingin mengetahui realitas
3. Metodologi : How should the inquirer go about finding out knowledge
(mempertanyakan cara yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan)

Paradigma

1. Sebuah pandangan tentang dunia yang mendasari teori dan metodologi subjek ilmiah tertentu
2. Kerangka filosofis dan teoritis dari disiplin ilmu dimana teori, hukum-hukum dan generalisasi dan uji coba yang dilakukan untuk mendukung sebuah rumusan
3. Satu set asumsi, konsep, nilai-nilai dan praktek dan cara pandang realitas dalam disiplin ilmu
4. Cara pandang atau pola pikir komunitas ilmu pengetahuan atas peristiwa/realitas/ilmu pengetahuan yang dikaji, diteliti, dipelajari, dipersoalkan, dipahami dan untuk dicarikan pemecahan persoalannya

Teori

ABSTRAKSI DARI REALITAS

KONSEPTUALISASI ATAU PENJELASAN LOGIS DAN EMPIRIK TENTANG
SUATU FENOMENA

BENTUKNYA MERUPAKAN PERNYATAAN-PERNYATAAN YANG BERUPA
KESIMPULAN TENTANG SUATU FENOMENA

KAMPUS BELA NEGARA

TEORI

STRAUSS

TEORI MENYEDIAKAN SEBUAH MODEL ATAU PETA TENTANG DUNIA NYATA

NEUMAN

PENGETAHUAN TENTANG DUNIA NYATA YANG TERORGANISIR SEHINGGA MEMBANTU ORANG UNTUK MEMVUSUALKAN DAN MENJELASKAN SESUATU

DEETZ

TEORI ADALAH CARA MELIHAT DAN BERFIKIR TENTANG DUNIA

TEORI BERPIJAK DARI FENOMENA EMPIRIS DAN BERUSAHA
MENJELASKAN CARA KERJA FENOMENA TERSEBUT DAN MERAMALKAN
AKIBAT YANG DITIMBULKANNYA

TEORI MERUPAKAN KONSTRUKSI BERFIKIR SEORANG AHLI TENTANG
FENOMENA YANG DIKAJI/DITELITI. JIKA ADA YANG MENGANGGAP
TEORI TIDAK SESUAI DENGAN DUNIA NYATA, MAKA HAL INI ADALAH
KELIRU KARENA SEMUA TEORI DIBANGUN BERDASARKAN FENOMENA
YANG TERJADI DALAM KEHIDUPAN NYATA.

TEORI ADALAH SIMPLIFIKASI DARI DUNIA NYATA MESKIPUN SEBUAH
TEORI HANYA MENJELASKAN SEBAGIAN ASPEK DARI DUNIA NYATA

KONSEP

SUATU ABSTRAKSI YANG MENGGAMBARKAN CIRI-CIRI UMUM
SEKELOMPOK OBJEK, PERISTIWA ATAU FENOMENA LAINNYA

KAMPUS BELA NEGARA

WOODRUFF

KONSEP

1. SUATU GAGASAN/IDE YANG RELATIF SEMPURNA DAN BERMAKNA
2. SUATU PENGERTIAN TENTANG SUATU OBJEK
3. PRODUK SUBJEKTIF YANG BERASAL DARI CARA SESEORANG MEMBUAT PENGERTIAN TERHADAP OBJEK-OBJEK ATAU BENDA-BENDA MELALUI PENGALAMANNYA (SETELAH MELAKUKAN PERSEPSI TERHADAP OBJEK/BENDA)

WOODRUFF (3 MACAM KONSEP)

1. KONSEP PROSES
TENTANG KEJADIAN ATAU PERILAKU DAN KONSEKUENSI-
KONSEKUENSI YANG DIHASILKAN BILA TERJADI
2. KONSEP STRUKTUR
TENTANG OBJEK, HUBUNGAN ATAU STRUKTUR DARI BEBERAPA
MACAM
3. KONSEP KUALITAS
SIFAT SUATU OBJEK ATAU PROSES DAN TIDAK MEMPUNYAI
EKSISTENSI YANG BERDIRI SENDIRI

MODEL

ACKOFF, GORDON DAN MURTY

MODEL DAPAT DIPANDANG DARI TIGA JENIS KATA (BENDA, SIFAT, KERJA)

KATA BENDA : REPRESENTASI ATAU GAMBARAN

KATA SIFAT : IDEAL, CONTOH, TELADAN

KATA KERJA : MEMPERAGAKAN, MEMPERTUNJUKKAN

KAMPUS BELA NEGARA

MODEL

SALAH SATU METODE UTAMA UNTUK MEMPELAJARI FENOMENA RUMIT DARI DUNIA NYATA, DIMANA SEMUA FENOMENA SALING TERKAIT DAN PADA DASARNYA DIMUNGKINKAN UNTUK MEMBERIKAN PENJELASAN YANG LENGKAP DAN TEPAT.

KAMPUS BELA NEGARA

MODEL KOMUNIKASI

REPRESENTASI DARI SISTEM KOMUNIKASI YANG DIKEMUKAKAN OLEH
BEBERAPA AHLI

KAMPUS BELA NEGERA



MODEL-MODEL KOMUNIKASI MASSA

KAMPUS BELA NEGARA

Fungsi Model

- Model memiliki **fungsi mengorganisir, artinya model dapat mengurutkan dan menghubungkan satu sistem dengan sistem lainnya serta dapat memberikan gambaran yang menyeluruh**
- Model membantu **menjelaskan sesuatu dengan menyajikan informasi secara sederhana, artinya tanpa model, informasi tersebut dapat menjadi sangat rumit.**
- Dengan model **dimungkinkan adanya perkiraan hasil atau jalannya suatu kejadian**

Komunikasi Massa mempunyai model tersendiri dalam proses aliran pesan-pesannya

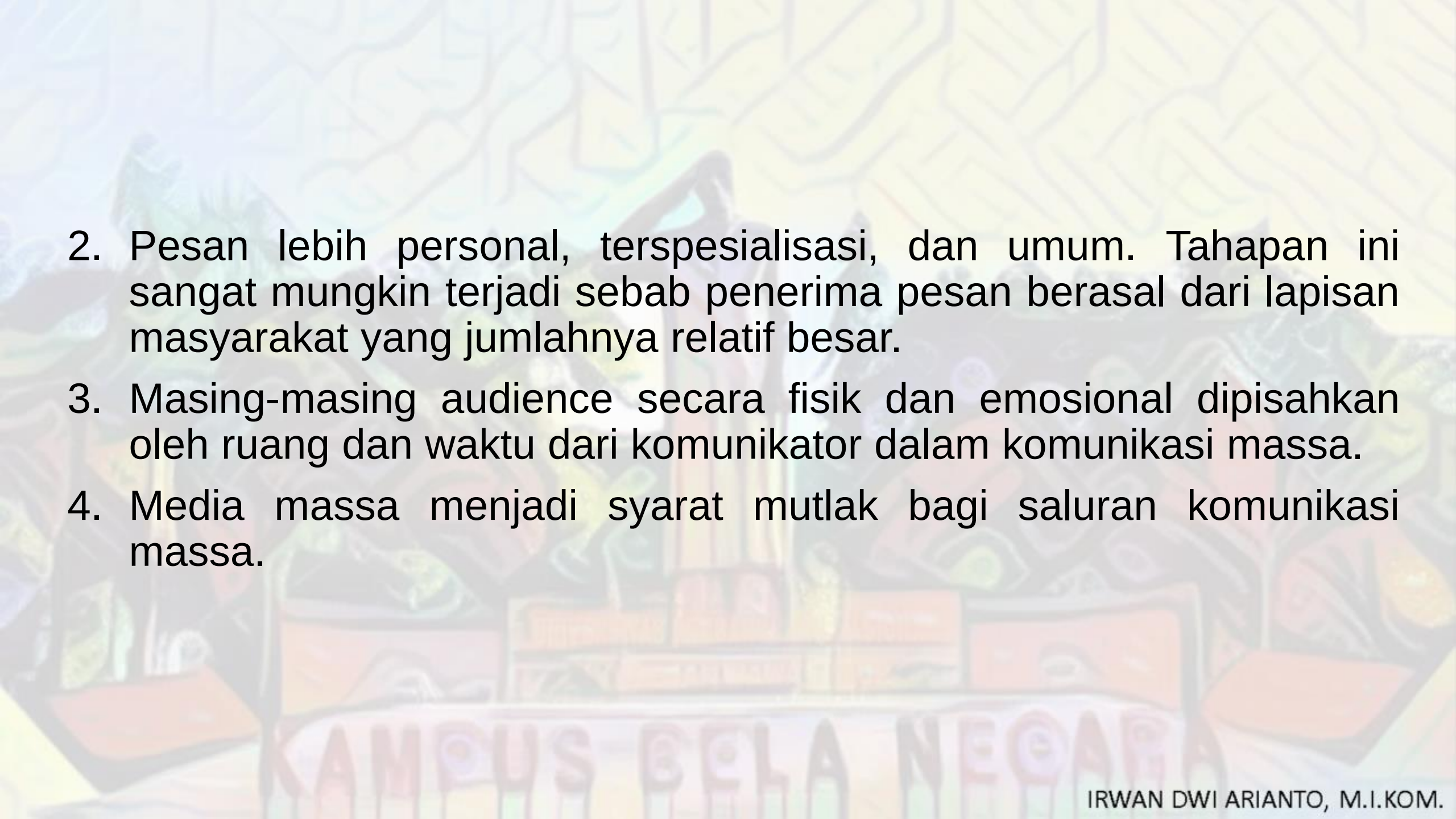
Untuk memberikan pemahaman dasar Model-Model Komunikasi Massa, ada empat elemen yang mendasari dibuatnya Model (Hiebert, Ungurait dan Bohn, 1985)

KAMPUS BELA NEGARA

Untuk memberikan pemahaman dasar Model-Model Komunikasi Massa, ada empat elemen yang mendasari dibuatnya Model (Hiebert, Ungurait dan Bohn, 1985)

1. Partisipan (audience) dalam komunikasi massa berjumlah besar dan dapat meningkat secara drastis setiap saat. (Disajikan bentuk V proses komunikasi dari Gerhart D. Wiebe)

Intra Personal Interpersonal Group Mass

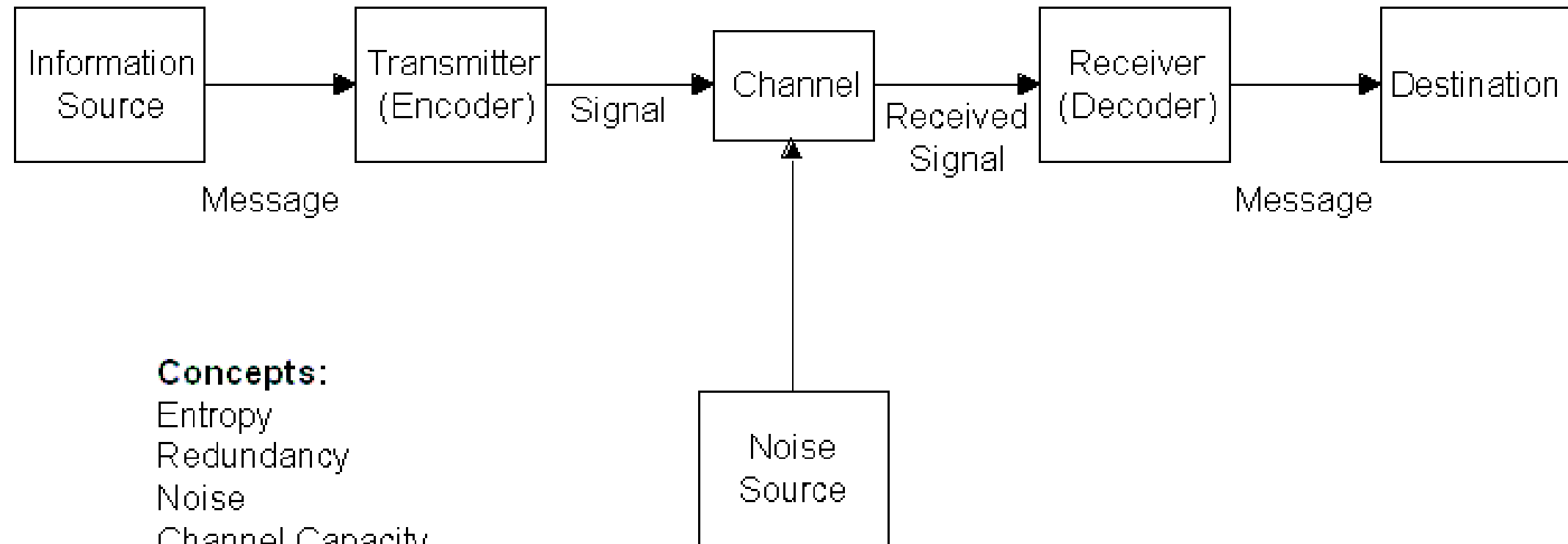
- 
2. Pesan lebih personal, terspesialisasi, dan umum. Tahapan ini sangat mungkin terjadi sebab penerima pesan berasal dari lapisan masyarakat yang jumlahnya relatif besar.
 3. Masing-masing audience secara fisik dan emosional dipisahkan oleh ruang dan waktu dari komunikator dalam komunikasi massa.
 4. Media massa menjadi syarat mutlak bagi saluran komunikasi massa.

Oleh karena itu, untuk membedakan dengan komunikasi yang lain kita perlu mengetahui proses terjadinya komunikasi massa itu.

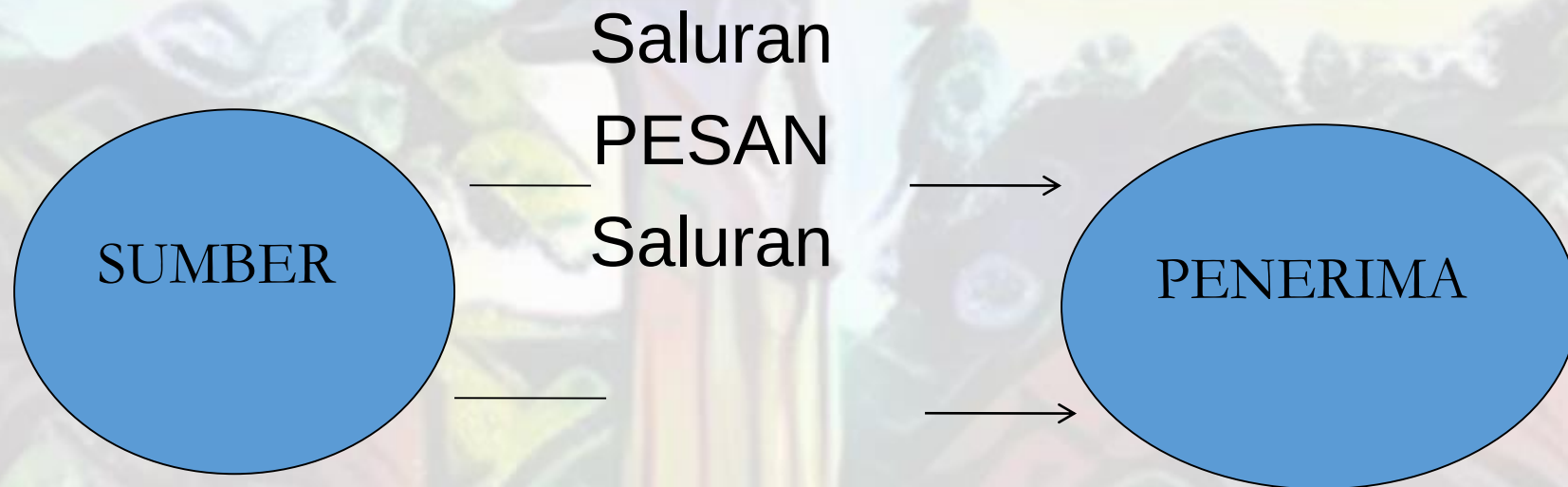
Perlu menyajikan model komunikasi secara umum terlebih dahulu supaya bisa membedakan dan membandingkan model komunikasi secara umum dengan komunikasi massa.

Model Komunikasi Umum (Shannon – Weaver)

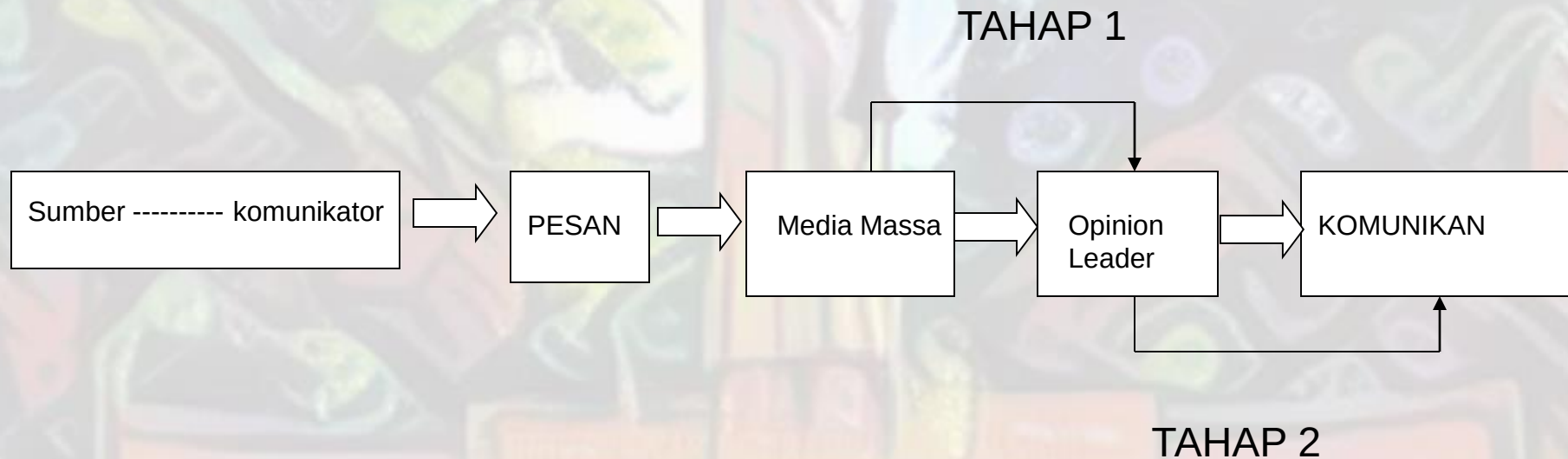
The Shannon-Weaver Mathematical Model, 1949



Model Dasar Komunikasi yang pernah dikemukakan oleh Black dan Whitney,1988):



Model Komunikasi Massa Dua Tahap (Two Step Flow Communication)



Model Komunikasi Massa Dua Tahap (Two Step Flow Communication)

Model ini pengembangan dari model jarum hipodermik, namun model ini ternyata menemukan hal yang mengjutkan dimana pengaruh media ternyata kecil sekali.

Khalayak lebih banyak di pengaruhi oleh hubungan antar pribadi, dalam menentukan keutusan yang terkait dengan pesan media massa. Model ini juga melahirkan konsep opinin leader sebagai penyebarluas pengaruh media massa.

Model ini berlangsung :

1. Tahap pertama, dari sumber informasi ke Opinion Leader. Tahap ini merupakan proses pengalihan informasi.
2. Tahap kedua, Opinion Leader melanjutkan informasi ke masyarakat. Tahap ini merupakan tahap penyerbarluasan pengaruh.

Model komunikasi satu tahap (one step flow communication)



Model komunikasi satu tahap (one step flow communication)

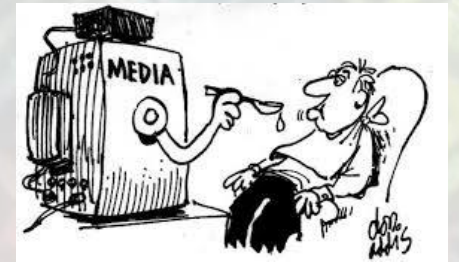
Model ini merupakan pengembangan Model jarum suntik. Dimana pesan yang disampaikan disalurkan melalui media massa dan langsung ditujukan kepada komunikan tanpa melalui perantara, namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.

Model ini beranggapan :

1. Media tidak mempunyai kekuatan yang tetap
2. Aspek pilihan dari penampilan, penerimaan, pemahaman dalam ingatan yang selektif mempengaruhi suatu pesan.
3. Untuk setiap komunikan terjadi efek yang berbeda

Model Komunikasi jarum suntik (hypodermic needle model)

Model jarum suntik dalam komunikasi massa diartikan sebagai : media massa yang dapat menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung. Efek yang segera dan langsung tersebut sejalan dengan pengertian Stimulus – Respon.



Model ini beranggapan :

1. Media massa sangat ampuh dan mampu memasukkan ide pada benak komunikan yang tidak berdaya.
2. Khalayak yang tersebar diikat oleh media massa, tetapi diantara khalayak tidak saling berhubungan.

OPINION LEADER

- Opinion Leader adalah orang yang memiliki kemampuan mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang secara informal sesuai dengan kehendak si pemimpin melalui hubungan sosial yang telah dibinanya.
- Proses komunikasi massa (menurut model yang pernah dijelaskan sebelumnya) banyak dibantu oleh Opinion Leader dalam hal penyebaran pengaruh media massanya.
- Berangkat dari asumsi tersebut, opinion Leader sering digunakan pengaruhnya dalam menyebarkan pesan-pesan tertentu, terutama pesan-pesan melalui media massa.

OPINION LEADER

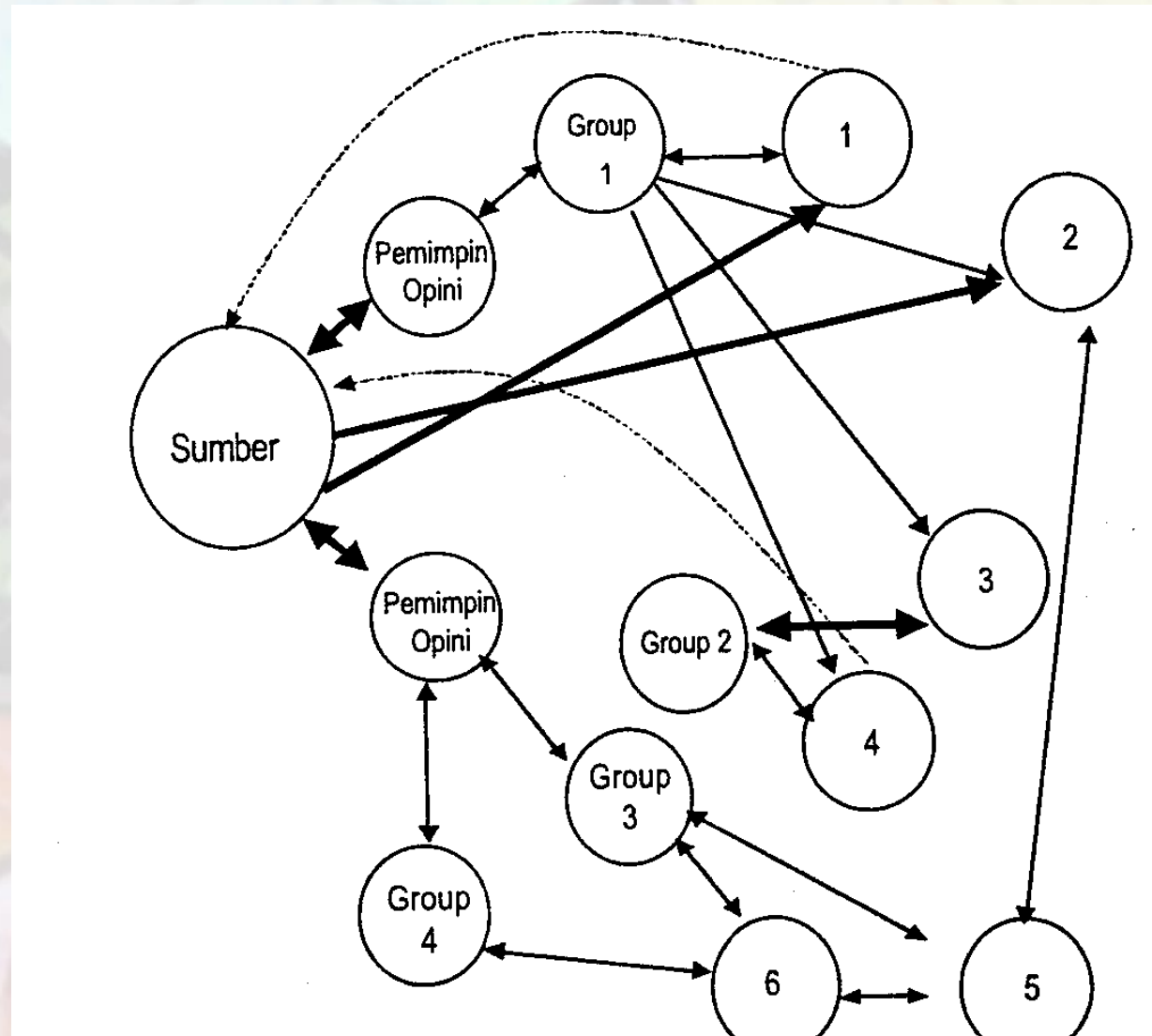
Karakteristik Opinion Leader

1. Lebih tinggi tingkat pendidikan formalnya dibandingkan dengan anggota masyarakat.
2. Lebih tinggi status sosial ekonominya.
3. Lebih inovatif dalam menerima atau mengadopsi ide baru.
4. Lebih tinggi pengenalan medianya (media exposure)
5. Kemampuan empathy mereka lebih besar

Model Alir Banyak Tahap

- Untuk menyempurnakan Model Dua Tahap, muncullah Model Alir Banyak (*Multistep flow model*)
- Model ini mengatakan bahwa ada hubungan timbal balik dari media ke khalayak (yang juga berinteraksi satu sama lain), kembali ke media, kemudian kembali lagi ke khalayak, dan seterusnya.

Gambar Model Alur Banyak Tahap :



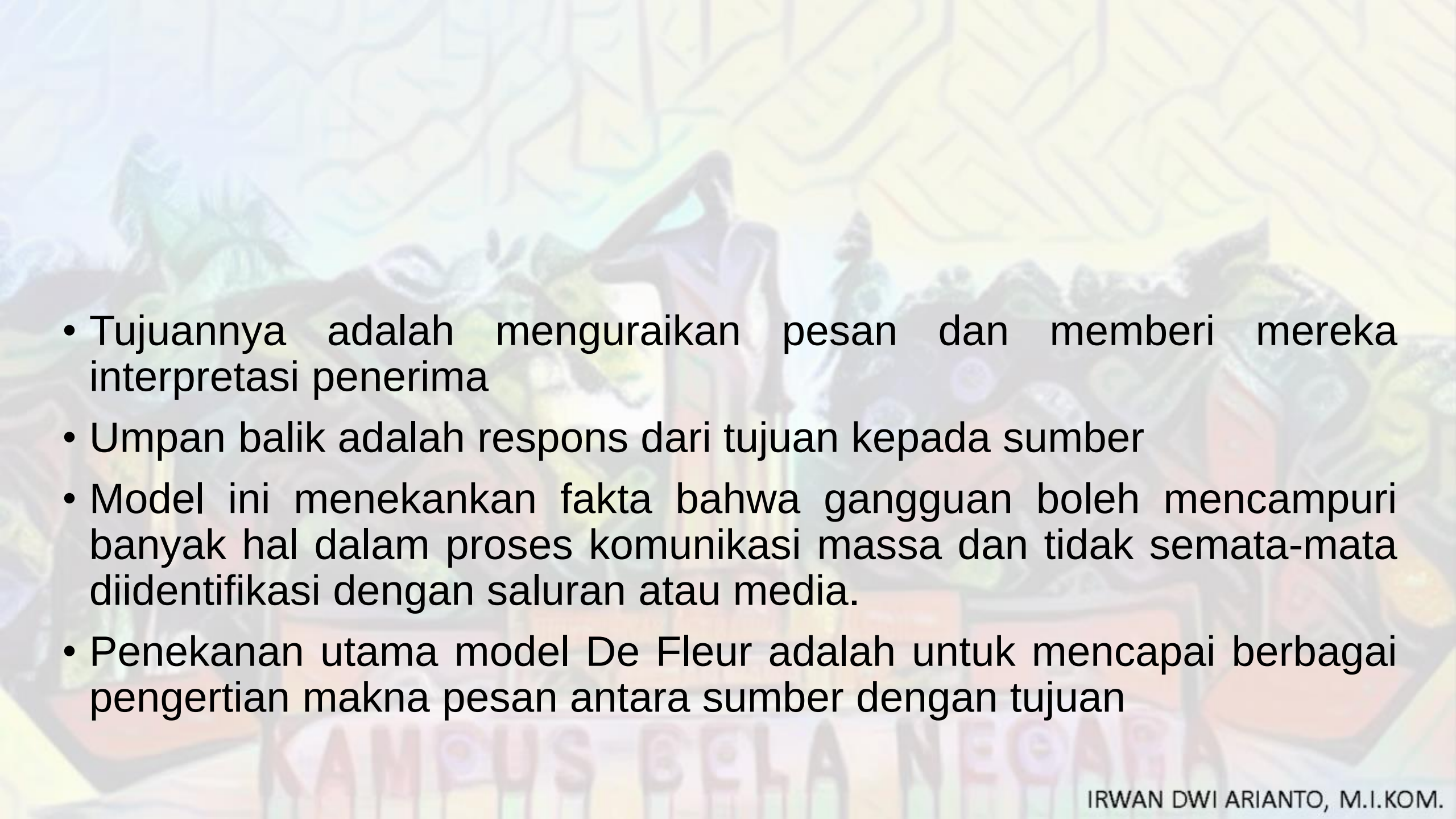
- Melalui Model Alir Banyak Tahap, audiens menerima pesan-pesan media massa secara langsung ataupun tidak.
- Tidak langsung berarti audiens menerima pesan-pesan dari media massa melalui pemimpin opini atau kontak langsung dengan media massa.
- Prinsipnya kita dipengaruhi dan memengaruhi orang lain.
- Intinya adalah model alir banyak tahap merupakan gabungan dari model alir satu tahap dan model alir dua tahap.

Kathleen Hall Janieson dan Karlyn Khors Campbell dalam The Interplay Influence (1988) pernah mengatakan bahwa kita dapat secara efektif memengaruhi media dengan empat cara utama :

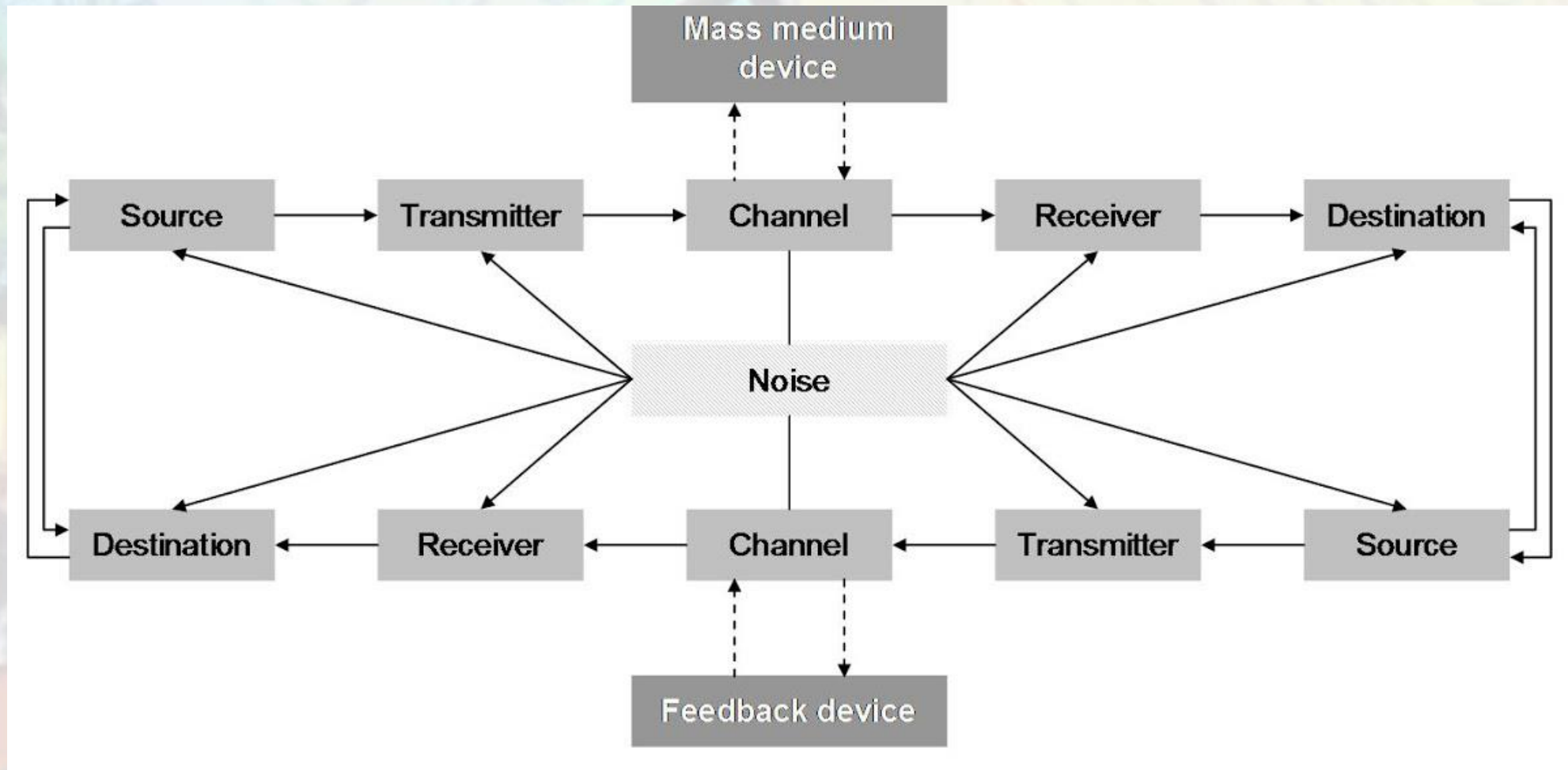
1. Menyampaikan keluhan individual
2. Mengorganisasikan tekanan masyarakat untuk memboikot stasiun pemancar atau produk yang bersangkutan atau melakukan tindakan umum
3. Mendesak pihak yang berwenang untuk mengambil tindakan tertentu; dan
4. Mengadu ke DPRD atau DPR

Model Melvin De Fleur

- Dalam model De Fleur, sumber dan pemancar tidak berada di satu posisi
- Antara sumber dengan pemancar berbeda tahapannya dalam aktivitas komunikasi massa
- Saluran menjadi media massa yang mampu menyebarkan pesan-pesan yang dikemukakan sumber
- Sementara itu, fungsi penerima pesan adalah sebagai orang yang diekenai sasaran pesan yang disebarkan dan penginterpretasi pesannya

- 
- Tujuannya adalah menguraikan pesan dan memberi mereka interpretasi penerima
 - Umpan balik adalah respons dari tujuan kepada sumber
 - Model ini menekankan fakta bahwa gangguan boleh mencampuri banyak hal dalam proses komunikasi massa dan tidak semata-mata diidentifikasi dengan saluran atau media.
 - Penekanan utama model De Fleur adalah untuk mencapai berbagai pengertian makna pesan antara sumber dengan tujuan

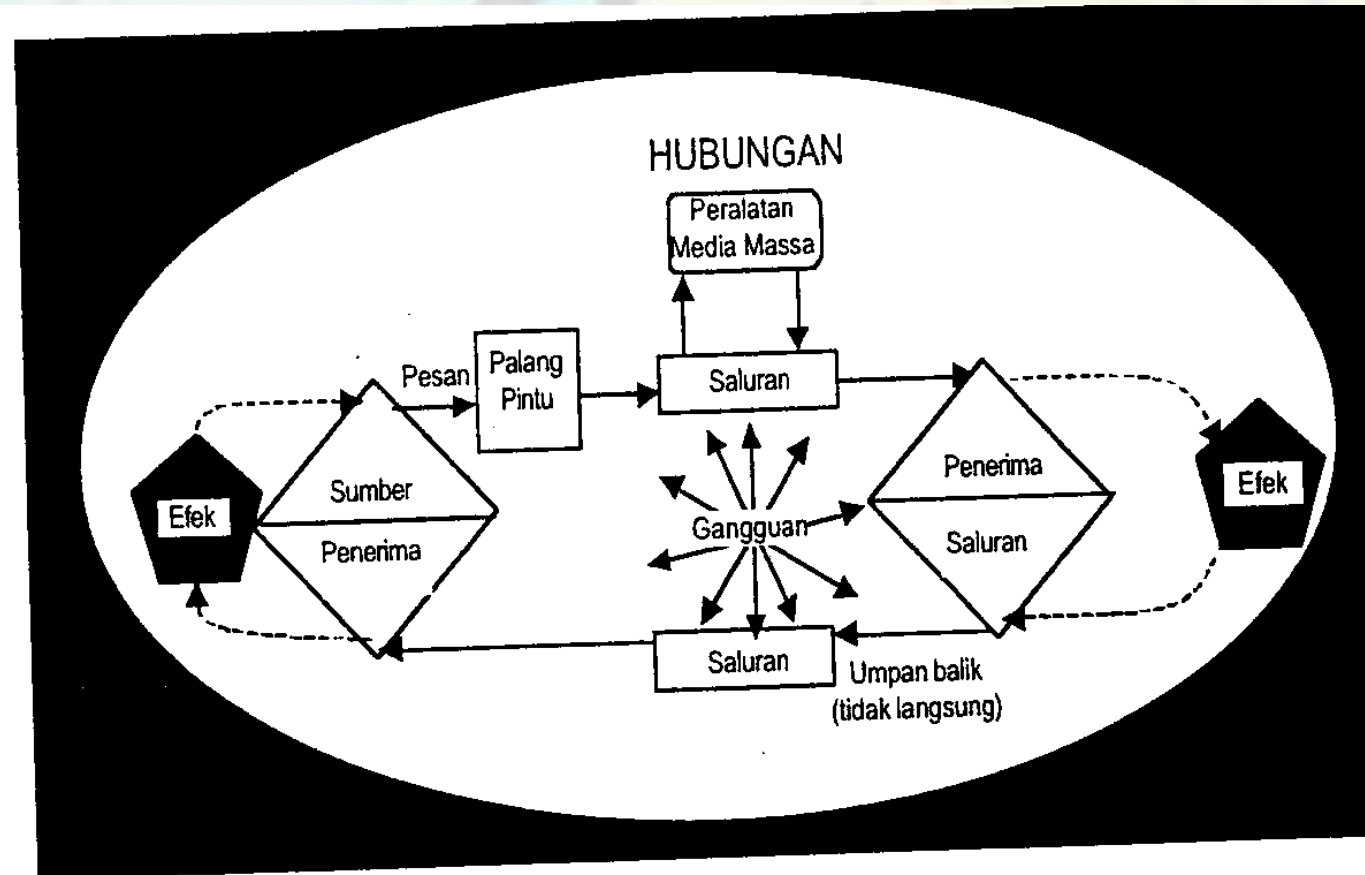
Gambar Model De Fleur :



Model Michael W.Gamble dan Teri Kwal Gamble

- Model komunikasi massa yang dikemukakan oleh Gamble dan Gamble bisa dijadikan pembeda komunikasi massa dengan komunikasi secara umum
- Perbedaannya adalah digunakannya media massa modern sebagai salah satu unsur yang memengaruhi model komunikasi yang dijalankan
- Perbedaan lain adalah dikemukakannya fungsi gatekeeper dalam model ini

Gambar Model G & G :



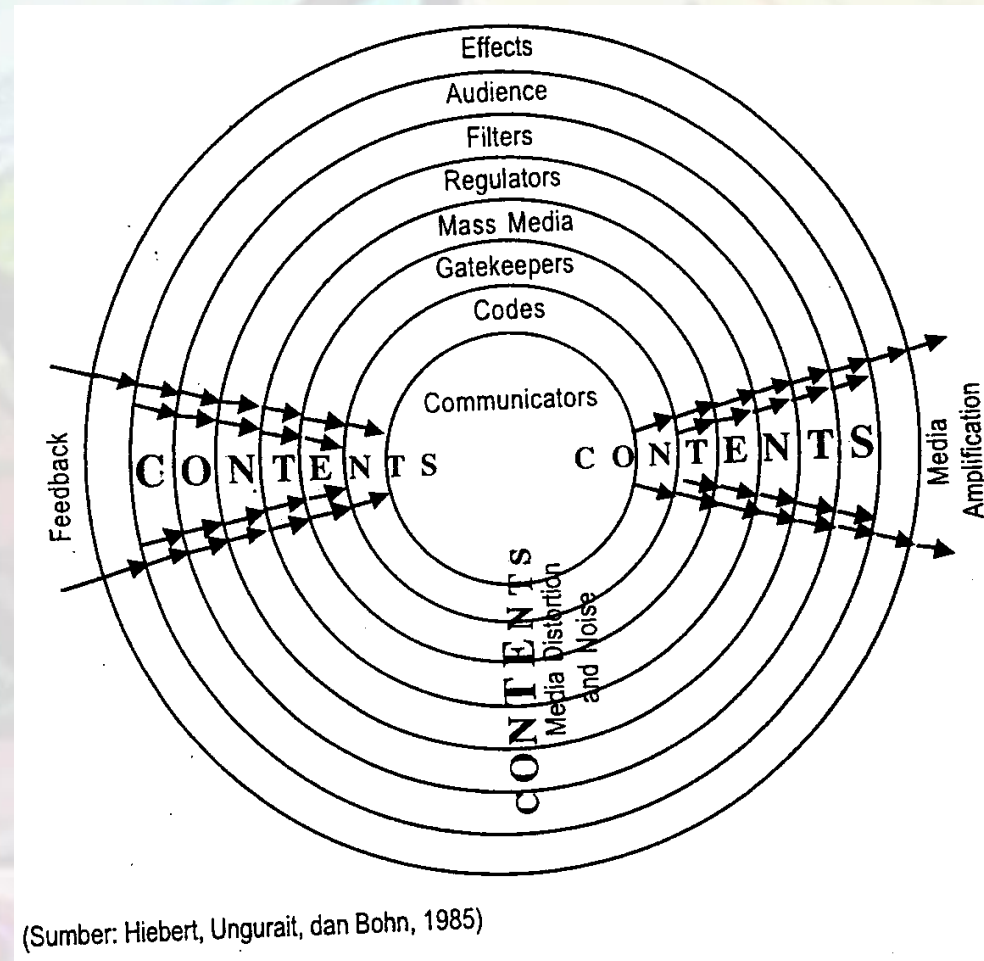
(Sumber: Gamble dan Gamble, 1986)

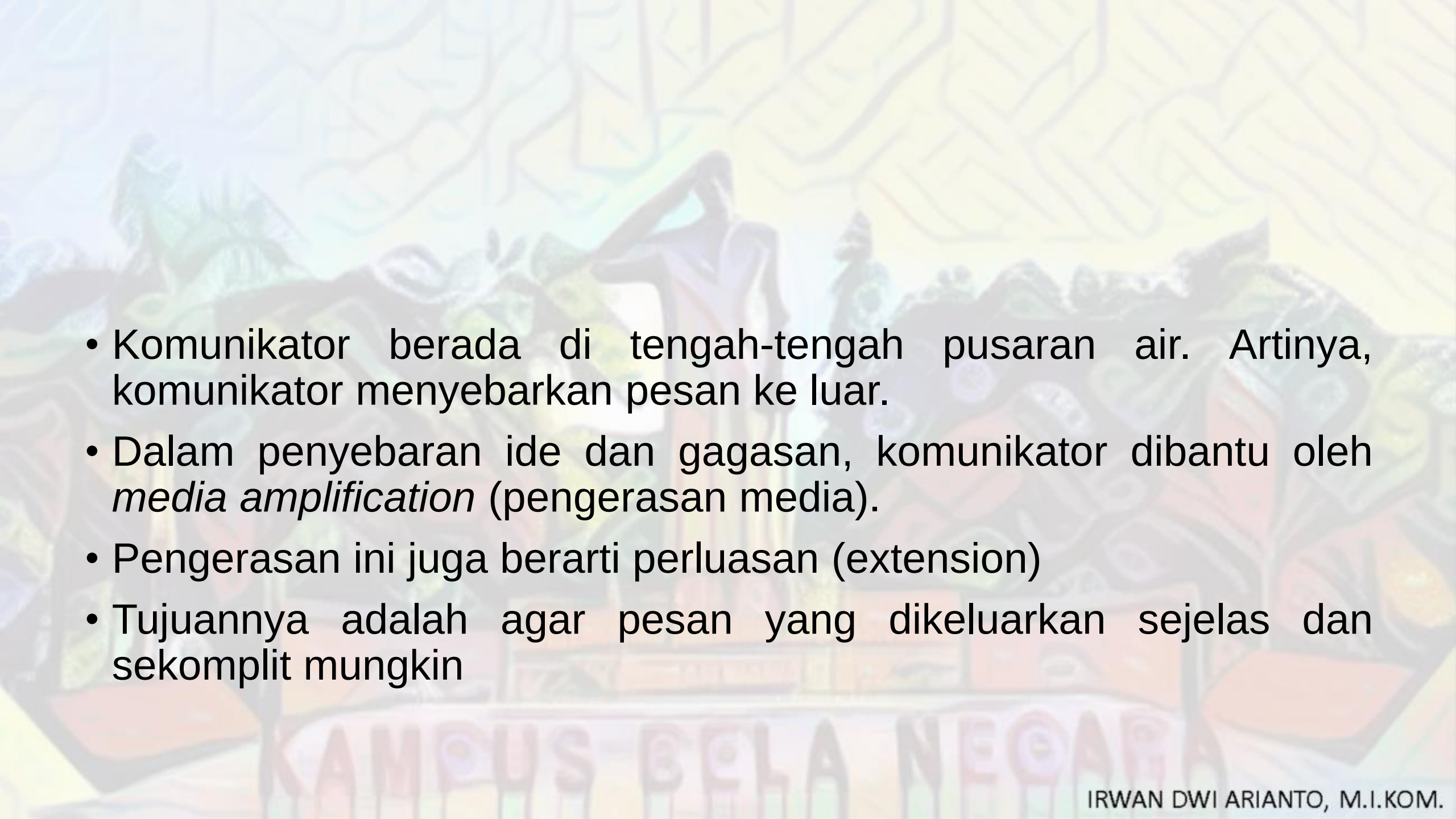
- Jika diringkas, sumber pesan mengalirkan pesan yang “diedit” oleh penapis informasi
- Kemudian pesan tersebut disebarkan melalui peralatan media massa, lalu diterima oleh *audience*
- Proses penerimaan pesan yang dilakukan oleh *audience* dipengaruhi oleh berbagai gangguan
- Alur pesan selanjutnya, audience memberikan umpan balik pada pengirim pesan melalui berbagai macam saluran
- Proses penyebaran dan penerimaan pesan tersebut terus berjalan tanpa henti (komunikator dan komunikan) sama-sama penting di dalam proses komunikasi massa tersebut.
- Ciri lain : Audience ketika memberi respon kepada pengelola media, menurut G&G ia berposisi sebagai komunikator, dan pengelola media sebagai komunikan

Model Hibert, Ungurait, dan Bohn (HUB)

- Model HUB ini bisa dikatakan lebih komplrit, karena model komunikasi massa ini adalah model lingkaran yang dinamis dan berputar terus-menerus.
- Model HUB adalah model lingkaran konsentris yang bergetar sebagai sebuah rangkaian proses aksi-reaksi
- Lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar model komunikasi massa berikut :

Gambar Model HUB :

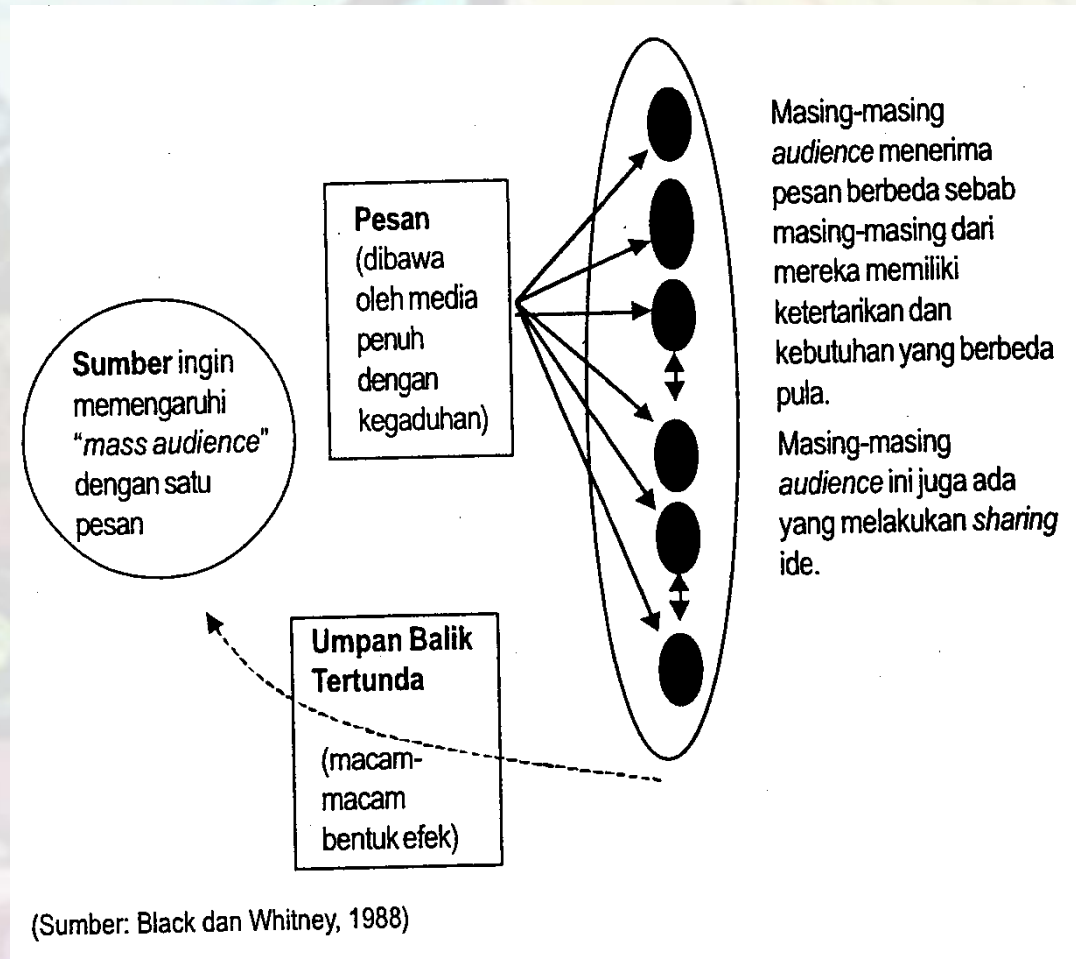


- 
- Komunikator berada di tengah-tengah pusaran air. Artinya, komunikator menyebarkan pesan ke luar.
 - Dalam penyebaran ide dan gagasan, komunikator dibantu oleh *media amplification* (pengerasan media).
 - Pengerasan ini juga berarti perluasan (extension)
 - Tujuannya adalah agar pesan yang dikeluarkan sejelas dan sekomplit mungkin

Model Black dan Whitney

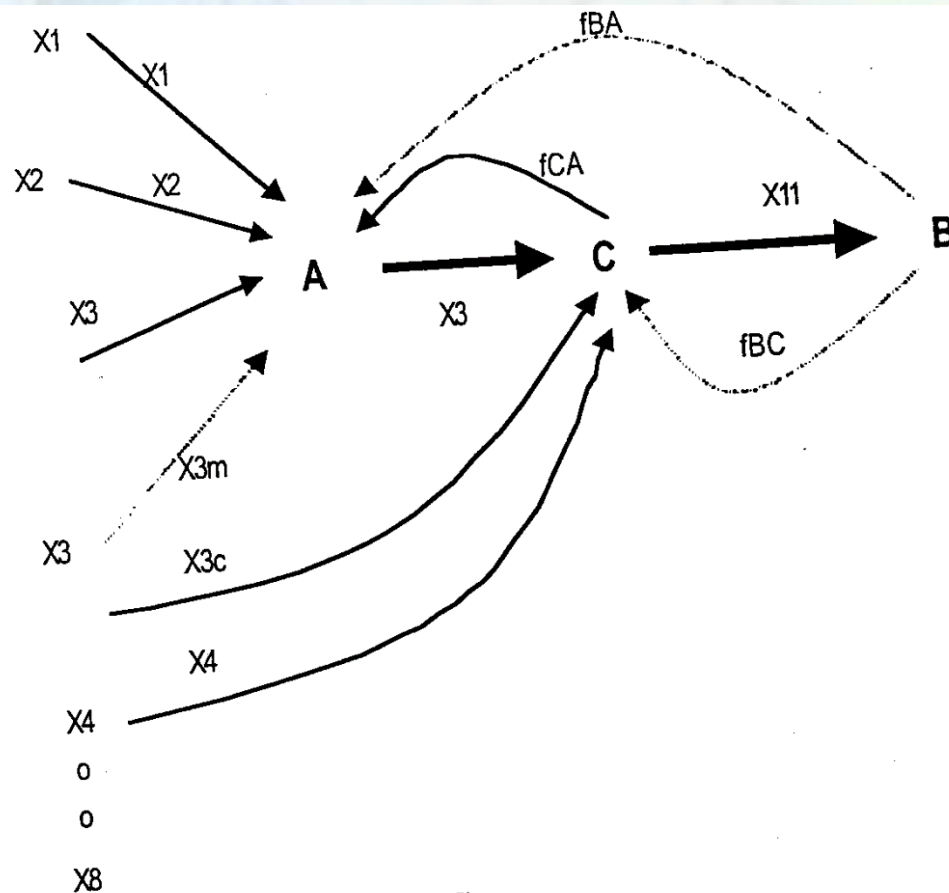
- Black dan Whitney membagi proses komunikasi menjadi empat wilayah yakni : sumber, pesan, umpan balik, dan *audience*.
- Masing-masing mempunyai ciri yang berbeda
- Ciri ini umumnya melekat pada komunikasi massa

Gambar Model Black dan Whitney :



- Model ini kurang begitu detail menampilkan elemen-elemen dalam komunikasi massa, misalnya model ini tidak memberikan peranan *gatekeeper* sebagai penapis atau palang pintu informasi
- Paling tidak penggagas model ini memasukkan seorang sumber yang dengan sengaja ingin memengaruhi *mass audience*, pesan yang berpeluang mengalami gangguan atau kegaduhan karena memakai saluran media massa, *audience* itu sendiri yang beragam minat dan kepentingan dalam memanfaatkan pesan-pesan media massa dan umpan balik yang tertunda dan multiefek karena pesan tersebut ditanggapi secara beragam oleh *audience* satu sama lain, sehingga akan memunculkan efek yang berlainan satu sama lain.

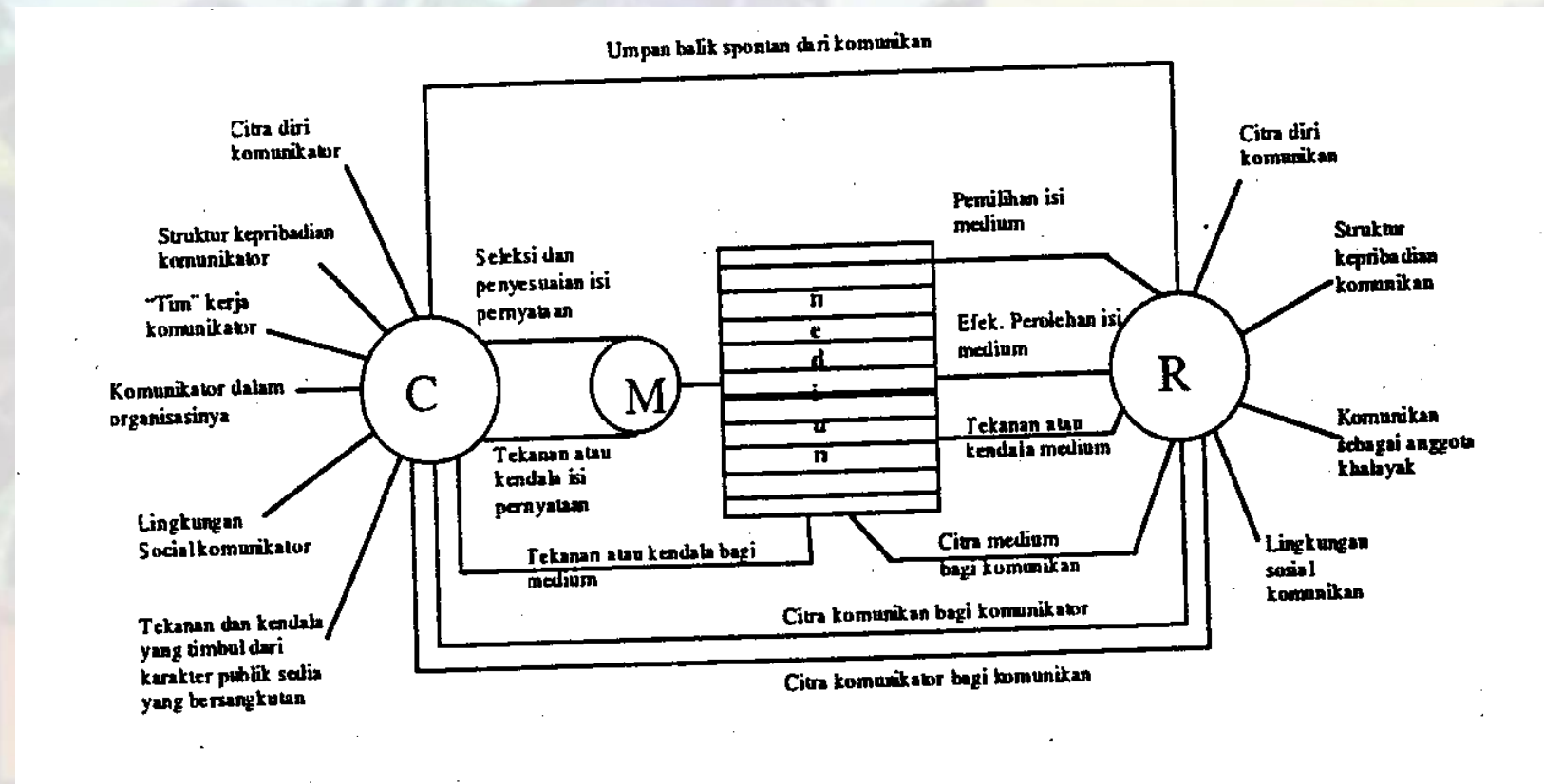
Model Bruce Westley dan Malcom McLean



(Sumber: Hiebert, Ungurait, dan Bohn, 1985)

- Model yang dibangun oleh Westley dan McLean ini sangat menekankan peran *gatekeeper* dalam proses komunikasi massa
- X : Peristiwa atau sumber informasi
- A : Komunikator dalam Kommas >> Reporter
- C : Gatekeeper >> Editor
- B : Audience yang mendengar, membaca, atau melihat kejadian yang sudah dilaporkan *gatekeeper*
- fBC : Pembaca bisa merespon editor atau reporter (fBA)
- fCA : Editor menyediakan umpan balik kepada reporter

Model Maletzke



Model Bryant dan Wallace

Model Bryant dan Wallace ini khas untuk mengamati model arus radio dan televisi

