

Peranan aspek budaya komunikator pada teknik persuasi di media massa : sebuah studi deskriptif komparatif atas teknik persuasi pada tiga surat kabar di Jakarta

Retno Kartini Djojo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80206&lokasi=lokal>

Abstrak

Para ilmuwan dari pelbagai disiplin ilmu membahas fenomena komunikasi. Usaha para ilmuwan di atas sudah menghasilkan pendekatan, definisi, teori, paradigma tentang komunikasi. Studi yang sistematis atas fenomena komunikasi dilakukan dengan cara memfokuskan penelitian pada salah satu dari enam (6) komponen dalam proses komunikasi. Dalam penelitian ini, penulis memusatkan perhatiannya pada komponen komunikator yang terlibat dalam komunikasi massa. Charles Wright mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang ditujukan pada masyarakat yang heterogen dan anonim.

Membina komunikasi dengan masyarakat yang heterogen dan anonim cukup sulit mengingat masyarakat yang heterogen cenderung memberikan makna yang beragam atas penyajian realitas yang disalurkan lewat interaksi simbolik. Keadaan ini mudah menimbulkan salah paham dan konflik. Untuk mencegah salah paham itu, komunikator harus mempertimbangkan cara-cara yang tepat dalam menyajikan pesan kepada masyarakat yang heterogen dan anonim.

Penelitian ini berupaya mengungkapkan cara komunikator media massa menyajikan pesan kepada kelompok pembaca. Kalau cara penyajian peristiwa lewat media massa bisa terungkap lewat studi ilmiah ini maka hal ini bisa menjadi pegangan bagi studi berikutnya yang juga membahas komunikasi dari sudut pandang komunikator.

Studi ilmiah ini harus dapat menghasilkan mekanisme mengenai cara menyajikan pesan kepada masyarakat yang heterogen. Mekanisme itu didasarkan pada pengamatan empiris yang sistematis dan obyektif sehingga dapat dijadikan pegangan untuk studi yang lain. Dalam upaya menghasilkan mekanisme tentang cara penyajian pesan lewat media massa, penulis melakukan studi komparatif atas tiga (3) media massa yang ada di Jakarta. Studi ilmiah ini didasarkan atas data empiris yang diperoleh melalui metode analisis isi. Studi analisis isi ini difokuskan pada sampel sebanyak 69 berita yang diambil dari populasi 276 berita. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Analisis isi terhadap 69 sampel berita mengungkapkan bahwa ketiga surat kabar itu menggunakan cara yang bervariasi dalam menyajikan pesan kepada kelompok pembaca. Ketiga variasi dalam penyajian pesan diungkapkan lewat studi komparatif yang didasarkan pada konsep High Context (HC) dan Low Context (LC) yang dikemukakan oleh Edward T. Hall. Studi komparatif itu menghasilkan variasi High Context-Medium Context-Low Context dalam penyajian realitas. Analisis isi atas sampel itu juga mengungkapkan bahwa komunikator media massa mempunyai kecenderungan untuk menggabungkan dua variasi penyajian peristiwa. Sebagaimana dikemukakan oleh Edward T. Hill bahwa gejala inkonsisten yang diajukan oleh komunikator dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mengatasi krisis dalam penyajian pesan.

Dengan demikian konsep HC dan LC yang dirumuskan oleh Edward T. Hall untuk komunikasi interpersonal ternyata sangat relevan untuk diterapkan dalam komunikasi massa. Dalam mempelajari komunikasi interpersonal, Edward T. Hall mengkaitkan konsepnya dengan sistem organisasi dalam masyarakat yang membina HC atau LC. Studi komparatif atas tiga surat kabar mengungkapkan bahwa sistem organisasi

tersebut dapat diterapkan pula pada sistem organisasi media massa.