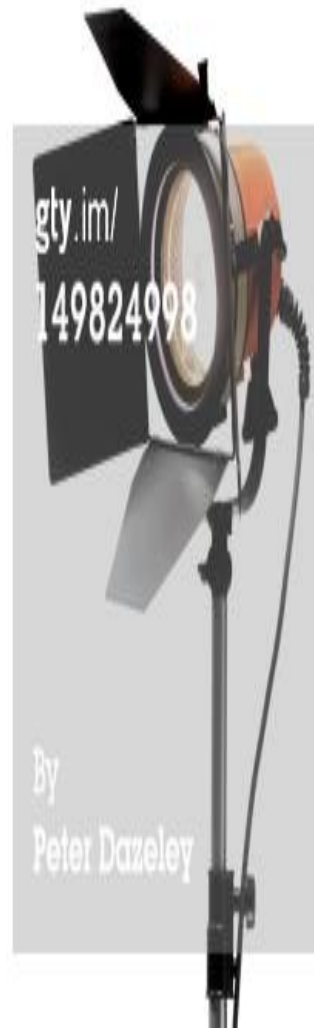


**“Saya lebih takut menghadapi tiga surat
kabar daripada seribu ujung bayonet.”
(Napoleon)**

Komunikasi massa

Puri Kusuma D.Putri





benciii bgt ama ibu2 hamil yg tiba2 dateng minta duduk.. yaa gw tau lw hamill tapi pliss domg berangkat pagi.. ke stasiun yg jauh sekalian biar dapet duduk gw aja ga hamil bela2in berangkat pagi demi dapet tmpat duduk.. dasar emg ga mau susaah... ckckck nyusain org.. kalo ga mau susaah ga ush kerjaa bu dirumah aja.. mntang2 hamil maunya dingertiin trs... tapi sndirinyaa ga mau ushaaa... cape deh..

[#notedtomyselfjgnnyusainorg](#)!!



Read all 6 comments...



Febrina: Iyaa ka, aku sering kaya g waktu kerja d kota. Bodo deh mau cerewetin ibu2 lain. Emg dia doan yg mau d ngertiin. Grrgh
2 hours ago from South Jakarta



Senorita: Ibu2 trkadang suka egoi Hehe makanya gw klo naik krta ml

andreas: Kamu make earphone.. Trs kamu pura pura tidur sambil nunduk.. Hindari tipu daya ibu hamil [#akalakalanibuhamil](#)
1 day ago from Depok



dinda: febrina: iyaa feb gw sebel aja liatny maunya enaknyaa doang dy.. semoga tu anak nanti lahir ga nyusain jg.. gara2 ibunya sering nyusain org..
nyo: udh sering gw liat bgtu geram bgt kaya ga berdosaa.. emg dikira baguss bgtu trss.. ga sadar nyusain org
beb: yaa bebbb keselll bgt aq.. mbok yaa naik bis atau berangkat subuh yaa.. dasar pemalass.. resign aja dari kantor biar bs leha2 dirumah 😊 😊 😊
1 day ago from Central Jakarta



Febrina: Iyaa ka, aku sering kaya gtu waktu kerja d kota. Bodo deh mau d cerewetin ibu2 lain. Emg dia doang yg mau d ngertiin. Grrrgh
1 day ago from South Jakarta



Senorita: Ibu2 trkadang suka egois. Hehe makanya gw klo naik krta mls di gerbong cewe. Emak emak rempong smwa
1 day ago from West Jakarta

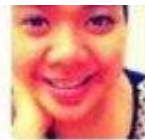


dinda: nyoo itu gw di gerbong cowo.. hahaha

comment



Send



dinda: terima kasih yaa atas komen2nyaa mbak dan mas.. saya sangat berterima kasih dibukakan mata saya atas pelajaran hidup saya ini..

semoga saya bisa menjadi manusia lebih baik.. aminnn

saya ingin meminta maaf setulus hati saya kepada rekan2 sekalian.. karena perkataan sata yg tidak berkenan.. saya berharap pintu maaf dibukakan untuk saya...

sekali lagi terima kasih yaa rekan2.. dan saya

1. Apa yang Anda ketahui mengenai komunikasi massa? Sebutkan contohnya!
2. Bagaimana pendapat Anda mengenai berita “Dinda” melalui path tersebut? Kaitkan dengan efek komunikasi massa!

KENAPA IBU HAMIL SEBAIKNYA TIDAK BERDIRI TERLALU LAMA



LINGKAR KEPALA BAYI KECIL

Lingkar kepala bayi lebih kecil 1cm dibanding dengan wanita hamil yang tidak berdiri dalam waktu lama.

Study published in Occupational and Environmental Medicine
babymed.com



PERKEMBANGAN JANIN LAMBAT

Mengarah pada lambatnya perkembangan janin dan anak yang lahir lebih kecil 3% dibanding dengan ibu hamil yang tidak berdiri terlalu lama.

whattoexpect.com



DAPAT SEBABKAN PINGSAN

Tekanan darah cenderung akan turun, berdiri terlalu lama pada ibu hamil akan memperburuk keadaan ini, bahkan bisa mengarah pada pingsan.

Raul Artal - Obgyn
babycenter.com

Berikan kursi kita hari ini..



... karena suatu hari nanti kita akan ada di posisi mereka

Naek transportasi umum bukan cuma karena peduli dampak polusi. Tunjukkan juga kate peduli sesama!

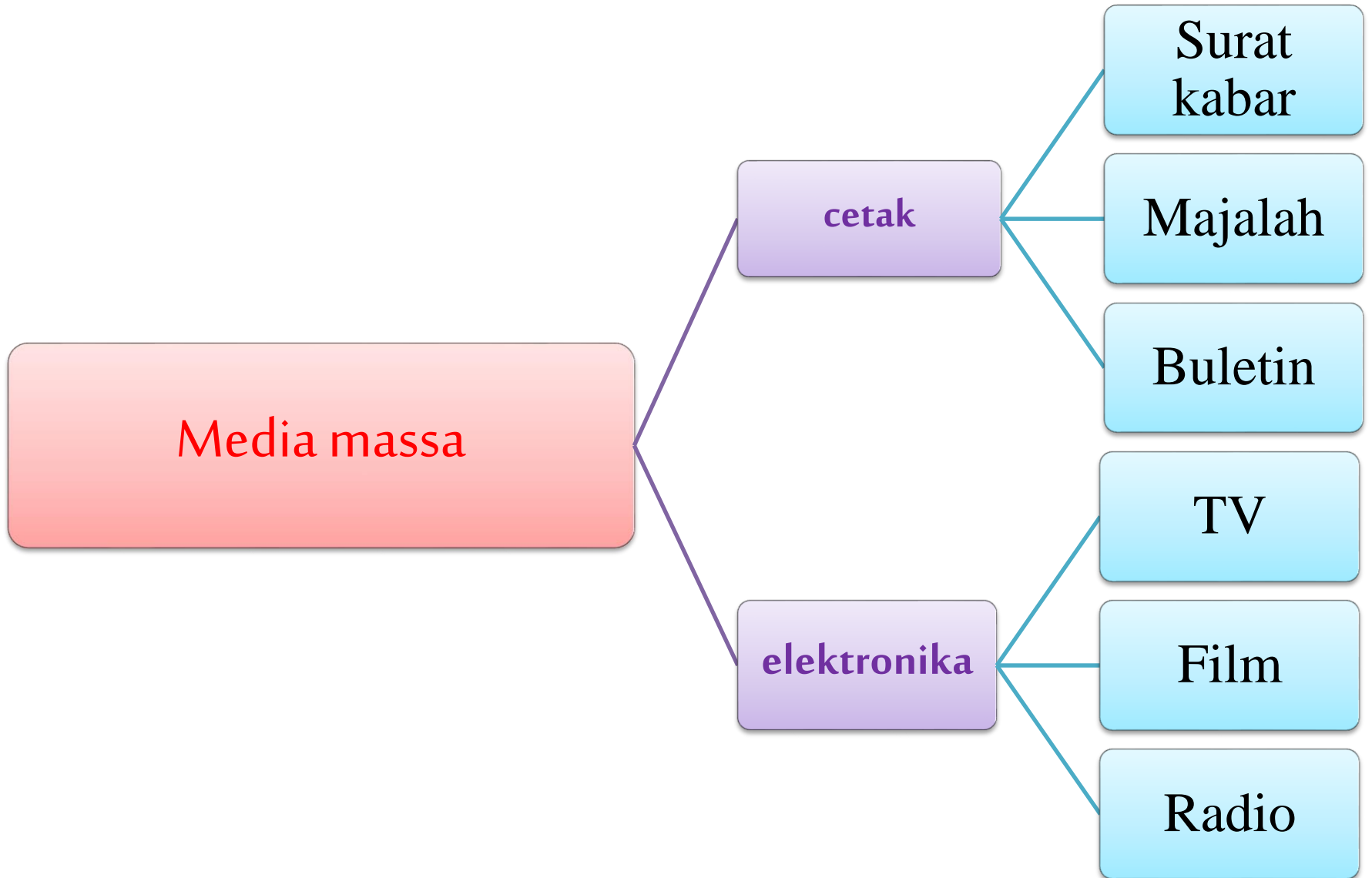


follow @gantijakarta

NYOK, BANTU
RETWEET!

Pengertian komunikasi massa

- Menurut Bittner “Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.”
- De Fleur dan Dennis → “Komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara.”



Karakteristik komunikasi massa

1. Komunikasi media massa ditujukan ke khalayak luas, heterogen, anonym, terbesar, serta tidak mengenal batas geografis-kultural.

Co: Khalayak terpisah dan tersebar, tidak mengenal batas usia, tempat tinggal, golongan dan batasan-batasan yang lainnya.

2. Bersifat umum, bukan perorangan atau pribadi

- Isi pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan orang banyak, tidak hanya untuk kepentingan perorangan atau kepentingan orang banyak, tidak hanya untuk kepentingan perorangan atau pribadi.
- Pemimpin umum, redaksi, wartawan, bagian sirkulasi atau distribusi, agen koran, sampai pada pengecer atau anak-anak yang menjual koran di tempat-tempat umum.

3. Penyampaian berjalan cepat, dan menjangkau khalayak luas.

- *Messages multiplier* (cepat dan menjangkau khalayak luas).
- Keunggulan radio → suara.
- Televisi → audio visual.
- Media cetak → khalayak membaca sehingga pengetahuan luas; mendalam.

4. Berjalan satu arah

- Umpan balik atau tanggapan dari pihak penerima (khalayak) lazimnya berlangsung secara tertunda.
- Isi pesan diliput dan diolah oleh sumber, yakni organisasi media cetak ataupun media elektronika dan disebarakan secara luas kepada khalayak.

5. Terencana, terjadwal, dan terorganisasi.

- “Tempo”, yang terbit secara berkala setiap seminggu sekali terencana dan terorganisir melalui struktur organisasi yang jelas fungsinya, seperti secara berkala setiap seminggu sekali.

6. Penyampaian pesan secara berkala, tidak bersifat temporer.

**Secara
teratur**



Bagaimana dengan *booklet* atau *leaflet*?

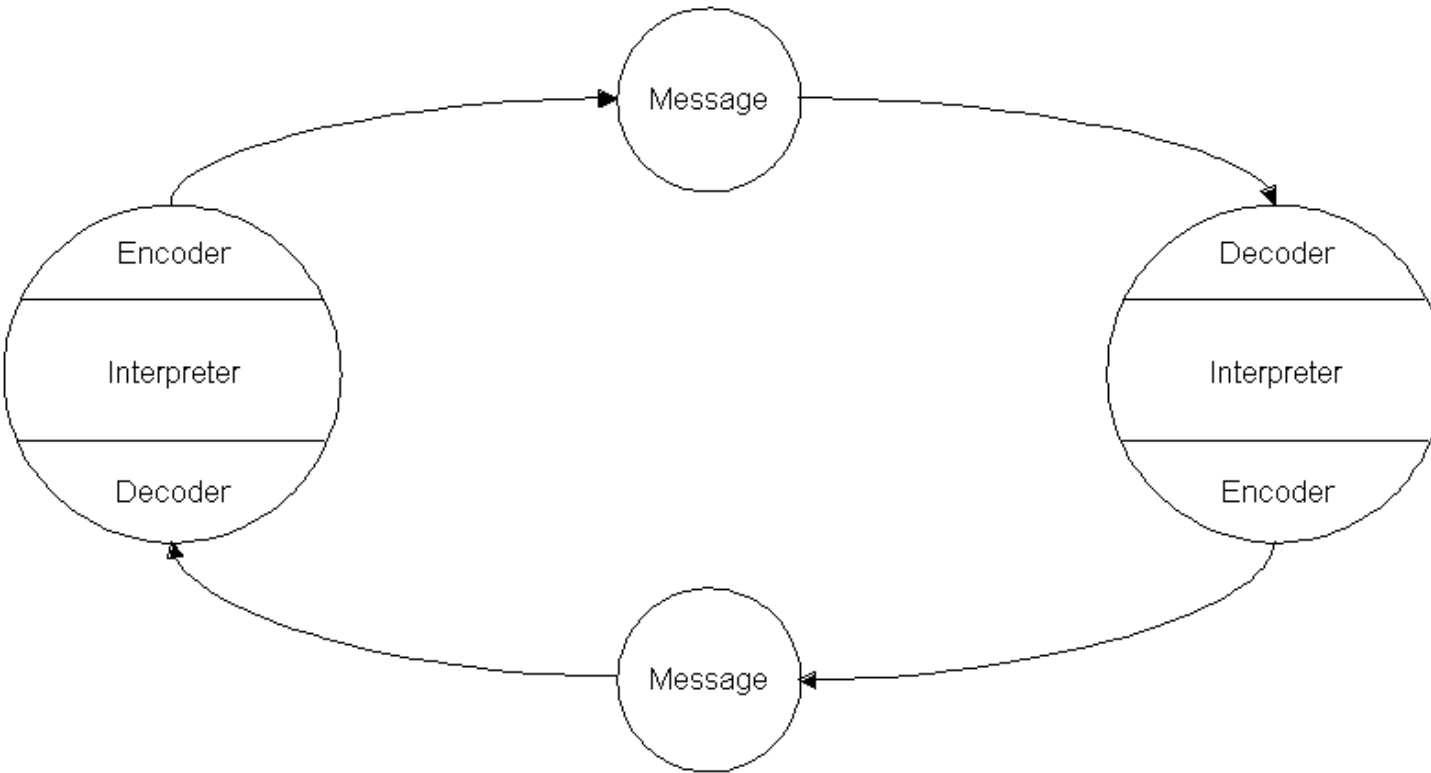
Termasuk kategori apa?

7. Isi pesan mencakup berbagai aspek kehidupan.

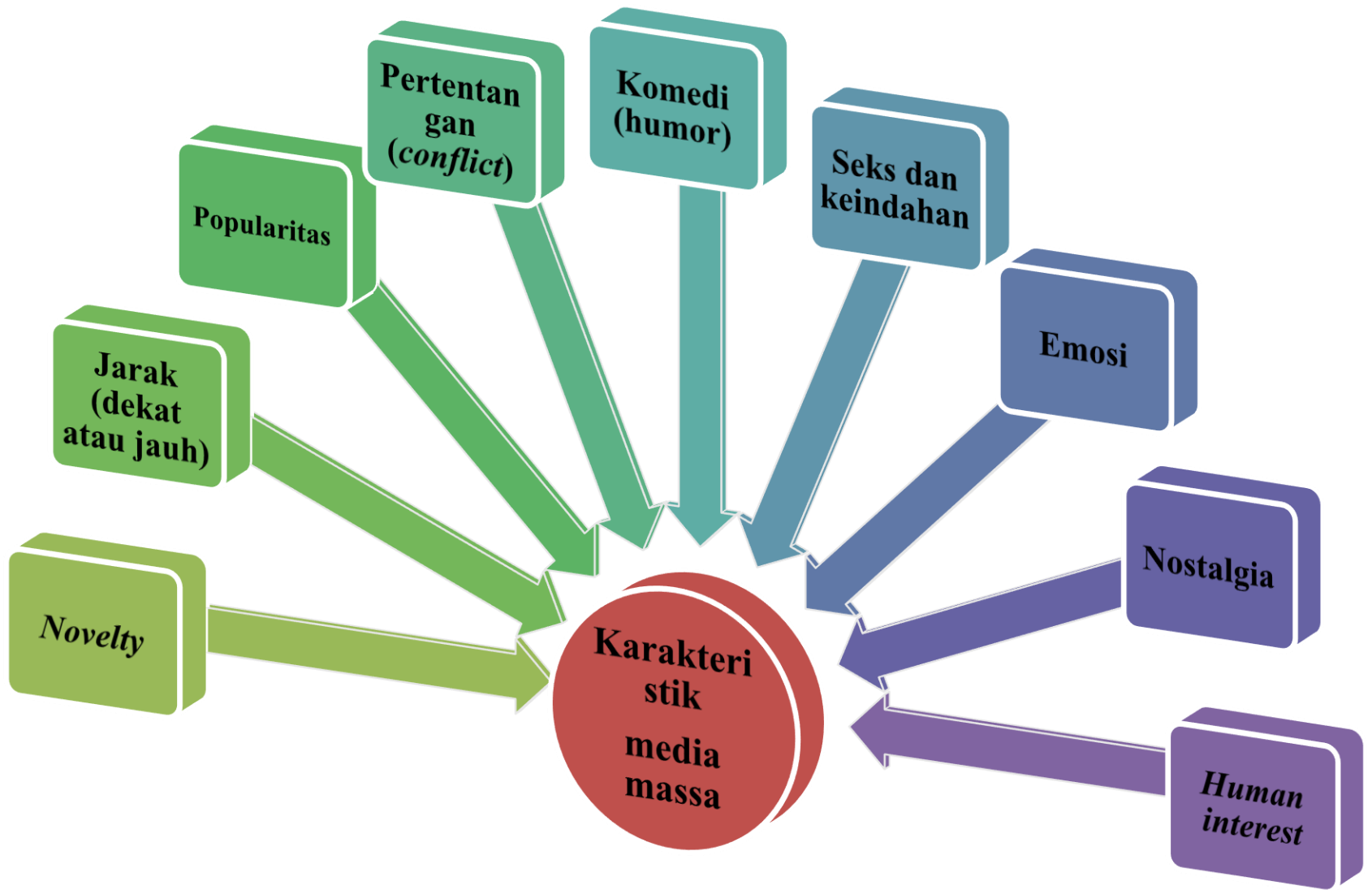
Peristiwa pemilihan umum, konggres kebudayaan Indonesia, konggres Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi, dll.

Proses komunikasi massa

Schramm's Model of Communication, 1954



Tim redaksi membaca, menilai, menyeleksi berita-berita yang masuk dan memutuskan hal-hal yang layak dimuat atau disiarkan media tersebut.





“Saya tak tahan terhubung terus sepanjang waktu.”

Manusia saat ini sedang dijadikan objek eksperimen.

25 tahun mendatang orang-orang sudah tidak peduli satu sama lain.

Bagaimana media sosial menurut Anda?



BBC

Pengguna ponsel pintar nomor satu di dunia dengan waktu pemakaian rata-rata 181 menit per hari.

2012 at Lazada

1 January

Rocket Internet opens an office in Jakarta. They hire 4 employees to work on Lazada.



4 June

Lazada opens brand new state of the art warehouse and distribution center



5 August

Lazada breaks into the top 100 websites in Indonesia
• August, 23
200 employees



6 September

Lazada breaks into the top 75 websites in Indonesia

- Sep, 14
JP Morgan invests in Lazada
- Sep, 27
60,000 likes



8 November

- Nov, 12
Kinnevik invests \$40 million in Lazada



2 March

Lazada launches in Indonesia, Philippines, Thailand, Malaysia and Vietnam.

- March, 15
Lazada.co.id website goes live with 4 product categories more than 4,000 Products listed
- March, 22
Lazada Interviews 1st Customer. Receives great feedback.



3 April

Just 1 month after launching, Lazada serves its 1000th customer



7 October

- Oct, 8
Lazada launches Bringmeto1D campaign with Sony Music. Reaches #2 trending topic world wide on Twitter
- Oct, 24
100,000 likes



9 December

Lazada breaks into the top 60 websites in Indonesia, over 220,000 likes on fb

- Dec, 5
Summit Partners invest \$26 million in Lazada
- Dec, 12, 2012
Lazada instigates 12-12 Online Revolution, Indonesia's answer to Cyber Monday and 11-11.
- Dec, 31
Lazada.co.id launches new website interface, now with 13 product categories and over 25,000 products listed



BRING ME TO 1D



**Fungsi
komunikasi
massa**

```
graph TD; A[Fungsi komunikasi massa] --> B[Fungsi terhadap masyarakat (societal-function)]; A --> C[Individu (individual-function)];
```

**Fungsi terhadap
masyarakat (*societal-
function*)**

**Individu (*individual-
function*).**

Fungsi komunikasi massa (terhadap masyarakat)

1. Pengawasan lingkungan
 - Segala kejadian atau peristiwa yang ada sehingga menjadi informasi bagi khalayak luas.
 - Kejadian-kejadian yang berkaitan dengan aspek-aspek sosial, politik, ekonomi dan budaya akan selalu dilaporkan setiap media massa.
 - Co: kehidupan pangeran William dan Kate, harga kebutuhan pokok, harga saham, dsb.

2. Korelasi antara bagian dalam masyarakat untuk menanggapi lingkungannya

Media massa dituntut untuk berperanan dalam menghubungkan setiap kejadian dengan tanggapan yang dapat muncul.

3. Sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai



- Upaya transmisi dan pendidikan nilai-nilai serta norma-norma dari suatu generasi kepada generasi yang berikutnya atau dari suatu kelompok masyarakat terhadap para anggota kelompoknya yang baru.

4. Hiburan

a. Mengukuhkan status (*status conferral*).

Setiap ide-ide, isu-isu atau orang-orang tertentu yang dilaporkan atau dimuat oleh media massa akan memiliki prestise sendiri. Media massa telah memberikan status publik yang tinggi.

- Orang-orang yang ide-idenya sering dimuat dalam media massa cetak dan elektronika akan dianggap sebagai pakar dan dipercaya oleh masyarakat.

b. Memperkokoh norma-norma sosial

Media massa berfungsi memperkuat atau memperkokoh norma-norma sosial masyarakat.

- Kasus “kumpul kebo” → banyak tanggapan, tulisan dan seminar, yang menghadirkan para ilmuwan dan ulama untuk membahas persoalan remaja tersebut.

Fungsi terhadap individu

Pengawasan atau pencarian informasi → pemahaman;
pengetahuan

Mengembangkan konsep diri

Fasilitasi dalam hubungan sosial (agenda media massa) → kasus
HAM

Substitusi dalam hubungan sosial (menyaksikan
film → nangis)

Membantu melegakan emosi (tertawa)

Pelarian dari ketegangan dan keterasingan

Bagian dari kehidupan rutin atau ritualisasi (menyaksikan
Arsenal)

Dampak komunikasi massa

(1) Dampak yang berkaitan dengan media secara fisik

Dampak ekonomis

Dampak sosial
(meningkatkan statusnya)

Dampak pada penjadwalan kegiatan

Media massa sebagai penyaluran perasaan tertentu

(2) Dampak yang berkaitan dengan pesan media massa

Dampak kognitif

Dampak afektif:
suka/ tidak suka

Dampak konatif

GP
SPANYOL

TRANS 7

R

JAKARTA

BALITA TEWAS USAI TERJUN DARI LANTAI 19

Terinspirasi Tokoh Komik Spiderman

R-BO

Dampak apa?

**SMACK
DOWN**



betull betul
betullll.....

1. **Berpikir kritis untuk mengembangkan penilaian yang idependen terhadap isi media.**
 - **Mengapa kita menonton apa yang kita tonton, membaca apa yang kita baca, dan mendengar apa yang kita dengar?**
 - **Dapat menjawab pertanyaan tsb = bertanggung jawab terhadap diri kita sendiri.**



Elemen-elemen melek media

3. Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media

- Kita dapat menciptakan makna.
- Memahami maksud dan dampak aturan-aturan film dan video seperti sudut pengambilan gambar dan pencahayaan atau strategi di balik penempatan foto di halaman surat kabar.



4. Isi media sebagai suatu teks yang menyediakan wawasan bagi budaya dan kehidupan kita.

- **Bagaimana kita mengetahui suatu budaya dan masyarakatnya, sikap, nilai-nilai, keprihatinan, dan mitos-mitosnya?**

