

**PERANAN KOMUNIKASI MASSA DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI PADA
MASYARAKAT KAMPUNG ADOKI DISTRIK YENDIDORI KABUPATEN BIAK
NUMFOR**

***THE ROLE OF MASS COMMUNICATION IN DELIVERING INFORMATION TO THE
COMMUNITY OF ADOKI VILLAGE, YENDIDORI DISTRICT, BIAK NUMFOR
REGENCY***

Irwan¹, Jelita Purnama Sari²

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik IISIP Yapis Biak

²Administrasi Perkantoran, Fakultas Ilmu Administrasi IISIP Yapis Biak

Email: irwan@iyb.ac.id¹, purnama.jelita09@gmail.com²

ABSTRAK

Media massa adalah media komunikasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat secara masal, bentuk media massa yang ada di Kampung Adoki ialah Radio Kampung yang berperan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui peranan komunikasi massa dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Kampung Adoki di Distrik Yendidori, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif analitis, yaitu menganalisis peran media massa bagi masyarakat kampung Adoki dalam penyampaian Informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran Komunikasi massa / media massa yang ada di kampung Adoki dapat mewakili kebutuhan masyarakat demi terciptanya system komunikasi, transformasi melalui layanan edukasi, informasi tentang komunikasi massa dan dapat memberikan informasi tentang pembangunan kampung yang sesuai dengan faktor-faktor Komunikasi di Kampung Adoki berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi massa.

Kata Kunci: Peran, Komunikasi Massa, Penyampaian Informasi

ABSTRACT

Mass media is a communication medium that disseminates information en masse and can be accessed by the public en masse, the form of mass media in Adoki Village is Kampung Radio which plays a role in conveying information to the public, the purpose of this study is to determine the role of mass communication in conveying information to the public. The Adoki Village community in Yendidori District, the research method used in this study is a descriptive method using a qualitative approach with analytical descriptive analysis techniques, namely analyzing the role of mass media for the Adoki village community in delivering information. The results show that the role of mass communication / mass media in Adoki village can represent the needs of the community for the creation of a communication system, transformation through education services, information about mass communication and can provide information about village development in accordance with the communication factors in Adoki Village based on principles of mass communication.

Keywords: Role, Mass Communication, Information Delivery

PENDAHULUAN

Dalam ilmu komunikasi, terdapat kajian komunikasi massa yang membahas hubungan antara media dan masyarakat. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah media massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberikan informasi, menghibur, atau membujuk (Vivian, Teori Komunikasi Massa, 2008: 450). Menurut Joseph R. Dominick mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan suatu mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.

Model komunikasi dari Harold Lasswell ini mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan; Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa) (Effendy, 2007).

Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu media hingga dapat menimbulkan reaksi tertentu, komunikasi yang terjadi dengan baik akan menghasilkan penerimaan pesan serta

reaksi yang sesuai dengan keinginan komunikator.

Dari pengertian Lasswell di atas, dapat dipahami bahwa komponen dalam Ilmu Komunikasi ada lima yaitu: Komunikator (who), Pesan (what), Komunikan (whom), media atau channel (channel), dan reaksi atau efek (effect). Sementara Carl I. Hovland menyatakan bahwa Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Peran Komunikasi massa di Kampung Adoki ialah Radio Kampung atau Radio Pemersatu Bangsa yang dibangun melalui layanan edukasi informasi komunikasi yang sangat menyentuh tetapi mengangkat daerah pembangunan kampung ke kota dan selalu menginformasikan berita-berita yang bukan bersifat hoax, tetapi bersifat positif dan terpercaya. Radio Pemersatu Bangsa di Kampung Adoki mengambil jalur frekuensi 96,10 MHz Pro1 Biak Radio Kampung atau radio pemersatu bangsa yang telah siap dalam peran komunikasi massa untuk dapat membantu pembangunan yang ada di kampung dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.

Untuk itu media massa adalah media komunikasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat secara masal pula (Bungin, 2006 : 72). Dalam kehidupan sehari-hari sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Salah satu unsur terpenting dalam hidup manusia adalah komunikasi.

Komunikasi adalah saluran atau media. Seorang komunikator dalam proses komunikasi pastilah menggunakan unsur media sebagai alat penyampai pesan kepada komunikan. Tujuannya untuk mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan melalui media atau saluran. Komunikasi merupakan faktor fundamental dalam kehidupan manusia, sebab manusia perlu mempertahankan hidup dan kebutuhan menyesuaikan dengan lingkungan.

Dalam perpektif kehidupan perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat berkomunikasi. Hal ini karena adanya berbagai media (chanel) yang dapat digunakan sebagai sarana

penyampai pesan. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat (Morissan, 2008: 14) Beberapa fungsi komunikasi massa, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain: (1) to inform (menginformasikan); (2) to entertainment (member hiburan); (3) to persuade (membujuk); dan (4) transmission of the culture (transmisi budaya) (Nurudin, 2007 : 64).

Dalam undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, pasal 1(2) Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel, atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Pasal 13 (1) jasa penyiaran terdiri atas: jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televise. Pasal 1 (3) penyiaran adalah media komunikasi massa dengar, yang

menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Syamsul, 2009: 87). Radio adalah salah satu media komunikasi massa yang merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan di mana-mana.

Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupa memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar (Masduki, 2001: 9).

Menurut Heinich (dalam Syamsul, 2009:17), di bandingkan dengan media komunikasi massa lain seperti televisi, biaya penyelenggaraan siaran radio jauh lebih murah dengan kemampuan jangkauan daerah yang sama luasnya. Keunggulan lain dari medium dengar ini adalah kemampuannya untuk menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan beragam bentuk sajian seperti dramatisasi, diskusi, ceramah, atau dialog.

Untuk itu Radio Pemersatu Bangsa melalui layanan edukasi informasi komunikasi yang sangat menyentuh tetapi

menggangkat daerah pembangunan kampung ke kota selalu menginformasikan berita-berita yang bukan bersifat hoak, tetapi bersifat positif dan terpercaya. Radio Pemersatu Bangsa di Kampung Adoki mengambil jalur frekuensi 96,10 MHz Pro1 baik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif, lokasi penelitian di Adoki dengan fokus Peran komunikasi massa terhadap penyampaian informasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif analitis terhadap fakta dan data yang didapatkan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah Media Komunikasi.

Tolak ukur kekuatan sosial adalah efek yang muncul akibat pengaruh media terhadap masyarakat dan efek pesan. Efek yang dari

pesan disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada omunikan sebagai sasaran komunikasi.

Pada Penelitian ini lebih menekankan kepada efek pesan yang meliputi efek peran Kognitif dan apektif. Adapaun Efek kognitif adalah akibat timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif. Dalam efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.

Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Schramm mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu yang mengurangi ketidak pastian alternatif (Rahmat, Psikologi Komunikasi: 1999:223).

Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media masalah relaitas yang sudah diseleksi. Maka kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa.

Sedangkan Efek afektif adalah efek yang bertujuan mempengaruhi khalayak untuk turut

merasakan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada Efek Kognitif.

Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Efek ini yang akan menimbulkan pembentukan dan perubahan sikap.

Menurut asch, semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Sikap selalu diarahkan pada objek, kelompok, atau orang. (Rahmat: 233).

Secara singkat, sikap ditentukan oleh citra. Pada gilirannya, citra ditentukan oleh sumber-sumber informasi. Di antara sumber informasi yang paling penting dalam kehidupan modern adalah media massa. Media massa tidak mengubah sikap secara langsung, tetapi mengubah citra dulu, dan citra inilah yang mendasari sikap.

Berdasarkan ketentuan pasal 33 UU No. 4 tahun 1999 tentang pers, fungsi pers adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Sementara itu Pasal 6 UU Pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut;

a. Memenuhi Hak Masyarakat

Pemenuhan hak masyarakat ini untuk mengetahui dan menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia. Selain itu pers juga harus menghormati kebinekaan mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar melakukan pengawasan.

b. Sebagai Pelaku Media Informasi

Pers itu memberi dan menyediakan informasi tentang peristiwa yang terjadi kepada masyarakat, dan masyarakat membeli surat kabar karena memerlukan informasi.

c. Fungsi Pendidikan

Pers itu sebagai sarana pendidikan massa (*mass Education*), pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat bertambah pengetahuan dan wawasannya.

d. Fungsi Hiburan

Pers juga memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, dan karikatur.

e. Fungsi Kontrol Sosial

Fungsi ini terkandung makna demokratis yang didalamnya terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) *Social participation* (keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan)
- 2) *Social responsibility* (pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat)
- 3) *Social support* (dukungan rakyat terhadap pemerintah)
- 4) *Social control* (kontrol masyarakat terhadap tindakan-tindakan pemerintah)

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam bab sebelumnya, dan apa yang menjadi perumusan masalah, maka penelitian ini dapat disimpulkan ialah peran Komunikasi massa / media massa yang ada di kampung Adoki dapat mewakili kebutuhan masyarakat demi terciptanya sistem komunikasi, transformasi melalui layanan edukasi, informasi tentang komunikasi massa dan dapat memberikan informasi tentang pembangunan kampung yang sesuai dengan faktor-faktor Komunikasi di Kampung Adoki berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi massa.

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi melalui layanan informasi radio kampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Andwar Syamsul, 2009, Pengantar Ilmu Komunikasi Percetakan Cv. Mitra Irzani Pekanbaru.
- Ahmad, Busyairi. 2019. "Pemberdayaan Sosial Masyarakat (Studi Deskriptif Tentang Perubahan Perilaku Masyarakat Kelurahan Fandoi Dalam Pemberdayaan Tas Noken Sebagai Sumber Penghasilan)." Jurnal Gema Kampus 14:34-41
- Bungin, Burham. 2006. Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat. Jakarta ;Kencana Perenada Media Group.
- Cangara, Hafied, 2010, Pengantar Ilmu Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Effendy ,Onong Uchjana , 2007, Pengertian komunikasi, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Effendy. Onong Hucana. 2007, Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek Bandung; PT. Remaja Rosda Karya.
- Hafied Cangara. 2002, Pengantar Ilmu Komunikasi, JakartaPT. Raja Grafindo Persada
- Hasan Shadily. 1993, Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia, Jakarta; PT. Rineka Cipta
- Isti Nursih Wahyuni, 2014, Komunikasi Massa, Yogyakarta
- Masduki.2001 Jurnalistik Radio, Menata Profesionalisme Dalam Komunikasi Antar Budaya.Yogyakarta; Elkis Yogyakarta.
- Mulyana , Deddy, 2000, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT Remaja Rosda karya
- Nurudin.2007 Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada; Jakarta
- Pitirim A. Sorokin Dalam Soekanto 2003. Sosiologi Suatu engantar. Jakarta; PT. Raja Grasindo Persada.
- Rahmat.Jalaludin 1999, Psikologi Komunikasi, Bandung;Remaja Rosda Karya
- Vivian Jhon. 2008, Teori Komunikasi Edisi 8 Jakarta; Prenada Group.