

---

## RISALAH TEORI-TEORI KOMUNIKASI MASSA

Puji Laksono  
Institut KH. Abdul Chalim Mojokerto  
Pujilaksono@ikhac.ac.id

---

### ABSTRACT

#### KEYWORDS:

Communication  
Studies, Mass  
Communication,  
Mass  
Communication  
Theory, Mass  
Media.

Mass communication is the communication from a person or group of people through a sender (media) to audiences or markets. Mass communication in practice is the dissemination of information through mass media, such as television, radio, newspapers, internet social media which are able to disseminate information widely to the public. Information in the process of mass communication is spread simultaneously throughout the radius of the coverage of the mass media used. The completeness of technical equipment determines the dissemination of information.

Denis McQuail suggests that everyone practices or participates in the process of mass communication. Not everyone is connected to the mass media. So the higher up the fewer people who participate in the process of mass communication. In the process of mass communication, the theorizing process in particular has been put forward by many scientists through the research process. The theory is understood as a series of related statements designed to explain a particular phenomenon or a category of related symptoms. With a theory, a phenomenon can be explained scientifically.

The theories of mass communication are agenda-setting theory, cultivation theory, the spiral of silence theory, use, and satisfaction theory, technological determinism, bullet theory, innovation diffusion theory, critical media theory, cultural imperialism theory, and media equality theory. With a theory, a phenomenon can be explained scientifically.

## **PENDAHULUAN**

Ilmu pengetahuan diperoleh dari upaya ilmiah yang logis dan sistematis. Melalui observasi upaya ilmiah ini berusaha menyusun abstraksi dari fenomena yang diamati yang kemudian menghasilkan teori. Begitu juga dengan ilmu komunikasi sebagai salah satu ilmu pengetahuan sosial, ia melakukan upaya-upaya ilmiah untuk menghasilkan abstraksi yang dapat menggambarkan suatu fenomena. Salah satu fenomena dalam ilmu komunikasi adalah komunikasi massa. Dalam proses komunikasi massa proses teorisasi secara khusus sudah banyak dikemukakan oleh para ilmuwan.

Teori difahami sebagai serangkaian statement yang saling berhubungan yang dirancang untuk menjelaskan gejala tertentu atau satu kategori gejala-gejala yang saling berhubungan (Sanderson, 1991). Dengan adanya teori maka suatu fenomena dapat dijelaskan secara ilmiah. Berikut ini beberapa teori komunikasi massa yang dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena-fenomena komunikasi massa .

## **PEMBAHASAN**

### **1. Teori Agenda-Setting**

Dua orang ilmuwan dari Universitas North Carolina, mengamati peristiwa kampanye dan menemukan bahwa ada

hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh masyarakat. Dua orang ilmuwan tersebut adalah Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972, 1993), yang mengemukakan teori efek media massa, yang kemudian hari dikenal dengan nama teori “agenda setting”.

Teori agenda setting menyatakan bahwa aktor-aktor media massa, seperti editor, dan para pengelola media penyiaran memainkan peranan penting dalam membentuk realitas sosial dalam masyarakat karena pekerjaan mereka untuk memilih dan membuat berita. Dampak dari media massa pada akhirnya mampu mempengaruhi perubahan kognitif individu, dan membentuk pikiran mereka. Inilah letak paling penting komunikasi massa, yaitu kemampuannya secara mental untuk menata dan mengorganisasi dunia kita untuk kita (Morissan, 2013).

Media massa memiliki peran sebagai gatekeeper yang memilih dan memilih informasi apa yang harus diketahui oleh publik. Mereka mengatur informasi mengenai suatu keadaan pada waktu tertentu yang sebagian besar diatur oleh proses penyaringan dan pemilihan berita. Dalam proses komunikasi massa ini telah terjadi agenda setting. Terjadi dua tingkatan dalam

proses ini. Pada tingkatan pertama media massa berusaha untuk membangun isu umum yang dirasa penting, dan pada tingkatan kedua media massa menentukan bagian-bagian atau aspek-aspek dari isu umum yang dinilai penting. Tingkatan kedua sama pentingnya dengan tingkatan pertama. Tingkatan kedua penting karena memberitahu kita mengenai bagaimana media massa membingkai isu (framing) terhadap isu, yang akan menjadi agenda media dan juga agenda publik.

Teori agenda setting memiliki dasar pemikiran bahwa di antara berbagai topik yang dimuat media massa, topik yang mendapat perhatian lebih banyak dari media akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya dan akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu, sebaliknya bagi topik yang kurang mendapatkan perhatian media. Media mempunyai kemampuan untuk mentransfer isu untuk mempengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap suatu isu itu penting, karena media menganggap isu itu penting juga. Teori ini memfokuskan diri pada kesadaran dan pengetahuan (Rohim, 2016 : 193).

Media massa mengidentifikasi kepada khalayak apa yang menjadi isu utama hari ini dan hal ini tercermin dalam apa yang dipersepsikan khalayak sebagai isu

utama. Hipotesis agenda setting adalah sebagai berikut ;

- (1) debat publik diwakili oleh seperangkat isu yang penting (agenda untuk bertindak),
- (2) agenda berasal dari opini publik dan proposal dari elit politik,
- (3) kepentingan yang bersaing mencoba mempromosikan kepentingan isu mereka 'masing-masing',
- (4) berita media massa memilih isu untuk diberikan perhatian lebih banyak atau sedikit berdasarkan tekanan-tekanan tertentu, terutama dari elit yang berkepentingan, opini publik dan peristiwa di dunia nyata,
- (5) keluaran dari media (tingkat relatif dan kepentingan suatu isu) memberikan pemahaman publik terhadap agenda yang terjadi dan juga memiliki efek yang lebih jauh terhadap opini dan evaluasi ranah politik,
- (6) efek media bersifat perifer dan jangka pendek (McQuail, 2011:276-280).

## **2. Teori Kultivasi**

George Gerbner seorang profesor ilmu komunikasi dari Universitas Pennsylvania adalah tokoh yang mengemukakan teori kultivasi. Teori ini merupakan hasil pengamatan dari efek televisi terhadap massa. Asumsi dasar teori

ini adalah orang-orang yang terlalu banyak menonton televisi akan memiliki kepercayaan yang berlebihan terhadap dunia jahat dan dunia menakutkan. Kekerasan yang disaksikan dari televisi dapat menimbulkan ketakutan sosial yang akan menghambat dan bahkan menghilangkan pandangan umum bahwa manusia adalah baik dan dapat dipercaya, dan juga tentang lingkungan yang aman (Morissan, 2013:517-518).

Gerbner lebih lanjut menyatakan bahwa televisi dengan segala pesan dan gambar yang disajikan merupakan proses untuk menanamkan perspektif yang sama terhadap realitas dunia pada khalayak. Televisi dipercaya sebagai agen yang mampu menjadikan masyarakat dan budaya terhomogenisasi. Televisi yang telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat, dengan segala tayangan yang disajikan seperti drama, iklan, berita, dan program lainnya menampilkan dunia gambar dan pesan yang sama dan relatif menyatu pada setiap rumah. Dengan pola berulang-ulang dalam penyampaian pesan dan gambar produksi massal televisi membentuk arus utama dari lingkungan simbolis bersama.

Hipotesis dasar dari analisis kultivasi ini adalah menonton televisi secara berangsur-angsur mengarahkan pada adopsi

keyakinan mengenai sifat dasar dari dunia sosial yang mengikuti pandangan akan realitas yang memiliki stereotip, terdistorsi, dan sangat selektif sebagaimana yang digambarkan dengan cara yang sistematis di fiksi dan berita. Teori ini melibatkan pembelajaran dan pembentukan pandangan akan realitas sosial tergantung pada keadaan dan pengalaman pribadi dan juga keanggotaan kelompok (McQuail, 2011:256-257).

Hipotesis ini berarti bahwa, “semakin banyak waktu seseorang dihabiskan untuk menonton televisi, maka semakin seseorang tersebut menganggap bahwa realitas sosial tersebut sama dengan yang digambarkan televisi” (Rohim, 2016:205).

Teori kultivasi memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari konsumsi pesan media dalam waktu yang lama. Media massa, khususnya televisi, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa. Apa yang diketahui, dipikirkan, atau yang tidak dialami khalayak. Semuanya diketahui khalayak karena adanya berbagai cerita yang dilihat dan didengar melalui media. Dengan demikian realitas sosial yang difahami

khalayak adalah realitas yang diperoleh melalui perantara media massa.

### 3. Teori Spiral Keheningan

Elizabeth Noelle-Neumann (1983), seorang sosiolog dari Jerman adalah tokoh yang mengemukakan teori spiral keheningan atau dikenal dengan *spiral of silence*. Teori berkaitan dengan terbentuknya pendapat umum dalam masyarakat. Terbentuknya pendapat umum merupakan suatu proses saling mempengaruhi antara komunikasi massa, komunikasi antarpribadi, dan persepsi individu atas pendapatnya sendiri dalam hubungannya dengan pendapat orang lain di dalam masyarakat. Asumsi dasar dari teori ini beranjak dari teori sosial-psikologis yang menyatakan bahwa pendapat pribadi sangat tergantung pada apa yang dipikirkan dan diharapkan oleh orang lain, atau atas apa yang orang rasakan sebagai pendapat orang lain (Rohim, 2016).

Asumsi utama teori ini adalah sebagai berikut ;

- (1) masyarakat mengancam individu yang menyimpang dengan isolasi,
- (2) individu mengalami ketakutan akan isolasi secara terus-menerus,
- (3) ketakutan akan isolasi ini menyebabkan individu untuk mencoba mengukur iklim opini sepanjang waktu,

(4) hasil dari perkiraan ini mempengaruhi perilaku mereka dalam publik, terutama kesediaan mereka untuk mengekspresikan opini secara terbuka maupun tidak (McQuail, 2011; 284).

Neumann menyatakan bahwa orang-orang yang memiliki perasaan bahwa pendapat mereka mengenai berbagai masalah publik merupakan pendapat yang berada pada posisi minoritas akan enggan untuk menyuarakan pendapat tersebut pada orang lain. Karena media massa lebih memberikan perhatian pada pandangan mayoritas dan menekankan pada pandangan mayoritas. Orang-orang yang berada pada posisi pandangan mayoritas ini karena media massa memberi perhatian lebih, cenderung akan percaya diri dan terdorong untuk menyampaikan pandangannya pada orang lain. Namun sebaliknya, orang-orang yang berada pada posisi pandangan minoritas akan cenderung hening, diam, enggan, dan tidak memiliki kepercayaan diri untuk mengemukakan pandangannya kepada orang lain.

### 4. Teori Penggunaan dan Kepuasan

Jika teori-teori komunikasi massa pada pembahasan sebelumnya lebih terfokus pada pesan yang disampaikan, maka pada pembahasan teori kali ini lebih fokus pada

khalayak sebagai konsumen. Teori ini dinamakan teori penggunaan dan kepuasan atau dikenal dengan *uses and gratifications theory*. Khalayak menggunakan media massa berorientasi pada tujuan dan memiliki keaktifan, serta pilihan. Khalayak memiliki kebebasan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Teori ini menjelaskan tentang tingkat keaktifan dalam penggunaan media tergantung pada penggunaan media massa. Artinya media memiliki keterbatasan dalam memberikan efek kepada khalayak. Oleh karenanya individu memiliki kemampuan kontrol terhadap media massa.

Asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan ketika ditemukan kembali dan dielaborasi dua puluh tahun kemudian (pada tahun 1960-an dan 1970-an) adalah sebagai berikut ;

- (1) media dan pilihan konten secara umum rasional dan diarahkan kepada tujuan dan kepuasan spesifik tertentu (karenanya khalayak bersifat aktif dan pembentukan khalayak dapat dijelaskan secara logis),
- (2) anggota khalayak sadar akan kebutuhan terkait media yang muncul dalam kondisi pribadi (individual) dan sosial (bersama) dan dapat menyuarakan ini dalam kaitannya dengan motivasi,
- (3) pada umumnya ciri budaya dan estetika dari konten kurang berperan dalam

menarik khalayak daripada kepuasan akan berbagai kebutuhan pribadi dan sosial,

- (4) semua atau sebagian besar faktor yang relevan untuk pembentukan khalayak (motif, kepuasan yang diharapkan atau didapatkan, pilihan media, dan variabel latar belakang) pada prinsipnya dapat diukur (McQuail, 2011;174-175).

Asumsi dasar di atas yang kemudian menjadikan Katz, Blumer dan Gurevith (1974), mengemukakan asumsi dasar dari teori ini yakni (1) *pertama*, khalayak aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. (2) *kedua*, inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan oleh khalayak. (3) *ketiga*, media bersaing dengan sumber kepuasan lain. (4) *keempat*, khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media. (5) *kelima*, penilaian isi media ditentukan oleh khalayak. (Morissan, 2013:509).

Jika teori penggunaan dan kepuasan menekankan pada audiens yang aktif, sebaliknya teori depensi menekankan pada ketergantungan audiens pada media massa. Media massa dalam hal ini memiliki kemampuan yang kuat dalam mempengaruhi audiens. Teori ini dikemukakan oleh Melvin L. De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach pada

tahun 1975 yang dikenal dengan nama *dependency theory*. Teori ini memiliki asumsi dasar bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang luas, peran media massa dalam sistem sosial dan hubungan khalayak dengan media.

Ketergantungan audiens dalam proses komunikasi dengan media massa melibatkan ; sistem media massa, audiens, dan sistem sosial yang melingkupinya. Masyarakat modern memiliki kecenderungan ketergantungan pada media massa. Individu dalam masyarakat modern memiliki tingkat kecenderungan yang tinggi pada media massa karena untuk memahami dunia sosial mereka, bertindak secara bermakna dan efektif dalam masyarakat, dan untuk memenuhi fantasi dan pelarian. Audiens memiliki ketergantungan pada media massa sebagai sumber informasi pengetahuan tentang apa yang terjadi di dalam masyarakat. Tingkat ketergantungan ini ditentukan oleh tingkat informasi yang disampaikan oleh media massa, dan tingkat perubahan dan konflik yang terjadi dalam masyarakat. Ini artinya media massa memiliki peran penting sebagai suatu sistem informasi dalam proses kesetabilan, perubahan, dan konflik di masyarakat.

Lebih lanjut, De Fleur dan Rokeach menyatakan bahwa ketergantungan audiens terhadap media massa disebabkan oleh faktor; (1) individu akan lebih tergantung pada media massa yang dapat memenuhi semua kebutuhannya sekaligus dibandingkan dengan media massa yang hanya mampu memenuhi beberapa kebutuhannya. (2) perubahan sosial dan konflik yang terjadi di masyarakat dapat menyebabkan perubahan pada institusi, kepercayaan, dan kegiatan yang sudah mapan. Situasi yang bergejolak dapat menyebabkan perubahan pada konsumsi media massa. Dengan demikian ketergantungan pada media massa merupakan hasil dari dua faktor penting, yakni motif audiens untuk mendapatkan kepuasan dan ketersediaan alternatif tontonan (Morissan, 2013). Keberagaman tontonan yang bisa menjadi alternatif ini sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dan kepentingan audiens.

## **6. Technological Determinism**

Perkembangan masyarakat modern dengan teknologi informasi yang canggih tentu terhadap kehidupan manusia, salah satunya dalam proses komunikasi massa. Hal inilah yang menjadi analisis dari Marshall McLuhan mengenai hubungan antara teknologi, media massa, dan

masyarakat. Teorinya dikenal dengan technological determinism, yang menyatakan bahwa teknologi adalah instrumen yang menentukan kehidupan masyarakat. Masyarakat modern menurut McLuhan sangatlah tergantung pada teknologi. Sehingga teknologi menciptakan perubahan pada diri masyarakat itu sendiri. Menurutnya tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan penggunaan teknologi. Aktivitas komunikasi dengan media telah membentuk dan mengelola budaya masyarakat. Artinya budaya masyarakat ditentukan oleh cara berkomunikasi. Budaya pada masyarakat di era modern tentunya dibentuk karena teknologi.

Lebih lanjut, perkembangan media menurut McLuhan melewati empat era dalam sejarah media. Era itu adalah era tribal (kesukuan), era literate (tulisan), era print (cetak), dan era elektronik. Kemudian, McLuhan membagi media menjadi dua jenis, yakni hot media dan cool media. Hot media menurutnya adalah media yang tidak menuntut perhatian besar dari khalayak. Sedangkan cool media adalah media yang menuntut perhatian dan partisipasi aktif dari khalayak yang menjadi audiens. Media menurut McLuhan merupakan pesan itu sendiri. Artinya pesan yang disampaikan oleh media tidaklah lebih penting dari media

yang digunakan. Media menurutnya memiliki pengaruh kepada masyarakat, bukan pesannya. Pesan yang disampaikan melalui media televisi akan berbeda dengan pesan yang disampaikan melalui radio. Pesan dari televisi memiliki karakteristik lebih lengkap dari pada radio, artinya media lebih penting daripada pesannya. Media menurutnya yang mempengaruhi kehidupan manusia.

## 7. Teori Peluru

Teori peluru (*bullet theory*) atau disebut juga dengan teori jarum hipodermik (*hypodermic needle*) merupakan teori yang dikembangkan oleh Elihu Katz pada tahun 1985. Asumsi dasar teori ini adalah para gatekeeper atau pengelola media merupakan pihak yang lebih pintar dari pada audiens. Sehingga audiens bisa dikelabui sedemikian rupa dari pesan yang disiarkan. Media massa memiliki kemampuan untuk menundukkan dan dibentuk sedemikian rupa. Media massa dalam teori ini mempunyai efek langsung menyuntikkan pesan ke dalam ketidaksadaran audiens.

Media massa memiliki kekuatan yang dahsyat yang mampu mengendalikan pikiran khalayak yang pasif dan tidak berdaya. Media massa memiliki pengaruh yang kuat

yang dapat mempengaruhi afektif, kognisi, dan behaviour audiens. Pihak-pihak yang berkuasa bisa menggunakan media massa untuk mengontrol masyarakatnya. Mungkin teori ini cocok untuk menganalisis kondisi dalam masyarakat totaliter, namun untuk masyarakat dengan karakteristik demokratis dan melek informasi menjadi teori ini mengalami penurunan popularitas di era sekarang. Teori ini cocok untuk tipikal masyarakat yang homogen, tetapi tidak pada masyarakat heterogen.

### **8. Teori Difusi Inovasi**

Teori ini menitikberatkan pada peran komunikasi yang menerima pesan dari media massa, kemudian menjadi komunikator yang sangat kuat dalam mempengaruhi masyarakat. Ketika suatu ada penemuan baru (inovasi) kemudian tersebar melalui media massa akan mempengaruhi khlayak untuk mengikutinya. Suatu inovasi (sesuatu yang baru) akan menimbulkan rasa ingin tahu masyarakat. Inovasi dalam teori ini adalah penemuan-penemuan baru, seperti penemuan mobil listrik, penemuan listrik tenaga surya dan lain sebagainya yang menimbulkan respon positif dari khalayak. Informasi mengenai inovasi tersebut kemudian tersebar (difusi) melalui media massa. Teori ini dikembangkan oleh Everett M. Rogers.

Proses komunikasi massa menurut teori difusi inovasi. Rogers mengemukakan bahwa ada empat tahap dalam teori ini ; *Pertama*, pengetahuan, yakni kesadaran individu akan adanya inovasi akan adanya inovasi dan adanya pemahaman tertentu tentang fungsi inovasi tersebut. *Kedua*, persuasi yakni individu membentuk/memiliki sikap setuju atau tidak setuju dengan inovasi tersebut. *Ketiga*, keputusan yakni terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi. *Keempat*, konfirmasi yakni individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambil, namun ia dapat berubah dari keputusan yang telah diambilnya jika pesan-pesan mengenai inovasi tersebut berlawanan satu dengan yang lainnya.

### **9. Teori Media Kritis**

Media menurut Stuart Hall merupakan instrumen kekuasaan kelompok elite, dan media berfungsi menyampaikan pemikiran kelompok yang mendominasi masyarakat. Lebih lanjut, media menjaga kelompok yang berkuasa untuk tetap mengontrol yang tidak berkuasa. Kelompok yang tidak berkuasa ini pada akhirnya menerima apa saja yang diberikan kelompok yang berkuasa (Morissan 2013). Dari kondisi semacam ini lah teori media kritis

muncul. Kemunculannya sebagai bentuk alternatif yang mendorong perubahan tatanan dengan perlawanan terhadap kelompok berkuasa dalam masyarakat industri saat ini, yaitu para pemilik modal. Teori media kritis (*media critical theory*) merupakan alternatif baru dalam upaya memahami media dan menempatkan media sebagai antitesis yang harus bersikap kritis terhadap status quo.

Salah satu studi yang mengarah pada komunikasi massa kritis adalah *cultural studies*. Yang mana studi ini memfokuskan pada kebudayaan bersangkut paut dengan kekuasaan, kuasa budaya menjadi titik tekan. Berbagai kebudayaan dan praktik budaya merupakan suatu yang terkait dengan kekuasaan. Kekuasaan muncul sebagai sesuatu yang mempengaruhi kebudayaan. Sampai dengan pertarungan-pertarungan antarbudaya. Dalam perspektif *cultural studies* media massa dipandang sebagai instrumen yang sangat ampuh bagi ideologi dominan. Komunikasi massa memiliki perang yang sangat penting dalam penyebaran budaya, penentuan makna, dan kendali atas masyarakat. Dengan demikian, media massa bisa mengambil posisi sebagai penggugah kesadaran masyarakat tentang kelas sosial, kekuasaan, dan dominasi.

## **10. Teori Imperialisme Budaya**

Zaman modern berarti era di mana kehidupan manusia serba praktis, efisien, dan berpijak pada ilmu pengetahuan dan teknologi. Semenjak era ini kebudayaan dunia berkiblat pada dunia Barat. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa kebudayaan Barat telah membawa kemajuan yang luar biasa dalam peradaban manusia modern. Begitu juga dalam proses komunikasi massa, di mana media massa Barat begitu dominan. Inilah asumsi dasar dari teori imperialisisme budaya (*cultural imperialism theory*). Teori ini dikemukakan oleh Herb Schiller pada tahun 1973.

Teori ini menyatakan bahwa negara-negara Barat mendominasi media massa di seluruh dunia. Media massa Barat memiliki efek yang kuat dalam mempengaruhi media massa di negara-negara dunia ketiga. Media massa Barat tampil begitu memukau bagi masyarakat di dunia ketiga, akibatnya ada keinginan yang kuat untuk meniru budaya yang ditampilkan dan digambarkan oleh media massa Barat. Pada saat peniruan oleh negara dunia ketiga ini terjadi maka terjadi pula penghancuran budaya pada negara dunia ketiga tersebut. Kita bisa lihat bagaimana Hollywood begitu kuat menjadi rujukan dalam dunia perfilman di seluruh dunia.

## **11. Teori Persamaan Media**

Byron Reeves dan Clifford adalah dua ilmuwan yang mengemukakan bahwa media massa itu ibarat manusia. Pada tahun 1966 mereka mengemukakan pernyataan tersebut yang kemudian dikenal dengan teori persamaan media (*media equation theory*). Teori ini menyatakan bahwa media massa seperti halnya kehidupan nyata. Media bisa diajak untuk berbicara, menjadi lawan bicara seperti dalam proses komunikasi interpersonal. Oleh sebab itu orang seringkali secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespon apa yang disampaikan oleh media massa seolah-olah media itu adalah manusia.

#### KESIMPULAN

Komunikasi massa dalam praktiknya adalah penyebaran informasi melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, media sosial internet yang mampu menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat. Informasi dalam proses komunikasi massa tersebar secara serempak ke seluruh radius jangkauan media massa yang digunakan. Kelengkapan peralatan teknis sangat menentukan tersebarnya informasi.

Dalam proses komunikasi massa proses teorisasi secara khusus sudah banyak dikemukakan oleh para ilmuwan. Teori difahami sebagai serangkaian statement

yang saling berhubungan yang dirancang untuk menjelaskan gejala tertentu atau satu kategori gejala-gejala yang saling berhubungan. Teori-teori komunikasi massa tersebut adalah teori agenda setting, teori kultivasi, teori spiral keheningan, teori penggunaan dan kepuasan, *technological determinism*, teori peluru, teori difusi inovasi, teori media kritis, teori imperialisme budaya, teori persamaan media. Dengan adanya teori maka suatu fenomena dapat dijelaskan secara ilmiah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris. 2011. *Cultural Studies : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi ; Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Kartasapoetra, G. dan L.J. B. Kreimers. 1987. *Sosiologi Umum*. Jakarta : Bina Aksara.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Kusumaningrat, Purnama. 2007. *Jurnalistik : Teori dan Praktik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 2002. *McQuail's Mass Communication Theory*. London : Sage Publication.
- . 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6 Buku 1. 2011. Jakarta : Salemba Humaika.

- . 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6 Buku 2. 2011. Jakarta : Salemba Humaika.
- Morissan. 2015. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rohim, Syaiful. 2016. *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Sanderson, Stephen K. 1991. *Macrosociology : an Introduction to Human Societies*. HarperCollins Publishers Inc.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, Bagong. 2010. *Teori Hegemoni Antonio Gramsci*. Dalam : Bagong Suyanto, dan M. Khusna Amal (Ed). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media.