

Saya akan membagi penjelasan saya menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Bagaimana orang menggunakan media
2. Faktor-faktor yang memengaruhi keefektifan media
3. Teori agenda setting

PENDAHULUAN

Media apapun yang dipilih untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi tidak akan memengaruhi pemahaman dan penerimaan pesan oleh khalayak

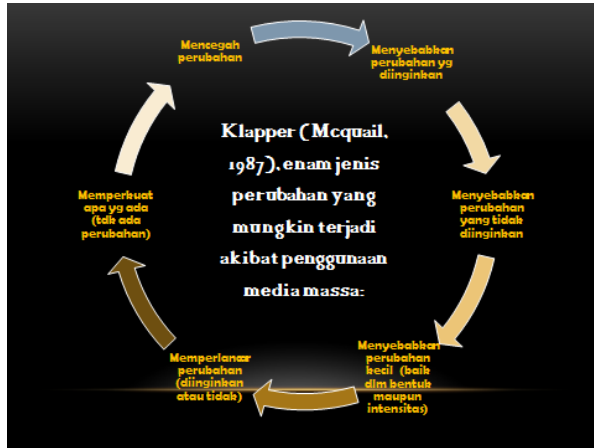
Teori apakah yang sesuai dengan pernyataan tersebut di atas??

Teori agenda setting, menganggap bahwa pengguna media merupakan khalayak aktif yang dapat dipengaruhi oleh adanya agenda yang di setting oleh media.

Marshall McLuhan

A black and white portrait of Marshall McLuhan, a Canadian philosopher, writer, and media theorist. He is shown from the chest up, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie. He has a serious expression and is looking slightly to the right of the camera.

Adalah Marshall McLuhan yang menggugat pernyataan tersebut, yang kemudian dikenal dengan pernyataan "The medium is the message", media adalah pesan itu sendiri. McLuhan secara tegas menyatakan bahwa teknologi komunikasi baru tidak hanya mengubah jumlah ketersediaan informasi di masyarakat tapi juga memengaruhi isi pesan yang ditransmisikannya. Dengan kata lain bentuk media yang mempresentasikan informasi akan menentukan makna pesan yang "disampaikan" dan juga derajat ambiguitas pesan tersebut.



Meski terdapat 6 kategori perubahan yang mungkin terjadi, namun praktik kampanye dewasa ini memperlihatkan adanya dua kecenderungan penyelenggara kampanye dalam memnafaatkan media.

Pertama, mereka yang menerapkan strategi kampanye satu arah. Dalam hal ini tindakan memengaruhi khalayak dilakukan secara tidak langsung. Pesan-pesan kampanye mengalir secara linier dari sumber kepada penerima melalui media massa.

Lihat video ridwan kamil_bandung command center



Tanyakan dulu pendapat mahasiswa....

Memasuki abad ke 21, para ahli komunikasi umumnya meyakini bahwa khalayak adalah kumpulan individu yang aktif. Mereka senantiasa mengolah berbagai pesan yang mereka terima dari media massa tertentu dan akan menafsirkan pesan tersebut dengan caranya masing-masing (secara individual).

Lihat video risma marah2 dulu ^_^

Kemudian minta mahasiswa untuk memberikan pendapatnya.

Dengan demikian khalayak yang berbeda akan “membaca” media secara berbeda pula bergantung pada latar belakang mereka, pengalaman, jenis media, usia, minat dan berbagai faktor lainnya yang mencirikan individualitas khalayak.



**FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEEFEKTIFAN MEDIA**

Walaupun secara umum media massa adalah saluran utama dari kegiatan kampanye, namun perlu diperhitungkan hal lain yang menjadi keterbatasan institusi media massa.

Untuk pesan-pesan tertentu orang cenderung menerimanya dari orang lain sebagai sumber informasi atau bahkan institusi tertentu yang dianggap memiliki otoritas tertentu.

Pada kenyataannya orang cenderung bukan hanya menggunakan media massa, tetapi juga hubungan antarpribadi, sebagai sumber informasi, sehingga muncul hubungan yang saling melengkapi diantara dua sumber tersebut. Orang akan menempatkan media massa sebagai sumber informasinya bila media tersebut menayangkan lebih banyak informasi yang menurutnya berguna dan sesuai bagi dirinya.