



Teori Komunikasi-1, Sesi 14

## TEORI KOMUNIKASI KONTEKS BUDAYA DAN MASYARAKAT

### PENYEBARAN INFORMASI DAN PENGARUH:

- **Hipotesis Dua Langkah Lazarsfeld**
  - **Teori Penyebaran Informasi Everett**

Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

1

## PENYEBARAN INFORMASI DAN PENGARUH

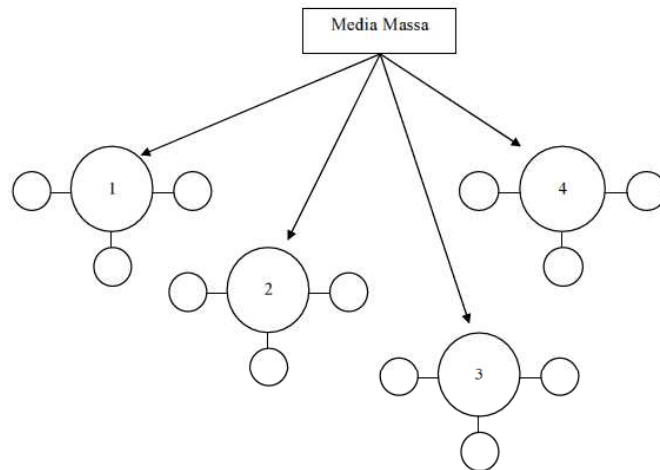
### Hipotesis Dua Langkah Lazarsfeld

- **Model dari Katz dan Lazarsfeld** lazim disebut dengan two step flow model of communication (model komunikasi bertahap dua), menjelaskan tentang pengaruh penyebaran informasi melalui media massa kepada khalayak.
- **Menurut model ini**, penyebaran dan pengaruh informasi yang disampaikan melalui media massa kepada khalayaknya tidak terjadi secara langsung (satu tahap). Melainkan melalui perantara yakni sekelompok orang yang termasuk pemuka pendapat (opinion leaders).
- **Dengan demikian proses pengaruh** penyebaran informasi melalui media massa terjadi dalam dua tahap: pertama, informasi mengalir dari media massa ke para pemuka pendapat. Kedua, pemuka pendapat ke sejumlah orang yang menjadi pengikutnya. Mode dapat digambarkan sebagai berikut:

Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

2

**Gambar 14.1 Model Komunikasi Dua Langkah Lazarsfeld**



Keterangan Gambar:

1, 2, 3, 4 : Pemuka pendapat

0 : Para individu yang mempunyai hubungan dengan pemuka pendapat.

Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

3

- **Asumsi-asumsi yang melatarbelakangi** model komunikasi dua tahap ini adalah sebagai berikut:
  - 1. Warga masyarakat pada dasarnya** tidak hidup secara terisolasi, melainkan aktif berinteraksi satu sama lainnya, dan menjadi anggota dari satu atau beberapa kelompok sosial.
  - 2. Tanggapan dan reaksi** terhadap pesan-pesan media massa tidak terjadi secara langsung dan segera, tetapi melalui perantara yakni hubungan-hubungan sosial.
  - 3. Para pemuka pendapat umumnya** merupakan sekelompok orang yang aktif menggunakan media massa serta berperan sebagai sumber dan rujukan informasi yang berpengaruh.
- **Studi menunjukkan bahwa** kebanyakan negara berkembang, proses penyebaran informasi melalui media massa ke khalayak luas memang cenderung mengikuti pola komunikasi dua tahap. Namun, dalam perkembangan selanjutnya, para ahli menemukan bahwa terdapat variasi dalam proses penyebaran informasi.

Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

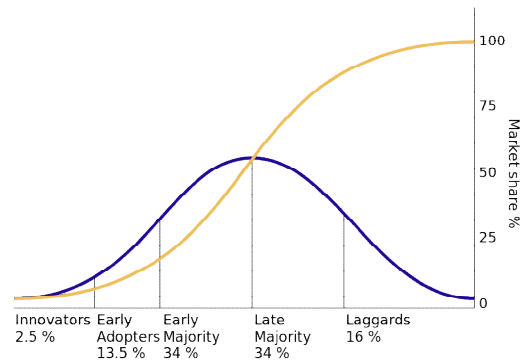
4

- **Pola penyebaran informasi** tidak selamanya berjalan secara dua tahap, tetapi dapat juga hanya satu tahap, atau lebih dari dua tahap, tergantung dari kondisi individu khalayaknya. Model ini kemudian disebut sebagai *multi step flow communication* atau *komunikasi banyak tahap* (Schramm, 1973).
- **Bagi kebanyakan orang** di kota-kota besar dan berlatar belakang sosial dan ekonomi relatif tinggi, penyebaran informasi dari media massa kepada mereka umumnya berjalan secara langsung (satu tahap). Sementara dari orang-orang yang berada di daerah pedesaan dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang relatif rendah proses penyebaran informasi dari media massa tidak berjalan secara langsung tetapi mengalami beberapa tahap.
- **Misalnya dari media massa**, kepada teman dan tetangga yang punya akses terhadap media, baru kepada dirinya, atau, media massa ke pemuka pendapat, kepada teman atau tetangga, baru ke dirinya. Dengan demikian hal pengaruh, juga banyak faktor yang menjadi perantara (*intervening variables*)

## Teori Penyebaran Informasi Everett

- **Teori ini dikenal juga** sebagai Teori Difusi Inovasi yang ditemukan Everett M. Rogers (1960).
- **Perubahan sosial itu dimulai** ketika terjadi proses adopsi yang melalui tahapan-tahapan tertentu bagi individu dan komunitas. Everett M. Rogers (1960, 2003), mendefinisikan difusi sebagai suatu jenis komunikasi dengan pesan mengenai gagasan baru. Inti proses difusi berupa pertukaran informasi antar-individu atau kelompok dengan isi pesan berupa pengetahuan dan pengalaman inovasi dibantu dengan saluran komunikasi.
- **Teori ini secara luas digunakan** untuk berbagai bidang riset, termasuk inovasi komunikasi yang melibatkan teknologi baru. Menurut Rogers, empat elemen utama teori difusi diwujudkan dalam definisi sederhana, yakni difusi merupakan proses suatu *inovasi* berupa *komunikasi melalui saluran (kanal)* dari waktu ke waktu di antara anggota suatu *sistem sosial*.

- **Rogers (1962, 2003) menguraikan** proses adopsi teknologi yang kemudian dibahas secara luas termasuk dalam adopsi teknologi digital Internet, dan bagaimana ia telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan mengadopsi ide-ide baru.
- **Rogers menjelaskan** bagaimana ide-ide baru menyebar melalui saluran komunikasi dari waktu ke waktu. Internet telah mengubah sifat difusi dengan mengurangi pentingnya jarak fisik antara manusia. Difusi Internet telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan mengadopsi ide-ide baru.
- **Rogers (1986) mengatakan** bahwa teknologi canggih telah menciptakan sebuah revolusi komunikasi, dan individu, melalui munculnya komputer, telah menjadi peserta aktif (*active participants*). Karena itu, aspek manusia adalah sama pentingnya dengan teknologi sistem media.



Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

7

- **Menurut Rogers (2003)**, karakteristik berikut membantu menjelaskan adopsi dengan level yang berbeda:

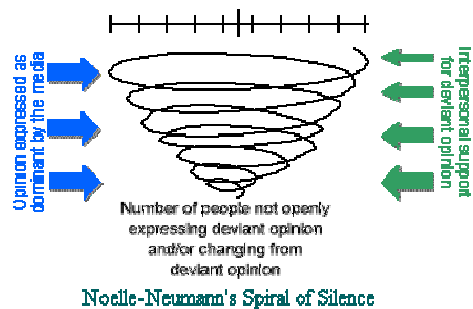
- 1) **Keuntungan Relatif** (*relative advantage*), atau sejauh mana suatu inovasi dipersepsikan lebih baik daripada gagasan sebelumnya. Secara ekonomis bisa diukur, namun secara sosial memiliki prestise;
- 2) **Kompatibilitas**, atau sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan potensial para pengadopsi. Sebuah ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma dari suatu sistem sosial tidak akan diadopsi secepat sebuah inovasi yang lebih kompatibel;
- 3) **Kompleksitas**, atau sejauh mana suatu inovasi dianggap sulit untuk memahami dan menggunakan. Ide-ide sederhana disebar lebih cepat daripada inovasi yang membutuhkan pengembangan keterampilan dan pemahaman baru;
- 4) **Trialability**, atau derajat suatu inovasi dapat dialami sebelum adopsi. Gagasan baru dapat diuji secara bertahap umumnya akan diadopsi lebih cepat daripada idea yang tidak bisa;
- 5) **Observability**, atau sejauh mana hasil suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah untuk melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan untuk diadopsi.

Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

8

## SPIRAL KEHENINGAN (Elisabeth Noelle Neumann)

- **Model spiral keheningan** (*the spiral of silence*) yang dikemukakan oleh Elisabeth Noelle Neumann (1974), juga menjelaskan tentang dampak penyebaran informasi melalui media massa.
- **Menurut model ini**, besar kecilnya pengaruh media massa tergantung pada interaksi antara media massa, komunikasi antar pribadi, dan persepsi seseorang mengenai pendapat dirinya dikaitkan dengan dengan pendapat orang lain yang ada di lingkungan masyarakat sekitarnya.



Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

9

- **Penjelasan Spiral Keheningan** sebagai berikut:

- **Asumsi dari model ini**, sebagaimana terlihat dalam gambar di atas, adalah semakin sering media massa mengemukakan pendapat yang dominan di kalangan masyarakat, semakin memudar atau melemah pendapat-pendapat di kalangan masyarakat yang menentang pendapat dominan sebagaimana dikemukakan media massa.
- **Jumlah orang yang secara terbuka** menentang pendapat dominan yang dikemukakan media massa akan semakin mengecil. Dengan kata lain, suara-suara yang menentang akan semakin hening.
- **Asumsi ini didasarkan** pada pertimbangan bahwa pada dasarnya, kebanyakan orang dalam masyarakat cenderung tidak mau mengisolasi diri dari lingkungan masyarakat di sekitarnya.
- **Oleh karena itu**, biarpun seseorang punya sikap atau pendapat yang berlainan, ia akan berusaha untuk tidak menentang secara terbuka sikap dan pendapat orang-orang lain di lingkungan sekitarnya.

Teori Komunikasi-1, Sesi 14. Dosen: Z. Hidayat, MM, M.Si.

10