

Khalayak Media

Pertemuan 3



Khalayak Media

- Khalayak diterjemahkan dari kata audience yang secara etimologi merupakan Bahasa Yunani “audire” yang berarti mendengar.
- Sekelompok pendengar atau penonton yang memiliki perhatian, reseptif, tetapi relative pasif dan bersifat public (McQuail, 2003)
- Pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber-yang bisa berupa satu orang atau lebih, kelompok, partai bahkan negara (Canggara,2007)



Khalayak Media



3 pandangan mengenai khalayak:

1. Khalayak sebagai massa

- Massa merupakan sekelompok besar orang yang terpisah secara ruang dan waktu, bertindak otonom, saling tidak mengenaldan tidak terikat pada organisasi tertentu.
- Pada persepektif ini media ingin memahami keinginan khalayak melalui berbagai ukuran .

2. Khalayak merupakan hasil (*outcome*)

Mereka dipandang sebagai objek yang mendapat terpaan media, lalu terpengaruh sebagai individual dan Masyarakat secara keseluruhan.

Khalayak Media



- **Di tingkat mikro**, konten media dapat berpengaruh secara kognitif (pengetahuan & pemikiran, sikap, emosi, psikologi, dan perilaku di tingkat individu (Hanson, 2014)
- **Di tingkat makro**, efek media dianggap dapat mempengaruhi pandangan kolektif dalam berbagai isu: ekonomi, politik, keluarga dan interaksi social (Hanson, 2014)



3. Khalayak ditempatkan sebagai agen

Mereka dianggap sebagai agen bebas yang memilih media, memiliki kemampuan menginterpretasikan teks, menciptakan pesan dan menyampaikan pendapat melalui media. khalayak dianggap dapat menggunakan media untuk tujuan rasional dan emosional.

Tiga Aliran Penelitian Yang Menempatkan Khalayak Sesuai Respon

(Abercrombie & Longhurst, 1998)

1. Model Jarum suntik

Model ini meyakini khalayak tidak berdaya menghadapi konten media. Model ini menyebabkan kepanikan moral (moral panic) terhadap pihak-pihak yang merasa memiliki otoritas menjaga moral seperti pemerintah, pemimpin agama, orang tua.

2. Model motivasi dan gratifikasi

Aliran ini memandang khalayak sangat aktif sehingga mampu sepenuhnya memilih konten media yang sesuai dengan kebutuhannya.

3. Teori resepsi

Penonton mencoba mencari makna dari pesan media dan akan menolak, menerima, atau menegosiasikan keyakinan diri dengan pesan media yang mereka terima.



Khalayak Rentan

A. Anak dan Remaja

Anak dan remaja (usia 0-18 tahun) dikategorikan sebagai khalayak paling rentan Ketika berhadapan dengan media, karena:

- Masa anak-anak adalah pertumbuhan fisik, kognitif, emosi dan moral (Potter,2013)
- Anak-anak dianggap belum berkompeten melindungi dirinya dari berbagai pengaruh negative, termasuk pesan yang termediasi



Khalayak Rentan

Untuk memahami karakteristik khalayak, perlu memperhatikan 4 tahapan tumbuh kembang anak, yaitu:

1. Sensori (0-2 tahun)- fase awal merasakan rangsangan tertentu
2. Pra operasional (2-7 tahun) – pertumbuhan kemampuan berbahasa
3. Operasional konkret (7-12 tahun)-memahami konsep-konsep abstrak,mengenal lingkungan social yang lebih luas
4. Formal Operasional (12-15 tahun) – kemampuan berpikir rasional,logis dan sistematis



Khalayak Rentan

B. Perempuan

5 isu yang dihadapi Perempuan di media (Cillins,2011):

1. Kurang terwakili
2. Objek seksual
3. Subordinasi
4. Peran tradisional
5. Gambaran tubuh



Khalayak Rentan

B. Perempuan

Menjadi khalayak rentan karena:

1. Jumlah Perempuan media jauh lebih sedikit dibandingkan laki-laki sehingga konten media cenderung bias gender.
2. Penempatan Perempuan menjadi subjek media lebih sedikit daripada laki-laki, walaupun ada porsi Perempuan tidak berimbang di segala aspek, ini juga menimbulkan bias
3. Perempuan lebih sering dijadikan objek konten media sehingga muncul salah representasi dan pembingkaian, labelisasi, mitos dan stereotipe.



Khalayak Rentan

C. Manula (manusia lanjut usia)

- Kondisi penuaan membuat manula menghadapi permasalahan fisik dan emosional.
- Permasalahan manula yang paling rentan, yaitu : kategori pendapatan, Kesehatan dan gaya hidup.
- Kegiatan literasi media untuk manula dapat dilakukan oleh keluarga atau institusi social formal maupun informal.

