

Bangkitnya Teori Efek Terbatas **Oleh: Poppy Febriana**

Teori efek terbatas lahir dari beberapa eksperimen yang mulai menyangsikan kekuatan penuh media dalam memengaruhi pemikiran kita. Salah satunya seperti temuan Paul Lazarsfeld yang menyatakan bahwa media jarang memiliki pengaruh kuat yang langsung terhadap individu. Efek yang terjadi hanya terbatas di lingkup tertentu.

Dalam perspektif efek terbatas, kekuatan media tidak terletak pada karakter teknologi itu sendiri atau pada cara bagaimana isi media disiarkan. Melainkan kekuatan itu ada pada diri kita sendiri – tentang bagaimana kita memilih untuk memperbolehkan media memengaruhi hidup kita.

Dari penelitiannya, Lazarsfeld kemudian melahirkan teori dua tahap (*two step flow*). Ide utama dari teori ini adalah bahwa pesan disampaikan oleh media melalui opinion leader kepada opinion follower.

Beberapa kesimpulan yang muncul dari Teori Efek Terbatas adalah:

1. Media jarang memengaruhi individu secara langsung
2. Ada aliran dua langkah dalam pengaruh media –melalui opinion leader, yang kemudian dilanjutkan oleh opinion followers.
3. Afiliasi seseorang akan memberi halangan yang efektif dalam melawan pengaruh media.
4. Saat efek media terjadi biasanya sangat lemah dan terlalu spesifik.

Penelitian Komunikasi Massa dan Fokus Pada Efek Media

Penelitian individual dalam penelitian efek sangat beragam dan bahkan saling berlawanan. Kesimpulan yang muncul adalah:

1. Pengaruh media jarang sekali secara langsung karena biasanya dijumpai oleh karakter individu
2. Pengaruh media massa jarang sekali terjadi secara langsung karena biasanya dijumpai oleh keanggotaan kelompok atau hubungan.

Kesimpulan tersebut memunculkan dua teori berjangkauan menengah:

1. Teori Perbedaan Individu.
2. Teori Kategori Sosial.

Proses selektif

Salah satu pokok teori perubahan sikap yang digunakan oleh para teorist Komunikasi Massa salah satunya adalah pemikiran tentang konsistensi kognitif. Ide ini menyatakan bahwa orang selalu memelihara pandangan yang sudah dimiliki sebelumnya, baik disadari maupun tidak

Teori Fenomenistik Joseph Klapper

Dalam buku yang diterbitkan oleh Klapper pada 1949, Klapper menuangkan keprihatinannya melihat masih banyak orang yang percaya bahwa media

memiliki kekuatan yang besar, melalui sebuah teori yang disebut Teori Fenomenistik.

Teori ini menyatakan bahwa **media jarang memiliki efek langsung** dan cenderung lemah jika dibanding dengan faktor sosial psikologis, seperti status sosial, keanggotaan kelompok, sikap yang sudah dianut dengan kuat, pendidikan, dan lain sebagainya.

Teori Klapper tersebut seringkali disebut pula sebagai **teori penguatan** (reinforcement theory), dimana pandangan utamanya adalah bahwa pengaruh utama media adalah untuk menguatkan (bukan mengubah) sikap dan perilaku seseorang.

Referensi:

Baran, Stanley J. (2010). Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan. Jakarta: Salemba Humanika